

Identidad y diseño industrial en Latinoamérica

Tesis que para obtener el grado de maestro en
diseño industrial presenta:

Juan Carlos Duque Ballén



Universidad Nacional Autónoma de México

Programa de posgrado en diseño industrial
Maestría en diseño industrial

México, 2008



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Comité Tutorial:

Tutor principal:

Dr. César González Ochoa

Sinodales:

Dr. Óscar Salinas Flores

MDI. Luis Rodríguez Morales

MDI. Margarita Landázuri Benítez

Dr. Julio Frías Peña

Índice

1. **Introducción** _____

2. **Identidad** _____

3. **Identidad y diseño industrial** _____

Ser de la disciplina del diseño: racionalidad _____

Surgimiento del concepto racionalidad _____ ¡Error! Marcador no definido.

Racionalidad y protestantismo (Racionalismo ético) _____

Contexto: sociedad en Latinoamérica _____

Sociedades _____

Sociedad tradicional _____ ¡Error! Marcador no definido.

Sociedad tradicional y Latinoamérica _____

Sociedad moderna _____

Sociedad moderna y Latinoamérica _____

Sociedad Global _____

4. **Diseño Industrial y Sociedad** _____

5. **Conclusiones** _____ ¡Error! Marcador no definido.

6. **Anexos** _____

Modelo de análisis contexto-ser-ente _____

Ideas e imágenes _____

1. Introducción

¿Qué estamos construyendo cuando diseñamos o cuando teorizamos acerca del diseño? El mundo material se nos presenta como un infinito que se alimenta cada instante de nuevos y diferentes objetos, servicios, pensamientos, teorías, es una bola de nieve tan grande como la montaña de la cual ya no consigue impulsarse para caer, pues está anclada en el mundo de la realidad como lo permite nuestra razón ausente de mitos y dioses. Nos construimos más que lo que construimos o pensamos, estamos invadidos de múltiples lenguajes, productos, signos y visiones foráneas, en tal situación participamos (querámoslo o no), en la construcción y consumo de la “torre de Babel”, torre del conocimiento y la acción en el mundo moderno, de la cual dice a finales de los ochenta Ezio Manzini:

... en un punto determinado de la construcción, la multitud de los actuantes se da cuenta de que no pueden comunicarse entre sí: todos hablan lenguas distintas. Todo saber especializado comparte problemáticas, competencias y lenguaje con quien está “encima” y “debajo”, pero todo paso en horizontal encuentra enormes dificultades. La multiplicación de las competencias, de los lenguajes, de los canales de comunicación, obstaculiza la comprensión y hasta el simple conocimiento de las nuevas posibilidades, hace cada vez más difícil la reproducción de aquel saber técnico transversal del que tiene necesidad el proyectista para hacer sus valoraciones y que, tradicionalmente, se construía uniendo elementos de conocimientos especializados.¹

¹ Ezio Manzini, La materia de la Invención, Grupo editorial Ceac, S.A., 1993, pg. 54.

La gran construcción de conocimiento y acción que se iguala y reta a dios al demostrar la capacidad de dominio del hombre sobre lo que apenas conoce como naturaleza y vida, sufre el problema interior de la comunicación, la dificultad de entender los diferentes sentidos e interpretaciones que dan sus trabajadores a sus hechos, siendo posible – aunque no sin dificultades – dar y recibir órdenes, pero prácticamente imposible la discusión sobre nuevas posibilidades o sobre la razón de hacer lo que se hace. En la construcción de la actual Babel, esta sociedad global, gigantesca interconexión de información invisible, sumada a la no menos gigante infraestructura física, buscamos conocernos, conocer el mundo, realizar la potente catapulta que nos lanzará más allá de nuestros límites mentales y físicos. ¿Quiénes guían esta construcción y para qué lo hacen?, ¿qué papel juegan las diferentes culturas y en especial nuestro grupo humano, geográfico, cultural denominado Latinoamérica?

En la construcción de esta torre, es imprescindible que académicos, profesionales, responsables de la generación de conocimiento y acción, critiquen, entiendan, propongan y desarrollen alternativas de mejora sobre el plan establecido por la fuerza o la inercia de la razón que llevan como estandarte los países desarrollados, especialmente cuando no es clara una postura ética frente al manejo de recursos humanos, naturales y tecnológicos en la construcción de la torre. Los variados y cada vez más exitosos medios de comunicación, funcionan principalmente en sentido arriba-abajo y mantienen el dominio del lenguaje y la razón a niveles operativos. La efectividad de

su uso en la generación de desarrollo y riqueza compartida, conocimiento profundo del por qué y para qué de las cosas se pone en duda pues buscan ante todo el dominio y esclavización de un grupo humano con mejores medios tecnológicos y culturales sobre otro dependiente y limitado, probablemente única posibilidad para unificar y utilizar a culturas diferentes en la construcción de la torre.

¿Quiénes dominan las relaciones “arriba – abajo” y “transversal” del flujo del conocimiento e información? Los conocimientos de “arriba” se relacionan con la invención, la generación de información, estrategias, creaciones que guían y ordenan a los de “abajo” que buscan concretar dicha información en su producción, mientras que la relación “transversal” implica una discusión sobre posibles caminos a recorrer, una discusión entre iguales o similares que se espera genere máspreciados y precisos inventos, estrategias para el “bien” común. El dominio de dichas relaciones será acorde al grado de racionalidad desarrollado por la sociedad, siendo un mayor desarrollo racional asociado a un mayor dominio en las relaciones que permiten la construcción de la torre del conocimiento, lo que genera en el mundo actual tres diferentes tipos de sociedad que actúan simultáneamente en espacios comunes y que denominamos: tradicional, moderna y global.

Se distinguen según criterios de apropiación científico-técnica, mítico-religiosa y apertura a dinámicas de mercado común ó de repliegue hacia la construcción interna de realidades culturales y productivas. En su mayoría, la sociedad tradicional involucra países en vías de desarrollo, pues la tradición ampara el respeto por costumbres y concepciones míticas que refuerzan el carácter local de cualquier acción en detrimento de la

homogeneización necesaria al desarrollo tecnológico; sociedades modernas son los países desarrollados, que han logrado cruzar el umbral de la religión y el mito como guías de desarrollo (aunque su ética religiosa está presente, perdura bajo formas de acción eminentemente instrumentales), se enfocan en la investigación científica y el poderío tecnológico como ideología; por último, la sociedad global, omnipresente, presente en donde la tecnología de comunicación y transporte haya permeado, buscando la extrema velocidad, movimiento, variedad, que está en cualquier lugar siempre y cuando exista conexión a redes de información y movimiento (internet y sistemas interconectados), rompe barreras nacionales, despliega la liberación total de la cultura local en su viaje a la cultura universal, aquella gigante y multiforme infraestructura física y virtual que domina las diferencias y las enfoca en la generación de mayor riqueza material y experimental (que será en esencia la cultura de países más desarrollados técnica y culturalmente).

En los países en vías de desarrollo, perdurarán en su mayoría sociedades tradicionales dando espacio a movimientos de sociedades modernas influidas por su deseo de ser naciones visibles y en pequeña proporción pero con crecimiento acelerado sociedades globales, pertenecientes mas que al país y sus espacios, a la nación virtual de la torre que está más allá de la visión normal, mas allá de las nubes. Esta mezcla de sociedades llevan en general a estar “debajo” en la transmisión del conocimiento especializado, casi no son solucionados problemas difíciles, son centros maquiladores que siguen instrucciones y órdenes para lograr concretar un producto o servicio. En el nivel horizontal en el que “... todos hablan lenguas distintas ...”, la influencia de países en desarrollo es poca, en dicho saber especializado - estratégico, lenguaje de la

razón, se determina el sentido de la construcción de la torre, el dominio de la vida y las riquezas de la naturaleza, por lo que tener la capacidad de comunicarse, hablar el lenguaje del otro y hacerse comprender, buscar alternativas de comunicación entre conocimientos transversales, crear y conocer este lenguaje común, equivale al reconocimiento como cultura, al respeto como naciones, a la apertura de fronteras, a alianzas en la búsqueda del “bien” común.

Ponerse al nivel del otro, como un interlocutor válido, implica poderse hacer entender y, más aún representar una estructura mental y física adecuada para asociarse en la construcción de la torre, torre del conocimiento, la tecnología y la dominación. ¿Es Latinoamérica un interlocutor válido en el lenguaje universal que construye el diseño, la tecnología, la cultura? O ¿es reproductor de órdenes y estilos de vida generados por los países “desarrollados”?

Diversas experiencias en la enseñanza de diseño industrial así como en trabajos de consultoría en investigación e innovación, nos han permitido apreciar grandes contrastes entre lo que promueve el diseño industrial como disciplina y la realidad latinoamericana. Su enfoque obligado por las circunstancias actuales del capitalismo hacia la participación en el mercado global y frente a la realidad local con amplias necesidades de desarrollo de productos para la construcción de nación y la necesidad de crear comunidades sanas y progresistas en naciones con un desarrollo lento de la industria y en muchos casos la desaparición de dicha industria, llevan a la pregunta por la pertinencia del diseño industrial y las acciones que debería emprender. ¿Qué hace la comunidad educativa del diseño ante necesidades de la comunidad (no del mercado) para

contribuir a la generación de un mejor país, un mejor grupo social? ¿Es lícito plantearse esta pregunta en una disciplina como el diseño industrial?

Bauhaus fue el inicio de la disciplina y tuvo una importante alianza con la sociedad en su momento, por lo menos su planteamiento teórico frente a las necesidades de su país fue una constante incógnita que guió su desarrollo como disciplina y brindó frutos a largo plazo. En una conferencia dada el 29 de enero de 1911, Walter Gropius creador y director de la Bauhaus admitía que, según texto de Elaine Hochman:

... aunque la finalidad de la producción industrial era crear artículos con el coste más bajo posible, las ventajas económicas de esta técnica de fabricación en serie, a precios muy bajos, también beneficiaría al empresario, al obrero y a la sociedad en su conjunto ... ideas que sirvieron para caracterizar el pensamiento del arquitecto como defensor y protagonista de las concepciones artísticas del momento.²

La profunda inmersión de Gropius en la realidad de su país, su participación en la primera guerra mundial, su conocimiento amplio de los movimientos políticos, económicos y culturales europeos lo llevaron a visualizar la pertinencia del diseño en el ámbito empresarial, laboral y social, siempre como un conjunto interdependiente. Dicha visión se complementaba y en ocasiones chocaba con la libertad de acción predominante al interior de la escuela, donde la experimentación del diseño era tanto artística como productiva e industrial:

² Elaine Hochman, La Bauhaus, crisol de la modernidad. Ed. Paidós, pg. 70.

La comunidad de la Bauhaus seguía viéndose a sí misma como una sociedad aparte, un grupo unido espiritualmente, ambos conceptos alejados de las normas y las tradiciones de su caótico entorno capitalista y opuestos a ellas ... aún suponiendo que el arte hubiera perdido parte de su hegemonía, en el fondo la Bauhaus de Gropius seguía siendo utópica y mantenía la mirada fija en el futuro, visión que, según muchos, el nuevo programa de la escuela, esencialmente práctico, rechazaba.³

La discusión en torno a la procedencia y tendencia política de quienes eran maestros de la Bauhaus, es una muestra de la fuerte conexión existente entre la enseñanza de la disciplina y su misión en la construcción de nación. Hochman cita un texto de un periódico en Essen donde critican fuertemente la aceptación del artista Kandinsky como maestro en la escuela:

Uno se pregunta en vano qué hace en un cargo académico en Weimar, ciudad ennoblecida por el arte clásico alemán, Kandinsky, cuyo orgiástico ... misticismo del color podría tener su sitio en el caos cultural ruso ... Kandinsky es bolchevique, y esto significa que es anarquista en política y en arte. Ahora, cuando el poder del populacho en la Unión Soviética está haciendo que los líderes se mueran lentamente de hambre, éstos también están empezando a huir. Se comprende que Kandinsky haya dado la espalda a ... Rusia, pero constituye un espectáculo lamentable que sea recibido con los brazos abiertos por una Alemania oprimida.⁴

³ *Ibidem*, pg. 200.

⁴ Periódico de Essen, adscrito a la derecha alemana. RWZE, 5 de agosto de 1922, tomado de Hochman, *La Bauhaus, crisol de la modernidad*, pg. 211.

El sentido de unidad como nación, mas allá de nacionalismos, incide en que la escuela cause controversia al permitir la entrada de nuevas fuentes de conocimiento, sean estas buenas o malas, la constante es la autocrítica hacia decisiones tomadas o por tomar y hacia el efecto en su medio social, pues tanto la escuela, sus integrantes como la sociedad son conscientes de la importancia de su labor. Actúa entonces la Bauhaus como elemento activo en el diálogo entre el conocimiento, la acción social y las tendencias políticas y sociales activas, en este caso contrario a tendencias nacionalistas alemanas generadas por dificultades económicas y la aversión a la influencia socialista:

Aunque los esfuerzos de Gropius por dotar a la Bauhaus de un espíritu universal y moderno indudablemente realzaron el prestigio internacional de la entidad, también supusieron un considerable riesgo para ella en su propio país cuando muchos alemanes empezaron a poner en entredicho y a rechazar tales valores. A medida que Alemania se ensimismaba y se concentraba en la defensa de los intereses nacionales, la Bauhaus era contemplada como un símbolo activo del descontento en curso, abiertamente alejada del estado de ánimo hosco, escapista y acusador del país.⁵

Observar el proceso generador de la Bauhaus en su convulsionado contexto social y político y asimilar los logros atraídos por dicha escuela a corto y largo plazo en el contexto mundial, nos enseña la necesidad de adoptar una postura crítica y móvil frente a los sucesos sociales.

⁵ Elaine Hochman, La Bauhaus, crisol de la modernidad. Ed. Paidós, pg. 296.

Contrario a la Bauhaus en su momento, el diseño tiende a convertirse en esta actual sociedad global en un espectador ante los sucesos que aquejan a la sociedad, un espectador activo que ofrece a dicha sociedad lo que esta le pide sin poseer un compromiso ético independiente de los beneficios económicos y estratégicos que propician la racionalidad cognitivo-instrumental, formas de razón y acción sociales solidificadas entre revoluciones sociales, guerras y avances científicos en el siglo XX, enfocadas en la búsqueda de eficiencia en todo lo que se hace, el tiempo como medio para hacer dinero y búsqueda de asociación entre naciones, grupos, personas con fines puramente económicos. Al asumir estas características se ha reducido el tiempo dedicado a la reflexión, al ocio, al pensamiento trascendente, religioso, a actividades familiares y comunitarias, en definitiva, existen más individuos, con objetivos específicos a corto y largo plazo y menos grupos sociales que piensan o tienen ideas y metas en común.

Dichos cambios que se han estado fusionando y reproduciendo a lo largo del siglo XX, ayudados por las divisiones y asociaciones que permitieron las guerras mundiales y locales, han hecho surgir diferentes posturas teóricas que buscan explicar la situación. El filósofo alemán Jürgen Habermas, perteneciente a la escuela de Frankfurt, dice lo siguiente:

El umbral de la modernidad vendría entonces caracterizado por ese proceso de racionalización que se pone en marcha con la pérdida de la inatacabilidad del marco institucional por los subsistemas de acción racional con respecto a fines. Las legitimaciones tradicionales se hacen criticables al ser cotejadas con criterios de la racionalidad propia de las relaciones fin-medio; las informaciones provenientes del ámbito del saber técnicamente utilizable penetran en las

*tradiciones y compiten con ellas y de esta forma, obligan a una reconstrucción de las interpretaciones tradicionales del mundo.*⁶

Define aquí la modernidad como proceso de racionalización donde los marcos institucionales, es decir, las estructuras sólidas sobre las que descansaba la sociedad (religión, cultura, política, economía) pierden la investidura protectora y son rebajadas a objetos de análisis, pues deben contribuir al fin mayor, que será la mayor eficacia, el mejor logro con los menores recursos posibles. Dichas acciones en la búsqueda de un fin concreto las llama “teleológico-estratégicas” y provienen de una forma de pensamiento caracterizado por su filiación a logros y por su desapego a limitantes culturales, este tipo de pensamiento o racionalidad es llamado “cognitivo-instrumental”⁷, similar al nombre dado por otro crítico de la escuela de Frankfurt, Herbert Marcuse, “razón técnica” que en suma están dirigidas a lograr un éxito en las relaciones de fin-medio, planteadas para lograr un objetivo claro, insertas en un modelo económico reglamentado. Esta forma de acción social, de manejo de la vida y sus intereses, modifica todo tipo de sociedad que tenga un comportamiento y esencia tradicional, llevándolo en la dirección y hacia el objetivo que la sociedad moderna condicione.

En este funcionamiento racional de la modernidad, el mercado y las relaciones comerciales libres son el espacio propicio para el desarrollo de la racionalidad cognitivo-instrumental, pues su estructura basada en la generación de capital y la reinversión

⁶ Jurgen Habermas, *Ciencia y Técnica como Ideología*. Ed. Tecnos, 2005.

⁷ Se profundizará en este tema cuando se hable de racionalidad.

constante de éste fundamentado en una ética religiosa – protestante, hace que la búsqueda de medios para lograr fines sea más clara, precisa y continua que en sociedades con preceptos culturales tradicionales, atados a razonamientos de condición social y apego a la tierra. Dice Martín Barbero:

El mercado no puede crear vínculos sociales, esto es, verdaderos lazos entre sujetos, pues éstos se constituyen en conflictivos procesos de comunicación de sentido, y el mercado opera de forma anónima mediante lógicas de valor que implican intercambios puramente formales, asociaciones y promesas evanescentes que sólo engendran satisfacciones o frustraciones, pero nunca sentido. El mercado no puede engendrar innovación social, pues ésta presupone diferencias y solidaridades no funcionales, resistencias y subversiones, ahí lo único que puede hacer el mercado es lo que él sabe: cooptar la innovación y rentabilizarla.⁸

Una de las críticas actuales más frecuentes sobre el sistema capitalista, se relaciona con la superficialidad de los lazos sociales que genera, pues a la par destruye nexos fuertes en los que se basaba la cohesión de sociedades tradicionales. Como dice Martín Barbero, no se genera sentido en el mercado, solo satisfacciones o frustraciones, la captación de recursos económicos como finalidad última de todo proceso laboral y comercial no generará beneficio social o en otro sentido innovación social pues presupone diferencias y limitantes ante un recorrido directo al éxito comercial.

⁸ Jesús Martín-Barbero, La Globalización en clave cultural, Renglones, revista del Iteso No. 53.

García Canclini nos da también una interpretación del proceso modernizador, haciendo énfasis en los países latinoamericanos:

La propuesta neoliberal lleva a una modernización selectiva: pasa de la integración interna de las sociedades, al sometimiento de la población a las élites empresariales latinoamericanas, y de éstas a los bancos, inversionistas y acreedores transnacionales. Amplios sectores pierden sus empleos y seguridad sociales básicos, se cae la capacidad de acción pública y el sentido de los proyectos nacionales. Para el neoliberalismo la exclusión es un componente de la modernización encargada del mercado.⁹

El creciente mercado mundial, dirigido por los intereses de empresas cada vez más grandes, fomenta la reflexión sobre el diseño industrial asociado a una región específica, decir “diseño industrial en Latinoamérica”, puede ser contradictorio con la dinámica del pensamiento racional dirigido a fines, que ha originado el pensamiento del diseño. En la búsqueda de desarrollo, Latinoamérica siguen el patrón racional del “primer mundo”, por medio de disciplinas proyectivas, pero tiene choques conceptuales al tratar de aplicarlos en su realidad tradicional y obsoleta vistos desde la óptica modernizante. Buscan el desarrollo promulgado por occidente pero lo encuentran contradictorio con su construcción nacional, moviéndose paulatinamente entre el ideal global y de fusión y el ideal nacional, localista y diferenciador.

⁹ Néstor García Canclini, Un objeto de estudio que desafía a las disciplinas. Renglon, revista del Iteso No. 5

De este cuestionamiento latente sobre la sociedad moderna, sobre las fuerzas de pensamiento y acción predominantes y el mercado como mecanismo de funcionamiento operativo de estilos de vida, surge la inquietud acerca de lo que pasará con las sociedades que fundamentan su existir en tradiciones y formas de pensamiento fuertemente entrelazadas, lo mismo que aquellas que están entregadas al mundo global como parte de su esencia. El término que hace referencia a dicho fenómeno es *identidad*, el cual permite responder a situaciones particulares percibidas en Latinoamérica.

Dicha contradicción entre lo local y lo global, que origina crisis de identidad, es notoria en disciplinas proyectivas, precisamente por su misión creadora del mundo material, por ser creadoras de lo tangible que hace evidente las contradicciones. El diseño industrial como disciplina que surge en Europa a partir del desarrollo de la racionalidad occidental expresada en la voluntad y realidad del desarrollo tecnológico, el dominio político y comercial, se hace ajena o cercana al contexto latinoamericano según la forma como concebimos la identidad actual, inmersa en contextos de pobreza y miseria alternados con grandes desarrollos comerciales y tecnológicos, entre la adaptación de la tecnología y comunicación del mundo global y los rezagos y retrasos propios de sociedades limitadas, desplazadas, diferentes. El diseño frente a dichas contradicciones genera estas preguntas:

¿El diseño busca responder a ideales sociales, a carencias materiales y funcionales por encima de intereses económicos?
¿Debe actuar el diseño industrial sobre su contexto próximo y realidad tangible antes que buscar una oportunidad comercial a nivel local o global?

La apertura a lo global hace que desaparezca la palabra nuestro por mío y lo “mío” es algo que puede estar en cualquier lugar del mundo. ¿No existe entonces interés por contribuir con el diseño al crecimiento de Latinoamérica como naciones autónomas? ¿Está este interés en contradicción con el desarrollo de la racionalidad cognitivo-instrumental puesto que ahora es importante el individuo y sus logros por encima de naciones o grupos sociales? ¿El sentimiento de unidad o la búsqueda de unidad alrededor de un concepto de nación o región puede vincularse a la labor del diseñador, ser motivador para el desarrollo del diseño?

En estas preguntas se sintetiza el interés de este trabajo de investigación en la reflexión por el papel del concepto identidad en el diseño industrial y su aplicación en Latinoamérica para lo que buscaremos en el segundo capítulo llamado *Identidad*, la forma de captar la esencia del término y a partir de ésta generar un esquema de análisis aplicable al diseño.

El esquema de análisis surgido del concepto identidad permitirá en el tercer capítulo *Identidad y diseño*, dar respuesta a qué es diseño, desde su origen racional, su comprensión como disciplina, acción y producto y su implicación en diferentes tipos de sociedad generadas por dicha racionalidad, las cuales componen de diversas formas lo que denominamos Latinoamérica. En esta descripción se espera responder en qué medida el diseño se ha involucrado, se hace presente o se debería involucrar en un futuro en la consolidación del concepto Latinoamérica.

El cuarto capítulo *diseño industrial y sociedad* relaciona los conceptos vistos en los anteriores capítulos generando dos posibles salidas al diseño en las sociedades que viven en Latinoamérica.

2. Identidad

El principio es un Ser que tiene información bajo la cual genera entes (objetos) para hacerse visible, expresable, comunicable, así como para ejercer dominio e influenciar sobre otros seres.

Está el ser en la nada y busca hacerse algo, allí aparecen las cosas, las palabras, los seres vivos, seres inanimados, todo como expresión de algo que busca aparecer frente a otros, frente a nosotros, allí nacen los objetos.

En la experiencia como estudiante, docente y profesional del diseño industrial hemos encontrado vacíos teóricos que buscan respuesta para poder realizar una actividad con mayor valor y coherencia. Una de dichas preguntas tiene que ver con el sentido de hacer diseño, para qué diseñar, cuál es la esencia del diseño, respuestas que requieren que salgamos a buscar en otras disciplinas del conocimiento, especialmente ahora que estamos inmersos en un momento histórico donde la variación constante de paradigmas teóricos y prácticos impide una lectura profunda e inmutable de la esencia y verdad del diseño más allá de las contingencias diarias y actuales del comercio, el consumo, el estilo, la tecnología.

En este trabajo se realiza un acercamiento a autores que han buscado, en la generalidad de las preguntas filosóficas por el

ser, la sociedad, el tiempo, el espacio, respuesta a problemas cotidianos. Abordar el tema de la identidad puede tener múltiples matices y formas de entrar, pero en este caso vamos a llegar a él a partir de qué significa identidad en su totalidad, de dónde proviene el término, su generalidad abstracta luego aplicable a problemas concretos, por ello tomaremos la palabra del filósofo alemán Martin Heidegger, que en su texto “Principio de Identidad”, genera una definición que podemos utilizar para el análisis del tema en la disciplina del diseño industrial como en sus resultados tangibles, objetos y productos, contextualizados en la dimensión espacio-temporal acorde a Latinoamérica.

Al preguntarnos por el concepto identidad, lo primero que viene a nuestra mente son referencias simbólicas precisas, como por ejemplo escudos de países o equipos deportivos, banderas nacionales, himnos, uniformes, en fin, referencias objetivas que sintetizan, simplifican un concepto o idea que es válido para un grupo de personas y con lo que se identifican, es decir, con lo que se unen, se hacen uno solo en tal aspecto. La bandera los identifica como originarios o habitantes de cierto lugar en el mundo, que tienen algo en común; dicha bandera representa algo no palpable, como es la nacionalidad, una idea, un concepto.

La fusión de personas alrededor de una misma idea o concepto ha sido una constante en la historia y ha hecho posible la construcción de grandes imperios, pues allí dicha identidad ha funcionado como estímulo, ha sido el deseo, la necesidad intangible de ser uno en el otro, uno entre y con los otros; el trabajo por un objetivo común ha traído cultura, ciencia, orden, desarrollo; cuando el objetivo no se comparte, se generan

contradicciones y luchas internas por la generación de conceptos nuevos, valiosos y comunes; ocasionan opresión y esclavitud, rebeldía e insubordinación.

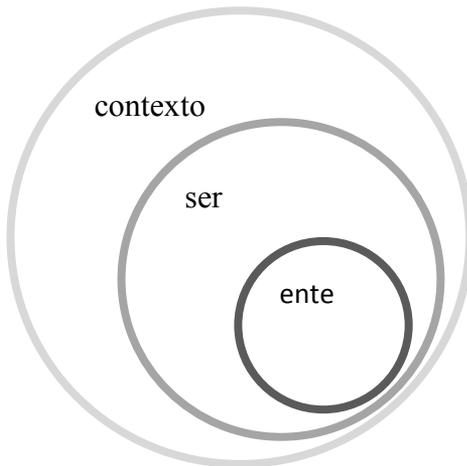
Pero, ¿por qué existe tal inercia a construir elementos comunes?, ¿por qué queremos o necesitamos ser uno mismo con los demás? En la ontología (rama de la filosofía que pregunta por el ser), encontramos algún piso sobre el cual construir nuestro análisis de la identidad en el diseño y es en la explicación de la constitución del ente (lo existente en el mundo, que se puede percibir con unidad, único) donde lo hallamos, pues es el ente en sí mismo expresión de la identidad, el ente es producto de una relación de identidad la cual se entiende como fuerza, conector, unificador, estimulante en la atracción y cohesión necesaria para que tome existencia al vincularse con el ser (concepto, idea, esencia). Encontramos entonces que la identidad es condición para la existencia, principio que fusiona coherentemente una idea y su representación y de entrada introduce una incógnita sobre su preeminencia en todo desarrollo creativo que pretenda estar en el mundo de manera adecuada.

Al preguntarnos entonces por la identidad, estamos asumiendo que todo ente, todo existente es susceptible de ser analizado descomponiéndolo en ser y ente para verificar su grado de fusión, de mismidad. También diríamos que al preguntarnos por la identidad, estamos realmente preguntándonos por el objeto y, específicamente en el caso del diseño, por los objetos o sistemas diseñados, buscando hacer la disección ser-ente. Todo esto es posible si existiera un mundo de laboratorio, mundo científico de prueba aislado sin tener en cuenta el componente social, por ello requerimos introducir al análisis del diseño el

contexto (dimensión espacio-temporal construida por un grupo social) que añadirá a dicho ser y ente unidos como y por identidad una ubicación que hará que dicha energía de fusión se afecte, retroalimentando ahora a la identidad preconcebida. El contexto se hace presente en el diseño por medio del diseñador, quien filtra información proveniente del usuario, de sí mismo, de su entorno social.

En la figura 1, vemos el esquema que muestra los componentes de la identidad enfatizando la dependencia de unos respecto los otros, es decir, que el ser y el ente están en constante interacción anteceditos por un contexto que los complementa y determina:

Figura 1



Componentes de la identidad

Veremos ahora como Heidegger, en la pregunta por la identidad busca el fundamento o principio del cual surge dicha relación de correspondencia entre ser y ente. Identidad es inicialmente

unión entre dos o mas “cosas” que al vincularse se corresponden una a otra y logran sintetizar, abarcar, expresar un hecho. Inicia Heidegger:

Así, la fórmula más adecuada del principio de identidad, A es A, no dice sólo que todo A es él mismo lo mismo, sino, más bien, que cada A mismo es consigo mismo lo mismo. En la mismidad yace la relación del –con-, esto es, una mediación, una vinculación, una síntesis: la unión en una unidad. Este es el motivo por el que la identidad aparece a lo largo de la historia del pensamiento occidental con el carácter de unidad.¹

Así, el pensamiento occidental - aquel surgido en Europa con el desarrollo de la racionalidad – asume el concepto de Identidad como mismidad, que nos obliga a ver en lo ya existente, lo ya presente una unidad que proviene de la unión, ya implícito en todo existente; pero ¿unión de qué?

... A es A. ¿Qué escuchamos? Con este <es>, el principio de identidad habla del ser de lo ente. El principio vale sólo como ley del pensar en la medida en que es una ley del ser que dice que a cada ente en cuanto tal le pertenece la identidad, la unidad consigo mismo.²

Cada ente en cuanto tal, el hecho de existir, de estar como ente significa que posee identidad, la cual podemos entender como característica innata de todo ente, de todo aquello que existe.

¹ Martin Heidegger, Identidad y Diferencia. Ed. Anthropos, 2008, pg. 63.

² Ibídem, pg. 65.

El ser se involucra con cada ente a quien le pertenece por principio la identidad, que es unidad consigo mismo. La búsqueda de unidad es acción que todo ente tiene cuando está en proceso de formación a la existencia y dicha búsqueda es propiciada por un ser que quiere y necesita hacerse visible, expresable, comunicable a otros seres por medio del ente.

Identidad es entonces búsqueda de unidad para que lo existente sea lo que debe ser, no desmembramiento ni incoherencia, sí una búsqueda total de coherencia, de fusión en un mismo cuerpo de la información que lo genera con lo que se hace presente.

Lo que expresa el principio de identidad, escuchado desde su tono fundamental, es precisamente lo que piensa todo el pensamiento europeo occidental, a saber, que la unidad de la identidad constituye un rasgo fundamental en el ser de lo ente. En todas partes, donde quiera y como quiera que nos relacionemos con un ente del tipo que sea, nos encontramos llamados por la identidad. Si no tomase voz esta llamada, lo ente nunca conseguiría aparecer en su ser. En consecuencia tampoco se daría ninguna ciencia. Pues si no se le garantizara de antemano la mismidad de su objeto, la ciencia no podría ser lo que es. Mediante esta garantía, la investigación se asegura la posibilidad de su trabajo. Con todo, la representación conductora de la identidad del objeto no le aporta nunca a las ciencias utilidad tangible. Así, el éxito y lo fructífero del conocimiento científico, reposan en todas partes sobre algo inútil. La llamada de la identidad del objeto habla, tanto si las ciencias escuchan esta llamada como si no, tanto si lo escuchado son palabras echadas al viento como si dejan que les afecte.³

³ *Ibíd*em, pg. 67.

Ahora bien, la identidad es un llamado que aparece en cualquier lugar y momento que nos relacionemos con un ente cualquiera. Como ente entendemos cualquier objeto, sujeto cognoscible, cualquier cosa que podamos aprehender por los sentidos o por nuestra mente y en nuestro caso, nos enfocaremos en entes estructurados por actividades proyectivas y creativas humanas, llamados diseños. Los diseños son por lo tanto entes que al relacionarnos con ellos, tanto como usuarios como creadores, generan un llamado por la identidad. ¿Qué significa ser llamado por la identidad? Significa que acude una necesidad de conocimiento, necesidad de saber de dónde proviene dicho ente, cuál es su esencia, su ser, qué lo ha originado, por qué existe, qué hizo posible dicha fusión, dicha unidad, dicha mismidad para que fuera aprehensible y cognoscible.

Dice Heidegger: “Si no tomase voz esta llamada, lo ente nunca conseguiría aparecer en su ser.”, es decir, la identidad es condición de lo existente, está implícita en la constitución de todo objeto creado. El diseñador debe escuchar esta llamada de la identidad para que el ente aparezca en su ser, para que las cosas generadas sean totalmente comprensibles y manejables, como creador debe descubrir, develar cada capa superficial que oculta el origen de las cosas y al comprender empeñarse en construir entes coherentes con su ser.

Es garantía para la investigación y el trabajo científico la búsqueda común de un mismo objetivo, esta unidad en lo que se busca representa la identidad en una actividad, pues su ser estaría influyendo por igual para darle sentido a las acciones. La llamada de la identidad está presente en todo ámbito, su fortaleza radica en su presencia permanente, exista o no un

interlocutor, un oyente, un ojo visionario que lo traduzca en hechos, es condición del ser y ente más allá de lo humano, es herramienta y método creador de la naturaleza y la nada.

En los inicios del pensamiento occidental, Parménides se hace la pregunta por la identidad, su respuesta iguala los conceptos de pensar y ser, ubicando al contrario de la metafísica, que el ser tiene lugar en una identidad, es decir, la identidad existe de antemano y en ella se encuentra involucrado un ser:

La llamada de la identidad habla desde el ser de lo ente. Pero donde el ser de lo ente toma voz por vez primera y propiamente dentro del pensamiento occidental, es en Parménides, allí habla, lo idéntico, en un sentido casi excesivo. Una de las frases de Parménides dice así: <<lo mismo es en efecto percibir (pensar) que ser. >>... Aquí lo distinto, pensar y ser, se piensan como lo mismo. ¿Qué quiere decir esto? Algo totalmente distinto respecto a lo que solemos conocer como enseñanza de la metafísica, a saber, que la identidad pertenece al ser. Parménides dice que el ser tiene su lugar en una identidad...⁴

Donde encontramos el llamado de la identidad allí reposa un ser (Parménides) y en la metafísica posterior, la identidad es búsqueda de un ser, rasgo por el cual se hace presente.

...interpretamos la mismidad como mutua pertenencia... El ser se haya determinado, a partir de una identidad, como un rasgo de ésta (según Parménides)... Por el contrario, la identidad pensada posteriormente en la metafísica, es representada como un rasgo del ser.⁵

⁴ Ibídem, pg. 67.

⁵ Ibídem, pg. 69.

Abordaremos en nuestro análisis el concepto pensado en la metafísica, donde la identidad es un rasgo del ser (asociado a un ente), algo que busca el ser para hacerse presente y existir.

¿Qué somos? ¿Qué es el hombre? Es un ente como cualquier animal o mineral, al cual le corresponde un lugar en el ser, es también un producto de la unidad, una mismidad que si la despojamos de sus capas encontramos una correspondencia ser y ente, sin embargo se diferencia de los otros entes por la capacidad de pensar lo que lo hace presente y abierto al ser y, de una u otra forma en comunicación con dicho ser.

¿Quién es el ser? ¿Qué es el ser? Es presencia y, en términos más cercanos a nuestro objetivo, es información susceptible de interpretación o en algunos casos de ser sentida, intuita, que guía las acciones para construir y desarrollar un ente. En el caso de la disciplina del diseño industrial podemos entender por ser a todo aquello que determina su carácter, su forma de actuar, su concepto como disciplina proyectiva, sus búsquedas y valores, lo que vamos a llamar concepto o teoría.

Debemos tener en cuenta que todo ser y ente que forman unidad, en su proceso de fusión en uno mismo están condicionados por un contexto en el mundo, el cual tiene por características principales el momento, es decir el tiempo en el que se desarrolla, la época, las condiciones de pensamiento y acción prevaletentes y, el lugar, por el que entendemos el espacio donde se lleva a cabo la acción, los medios tecnológicos. En este contexto espacio-temporal se encuentran implícitas las sociedades con sus rasgos culturales, políticos y económicos.

Manifiestamente el hombre es un ente. Como tal, tiene su lugar en el todo del ser al igual que la piedra, el árbol y el águila. Tener su lugar significa todavía aquí: estar clasificado en el ser. Pero lo distintivo del hombre reside en que, como ser que piensa y que está abierto al ser, se encuentra ante éste, permanece relacionado con él, y de este modo, le corresponde. El hombre es propiamente esta relación de correspondencia y sólo eso... en el hombre reina una pertenencia al ser que atiende al ser porque ha pasado a ser propia de él. ¿Y el ser? Pensémoslo en su sentido inicial como presencia. El ser no se presenta en el hombre de modo ocasional ni excepcional. El ser sólo es y dura en tanto que llega hasta el hombre con su llamado.⁶

El ser es también sustento y motivación para ser creado, para estar a la vista en esta realidad, el ser pertenece al ente en la medida que este último le posibilita hacerse presente, existir, estar en el mundo, por ende cada ente, hombre, animal, mineral, objeto, planta son expresiones de seres o un ser, y en la pregunta por dicho ser, por quién es éste, de qué se compone, por qué ha logrado generar dicho objeto o animal o cosa y en la comprensión de dicha correspondencia encontramos la llamada de la identidad, la respuesta a qué es identidad, a dicha mismidad.

Pero el ser mismo nos pertenece, pues sólo en nosotros puede presentarse como ser, esto es, llegar a la presencia.⁷

La identidad es una relación dada en cualquier ente existente, es condición para que exista dicho ente. Cualquier objeto de

⁶ Ibídem, pg. 75.

⁷ Ibídem, pg. 79.

diseño por su misma condición de existente tiene una relación de identidad en sí mismo, tiene un ser y un ente que se han fusionado, unido, hecho uno mismo por lo que podemos percibirlo como la unión entre concepto y forma. Esta visión permite acercar la noción de identidad a la disciplina del diseño, nos lleva a evaluar lo existente y a buscar cómo está dada dicha relación de identidad para que fuera posible su existencia; pueden existir entonces grados diferentes de identidad en los objetos, entre su ser y su ente, grados de coherencia diferentes que determinarán si un producto diseñado, o en términos de identidad, si tiene identidad positiva (mayor coherencia) o negativa (menor coherencia).

Así como los objetos de diseño son producto de un ser y un ente en un contexto y, a los que se puede evaluar su identidad, así mismo el diseño industrial es concepto y ente, es decir, existe y podemos evaluar su identidad como grado de coherencia entre ser (concepto) y ente (resultado objetivo), en un contexto espacio-temporal determinado por una cultura, que en nuestro caso se llama Latinoamérica.

La Identidad se hace explícita en lo experimentable, podemos tener muestras de identidad mínimas en cualquier elemento físico o virtual, tangible o intangible, tenemos la evidencia de la existencia, pero, de la ¿existencia de qué o de quién? De una vida o conjunto de vidas, de vivencias que lograron generar algo, una cosa, una letra, un sonido, una prenda, un color, una historia, cultura ... y entonces tenemos ahora que la identidad es evidencia de la capacidad de generar objetos por parte de un grupo humano; más que eso la Identidad es un deseo, una fuerza interna que busca hacer evidente la existencia de un ser o seres, por medio de objetos, de experimentos, hechos, y en su

mismo esfuerzo por crear la evidencia, busca que sean coherentes, que coincida dicho ser con su evidencia, tratan de hacer que un objeto, un ente, exprese lo que es verdaderamente el ser.

Es necesidad del ser por hacerse explícito en algo que lo refleje como es, es necesidad del ser de representarse en algo, de asociarse a algo para poder ser conocido, reconocido, visto, tenido en cuenta. En esta búsqueda, diversas culturas han acumulado infinidad de objetos que precisamente las han inmortalizado en el ámbito artístico, arquitectónico, filosófico, científico, pues el impulso de dicho ser fue tan grande que generó formas que trascendieron en el tiempo aún después de muerta dicha cultura.

El ser se hace entonces evidente por sus construcciones, evidencias físicas, mentales, tangibles, intangibles que ha creado. Una sociedad es un ser que quiere existir, se niega a la invasión cultural y busca desarrollar su potencial creador. Las sociedades en su mutua convivencia van cambiando y se transforman, producto de la lucha entre seres que por medio de sus entes pretenden predominar, prevalecer; alguno buscará la invasión cultural como estrategia de dominación efectiva, haciendo a otros como es él y a la vez haciéndolo propio, conquistando el tiempo con una mayor posibilidad de vida y trascendencia.

Los objetos tienen la capacidad de transportar en ellos historias, símbolos, metáforas culturales que son herramienta, arma de dominio y construcción del ser. Cuando hablamos de diseño industrial en Latinoamérica y el tema de la identidad, nos estamos refiriendo al papel del diseño en la lucha por la

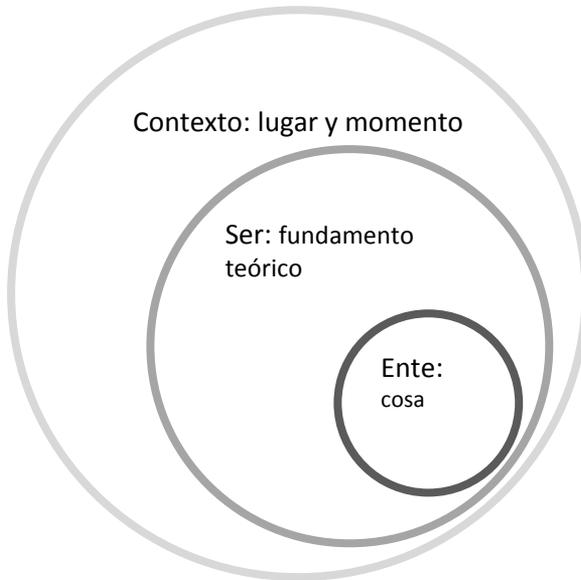
dominación social del ser latinoamericano en el mundo, nos cuestionamos acerca de su función sólo y en conjunto con otras actividades culturales, científicas, políticas y económicas.

La creación objetual que irá a llegar a manos de gran cantidad de población, será pues, arma esencial de batalla en la lucha por la supremacía cultural de la comunidad sin fronteras, de la sociedad virtual, de un ser global que ¿es mentira?, ¿es el ser de las potencias que, con dicho sistema pueden manipular y controlar las acciones de los países en desarrollo para poder captar su débil cultura y alimentarla de fortalecida cultura? ¿Esta acción garantiza la venta de productos al lograr generar la necesidad de consumo de dichos productos a otros millones de personas?

Pertenecer a dicho ser global es otra forma de enfrentar el llamado de la identidad, pero ¿qué nos dice dicho llamado ante cualquier ente? ¿Qué preguntas nos lanza dicho llamado por la identidad?

En la figura 2 podemos ver que el ente es la cosa que experimentamos, que es en sí misma origen de la pregunta por la identidad, debe tener por tanto cualidades que la hagan única y diferenciable de las demás cosas. Por ejemplo una ventana es única cosa, así mismo un método de diseño que es aplicable, es herramienta y está descrito con exactitud, es único y diferenciable, ambos son entes con identidad.

Figura 2



El ser es aquello que no experimentamos pero intuimos como razón o motivo por el cual se ha constituido dicho ente; sus cualidades no son únicas ni diferenciables pues un ser puede generar múltiples entes, sin embargo al partir del ente dicho ser se hace único en su relación con el ente. Por ejemplo, el paso de la luz, protección del viento, separación entre espacio cerrado y abierto, visión a través de, cambio de posición y graduación de ambientes, entre otras cosas, son fundamento intangible, razonamiento, descripción virtual, es el ser que se hace explícito en el ente, una ventana. Si es ser del diseño como disciplina, encontramos sus características en el fundamento

teórico que la ha creado tal cual es, el cual es el desarrollo de la racionalidad occidental asociada a la ética protestante.

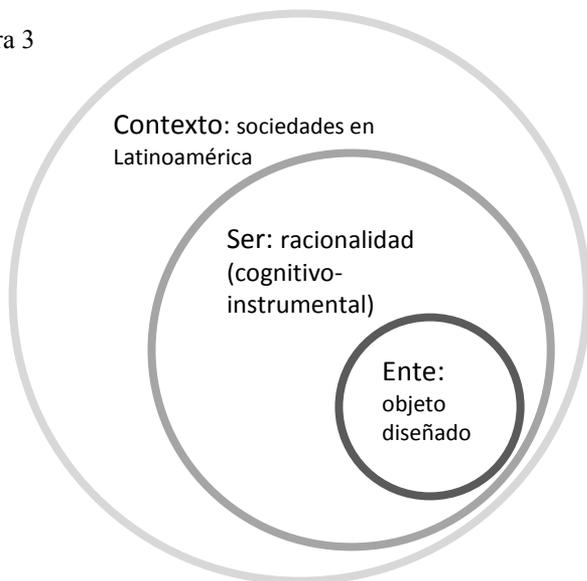
Ahora, si ubicamos dicho ser y ente en un lugar y momento, podemos determinar opciones específicas para el ente. Si pensamos que es un espacio cerrado dinámico, un carro para cuatro personas, en los años ochenta, en Cuba, clima caliente, ambiente húmedo tropical, socialismo, cultura afroamericana, se amplía nuestra noción del ser para la ventana, e igual, para el ser del diseño pues ambos se verán afectados por dicho contexto.

¿Y la identidad? Dijimos que identidad es llamado que hace todo ente. Todo ente para serlo requiere identidad, que es fuerza de unión entre su concepto (ser-contexto) y sus posibilidades formales, por lo que el resultado será la opción que mejor se adecua a la información. Por lo tanto, desnudar los tres elementos básicos, será hablar de identidad. ¿Podemos hablar de identidad a partir del ser y contexto para llegar al ente?

Sí, esa es la labor del diseñador, que es quien primero busca información para proyectar lo que debe ser la forma final, ente que contendrá en sí mismo un ser y contexto.

3. Identidad y diseño industrial

Figura 3



Tenemos ahora tres elementos que nos guiarán en la búsqueda de la comprensión del concepto identidad asociado al diseño industrial en Latinoamérica. Estos tres conceptos permiten comprender el concepto identidad aplicado a cualquier disciplina, objeto o sistema, en este caso, lo aplicaremos al diseño, que como dice César González:

Diseño es práctica proyectual, actividades cuya finalidad sea la ideación conceptual y la plasmación material de espacios, ambientes, objetos, los cuales, a su vez, tienen como función la construcción del entorno humano al dar al soporte

*material del espacio tanto forma como función y significación.*¹

Si entendemos diseñar como el acto de proyectar, es decir, hacer mentalmente o “ideación conceptual”, planear antes de hacer físicamente, antes de llevar a la realidad, a la existencia una cosa diseñada, a la “plasmación material”, diseñar es una manera clara de comprender cómo se origina el proceso de identidad mediante la aprehensión del ser y la definición del ente, la búsqueda y encuentro de dicha identidad que permite la unidad del objeto, sistema, producto de manera virtual, antes de ser traído al contexto real. Diseñar es crear, proyectar una identidad en y para un lugar y momento.

¿Qué podemos entender por ser, ente y contexto del diseño?

Si tomamos ahora un objeto producto de la actividad proyectiva del diseño y buscamos en éste los elementos constitutivos de la identidad, ¿qué nos aparece?

Objeto de diseño: zapato deportivo.

Ente: color rojo, sinuosidades a lo largo del zapato, caucho sintético con fibras elásticas transversales, sistema de ajuste tipo velcro, cámara de aire mediana, logotipo en base de plantilla, punta de zapato y superficie de ajuste.

Ser: eficiencia, rapidez, diferencia, modernidad, desechable, especializado, alto costo, alto estatus, tecnología de punta, ergonomía.

¹ César González, El significado del diseño y la construcción del entorno, pg. 33.

Contexto: México, Colombia, Venezuela, nivel socioeconómico B (medio-alto), 2008-2009, Juegos Olímpicos en China, adolescentes 13 -15 años, competencias o prácticas deportivas en colegios, centros deportivos.

Si ahora tomamos como objeto de análisis a la disciplina llamada diseño industrial, ¿qué aparece?

Disciplina: diseño industrial.

Ente: método proyectivo, descripción de necesidades, definición de requerimientos de diseño, salto al vacío, analogías, metáforas formales, ergonomía, antropometría, investigación etnográfica, modelos de análisis del usuario, bocetos, modelos funcionales, formal-estéticos, ergonómicos, estructurales, programas de dibujo y rendering por computadora, insights.

Ser: racionalidad cognitivo-instrumental (éxito, competitividad, excedente económico, ahorro, menor tiempo, estrategia, dominio, innovación constante), capitalismo, ética protestante.

Contexto: países desarrollados, países subdesarrollados, sociedad tradicional, sociedad moderna, sociedad global, siglos diferentes, socialismo, capitalismo, consumismo, globalización, guerra, conflicto interno, narcotráfico, libre mercado, proteccionismo, desigualdad social, riqueza, pobreza, niños, adultos, jóvenes, ancianos, hombres, mujeres, público, privado, eventos generales, eventos particulares, emancipación, esclavización, dominio, dependencia, etc.

Allí están entonces para el ser del diseño la racionalidad, la manera de pensar de dicha disciplina, sus fundamentos éticos, su necesidad de ser en el mundo; su equivalente en el objeto de diseño es todo aquello que debe resolver para contribuir al mantenimiento y crecimiento de dicha racionalidad expresada en un estilo de vida particular.

Si nos preguntamos por el ente de la disciplina, en lo que se ha plasmado, cómo aparece en el mundo, encontramos métodos de trabajo, técnicas, procesos para generar objetos, que en el objeto concreto se refleja en sus características físicas producto de dichos métodos.

Por último el contexto serán aquellas condiciones sociales (cultura, política, economía) que alimentan dicho ser racional y al cual dicho ser por medio del ente debe responder, es aquello en lo que está inmerso y que permite evaluar el grado de eficacia de dicha identidad para un momento y lugar determinado.

Por lo anterior, vamos ahora a profundizar en las características que nos comunican el ser y contexto del diseño como disciplina para a su vez visualizar cómo surge el ente y Latinoamérica entre dicha aproximación.

Ser de la disciplina del diseño: racionalidad

¿A qué responde el trabajo del diseño?, ¿por qué proyectar?, ¿qué hace que el diseño sea una disciplina necesaria y acorde con las necesidades del mundo moderno y global? Todas estas preguntas coinciden en una respuesta: la racionalidad o el desarrollo racional occidental, que se ha dado y sigue dando en muchas disciplinas y áreas del conocimiento, es el fundamento del diseño. Racionalidad proviene del término razón, que se entiende como facultad del pensamiento humano que busca ordenar el caos y generar sistemas operativos que faciliten la construcción del entorno, el manejo de las diferencias y la comprensión del mundo y la vida.

Las actividades que realizamos día a día para nuestro trabajo, estudio o convivencia, están compuestas por una serie de pasos expresados en acciones concretas que al final buscan cumplir

un objetivo. La actividad del ser humano tiende a ser cada vez más especializada y por ende a ser más coherente con un fin planteado; esta característica ha permitido construir sociedades cada vez más complejas, interconectadas y desarrolladas en términos materiales, estructurales, que a su vez son más exigentes con los procesos que construyen el futuro. La mejora consecutiva en la planeación de actividades para lograr un objetivo, cumplir los fines previstos, es característica esencial del avance de la racionalidad en cualquier grupo humano y que permea todo tipo de actividad.

Así, la racionalidad es un atributo que propicia el lenguaje y la acción, los cuales se van desarrollando conforme el nivel de actividades a su vez sean mas demandantes y requieran un grado más alto de especialización. Será entonces una forma de comportamiento y acción cuyas justificaciones son inherentes a un sistema de juicio desarrollado socialmente que da sentido positivo o negativo a lo que se hace. Encontramos que la sociología ha sido la disciplina que más ha buscado explicar este concepto, por ello citaremos en varias partes a uno de los exponentes contemporáneos más destacados del análisis social, Jurgen Habermas, como también al considerado padre de dicha disciplina, Max Weber. Sobre racionalidad dice Habermas:

La racionalidad puede entenderse como una disposición de los sujetos capaces de lenguaje y acción. Se manifiesta en formas de comportamiento para las que existen en cada caso buenas razones. Esto significa que las emisiones o manifestaciones racionales son accesibles a un enjuiciamiento objetivo. Lo cual es válido para todas las manifestaciones simbólicas que, a lo menos implícitamente, vayan vinculadas a pretensiones de validez (o a pretensiones que guarden una relación interna con una pretensión de validez susceptible de crítica...²

² Jurgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 43.

El término racionalidad es aplicable a las personas, tomando el nombre de racional quien es capaz de participar adecuadamente en un sistema de acciones orientadas hacia fines prácticos, sistema que Habermas llama “ámbito de lo cognitivo-instrumental”. Participar adecuadamente significa aprender de los errores, capacidad de argumentar acciones y pensamientos y realizar acciones eficientemente, esto es, en dirección al mejor aprovechamiento de los recursos disponibles; en palabras de Habermas:

*Llamamos, ciertamente, racional a una persona que en el ámbito de lo cognitivo-instrumental expresa opiniones fundadas y actúa con eficiencia; sólo que esa racionalidad permanece contingente si no va a su vez conectada a la capacidad de aprender de los desaciertos, de la refutación de hipótesis y del fracaso de las intervenciones en el mundo ... llamamos racional a una persona que interpreta sus necesidades a la luz de los estándares de valor aprendidos en su cultura; pero sobre todo, cuando es capaz de adoptar una actitud reflexiva frente a los estándares de valor con que interpreta sus necesidades...*³

Es por tanto también sujeto racional quien ha pertenecido a una cultura, en la cual ha aprendido y desarrollado criterios de juicio para interpretar y valorar sus necesidades, sueños, realidades. Cuestiona lo aprendido –“actitud reflexiva”-, su cultura, actitud que le permite ir adelante en el proceso “racionalizador” de acciones y pensamiento. La racionalidad se homogeneiza, muchos sujetos racionales actúan y piensan de

³ Ibidem, pg. 39.

manera similar y es reconocible en la simplificación de posturas frente a la naturaleza y el hombre, así como en la similitud en propuestas de adaptación a dicha naturaleza.

La racionalidad es cuestionable y quienes pretendan ejercerla deben someterse al examen diario de la argumentación, pues es muestra de que evidentemente se pertenece a un grupo social específico. La capacidad de lenguaje y acción es condición para considerarse racional a un sistema, persona o sociedad, y el mayor grado de razón será aquel que permita leer una total coherencia entre lo que dice y lo que hace. Diseñar es actividad profundamente racional pues siempre busca un grado mayor de eficiencia formal, funcional, comunicativa en sus productos porque de esta manera retroalimenta el sistema de acciones racionales dirigidas a fines.

Dichas acciones en búsqueda de eficiencia y logros se hacen explícitas por medio de normas y ciclos de acción claramente identificados, los cuales concentran el tipo de procesos mentales y físicos que se requieren para lograr los fines predeterminados. Son sistemas “coherentes” que pertenecen a meta-discursos que hacen posible mantener la sociedad funcionando, dice González:

La racionalización consiste en la presencia de un conjunto de normas a las cuales el producto debe adaptarse, y este conjunto de normas está organizado como un sistema coherente. Los objetos se presentan, por tanto, como parte de un sistema de características cualitativas – tales como la imagen del usuario, la relación con el objeto, etcétera – que nos remiten a modelos de consumo, a modelos de vida; es decir, forman parte del discurso, hacen que los mismos

*objetos sean la realización de este discurso, su materialización.*⁴

Los productos deben acondicionarse al contexto para el que son creados, esto hace clara su función como agentes “racionalizadores” de los estilos de vida. El diseño genera objetos que serán acompañantes de estilos de vida profundamente racionales, instrumentales, que buscan fines concretos, que buscan un elevado control y dominio de la acción y el pensamiento. La planeación que genera el diseño, requiere responder al ideal de vida material que propongan las élites que direccionan los grupos sociales.

Interesa observar como dice González que el diseño está inserto no solo ideológicamente sino que es además una pieza clave en el funcionamiento del sistema de la sociedad actual, sistema llamado de diferentes formas: capitalismo, neoliberalismo, globalización, pero que en sus diferentes formas apunta a lo mismo, esto es la racionalización del hombre como consumidor, como parte dependiente del diálogo entre la máquina que produce y el hombre que consume, el cual no puede ni debe salirse de allí, pues ocasionaría un freno total al proceso “racionalizador” de la experiencia de vida. Es el diseño en este diálogo quien da a la máquina voz y sensualidad para atraer al hombre y también es quien da al hombre razones suficientes para captar y apreciar la voz y sensualidad de la máquina, dice González:

⁴ César González, El significado del diseño y la construcción del entorno. P. 42.

El diseño introduce una racionalización en la producción, la cual da por resultado una racionalización en el consumo; de allí que este tipo de práctica no sólo esté inserto en las estructuras ideológicas de las sociedades modernas, sino que además, sea uno de los elementos de la lógica de supervivencia del sistema.⁵

Es clara la relación existente entre diseño y racionalidad, pues la segunda ha sido proceso (occidental) de organización y desarrollo de la acción individual y social para lograr fines predeterminados y, para ello el primero ubica entre la necesidad tangible del hombre en sociedad la idea creativa, la invención para hacerla instrumento de la razón. Crea el diseñador a partir de condiciones, requerimientos de diseño racionales, el ambiente propicio para lanzarse al vacío de la creación y, como “artista” traer del mundo de las ideas y percepciones aquello que será útil para la sociedad. Actúa a partir de la organización conceptual de la realidad, de la detección de necesidades inherentes al hombre en un medio natural que requiere adaptarse a su pensamiento y acción, todo ello realizado por un método, un esquema de acciones que permiten llevar de principio a fin el trabajo, haciendo uso del pensamiento objetivo que busca efectos físicos claros y distintos.

El diseño participa de una lógica donde su función en la sociedad es realizar propuestas que respondan a una realidad instituida, la realidad dada por la racionalidad tecnológica que contiene una economía y política acordes, es el diseño producto de un sistema en funcionamiento, una pieza clave en el sistema y podríamos pensar que analizar o evaluar el papel del diseño extrayéndolo de dicho sistema sería algo absurdo, sin embargo,

⁵ *Ibíd*em, pg. 48.

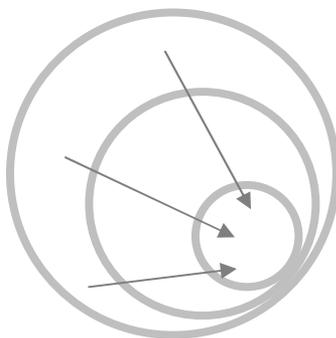
en la pregunta por la identidad podemos llevar el diseño a un estado más allá de la dependencia del sistema, partiendo del objeto, lo ente y su ser hacia el contexto, es decir, si bien es cierto que el contexto abraza al ser y al ente, también se puede entender dicho modelo a la inversa a como un ente existente a partir del cual se desprende un ser y un contexto que cambia por la influencia del ente, que parece ser la transformación del hombre y su cultura surgida del mito y la leyenda, a la sociedad surgida de la realidad producida industrialmente:

Al vertebrar sus valores en el universo de la mercancía, y al considerar como objetivas y positivas las normas del sistema, la ideología del diseño implica el modelo de una sociedad homogénea, a imagen y semejanza del mercado.⁶

Este modelo ejemplifica cómo el proceso de desarrollo de identidad en el diseño industrial estaría determinado totalmente por la sociedad y en ella el sistema económico, político y cultural vigente, siendo el diseño reproductor de las características sociales imperantes con sus beneficios y cuestionamientos. En el texto de González, los valores del diseño serían los mismos prevalecientes en el mercado, el diseño aquí es instrumento de poder para el mantenimiento del statu-quo.

⁶ Laurent Wolf, Ideología y producción, pg. 154. Tomado de El significado del diseño y la construcción del entorno, César González, pg. 42.

Figura 4



Del contexto al ente

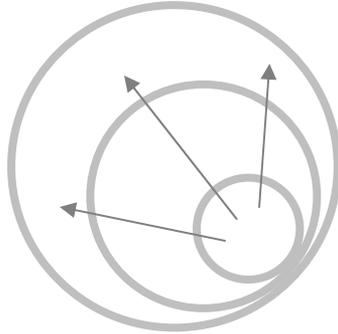
El espacio construido es un mediador de las normas del sistema productivo y, así, puede considerarse como un instrumento de dominación.⁷

Aquí apreciamos la dirección del contexto hacia el objeto diseñado. El diseño es instrumento de dominación de los órdenes establecidos, reproduce acertadamente el modelo económico imperante producto de la racionalidad cognitivo-instrumental. Sin embargo ¿es posible que desde su propuesta diseñada busque corregir o mejorar desordenes inherentes a sociedades descompuestas?

En la figura 5, muestra cómo el diseño puede afectar con su labor al contexto social que lo genera, retroalimentándose del contexto pero siendo propositivo en su interés por mejorar la situación actual o bien, proponiendo cambios sustanciales si la sociedad los requiere.

⁷ César González, El significado del diseño y la construcción del entorno, pg. 33.

Figura 5



Del ente al contexto

Cuestionar el papel del diseño en la sociedad actual es, en definitiva, ir en contra de la racionalidad occidental, no caben aquí cuestionamientos localistas frente a la sociedad global y de consumo, pierde toda justificación la pretensión de evaluar el diseño más allá de sus posibilidades productivas enlazadas al desarrollo capitalista pues es producto e instrumento de la racionalidad cognitivo-instrumental, se da por hecho que la crítica a su quehacer debe estar estrictamente circunscrita a valores estéticos, funcionales y comunicativos del producto, pero no se dimensiona ni visualiza el diseño en su posibilidad para transformar o reafirmar un esquema político, económico, cultural. Dice Wolf:

... las normas, los valores, los modelos propuestos por el diseño en su ideología y en su producción están orientados a la búsqueda de la adecuación de los hombres y de toda la sociedad a las exigencias del sistema actual... en definitiva,

*la lógica del diseño es la lógica de la supervivencia del capitalismo.*⁸

Ante este marco rígido, cualquier posibilidad que surge para un análisis crítico del diseño y su participación en la sociedad, deberá salirse de su propia dinámica racional y plantear un esquema abstracto que lo reduzca a su aspecto creador, en el que la identidad puede ser el elemento clave, pues más allá de responder al capital, busca generar identidades acordes al contexto.

*El diseño industrial es el resultado de un desarrollo único... ha estado fuertemente condicionado por la procesualidad concreta de la sociedad. En este caso, por el desarrollo del modo de producción capitalista.*⁹

La sociedad al adoptar un marco racional determinado (técnico – productivo – poderoso - dominante, o, dialéctico – comunicativo – emancipador - liberador) determina la forma como actúa el diseño industrial en ella, el diseño a su vez se constituye como disciplina del conocimiento y responde con el marco adecuado a dicha sugerencia social: marco racional-cognitivo-instrumental (adecuado al mercado, a necesidad de mantenimiento del sistema capitalista), o marco racional-comunicativo (adecuado a la sociedad, a necesidad de

⁸ Laurent Wolf, Ideología y producción, pg. 161-2. Tomado de El significado del diseño y la construcción del entorno, César González, pg. 49.

⁹ Tomás Maldonado, El diseño industrial reconsiderado, pg. 23. Tomado de El significado del diseño y la construcción del entorno, César González, pg. 48.

mantenimiento del sistema social - identidad). La sociedad al adoptar dicho marco debe tener cuidado de que éste permita seguir construyendo sentido social, si no, puede desaparecer, como dice Weber:

Un estado deja, pues, de existir sociológicamente en cuanto desaparece la probabilidad de que ocurran determinadas acciones sociales con sentido.¹⁰

¿Pero de dónde proviene esta rigidez en el marco de acción del diseño? ¿Cómo se origina su ser racional instrumental que puede contribuir a la eliminación y transformación de estados y sociedades?

Surgimiento del concepto racionalidad

A partir de las teorías de la evolución y la separación de las ciencias naturales y físicas de la filosofía en el siglo XVIII, se dio paso al pensamiento ilustrado, en el que la confianza en la ciencia y sus procedimientos para encontrar la verdad y explicaciones al mundo habitado, empezó a reemplazar la confianza en explicaciones filosóficas acerca de la vida y su entorno. Este acercamiento al conocimiento a través del empirismo y la experimentación inició un largo proceso de desmitificación del mundo, de simplificación del pensamiento religioso, de organización planeada de las actividades sociales e individuales, de un nuevo esquema de concepción de la vida,

¹⁰ Max Weber, *Economía y Sociedad*, Fondo de cultura económica, 2008, pg. 22.

donde la justificación de los actos y pensamientos buscaba un sustento debatible, argumentable y comprobable.

El modelo de racionalidad lo ofrecen las ciencias matemáticas de la naturaleza. El núcleo de éstas lo constituye la física de Newton. Ésta ha descubierto 'el verdadero método de estudio de la naturaleza; observación, experimentación y cálculo' son los tres instrumentos con que la física descifra los enigmas de la naturaleza... la física se convierte en paradigma del conocimiento en general, ya que sigue un método que eleva el conocimiento de la naturaleza por encima de las disputas escolásticas de los filósofos y rebaja toda la filosofía anterior a mera opinión.¹¹

El empirismo acerca al hombre y su cultura al descubrimiento de la naturaleza y de sí mismo, puede así iniciar el camino del pensamiento racional asociado a fines, conecta hechos y relatos antes míticos a cadenas científicas de acción y reacción, esto le hace predecir y predeterminar el futuro. El método de investigación desarrollado, que aplica tanto a las ciencias físicas como a las humanas, sería el gran nuevo conciliador entre el hombre y su dificultad por comprender y dominar la naturaleza. La comprobación de la realidad por su representación matemática permite además, desarrollar el pensamiento.

En el periodo de la ilustración se espera el avance de las ciencias humanas al nivel metódico de las ciencias naturales, lo que causa un profundo optimismo acerca del progreso en la moral y convivencia civilizada, Condorcet (1794) ve el progreso de la civilización, lo mismo que Kant,

¹¹ Jürgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 200.

*... en la línea de una república que garantice las libertades civiles, de una organización internacional que asegure la paz perpetua, de una sociedad que acelere el crecimiento económico y el progreso técnico y acabe con las desigualdades sociales, o al menos las compense.*¹²

La idealización de las ciencias como solución a la problemática social, moral, ética, permitió avanzar en la construcción del concepto de racionalidad al intentar introducir un orden preestablecido a la individualidad y sociedad del ser humano cultural. Dicha estructura mental enfocada a la ciencia, va a sentar entonces las bases para el desarrollo técnico científico que desembocará en la sociedad industrial del siglo XIX, en la que la racionalización social se evidencia en la organización tanto de la maquinaria industrial como de la mano de obra:

*Según Marx la racionalización social se implanta directamente con el despliegue de las fuerzas productivas, es decir, con la ampliación del saber empírico, con las mejoras de las técnicas de producción y con la movilización, cualificación y organización cada vez más eficaces de la fuerza de trabajo socialmente disponible.*¹³

Racionalización social es la trascendencia de dicha construcción metódica del mundo científico al mundo social, en donde la máquina social, fuerza productiva, vinculación total del hombre a la producción, es el medio por el cual se transmite e incentiva la racionalidad como una forma de vida que posibilita una adecuación estricta del pensamiento y esfuerzo físico al mundo productivo; las mejoras en técnicas de

¹² Ibídem, pg. 203

¹³ Ibídem, pg. 198

producción y la organización eficaz de las fuerzas productivas construye la forma de relación de dichos actores con sus universos míticos y mágicos aún existentes pero en constante pérdida de visibilidad e influencia. El progreso, entendido como mejora constante de la producción y generación de bienes comunes, es ahora tarea de los científicos al buscar educar al pueblo en principios para el intercambio comercial y de relaciones públicas:

*El progreso científico puede convertirse en racionalización de la vida social si los científicos asumen la tarea de la educación pública con la finalidad de convertir los principios de su propio trabajo en principios del comercio y trato sociales.*¹⁴

Principios de su propio trabajo, como los tres pasos empíricos: naturaleza, observación y experimentación, serán también postulados necesarios para el despliegue de las fuerzas productivas necesarias en un contexto de racionalidad imperante. La noción de universalidad de la racionalidad occidental, su visión de aplicabilidad a cualquier otra sociedad, inicia la concepción teleológica de la modernidad, donde todos los esfuerzos de las naciones occidentales se dirigirán a “evangelizar” en el tema de la racionalidad cognitivo-instrumental, pues este es el “dios” que se debe conocer y con el único que se puede llegar a la “salvación social”, al éxito como cultura particular e integrada, como dice Condorcet:

Algún día todas las naciones se acercarán al estado de civilización a que han llegado los pueblos más ilustrados, los

¹⁴ *Ibidem*, pg. 202

*más libres, los más exentos de prejuicios, tales como los franceses y los angloamericanos.*¹⁵

Estado de civilización guiado por países europeos, quienes a partir del concepto racionalidad como la adecuación metódica de las actividades productivas y sociales, serán quienes den la pauta del deber ser de las naciones no sólo occidentales, sino de todo grupo social en el planeta. Desde estas concepciones de fusión entre la confianza de las ciencias naturales y la física y las ciencias humanas, surge el concepto de racionalidad, como la idea de universalidad de los lineamientos de los pueblos ilustrados, que no sólo reflejan estándares particulares de la civilización occidental, sino que son “*inherentes al espíritu humano en general*”.¹⁶ Weber se cuestiona sobre las razones por las que occidente es el promotor del racionalismo:

*¿Qué serie de circunstancias han determinado que precisamente sólo en occidente hayan nacido ciertos fenómenos culturales, que (al menos, tal como solemos representárnoslos) parecen marcar una dirección evolutiva de universal alcance y validez?*¹⁷

y busca respuesta en la historia de las religiones donde encuentra en el protestantismo la raíz de actitudes que

¹⁵ Condorcet. *Esquisse d'un tableau historique des progrès de l'esprit humain*, 1794. Tomado de Teoría de la acción comunicativa, Jürgen Habermas, T. I, pg. 204.

¹⁶Jürgen Habermas, *Teoría de la acción comunicativa*, T. I, pg. 205. Esta percepción de universalidad de la razón, ha ocurrido con el diseño, disciplina generada en el contexto racional europeo y traída al llamado tercer mundo para buscar alcanzar el estado de civilización adecuado.

¹⁷ Max Weber, *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Ed. Colofón, pg. 9.

potenciaron y hoy continúan influyendo en el desarrollo racional. Antes de entrar al tema religioso, vemos como la racionalización en Weber implica planeación, lo que a su vez contradice y transforma toda actividad repetitiva y obligada por la tradición en la búsqueda más eficiente para llegar a un fin predeterminado:

Un elemento esencial de la racionalización de la conducta es la sustitución de la íntima sumisión a la costumbre, por decirlo así hecha carne, por la adaptación planeada a una situación objetiva de intereses.¹⁸

Y es más claro respecto a la tradición cuando dice:

La acción estrictamente tradicional está por completo en la frontera, y más allá, muchas veces, de lo que puede llamarse en pleno una acción con sentido. Pues a menudo no es más que una oscura reacción a estímulos habituales, que se desliza en la dirección de una actitud arraigada. La masa de todas las acciones cotidianas, habituales, se aproxima a este tipo, el cual se incluye en la sistemática no sólo en cuanto caso límite sino porque la vinculación a lo acostumbrado puede mantenerse consciente en diversos grados y sentidos.¹⁹

La gran cantidad de acciones que realizamos sin sentido pertenecen a lo que llama Weber acción tradicional, las que son reacciones a estímulos habituales y no pertenecen a ningún plan preestablecido para lograr un objetivo, en ese sentido la racionalidad es un brote de acciones mínimas pero con un gran efecto en la vida social frente a un infinito de acciones

¹⁸ Max Weber, Economía y Sociedad. Pg. 24.

¹⁹ *Ibidem*, pg. 20.

tradicionales que por lo menos mantienen el estado corriente de la sociedad. ¿Pero qué es acción según Weber? La acción incluye la construcción de sentido, de un por qué o para qué y es una conducta pues puede ser un pensamiento o acto físico, tanto como un permitir u omitir:

Por acción debe entenderse una conducta humana (bien consista en un hacer externo o interno, ya en un omitir o permitir) siempre que el sujeto o los sujetos de la acción enlacen a ella un sentido subjetivo. La acción social, por tanto, es una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por ésta en su desarrollo.²⁰

¿Cómo se reconocen dichas acciones racionales? Cuando una acción tiene un efecto que ha sido previamente calculado y contribuye a la consecución de un fin es una acción racional, quien ejerce este tipo de acciones actúa racionalmente, dice Weber:

Actúa racionalmente con arreglo a fines quien oriente su acción por el fin, medios y consecuencias implicadas en ella y para lo cual sopesa racionalmente los medios con los fines, los fines con las consecuencias implicadas y los diferentes fines posibles entre sí; en todo caso, pues, quien no actúe ni afectivamente (emotivamente, en particular) ni con arreglo a la tradición.²¹

Otra forma de acción diferente a la orientada a lograr fines, es la orientada a valores, la cual busca reforzar convicciones personales o grupales asociadas a intangibles sin ningún valor

²⁰ Ibídem, pg. 5.

²¹ Ibídem, pg. 21.

tangible, mas se generan en la necesidad de atender un llamado por la propia vocación o respeto a sí mismo:

Actúa estrictamente de un modo racional con arreglo a valores quien, sin consideración a las consecuencias previsibles, obra en servicio de sus convicciones sobre lo que el deber, la dignidad, la belleza, la sapiencia religiosa, la piedad o la trascendencia de una causa, cualquiera que sea su género, parecen ordenarle ... es siempre una acción según mandatos o de acuerdo con exigencias que el actor cree dirigidos a él (y frente a los cuales el actor se cree obligado).²²

En el siguiente texto, Weber sintetiza que las acciones sociales se distinguen en cuatro grupos, las que buscan cumplir una finalidad precisa, las que buscan enfatizar un valor significativo personal, las afectivas, del sentimiento y las tradicionales, aquellas determinadas por la costumbre:

La acción social, como toda acción, puede ser: (1) Racional con arreglo a fines: determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utilizando esas expectativas como condiciones o medios para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos. (2) Racional con arreglo a valores: determinada por la creencia consciente en el valor – ético, estético, religioso o de cualquiera otra forma como se le interprete – propio y absoluto de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de ese valor. (3) Afectiva, especialmente emotiva, determinada por afectos y

²² *Ibidem*, pg. 20.

*estados sentimentales actuales, y (4) Tradicional: determinada por una costumbre arraigada.*²³

El mayor tipo de acciones que realice un sujeto o sociedad va a determinar el sentido general de su dirección de vida, dicho de otra forma, podemos clasificar al grupo de acciones que predominan en un grupo social o en una persona, como una forma especial de racionalidad, es por eso que llamamos racionalidad cognitivo-instrumental, a aquella en la que priman las acciones teleológico –estratégicas. Lo cognitivo-instrumental hace referencia a la voluntad de dominio y conocimiento que determina toda acción que será orientada al futuro por medio de un plan. La contraparte a este tipo de racionalidad y que involucra acciones en las que la voluntad de dominio y poder disminuyen en virtud de lograr un mejor consenso entre personas o grupos sociales así como elevar al otro a una postura como interlocutor válido (respetado en su diferencia y autonomía) la llama Marcuse razón dialéctica (en contraposición a razón técnica) y Habermas la llama racionalidad comunicativa y dice a continuación:

Si partimos de la utilización no comunicativa de un saber proposicional en acciones teleológicas, estamos tomando una predecisión a favor de ese concepto de racionalidad cognitivo instrumental que a través del empirismo ha dejado una profunda impronta en la autocomprensión de la modernidad. Ese concepto tiene la connotación de una autoafirmación con éxito en el mundo objetivo posibilitada por la capacidad de manipular informadamente y de adaptarse inteligentemente a las condiciones de un entorno contingente. Si partimos, por el contrario, de la utilización

²³ *Ibíd.*, pg. 20.

comunicativa de saber proposicional en actos de habla, estamos tomando una predecisión a favor de un concepto de racionalidad más amplio que enlaza con la vieja idea de logos. Este concepto de racionalidad comunicativa posee connotaciones que en última instancia se remontan a la experiencia central de la capacidad de aunar sin coacciones y de generar consenso que tiene un habla argumentativa en que diversos participantes superan la subjetividad inicial de sus respectivos puntos de vista y merced a una comunidad de convicciones racionalmente motivada se aseguran a la vez de la unidad del mundo objetivo y de la intersubjetividad del contexto en que desarrollan sus vidas.²⁴

La racionalidad comunicativa “que enlaza con la vieja idea de logos” surge como alternativa ante el sediento deseo de dominio y explotación a que conducen las acciones eminentemente estratégicas, pues como veremos más adelante, están guiadas por una ética que pone como objetivo de la vida el mayor aprovechamiento posible de las actividades de trabajo que se realicen por encima de cualquier consenso o adaptación a otras formas de pensamiento. El objetivo de ver estas formas de acción enlazadas con las dos posturas contrarias en el tema racionalidad, es ir vislumbrando cómo el diseño industrial adopta una ética en su ser a partir de la racionalidad cognitivo-instrumental que lo conduce al callejón sin salida de la explotación irresponsable de recursos humanos y naturales y de la manipulación interesada de la conciencia colectiva. Nos preguntamos entonces si ¿existe la posibilidad de revertir dicho proceso racional cambiando algunos elementos o transformando dicha esencia?

²⁴ Jürgen Habermas. Teoría de la acción comunicativa. Tomo I, p. 27.

La coerción y manipulación como única forma en la resolución de conflictos en la dinámica racional con búsqueda de fines, niega la posibilidad comunicativa de coordinación de acciones que busquen la disminución de posturas subjetivas, dice Habermas:

Un mayor grado de racionalidad cognitivo-instrumental tiene como resultado una mayor independencia con respecto a las restricciones que el entorno contingente opone a la autoafirmación de los sujetos que actúan con vistas a la realización de sus propósitos. Un grado más alto de racionalidad comunicativa amplía, dentro de una comunidad de comunicación, las posibilidades de coordinar las acciones sin recurrir a la coerción y de solventar consensualmente los conflictos de acción (en la medida en que éstos se deban a disonancias cognitivas en sentido estricto).²⁵

Dicha teoría de la acción comunicativa viene estimulada en Habermas por el conocimiento de otras culturas en las que no son prioridad las “funciones de conocimiento y manipulación técnica de la naturaleza externa”, pues en éstas se busca dar sentido a la vida como un todo integrado por lo que existen acciones mas allá de la búsqueda eficiente de la técnica:

Las imágenes del mundo lingüísticamente articuladas están entretejidas con formas de vida, esto es, con la práctica cotidiana de sujetos socializados, de suerte que no pueden ser reducidas a las funciones de conocimiento y manipulación técnica de la naturaleza externa ... lo que podemos aprender estudiando otras culturas no son simplemente posibilidades de modos diferentes de hacer las

²⁵ *Ibíd.*, pg. 33.

*cosas, es decir, otras técnicas, sino que, lo que es más importante, podemos aprender diferentes posibilidades de dar sentido a la vida humana, diferentes ideas acerca de la posible importancia que la realización de ciertas actividades puede revestir para un hombre que trata de contemplar el sentido de su vida como un todo.*²⁶

¿Puede el diseño industrial aprender de otras culturas a dar un sentido diferente a la vida humana? La noción de mundo de la vida nos conduce a un estado “aprobemático” entre sujetos o grupos sociales, pues al conocer las razones y motivaciones por las que se percibe la vida de manera diferente, se acepta la subjetividad y se construye consenso:

*Al actuar comunicativamente los sujetos se entienden siempre en el horizonte de un mundo de la vida. Su mundo de la vida está formado de convicciones de fondo, más o menos difusas, pero siempre aprobemáticas. El mundo de la vida, en tanto que trasfondo, es la fuente de donde se obtienen las definiciones de la situación que los implicados presuponen como aprobemática ... El mundo de la vida acumula el trabajo de interpretación realizado por las generaciones pasadas; es el contrapeso conservador contra el riesgo de disintimiento que comporta todo proceso de entendimiento que esté en curso. Pues en la acción comunicativa los agentes sólo pueden entenderse a través de tomas de postura de afirmación o negación frente a pretensiones de validez susceptibles de crítica. La importancia relativa de estas dos magnitudes cambia con la descentración de las imágenes del mundo.*²⁷

²⁶ *Ibíd.*, pg. 90.

²⁷ *Ibíd.*, pg. 104.

Dejaremos por ahora estas nociones de racionalidad para encontrar en dónde reside la fuerza interna que tiene todo este movimiento productivo, industrial originado en Europa y que será también causa de la negativa a pensar el diseño en el marco de la racionalidad y acción comunicativa.

Racionalidad y protestantismo (Racionalismo ético)

Decimos entonces que el ser del diseño es la racionalidad cognitivo-instrumental y que para nuestra comprensión del concepto racionalidad, es de vital importancia conocer en qué se origina su despliegue y dominio en los múltiples campos de acción social, de dónde proviene su energía perdurable que alimenta la laboriosidad y desarrollo constante del aparato tecnológico, económico y político de los países “desarrollados”. Max Weber investiga en la historia de las religiones los fundamentos de dicha actitud ante el trabajo y el desarrollo. Su libro “La ética protestante y el espíritu del capitalismo” consta de dos partes que buscan responder a lo que definió como problema central:

*... determinar la influencia de ciertos ideales religiosos en la formación de una mentalidad económica, de un ethos económico, fijándonos en el caso concreto de las conexiones de la ética económica moderna con la ética racional del protestantismo ascético.*²⁸

Claro, debemos considerar que Weber escribió basado en la sociedad europea de comienzos del siglo XX, sin embargo su

²⁸ Max Weber, La ética protestante y el espíritu del capitalismo, pg. 22.

postura y descripción del ethos económico, racional es vigente por provenir de las raíces del comportamiento laboral que hoy día también encontramos. Weber hace comparaciones entre trabajadores de diferentes religiones y a partir de ello inicia la construcción de su teoría:

... entre los bachilleres católicos el porcentaje de los que acuden a los modernos centros de enseñanza dedicados especialmente a la preparación para estudios técnicos y para profesiones de tipo industrial y mercantil, en general, para cuanto significa específicamente profesión burguesa, es notablemente inferior al de protestantes, porque los católicos prefieren aquella otra formación de tipo humanista que proporcionan las escuelas a base de enseñanza clásica ... ha de ser tenido en cuenta para explicar por él (aunque no solo por él) la menor participación de los católicos en la vida capitalista.²⁹

Un estudiante católico buscará las humanidades que proporcionan las escuelas de enseñanza clásica, lo que le inhibe de participar activamente en la vida capitalista, va a estar inmerso en dicho mercado mas no va a ser de su interés o por lo menos su prioridad acrecentarlo, mientras que el estudiante protestante se ubica en profesiones que en su momento Weber define como profesiones burguesas, de tipo industrial y mercantil, dice también a continuación:

Los católicos demuestran una inclinación mucho más fuerte a seguir en el oficio, en el que suelen alcanzar el grado de maestros, mientras que los protestantes se lanzan en número mucho mayor a la fábrica, en la que escalan los puestos superiores del proletariado ilustrado y de la burocracia

²⁹ *Ibidem*, pg. 35.

industrial. En estos casos, pues, la relación causal consiste en que la elección de profesión y todo ulterior destino de la vida profesional ha sido determinado por la educación de una aptitud personal, en una dirección influenciada por la atmósfera religiosa de la patria y el hogar.³⁰

La educación de aptitudes personales influidas por el contexto en que se vive y se aprende, determina la elección de profesión y destino de la vida profesional. El contexto social con las influencias religiosas, históricas, geográficas, raciales y culturales construirá acciones tendientes a el desarrollo capitalista incluido en una racionalidad cognitivo- instrumental o acciones que tienden al desarrollo humanista asociado a la racionalidad comunicativa. Otro comentario ahora en el campo laboral y que nota la diferencia de la mentalidad de mujeres con formación religiosa de origen pietista es:

En cambio, con las muchachas que poseen una específica formación religiosa, especialmente con las de origen pietista, ocurre un fenómeno distinto ... esta educación religiosa ofrece la más favorable coyuntura para una educación económica. Entonces aparecen unidas en estrecho matrimonio la capacidad de concentración del pensamiento y la actitud rigurosamente fundamental de sentirse obligado al trabajo, con el más fino sentido económico, que calcula la ganancia y su cuantía, y un austero dominio sobre sí mismo y una moderación que acrecienta extraordinariamente la capacidad del rendimiento en el trabajo. Entonces es prácticamente posible la consideración del trabajo como fin en sí como profesión, que es lo que el capitalismo exige, y entonces hay probabilidades prácticas de superar la

³⁰ *Ibíd.*, pg. 35.

*parsimonia tradicionalista, que el nuevo tipo de educación religiosa hace imposible.*³¹

Se considera entonces el trabajo como un fin en sí, como profesión, pues combina la estricta concentración para realizarlo de la mejor manera posible con un cálculo exacto de su ganancia y posibilidad de ascenso en la escala de ocupación, la obligatoriedad y más importante, un dominio sobre sí mismo, la austeridad y moderación siempre en beneficio del rendimiento laboral. ¿Qué ocasionó dicha actitud ante el trabajo que posibilita el crecimiento exponencial del mundo industrial y capitalista? O como se pregunta Weber:

*¿Qué ideas fueron las determinantes de que un tipo de conducta, sin más finalidad aparente que el enriquecimiento, fuese integrado en la categoría de profesión, ante la que el individuo se sentía obligado? Pues esta obligación es justamente lo que suministra apoyo y base ética a la conducta del empresario de nuevo estilo.*³²

La vida carece de sentido si no existe un trabajo en sí mismo que la justifique, pues la misión del hombre será trabajar y esta misión será impuesta por dios. Por tanto la asimilación del trabajo como obligación tiene su origen en la ausencia de sentido de la vida producto de la visión tradicionalista de la existencia y un deseo del hombre por renunciar al ideal metafísico de la recompensa divina en el cielo. Weber reafirma el papel del concepto profesión como central en la ética protestante que viene a alimentar la racionalidad cognitivo – instrumental y dice:

Profesión es aquello que el hombre ha de aceptar porque la providencia se lo envía, algo ante lo que tiene que allanarse;

³¹ *Ibidem*, pg. 66.

³² *Ibidem*, pg. 82.

*y esta idea determina la consideración del trabajo profesional como misión, como la misión impuesta por Dios al hombre.*³³

Los diferentes pueblos entre sí notaban que la diferencia religiosa favorecía o afectaba el “espíritu comercial”, que también se reforzaba con desarrollos económicos y condiciones que forzaban a la ruptura con acciones y actitudes tradicionales, la “herejía” como se designaba a todo pueblo que practicara una religión distinta a la católica, según se dieron cuenta los españoles, ayudaba en el comercio:

*Ya los españoles sabían que la herejía (es decir, el calvinismo) favorecía el espíritu comercial ... Gothein califica a la diáspora calvinista como el vivero de la economía capitalista. Cabe pensar que el elemento decisivo en esto fue la superioridad de la cultura económica francesa y holandesa, de la que precisamente nació esta diáspora, o, también, la poderosa influencia del destierro y la violenta ruptura con las relaciones tradicionales.*³⁴

La iglesia católica tiene, según el juicio que Weber hace en la siguiente cita, una especie de miopía moral, pues acentúa la predisposición al pecado otorgando indulgencia, perdón, mientras que reprime cualquier intento o construcción de realidades diferentes a las estipuladas, en este sentido, el catolicismo propicia el subdesarrollo y las visiones limitadas en la construcción del mundo social:

En la actualidad, hay pueblos de fisonomía económica absolutamente moderna que soportan el dominio de la

³³ *Ibíd*em, pg. 104

³⁴ *Ibíd*em, pg. 41.

*iglesia católica - la cual castiga al hereje, pero es indulgente con el pecador, como lo era entonces todavía más que ahora...*³⁵

La aparición del protestantismo en Europa del norte haciendo frente al catolicismo, hizo que cambiara consistentemente la percepción del mundo, dios y el papel del hombre en la sociedad, convirtiéndose en germen para un desarrollo racional acelerado. El cambio de las imágenes míticas del mundo y su aceptación abierta a lo desconocido, cambia por un acceso a la razón como fuente de conocimiento de dios y por lo tanto a la acción personal como única fuente de salvación. Es apertura a una actitud cognoscitivo-instrumental, es decir, que relaciona pensamiento y acción planificada para lograr un objetivo predeterminado. La ética protestante generada valida la actitud instrumental como dice Habermas:

*La figura concreta de la ética protestante, centrada en torno a la idea de profesión, significa, en efecto, que el racionalismo ético proporciona el fundamento para una actitud cognoscitivo-instrumental frente a los procesos intramundanos, y en especial frente a las interacciones sociales en el ámbito del trabajo social.*³⁶

Surge entonces una ética que relaciona de manera efectiva, el trabajo, denominado profesión y la concepción religiosa, como una “unidad, sistemática e indestructible”, pues para el hombre ahora el cumplimiento de las acciones racionales dirigidas a fines son mandato de dios, lo que se traducirá en salvación para

³⁵ *Ibidem*, pg. 33.

³⁶ Jürgen Habermas. Teoría de la acción comunicativa. Tomo I, p. 223.

su vida ya pecadora, por lo tanto es la forma como puede reponer su falta, como dice Weber:

Sólo la ética profesional del protestantismo ascético³⁷ introdujo en el mundo esta unidad de principio, sistemática e indestructible, de ascesis profesional intramundana y certeza religiosa de salvación. La única y exclusiva significación religiosa que, a fuer de criatura caída, tiene aquí en el mundo es la de ser objeto del cumplimiento del deber mediante una acción racional atendida a la voluntad de un Dios absolutamente supra mundano. El carácter finalista de la acción, sobrio y sin concesiones al mundo, y el éxito de ella, se convierten en signo de la bendición de Dios.³⁸

Este racionalismo ético preparará el surgimiento de las profesiones inscritas en una actitud cognitivo-instrumental, entre las que el diseño está por su cálculo y predictibilidad, generando un claro marco del ser del diseño que buscará hacerse presente en un ente en cualquier contexto social siempre y cuando represente una posibilidad de ganancia y de poder económico y cultural.

Weber dedicó gran parte de su vida a entender por qué fuera de Europa, ni la evolución científica, artística, política ni económica se dirigió por las vías de racionalización propias de Occidente, a esto indicó como los fenómenos causantes:

³⁷ Ascético hace referencia a aquel que se dedica a la práctica y ejercicio de la perfección cristiana.

³⁸ Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft*, Colonia, 1964, pg. 18. Tomado de *Teoría de la acción comunicativa*, T. I, Jürgen Habermas, pg. 234.

... la ciencia moderna, que da forma matemática al saber teórico y que lo somete a prueba por medio de experimentos controlados; añade a continuación el cultivo sistemático y la organización universitaria de las especialidades científicas; menciona la literatura impresa destinada al mercado y la institucionalización del cultivo del arte, que se opera con los teatros, museos, revistas, etc.,; la música armónica con las formas de sonata, la sinfonía, la ópera, y con los instrumentos órgano, piano y violín; el empleo de la perspectiva lineal y aérea en pintura y los principios constructivos de las grandes edificaciones monumentales; enumera además la sistematización científica de la teoría del derecho, las instituciones del derecho formal, y una judicatura ejercida por funcionarios especializados en derecho; la moderna administración estatal con su organización racional de funcionarios, que opera sobre la base de un derecho estatuido o positivado; la calculabilidad y previsibilidad del comercio social regulado por el derecho privado, y a la empresa capitalista, que trabaja con vistas al lucro, que supone la separación de la hacienda doméstica del negocio ... finalmente a la ética económica capitalista que es parte de un modo racional de vida.³⁹

Son múltiples las razones por las que Weber determina la evolución de la ciencia, el arte y la política como propias de occidente, se resumen todas ellas en la total predeterminación, seguimiento y registro de cualquier actividad humana, lo cual determina el acceso al pensamiento racional y, este pensamiento es motivado por preceptos religiosos que surgen de la transformación del pensamiento mítico religioso, el desencantamiento de dichos símbolos trascendentales para poder ser útiles en la construcción de medios racionales de vida.

³⁹ Jürgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 213.

Weber investiga los fundamentos religiosos del comportamiento racional en la vida analizando la conciencia cotidiana de las ideas calvinistas, pietistas, metodistas y de las sectas nacidas de los movimientos anabaptistas, de los que extrae como rasgos principales:

El rechazo radical de los medios mágicos, también de los sacramentos como medios de búsqueda de la salvación, lo que significa el definitivo desencantamiento de la religión;

La destrucción del universo simbólico de la religión que nos permite visualizar la preferencia por lo real, por todo aquello que tiene una causa comprobable por la razón, sin permitir que sobrevivan mitos tras los cuales se escondan preguntas sin respuesta, sin dar concesiones a la imaginación. Los sacramentos ya no tienen poder para salvar, no están asociados a alguna acción práctica y racional por la que el piadoso busque su perdón. Los objetos asociados a ritos o poderes dados por la tradición, serán desechados originando una percepción industrial, programada del mundo material.

El implacable aislamiento del creyente dentro de un mundo en que en todo momento corre el riesgo de divinizar a las criaturas, y en medio de una comunidad soteriológica⁴⁰ que no admite una identificación visible de los elegidos; al no ser fácil distinguir entre los que merecen salvarse por sus actos, debe aislarse de miembros de otras religiones así como del mundo ordinario para evitar caer en el pecado.

⁴⁰ Soteriológico: que se refiere a la salvación, a la redención por Jesucristo.

La idea de profesión, originalmente de origen luterano, según la cual el creyente ha de acreditarse en el mundo como sumiso instrumento de Dios a través del cumplimiento mundano de sus deberes profesionales;

El deber profesional será el único medio para cumplir con la obra de dios, para ser parte de su iglesia, que junto a los otros preceptos como el aislamiento y rechazo al mundo mágico será perfectamente complementario.

La transformación del rechazo judeo-cristiano del mundo en ascesis intramundana: en un incansable trabajo profesional en que el éxito externo no representa el fundamento real pero sí un fundamento cognoscitivo del destino soteriológico individual;

Antes que percibir el mundo como un espacio de sufrimiento, se convierte en un lugar de oportunidades de trabajo, donde el ideal cristiano puede ser cristalizado en la perfección laboral que busca el éxito en el mundo y fuera de él.

Finalmente, el rigor metódico de un modo de vida regido por principios, autocontrolado, centrado en el yo, que al organizarse en torno a la idea de la necesidad de asegurarse de la propia salvación va adueñándose sistemáticamente de todos los ámbitos de la existencia.⁴¹

La disciplina en la actividad diaria, el rigor y control de los vicios y placeres, sustituidos por actividades lucrativas o de aprendizaje, vinculadas al crecimiento personal que busca en

⁴¹Max Weber, en prólogos a artículos sobre sociología de la religión. Tomado de Teoría de la acción comunicativa, Jürgen Habermas, pg. 223.

todo momento la propia salvación en cualquier acción de vida, puede percibirse como un ambiente propicio para el desarrollo racional en extremo, que generará ventajas competitivas evidentes frente al ideal cristiano católico basado en la autoconmiseración y espera de la solución a sus problemas más que por el trabajo, en la caridad y la esperanza de la ayuda divina. Complementa Habermas dicha idea con lo siguiente:

*Lo que aquí se exige no es castidad como en el caso del monje, sino exclusión de todo “placer” erótico; no pobreza, sino la eliminación de todo goce rentístico y de la gaya ostentación feudal de la riqueza; no mortificación ascética en el claustro, sino una forma de vida racional y despierta, y la evitación de toda entrega a la belleza del mundo, al arte o a los propios sentimientos y estados de ánimo; la disciplina y el método en la forma de conducirse en la vida se convierten en el único fin, el “hombre de profesión” en el representante típico, y la objetivización y societarización racionales de las relaciones sociales en la consecuencia específica de la ascesis intramundana occidental, en contraste con todas las otras formas de religiosidad que han existido en el mundo.*⁴²

“...disciplina y método” es finalidad de la vida para alimentar el hombre de profesión que se requiere para el avance social y religioso, la concordancia con las políticas sociales y económicas, como dice en el siguiente párrafo, de la capacidad para el autocontrol y gobierno racional de la propia vida, depende el racionalismo económico, sumando a ello el avance técnico y del derecho.

⁴² *Ibíd.*, pg. 234.

*... el racionalismo económico depende en su origen tanto de la técnica y el Derecho racionales como de la capacidad y aptitud de los hombres para determinados tipos de conducta racional.*⁴³

Weber relacionó la racionalidad al manejo de las imágenes míticas del mundo así como a un análisis del capitalismo. No consideró los procesos de racionalización como fenómenos particulares de Occidente aunque sólo en la modificación de las religiones en Europa fue donde ofreció los rasgos más característicos que distinguen a la modernidad como tal. No confiaba en procesos racionales que no contemplaran la ética, asunto que observó en las sociedades modernas por lo que la ciencia y técnica perdieron su posición paradigmática en sus estudios.⁴⁴

La orientación ético-valorativa que Weber percibe de vital importancia en los procesos racionales con arreglo a fines, nos brinda una similitud con la crítica actual que será desarrollada más adelante respecto al papel del diseño en la sociedad actual, o, desde otro ángulo de visión, de una oferta de productos en una sociedad globalizada guiada por el interés exclusivo de la acumulación de capital, sin atender razones inherentes a

⁴³ Max Weber. La ética protestante y el espíritu del capitalismo, pg. 22.

⁴⁴ “Weber desconfía de los procesos de racionalización abandonados a su propia lógica, exentos de toda orientación ético-valorativa, que observa en las sociedades modernas, hasta el punto de que, en su teoría de la racionalización, la ciencia y la técnica pierden su posición paradigmática. Las investigaciones de Weber se concentran en los fundamentos práctico-morales de la institucionalización de la acción racional con arreglo a fines.” Habermas en Teoría de la acción comunicativa, pg. 212.

condiciones sociales, crecimiento social, humanidad, necesidades básicas, nación, unidad, identidad.

Las diferentes prácticas originadas en occidente y que conforman el pensamiento racional, permiten organizar la sociedad en relación a la estructura que determina los principales mecanismos de relación e intercambio social, aquel esquema racional define la estructura social, familiar de las naciones occidentales, planteando como su ética o fundamento ético-valorativo el lucro y perpetuación de la sociedad de consumo.

El absoluto fundamento ético-valorativo del diseño industrial asociado a la ética protestante (de donde fue originado), lo conduce a una acción dependiente de la racionalidad cognitivo-instrumental guiada por la dinámica que el sistema capitalista le suponga, antes productos locales ahora mercado global, antes identidad cultural ahora identidades de marca y consumismo. ¿Es posible pensar en un fundamento ético-valorativo diferente, adecuado a países en proceso de desarrollo?

Contexto: sociedad en Latinoamérica

La racionalidad fuertemente desarrollada en Europa, genera los medios de comunicación y transporte necesarios para adecuarse a diferentes espacios y esparcirse en cualquier lugar del mundo donde sea reproducible la racionalidad cognitivo-instrumental, generando en todo el mundo diferentes grados de avance en la construcción racional de la realidad y marcando notorias diferencias en el carácter teleológico (fines a futuro) y sus resultados exitosos entre naciones, regiones, continentes. En muchos casos se transmiten vicios, dificultades en el proceso racional, en otros, la herencia de pensamiento estructurado y asimilado como ideal de nación, se convierte en nuevas naciones dominantes y avanzadas.

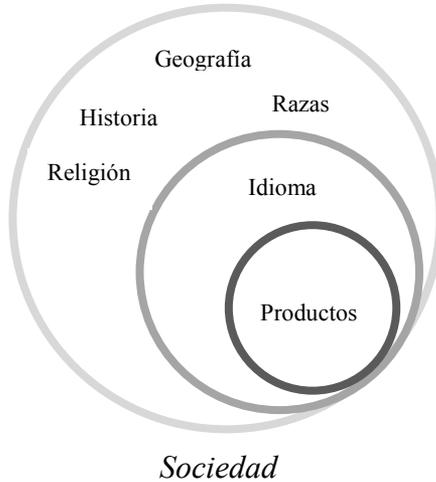
En esta dispersión de la racionalidad y sus diferentes canales de transmisión, ingleses, españoles, nórdicos, portugueses, alemanes, entre otros, ¿cómo podemos encontrar una definición de lo que llamamos Latinoamérica?

¿Qué es Latinoamérica?

Decir qué es Latinoamérica equivale a simplificar en una frase una vasta complejidad y variedad de momentos, lugares, expresiones y pensamientos que vive y ha vivido un grupo determinado de personas en espacios y momentos. Equivale a decir qué es una sociedad, y ¿qué es una sociedad? En nuestro hilo discursivo, una sociedad es una identidad, es decir, el resultado de la unificación entre un ser y un ente en un marco contextual.

En la figura 6, vemos la definición de sociedad según el esquema de análisis de la identidad. En la sociedad, el contexto y el ser se complementan con algunos elementos que definen Latinoamérica (geografía, historia, razas, religión, idioma), dejándose notar y expresar por medio de productos.

Figura 6



Hablamos de sociedad como un ser (espíritu, ideal, espacio, momento, lenguaje común), generalmente nacido de los movimientos humanos en busca de mejores alternativas de vida y éxito, lo que los lleva a habitar espacios en un tiempo determinado asociándose para librar y superar las dificultades que contiene el hecho de estar vivo. Tienen en común el objetivo primordial de sobrevivir a las adversidades del entorno natural y organizarse para transformar dicho entorno hostil en un ambiente manipulable y adecuado a las necesidades de la supervivencia del grupo social. Dicho entorno hostil contiene tanto fuerzas naturales (algunas inmanejables) como el agua, el sol, los animales, minerales, plantas, como otros grupos humanos, sociales que como ellos buscan sobrevivir y dominar

su entorno. En este momento la acción del hombre en sociedad por dominar, se convierte en lucha, en dominio de la adversidad, lo que generará la infinidad de entes (objetos – sistemas – conocimientos) con los que espera ganar la batalla.

Decíamos que el ser busca hacerse presente por medio de un ente, buscar la identidad, buscar estar, dicho ser se origina en la misma necesidad de la vida ante la muerte, por ello todo acto creativo será un esfuerzo y un logro más frente al vacío de la nada, la destrucción, la muerte.

Aquí la relación entre identidad, diseño industrial y sociedad, funciona así: en el mundo social existe la constante tensión entre vida y muerte, existencia o destrucción, esta pulsión normal obliga al ser humano (contrario al animal o a seres irracionales, a quienes no importa morir, solamente tienen un instinto de conservación desarrollado) a luchar contra la inexistencia, contra la muerte, por lo que se agrupa con otros de su misma especie, origen e “intereses” e inicia la construcción de pensamientos, objetos, sistemas que le permitirán imponerse y perpetuarse. Dicha sociedad tiene por lo tanto ideales y necesidades en común que buscarán satisfacerse por medio de objetos, sistemas y pensamientos, es decir por medio de entes, en dicha satisfacción común se genera identidad. El diseño participa en dicha lógica social, allí se origina, en sociedades que dan el paso de la tradición a la modernidad, profundamente asociadas a ideales de nación.

Fuera de dicha lógica, el diseño amplía su escenario social más allá del significado de su sociedad, se ubica en el desarrollo de entes que luchan ante la inexistencia de la sociedad global, es decir, el desarrollo técnico-productivo nos lleva a asumir la

sociedad fuera de diferencias de lenguaje, razas o historia, unificándonos en el objetivo común de vencimiento de la muerte por el hombre. Sin embargo, el desarrollo racional y la generación de un deber ser del hombre vinculado a procesos técnico-productivos inmerso en dinámicas de mercado altamente racionalizadas, conlleva en sí mismo un vacío ético ya que choca y con ello niega violentamente ideales sociales que inicialmente fueron exitosos en la lucha por la existencia y a partir de los cuales se generan normas morales y éticas respetadas por los miembros de la sociedad.

El vacío ético de la racionalidad se hace cada vez más notorio a medida que se racionalizan más aspectos de la vida social, pues se justifican los medios, las acciones teleológico-estratégicas para lograr fines, cualquiera que éstos sean y que irán acordes a la lógica propuesta por la racionalidad cognitivo-instrumental. Por ejemplo, será más importante generar una gran industria del entretenimiento que permita que crezcan alrededor de ella múltiples oportunidades de negocio, que centre la atención del espectador en el ideal de consumo (pues ello generará a su vez más mercado), que el trabajo de calidad del artista o guionista, el mensaje será mejor valorado en la medida que genere mayores dinámicas de consumo, una dependencia por el producto expuesto, que si su mensaje permite la solidaridad y respeto por los derechos del otro.

El vacío ético a que nos referimos hace referencia precisamente a la destrucción de la sociedad en virtud de la construcción del ser humano inmortalizado por la técnica. Un ser humano que puede vivirlo todo, experimentarlo todo desde su casa, que puede ser uno sin necesidad de los demás, o que solo requerirá de los demás si tiene un plan estratégico donde

Los otros son materia para la construcción exitosa de su futuro. La sociedad es sacrificada pues la racionalidad da cuenta de la arbitrariedad con que ha sido gobernada por mitos irracionales (religión, valores) y coloca en la picota pública todo ideal confuso y tradicional que contradiga la emancipación del hombre técnico.

Vacío ético porque bajo el lente de la racionalidad instrumental se olvida el origen social del hombre, se evalúa su humanidad según el aporte a la gran máquina productiva y se desechan posturas de arraigo y amor a la tierra y a la sociedad que no tengan acciones teleológico-estratégicas implícitas. Las sociedades tienen sentido en la medida que comparten un ser que les imprime la voluntad de luchar juntos o asociados en contra del vacío, de la nada, de la muerte y destrucción, esto los une en la búsqueda de entes que buscarán en primera instancia perpetuar su grupo y dominar el contexto, ¿sin este impulso podemos hablar de la existencia de una sociedad? ¿Podemos hablar de construcción de identidad e identidades latinoamericanas?

Solamente es probable que exista como una comunidad de mercado, consumidora y productora, como grupo irracional que funciona como medio de producción y de consumo de esfuerzos realizados en común en otros grupos humanos.

Por lo pronto podemos decir que Latinoamérica es grupo de sociedades de donde se originan expresiones artísticas, culturales, políticas, económicas, entre otras, que comparten elementos en común que las hacen dependientes y correlacionadas. Latinoamérica es construcción de identidad e identidades constante, una relación de ser y ente que

continuamente se está redefiniendo tanto para su debilitamiento como fortalecimiento, en la cual tenemos en cuenta lo que la hace posible: un lenguaje común, una historia común, una geografía común, una religión común y unas razas que comparten ideales políticos, culturales y económicos consciente o inconscientemente.

En Latinoamérica conviven tres tipos de sociedad que, darán diferentes matices al análisis de la identidad en el diseño industrial, éstas son la sociedad tradicional, moderna y global, que están diferenciadas entre sí por su mayor o menor acercamiento a la racionalidad cognitivo-instrumental por medio de acciones teleológico-estratégicas. ¿Qué significa cada una de ellas? ¿Cómo están presentes en Latinoamérica? ¿Cómo afectan la generación de identidades de diseño en Latinoamérica?

Sociedades

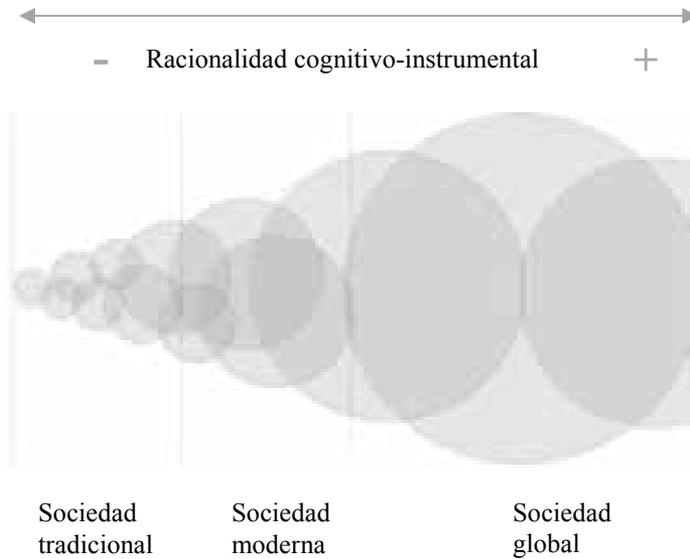
La racionalidad nos sirvió para definir el diseño como actividad resultante de su proceso en el mundo material, dicho proceso de racionalización que busca apoderarse de todo ámbito del conocimiento y la acción humana, define con respecto a sí mismo y su acción a los objetos, grupos, sistemas con los que tiene contacto. Al ubicar el concepto “sociedad latinoamericana” frente al concepto “racionalidad cognitivo-instrumental”, podemos encontrar que Latinoamérica se encuentra en un constante proceso de racionalización que podemos tomar en cuenta desde el encuentro con la cultura europea en el “descubrimiento” de América a finales del siglo XV, proceso que ha sido de diferente intensidad según la zona geográfica, su complejidad étnico-racial y su potencialidad

económica. Así, desde el punto de vista del proceso “racionalizador” del espacio americano en poder de España y Portugal, a través de los siglos se definieron diferentes tipos de sociedad en relación a su progreso racional. De allí se desprende nuestra división en tradicional, moderna y global.

Hablar por tanto de Latinoamérica es hablar de convivencia y confrontación de simultáneos esquemas mentales, de tipos diferentes de sociedades, con intereses en muchos casos opuestos, pero que al final se unifican por la posibilidad de desarrollo e intercambio económico, como un microsistema del gran sistema mundial global, lo que se conoce como globalización.

En la figura 7 se pueden ver los tres tipos de sociedad en Latinoamérica, sociedad tradicional como aceptación de mundo mítico-religioso, sociedad moderna como ideal nacional en contacto con el mundo y la sociedad global como nación universal, éxito individual; en la figura vemos como múltiples sociedades tradicionales se fusionan en menores grupos de sociedades modernas que buscan a su vez ser casi una unidad en la sociedad global:

Figura 7



En cada tipo de sociedad la relación de identidad cambia desde la óptica del diseño, en la tradicional la búsqueda de productos que respondan a necesidades del contexto local y a las características del ser generan un trabajo interno que será coherente aunque probablemente aislado y lento. En la sociedad moderna, la apertura a otras realidades sin perder el concepto de comunidad, la unidad del grupo social, hace que lo ente se acerque a ser altamente representativo del sistema interno de la identidad social, fortaleciendo la estructura ser-ente en el contexto. En la sociedad global, la desaparición de un marco contextual rígido para el cual se diseña, la primacía de la rapidez, simultaneidad y fluidez de capital, destruye la unidad nacional, comunitaria, social y propicia la actuación individual o por núcleos de interés particulares que giran alrededor de acciones estratégicas orientadas en la búsqueda del dominio del

capital, de los recursos naturales y humanos, por lo que el ente o producto será homogéneo, más elaborado pero probablemente desarticulado conceptualmente con la realidad local de la sociedad tradicional. El ente se hace protagonista en la vida social, haciendo que el consumo disminuya la existencia de un ser e invierta la relación acostumbrada de ser- ente a ente-ser, pues ahora se es lo que se tiene, lo que se consume, no se consume o se tiene acorde a lo que se es.

En relación al diseño industrial, la inversión de los elementos que componen la identidad hará que el concepto se transforme, transformando a su vez la disciplina. Si partimos de la premisa que diseñar es proyectar, crear identidades y decimos que una identidad es la relación coherente entre un ser y un ente en un contexto, y además que el ente tradicionalmente ha surgido de la concepción de ser en un contexto, lo que cambia es que en la sociedad moderna se origina el avance en el movimiento del ente como prioritario para la construcción de identidad y en la sociedad global el ente es la razón de ser del ser, es decir, la realidad construida por el hombre suplanta el universo de las ideas que antes gobernaba la existencia del hombre en sociedad y desde allí, construye una relación interna, introspectiva en la que lo material, la experiencia de lo artificial se convierte en ser de lo que a su vez será generado como ente, lo artificial genera necesidades artificiales.

Antes, lo artificial surgía de necesidades internas asociadas al mundo irracional e inmanejable de la naturaleza, ahora surge de necesidades asociadas al mundo artificial y manejable del hombre, lo que nos remite al diseño en la sociedad global como trabajo absolutamente racional con arreglo a fines, que estará originado y condicionado por un pensamiento que ha superado

y por lo tanto no debe tener en cuenta y no lo tiene en cuenta un pensamiento tradicional atado a lo improbable. Esto lo veremos mas adelante asociado a la comprensión de cómo cada tipo de sociedad a partir de la historia, política, economía, cultura, construye determinado panorama de Latinoamérica y de qué manera modifica la acción del diseño industrial en la construcción de identidades e identidad en Latinoamérica.

Sociedad tradicional

Por sociedad tradicional entendemos a aquel grupo humano en un espacio territorial fijo con unos preceptos de conservación de su identidad llevados hasta el extremo. Son nacionalistas o localistas, pues pretenden construir una gran nación para poder enfrentarse a otras en una relación de igualdad. Propician el crecimiento interno, endógeno para sentirse seguros de ser una “familia”, de tener un idioma en común, unos patrones de conducta homogéneos que permitan la lucha por la emancipación de agentes externos represores.

Es aquélla en la que la racionalidad con todo su patrón normativo y estratégico no ha logrado convertir acciones eminentemente comunicativas y asociadas a percepciones folklóricas del mundo, a aceptación de creencias en mitos y religiones basadas en la fe, en acciones teleológico – estratégicas, es decir, pensadas para lograr una finalidad clara, generalmente originadas en el deseo y fuerte necesidad de dominio de la naturaleza y del otro ser humano.

En las sociedades arcaicas los mitos cumplen de una forma paradigmática la función de fundar unidad, propia de las imágenes del mundo. Al tiempo, dentro de las tradiciones culturales que nos resultan accesibles, ofrecen el más agudo contraste con la comprensión del mundo que prevalece en la modernidad. Las imágenes míticas del mundo están lejos de permitir orientaciones racionales de acción en el sentido en que nosotros entendemos el término racional. Constituyen, en lo que se refiere a las condiciones de un modo racional de vida en el sentido indicado, una antítesis de la comprensión moderna del mundo. De ahí que quepa esperar que en el espejo del pensamiento mítico resulten visibles los

*presupuestos hasta ahora no tematizados de la mentalidad moderna.*⁴⁵

La sociedad tradicional, es por tanto similar a sociedades arcaicas, basadas en mitos para poder mantenerse unidas, para lograr la fuerza necesaria para construir cultura. Requieren imágenes a las cuales acudir para identificarse, para ser parte de un mismo cuerpo social con actividades colectivas que buscan a fin de cuentas, regenerar dichos mitos. En la ciudad de México, es notoria la gran convivencia de sociedades tradicionales en la gran urbe, entre el trabajo cotidiano en un gran desorden y caos, se puede percibir el culto a la virgen de Guadalupe, a la bandera mexicana, a los tacos y la tortilla milenaria.

Bogotá, en medio de su desarrollo futurista, deja ver la pasión por convivir con festivales vallenatos, bailes callejeros, comparsas y aguardiente.

La sociedad tradicional fundamenta su existencia en el fortalecimiento de valores locales no compartidos con el exterior, elementos que, no cabe duda, fueron logrados por el trabajo y muchas veces por acciones heroicas, que transmiten a la vez los ideales que se espera sean mantenidos y regenerados frente a la opresión. Están compuestas por ciudadanos que desean liberarse de algo, mas para lograrlo solamente encuentran la ruta del nacionalismo. Por ejemplo, quieren liberarse del yugo de los países o sociedades centrales, del primer mundo, desarrollados, pues conciben su situación injusta, empobrecidos a causa de acciones racionales estratégicas en clara ventaja frente a la propia menos racional,

⁴⁵ Jürgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 71.

más emocional, sentimental, ambigua y poco estructurada, propia de países llamados periféricos, del tercer mundo, sub-desarrollados.

*En la medida en que el mundo de la vida de un grupo social venga interpretado por una imagen mítica del mundo, los individuos pertenecientes a él se ven exonerados del peso de la interpretación, pero a la vez se ven privados de la oportunidad de llegar por sí mismos a un acuerdo susceptible de crítica.*⁴⁶

Dicha sociedad se libera de cuestionamientos problemáticos sobre la vida y el poder al dar respuesta a inquietudes solo con posturas irracionales basadas en la leyenda y el mito. No puede entenderse la sociedad tradicional si no es frente a su ulterior desarrollo en la modernidad, lo cual es producto de procesos de racionalización persistentes, que no es más que un proceso de orden y rigurosidad en cualquier acción familiar, laboral o social.

El miembro de sociedades tradicionales asume su papel como parte de un grupo social que piensa hacia adentro, está por lo tanto cobijado por la decisión tomada a altos niveles, su autonomía es limitada por exceso de confianza en la autoridad, en los guías, no pretende salirse de cánones tradicionales de acción, a no ser que alguna circunstancia afecte su tranquila existencia, en este caso las guerras, hambrunas, injusticias, invasiones, pueden ser un motivo para transformar su confianza en lo que tiene y buscar nuevas salidas, que en muchos casos coincidirán con un pensamiento moderno.

⁴⁶ *Ibíd.*, pg. 105.

En la medida en que las imágenes míticas del mundo dominan el ámbito del conocimiento y de las orientaciones de acción, no parece posible deslindar con claridad un ámbito de lo subjetivo, pues ni las intenciones ni los motivos quedan separados de las acciones y de las consecuencias de éstas ni los sentimientos separados de sus manifestaciones normativamente fijadas, estereotipadas. Es típica en este contexto la observación de que los miembros de las sociedades arcaicas ligan su identidad a los detalles del saber colectivo fijado míticamente y a las particularidades formales de los preceptos rituales. Pues al igual que no disponen de un concepto formal del mundo que fuera capaz de garantizar la identidad de la realidad natural y social frente a las cambiantes interpretaciones de una tradición temporalizada, tampoco el individuo puede contar con un concepto formal de Yo que pudiera asegurar su propia identidad frente a una subjetividad autonomizada y que se tornara movediza.⁴⁷

El ámbito de lo subjetivo a que se refiere Habermas es la posibilidad de que un miembro de estas sociedades pueda salirse de lo creado en comunidad, de aquellas concepciones de comportamiento y pensamiento perpetuadas de generación en generación y que permiten la existencia de dicha sociedad sin perder su esencia ni formas de expresión. La referencia a la identidad ligada mitos y rituales, nos da una clave de comprensión, ésta es que el miembro de un grupo social construye su identidad a partir de los elementos creados y mantenidos grupalmente a partir de un saber colectivo, por lo que la identidad podemos entenderla como las formas asociadas a acciones rituales correspondientes a saberes colectivos, es decir, la unidad completa entre pensamiento y acción. El

⁴⁷ Ibidem, pg. 80.

individuo no existe sino en casos extremos y prefiere no existir, pues su seguridad se mantiene viva por la idea de grupo.

En definitiva, el individuo está atado a su cultura y ama dicha atadura hasta que una permanente opresión por medios o culturas externas hace que busque su emancipación de la opresión, que en el fondo, no es más que la emancipación de la estaticidad de su cultura tradicional, pues sólo así será capaz de enfrentarse a aquel que lleva la delantera en la agresión. La agresión y su capacidad de ser ejecutada, puede entenderse como característica de una sociedad que busca transformarse y crecer, que se puede traducir en modernización y actualmente globalización, pues es la posesión de los bienes del mundo para fortalecer grupos sociales modernos en la lucha por el dominio y la existencia.

La creciente crítica a la sociedad globalizada es causada por la convivencia inadecuada de diferentes sociedades en un esquema común espacio-temporal. La pérdida de valores tradicionales, de mundos míticos, su desplome a cambio de valores modernizadores que buscan crear valor capital en toda acción emprendida, que requiere eliminar aquello que no sea aplicable a una finalidad clara y replicable económicamente, son características del mundo actual. Es visible la lucha actual, mas que antes, entre la búsqueda de hegemonía de las superpotencias económico-tecnológico-culturales y la búsqueda de supervivencia de tradiciones y esquemas sociales propios de países del tercer mundo.

Esta lucha entre sociedades tradicionales, modernas y globales, que describe la historia de la humanidad, es dada en

Latinoamérica de manera particular y es lo que vamos a analizar a continuación.

Sociedad tradicional y Latinoamérica

Podemos entender la región latinoamericana como una unidad debido a su comportamiento similar frente a las dinámicas del capitalismo, lo que significa su dependencia y dificultad histórica para lograr una postura autónoma y moderna por sí misma ante los países dominantes del comercio mundial. Para comprender su dinámica de desarrollo, vamos a apoyarnos en la historia desde la colonia, comentando citas de algunos autores que nos permitirán describir por qué, en este caso, consideramos a Latinoamérica como una sociedad tradicional.

Marx inicia diciendo que en las colonias:

*El excedente económico producido en estas áreas no llegaba a transformarse realmente en capital en el interior de ellas, donde se distorsionaba al productor directo por vías esclavistas y serviles, sino que fluía hacia el exterior para convertirse, allí sí, en capital.*⁴⁸

En este pasaje vemos como el trabajo realizado durante la época colonial y aún posterior en el periodo de conformación de naciones, incidió en mínima forma en la acumulación de capital en los países productores, es decir, la riqueza generada con el trabajo esclavista y servil, sirvió principalmente para enriquecer y dinamizar la actividad modernizadora en los países

⁴⁸ El capital, Carlos Marx, México, Siglo XXI, 1975, t. I, vol. 3, pp. 942-943.

Europeos y norteamericanos, generando algún grado de desarrollo en Latinoamérica pero a niveles siempre inferiores a los europeos, manteniendo una relación de dominio que imprimió su sello de dependencia tecnológica y financiera.

Es importante recalcar que, en términos de construcción de identidad de naciones, fue profundamente negativo este punto, pues para la permanencia de dicho esquema productivo de los países dominantes, tuvo que estructurarse una sociedad basada en la corrupción, pobreza e injusticia, donde cualquier protesta en contra de los intereses hegemónicos de las potencias, sería y es brutalmente reprimida, bien sea por violencia física, ideológica o de mercado, lo que equivale a matanzas, desprestigio ó invasión de mercado.

La propia estructura colonial de la época, que tenía como eje el control metropolitano del comercio, determinó que a raíz de la independencia se produjera una suerte de vacío en este punto, vacío que por así decirlo venía a consumir la desarticulación del sistema todo.⁴⁹

La independencia de España significó la emancipación del régimen colonial instaurado por dicho país tradicionalista, pero no la liberación de compromisos económicos instaurados por países dominantes, generadores de esclavitud y pobreza en los nuevos tímidos estados latinoamericanos.

El periodo de acumulación originaria en Europa corresponde en América Latina a un periodo de expropiación de riquezas y des acumulación originaria. Del

⁴⁹Agustín Cueva, El desarrollo del capitalismo en América latina, editorial Siglo XXI, pg. 12.

enorme excedente generado en la Nueva España, sólo una porción se queda en el país. El gobierno virreinal y los españoles se encargan de transferir la mayor parte hacia la metrópoli... En la Nueva España, o en el Perú, se generaba suficiente excedente para transformar a estos países en potencias (de carácter feudal o incipientemente capitalista). Pero en realidad esta posibilidad nunca existió.⁵⁰

La sociedad tradicional latinoamericana ha tenido dificultades históricas para poder desarrollarse en países capitalistas modernos; esto no fue de interés de las clases dominantes, pues consideraban estas tierras como simples periferias de los países centrales. La intención de desarrollo fue constantemente abolida en pro de intereses capitalistas a costa de la pobreza y esclavitud de la gran mayoría de la población, que en algunos momentos por medio de movimientos armados revolucionarios lograron luchar y emanciparse, sin la correspondiente capacidad de mantenerse en el poder ejerciendo una postura frontal de negociación ante los países centrales. Es el caso de casi todos los países, quienes después de luchas fuertes por tomar el poder y realizar la anhelada reforma agraria para la repartición justa de tierras, se vieron amenazados y violentamente usurpados en su intención por las oligarquías, como dice Cueva:

... la estructura económico-social heredada del periodo colonial se caracterizó por un bajísimo nivel de desarrollo de las fuerzas productivas y por relaciones sociales de producción basadas en la esclavitud y la servidumbre, hecho

⁵⁰ Enrique Semo, Historia del capitalismo en México, Los orígenes. 1521/1723, México, Ed. ERA, 1973, pg.. 232. Tomado de El desarrollo del capitalismo en México, Agustín Cueva, pg.13.

*que constituyó un hándicap, por decir lo menos, para el desarrollo posterior de nuestras sociedades.*⁵¹

Es importante reconocer que la formación esclavista o feudal en América latina contribuye en gran medida en el desarrollo del capitalismo en escala mundial, como también que dicha formación hace que las relaciones de producción, las fuerzas productivas y las estructuras económicas y políticas hacen que la sociedad tenga un perfil distinto a cualquier formación capitalista. Es más un sustento productivo de sociedades capitalistas, una reserva de trabajo y excedente económico, por lo que el protagonismo como sociedades en desarrollo se ve supeditado a las necesidades de la sociedad que se percibe a sí misma como un cuerpo en crecimiento. En este contexto de sucesos se hace particularmente difícil ver a Latinoamérica como una sociedad libre en la ruta del progreso, punto que afectará profundamente su postura ante el mundo como sociedades independientes, dueñas de sí mismas. ¿Se sigue manteniendo el esquema de sustento productivo de sociedades capitalistas?

Más adelante, Cueva dice:

*...de todas maneras el capital foráneo no deja de captar jugosos excedentes por la vía del intercambio desigual, en el contexto de formaciones pre capitalistas cuyas clases dominantes identifican el progreso con el consumo suntuario antes que con el desarrollo de la producción.*⁵²

⁵¹ Agustín Cueva, El desarrollo del capitalismo en América latina, editorial Siglo XXI, pg. 15.

⁵² *Ibidem*, pg.28.

Asoma con esta frase la génesis del consumismo expresado ahora en la sociedad actual, sólo que en el pasado era propio de clases dominantes. Las clases dominantes no buscan el progreso de las naciones, más bien un consumo y un deseo de vivir en Latinoamérica lo que vivirían en Europa, lo que genera una división de clases basada en el desprecio y la anulación de las clases trabajadoras, es decir, los indígenas, negros, esclavos, proletarios. Dicha percepción de clases no ayuda a una construcción de nación, su base en la economía de subsistencia de las clases bajas y trabajadoras, frente a un consumo mínimo de mercancías nacionales y alto de extranjeras por parte de la oligarquía y burguesía, no genera un mercado interno que será según Cueva, básico, “fundamento objetivo” para lograr cualquier unidad nacional. Debemos destacar que la generación de una economía interna basada en el crecimiento de las clases sociales, su continua emancipación sobre la pobreza y la dependencia, es necesaria para que la identidad entendida en su concepción tradicional sea efectuada.

Otro aporte de Cueva, el término “pre capitalista” hace referencia a sociedades de producción básicamente feudal y esclavista, que en algún momento puede ser también el modo más básico de una sociedad tradicional:

No es lo mismo construir un estado sobre el cimiento relativamente firme del modo de producción capitalista implantado en toda la extensión de un cuerpo social, que edificarlo sobre la anfractuosa topografía de estructuras pre capitalistas que por su misma índole son incapaces de proporcionar el fundamento objetivo de cualquier unidad

*nacional, esto es, un mercado interior de amplia envergadura.*⁵³

Chile fue en Latinoamérica el país de mayor desarrollo y estabilidad en el siglo XIX debido a la ausencia de esclavos e indígenas como fuente de trabajo por lo que creó una clase terrateniente nacional que permitió el crecimiento del mercado interno, también por los esfuerzos en la agricultura que tiene un mercado seguro en la región minera de Perú, a diferencia de Bolivia que ocupada en una economía de minería que desarrolla un grupo pequeño de ricos, enormes ricos, antes que una sociedad de intercambio de capital que genere un mercado interno. Dice Almaraz:

*La cohesión del Estado solamente podía ser lograda en función del dominio directo de un fuerte núcleo de intereses económicos y en esta misma medida se habrían operado los procesos de integración de los que resulta la formación del estado moderno. En el siglo pasado tuvimos mineros ricos, muy ricos, pero no fueron más que eso: hombres enormemente ricos, no la expresión de una oligarquía, no el centro dirigente de un estrato dominante.*⁵⁴

Al respecto de esta clase de ricos no incorporados a la sociedad, quienes vieron como patria el mundo entero de la acumulación capitalista en perjuicio de la sociedad Boliviana, dice Cueva:

⁵³ *Ibidem*, pg. 32.

⁵⁴ Sergio Almaraz Paz, *El poder y la caída. El estaño en la historia de Bolivia*, La Paz – Cochabamba, Ed. Amigos del Libro, 1969, pg. 89. Tomado de *El desarrollo del capitalismo en México*, Agustín Cueva, pg. 42.

Ellos prefirieron como es lógico, incorporarse al movimiento del capital imperialista en escala mundial, y no por falta de patriotismo, sino porque la patria del capital no es otra que el ámbito de su reproducción ampliada, que en este caso estaba lejos de coincidir con los límites de la formación social boliviana.⁵⁵

Cohesión del Estado, producto de la concentración de intereses económicos locales, procesos de integración que nos dirige hacia la modernización, hacia el estado moderno. Las sociedades tradicionales buscan desordenadamente un excedente económico que permita su mantenimiento; por ello surgen muchos hechos aislados de personalidades enriquecidas, con excepción de algunos países, riquezas que en la mayoría de casos se iban al capital extranjero sin intención de invertir en la distribución de la riqueza. Un estado moderno requeriría por lo tanto la circulación de capital, afectando y beneficiando a diferentes estratos de la población, propiciando la generación de empresas y comercio local.

El anexionismo, entre algunas características dañinas de una sociedad débil que busca su conformación, es generado por la dificultad de encontrar la base económica y social suficiente para crear un estado nacional, como dice Juan Bosch sobre un presidente Dominicano:

Báez pertenecía al sector de la pequeña burguesía dominicana que no tenía sentimientos patrióticos. Así se explica que desde antes del 2 de febrero de 1844 se pusiera a

⁵⁵ Agustín Cueva, El desarrollo del capitalismo en América latina, editorial Siglo XXI, pg.

gestionar el protectorado francés; que fuera el primero de los políticos nacionales que propuso la anexión a España – antes que Santana –, y que al final, en su gobierno de los seis años y en 1877, gestionara y negociara la anexión del país a los Estados Unidos. En el fondo de esas actividades anexionistas del caudillo rojo había una idea predominante: Santo Domingo no podía llegar a ser una sociedad burguesa por sí misma, pero podía serlo como parte de un país europeo o de los Estados Unidos.⁵⁶

A mediados del siglo XIX, fueron notorias las irrupciones de artesanos en Latinoamérica, los cuales llegan como presencia de grupos plebeyos ajenos a la élite, sin tener ningún éxito en sus luchas en contra de las mercancías inglesas de menor precio. En Bogotá, desde 1847 son los artesanos bogotanos arruinados por importación de manufacturas extranjeras, quienes participan en la vida política apoyados y dirigidos por sociedades democráticas y universitarias, logran aliarse al gobierno de José Hilario López, con quien “el sistema colonial llega a su término”, pues se suprimen los censos, diezmos y mayorazgos, la esclavitud es abolida, se cancelan algunos estancos y los impuestos de consumo coloniales son sustituidos por un sistema de contribución directa, y más adelante piden al congreso una solicitud de alza de tarifas aduanales, única forma de protección de manufacturas nacionales, la cual es negada y se inicia la lucha callejera, que aliada con sectores progresistas de José María Melo bajo el grito “¡Pan, trabajo o muerte; viva el ejército y los artesanos, abajo los monopolistas!”, se toman el poder en 1854. Es un movimiento popular que eleva tarifas

⁵⁶ Juan Bosch. Composición social dominicana. Historia e interpretación, 1976, pp. 232. Tomado de El desarrollo del capitalismo en México, Agustín Cueva, pg. 37.

aduanales e impone empréstitos a la clase alta bogotana para sanear la situación fiscal, ante ello se levantan liberales y conservadores, con ayuda de misiones norteamericana, inglesa y francesa y se inicia la contrarrevolución que pronto tendrá nuevamente en el poder a sus fieles.

La lucha por el progreso en estas sociedades tradicionales latinoamericanas, ha sido históricamente castigada; es éste un ejemplo claro de cómo el interés de las mercancías generadas en los países del primer mundo tienen prioridad frente a deseos de construcción de un mercado interno en los países subdesarrollados, aquí a mediados del siglo XIX, la injerencia extranjera en asuntos relacionados con el mercado y el consiguiente derrumbe de un gobierno que justamente busca el interés nacional por encima de intereses trasnacionales, es síntoma de la dificultad para crear una identidad local fuerte capaz de sobreponerse al interés particular por el capital.

El latifundismo ocasionó que el influjo del capital no beneficiara las comunidades nativas, al contrario, lo sumiera en pobreza y servidumbre sin darle autonomía para crecer como clase social que generara oferta y demanda.

... si la disolución y expropiación de la comunidad campesina, hubiese sido decretada y realizada por un capitalismo en vigoroso y autónomo crecimiento, habría aparecido como una imposición del progreso económico. El indio entonces habría pasado de un régimen mixto de comunismo y servidumbre a un régimen de salario libre. Este cambio lo habría desnaturalizado un poco; pero lo habría puesto en grado de organizarse y emanciparse como clase, por la vía de los demás proletarios del mundo. En tanto, la expropiación y absorción graduales de la comunidad por el

*latifundismo, de un lado lo hundía más en la servidumbre y de otro destruía la institución económica y jurídica que salvaguardaba en parte el espíritu y la materia de su antigua civilización.*⁵⁷

La dificultad por construir un proletariado moderno en Latinoamérica, producto del hundimiento del trabajador campesino indígena y esclavo en su pobreza y miseria, ha contribuido al retraso en el desarrollo social emancipatorio, pues no se cuenta con un nivel de masas que puedan apoyar un despliegue de energía reformista de justicia a niveles macro en las naciones, igualmente ha sido complicada la conformación de una burguesía realmente moderna, pues nace confundida con la aristocracia terrateniente, lo que repercute en el desarrollo económico, citando a Mariátegui:

*...el capitalista, o mejor el propietario, criollo, tiene el concepto de la renta antes que el de la producción.*⁵⁸

Otra dificultad en la historia latinoamericana y que se hace presente hoy en día es que, al momento de crearse un mercado interno, fruto de la acumulación de capital en varios estratos, su mercado interior no era más que una prolongación del mercado metropolitano, es decir, que el consumo de productos era principalmente de artículos importados, donde se promovió que las compañías productoras extranjeras en territorios latinoamericanos, trajeran gran volumen de mercaderías para

⁵⁷ José Carlos Mariátegui, 7 ensayos, pg. 77-78. Tomado de El desarrollo del capitalismo en México, Agustín Cueva, pg. 85.

⁵⁸ *Ibidem*, pg. 34. Tomado de El desarrollo del capitalismo en México, Agustín Cueva, pg. 86.

venderlas en los “bazares generales” de las haciendas productoras, dichas mercancías estaban a precios considerablemente más bajos de los que exhibían en tiendas minoristas de la región. Por una parte dichas empresas lograron generar capital rápidamente a costa del deterioro del mercado interno en varios países, restringiendo en alto grado las posibilidades de industrialización.

Por otro lado son también frecuentes las inversiones de capital monopólico en diferentes periodos con sus consecuencias en los estados nacionales, como dice Cueva:

El primero y más obvio consiste en la desnacionalización de la economía latinoamericana, con todas las derivaciones, incluso políticas, que ello supone. El segundo radica en el hecho de que tales inversiones constituyen un elemento más de deformación del aparato productivo local, puesto que se ubican, como es natural, en puntos estratégicos para el desarrollo de las economías metropolitanas y no en los que más interesarían para un desarrollo relativamente cohesionado de los países anfitriones. Y el tercero, en que tales inversiones son el vehículo más expedito para la succión de excedente económico.⁵⁹

Con lo anterior, se puede notar que la dependencia económica generada por la inversión de capital extranjero sin ningún tipo de guía interna política hacia la construcción de un estado nacional, sólo redundará en efectos negativos haciendo posible la pérdida de autonomía, de solución a problemas sentidos por los locales y desconocidos por la economía capitalista imperialista

⁵⁹ Agustín Cueva, El desarrollo del capitalismo en América latina, editorial Siglo XXI, pg. 98.

que busca, principalmente la extracción de riqueza para su propio desarrollo.

Todo confluye hacia la acentuación del carácter autoritario del estado oligárquico latinoamericano, palanca fundamental de la primera fase de acumulación capitalista, su mismo autoritarismo constituye una potencia económica.⁶⁰

La robustez del aparato represor, es decir la gran inversión en el equipo militar de Latinoamérica, destinados a combatir la ilegalidad interna, movimientos revolucionarios y de delincuentes internacionales por narcotráfico, es otra característica latinoamericana, pues es necesaria para poder mantener el ya antiguo sistema pre-capitalista basado en la extracción de excedente por multinacionales utilizando fácilmente la mano de obra barata de la mayoría de la población y enriqueciendo con dichas prácticas las clases sociales altas, que se acomodan a dicha situación por conveniencia con la idea de nación super-explotada.

La capacidad efectiva de crear el orden era inconcebible si no se apoyaba en la aptitud para defender eficazmente el territorio contra los embates de otros modelos de orden, interiores o exteriores al reino; para equilibrar las cuentas de la Nationalökonomie; para reunir recursos culturales suficientes a fin de sostener la identidad y particularidad del Estado a través de la identidad de sus súbditos.⁶¹

⁶⁰ Ibídem, pg. 141.

⁶¹ Zygmunt Bauman, La Globalización, Ed. Fondo de cultura económica, 1998, pg. 84.

La situación en Latinoamérica es producto por lo tanto de contradicciones y hechos dados durante varios siglos, en los que el trabajo de aquella burguesía u oligarquía preparada para sacar los países adelante, se ha dado a la alianza con naciones imperialistas para poder sacar provecho particular de las riquezas y permitir el saqueo de los países en pro del desarrollo modernizante del primer mundo.

Un texto en un periódico mexicano del 2008, da cuenta de que la actual Latinoamérica no difiere en gran medida de los elementos característicos de la dependencia a países centrales vistos antes, dice:

La llegada de Mouriño a Bucareli es de tal suerte conforme al librito monetarista impuesto por Washington, que preconiza que en el mundo de la globalización neoliberal los cargos públicos los debe ejercer una nueva clase política, desprovista de conciencia social y de una visión histórica, sin ataduras nacionales, apátrida de ser posible, y sin más fidelidad que al capital.⁶²

Inician aquí su aparición términos que nos interesa abordar para comprender en la actualidad cómo se comporta esta extensión latinoamericana frente al mundo.

“La herencia colonial de América latina” nos deja claro cómo los factores de dependencia económica mantenidos por España y su sistema feudal y esclavista, tiene repercusiones serias en la mentalidad y forma de proceder como sociedad actual. Dichos factores son parte del inconsciente colectivo que habita la

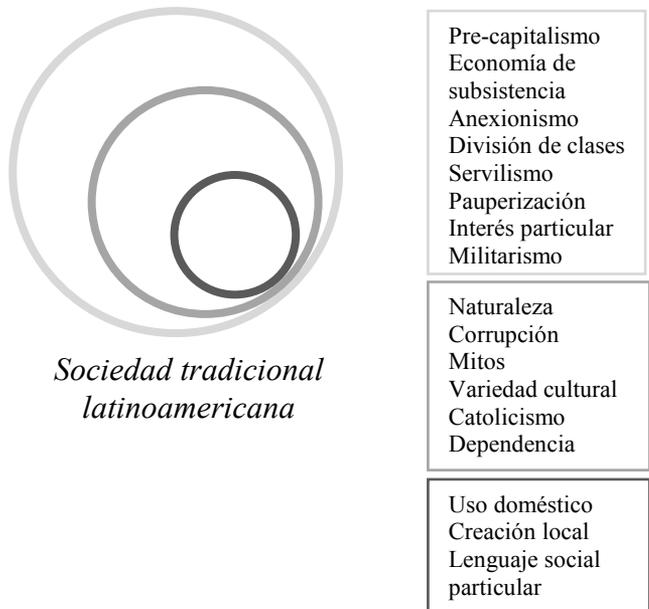
⁶² Periódico La Jornada, El vilipendio, Luis Javier Garrido, viernes 18 de enero de 2008, pg. 23.

mente del diseñador al diseñar. Se ubicará en el ser y contexto del diseño que pretende realizar y probablemente generará entes derivados o dependientes de dinámicas culturales desarrolladas en el “primer mundo”.

¿Cómo se compone la sociedad tradicional latinoamericana?, ¿Cuál es su identidad?, ¿De qué manera el diseño enfrenta su papel en esta sociedad tradicional?, ¿Cómo queda conformada la identidad del diseño en esta sociedad tradicional?

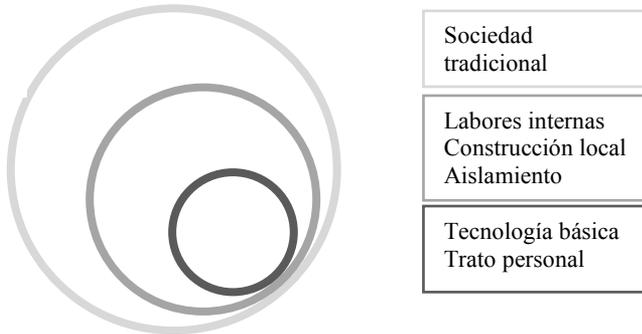
En la figura 8 vemos una síntesis de la identidad de la sociedad tradicional latinoamericana que es la mezcla de sucesos históricos, condiciones naturales y actividades políticas, económicas y culturales, se puede apreciar la generación de entes locales, que desarrollan lenguajes particulares anclados en el uso doméstico.

Figura 8



En la figura 9 vemos cómo el diseño al tener como contexto la sociedad tradicional, está concentrado en trabajos internos con pocas implicaciones tecnológicas pero alto desarrollo comunitario.

Figura 9



Diseño industrial

Contexto: sociedad tradicional.

Ser: racionalidad cognitivo-instrumental.

Ente: lucha contra la racionalidad cognitivo-instrumental, apoyo a racionalidad comunicativa, ente educador en valores tradicionales positivos y retrasa educación en valores negativos racionales.

Diseño es partidario de la construcción social, de ideales nacionales basados en mitos, religiones, costumbres. Busca introducir en sus resultados la carga cultural del contexto y el ser social, mezclado además con su formación racional.

Busca el diseño construir nación y más que ello propiciar el mantenimiento de relaciones de convivencia históricamente dadas, enfatiza en valores culturales autóctonos y visualiza la forma como estos pueden participar en un mercado interno y

externo si en ello no hay riesgo de manipulación, tergiversación, degradación, “folklorización”.

En la sociedad tradicional encontramos que la racionalidad cognitivo-instrumental está en un estado latente pero inmóvil, trabajando a pequeña escala, en pequeños negocios, posibilitando maneras de agrupación y trato social carentes de interés económico. El diseño allí está a nivel de ideas simbólicas, representativas de la sociedad, con ideales expansionistas pero en su origen, germen... la mentalidad del diseñador del mundo tradicional sugiere pensar en lo cercano, sin importar la mediación del capital como factor preponderante.

Sociedad moderna

Aceptar que existe un futuro común para las sociedades, un camino, es aceptar la globalización, aceptar los sacrificios de sociedades enteras que no están a la altura de la tecnología, que deben por ello ser absorbidas por culturas más grandes y preparadas, que dotan de elementos de riqueza, dominio, confort, placer y reconocimiento a las sociedades asimiladas y permiten a estas dar un salto cualitativo hacia el futuro.

Justificar a una sociedad tradicional frente a una moderna e impedir su destrucción para el nacimiento de una más adecuada a los fines de dominio y confort, es una postura romántica que no contempla la visión del mundo como una sociedad que se ha convertido en una sola, sin limitantes de tiempo ni espacio, sólo los impuestos por la sociedad moderna frente a la tradicional en su lucha por seguir adelante y no permitir el derrumbe por posturas atadas a concepciones mítico-religiosas.

La sociedad tradicional está caracterizada por mantener un orden y esquema basado en las concepciones míticas y religiosas del mundo, construye su entorno y su conocimiento a partir de sus miedos, haciendo reverencias a lo desconocido y manteniendo una ignorancia sana, pues lo importante es mantener los órdenes estrictos de la sociedad, los poderes a iglesia, estado y monarquía, el esfuerzo físico a obreros, empleados y campesinos. Sus principales goces son las fiestas comunitarias, donde se da rienda suelta a representaciones de mitos y leyendas, mezclado con alucinaciones producto de la borrachera grupal, el baile, la comida en exceso, en fin son grupos que destinan gran parte de su vida al trabajo arduo y a la alegría de la celebración, sin buscar imponerse fuertemente

sobre el otro, a no ser que éste viole o represente un obstáculo para la satisfacción de sus necesidades básicas.

Muchos de sus individuos trabajan para modernizarse, sin embargo la construcción total social no permite un ascenso fluido para éstos, lo que los jala constantemente a mantener su caracterización tradicional así vivan en un espacio tecnológicamente desarrollado hacia lo moderno. Su componente idiosincrásico, sumado a su espacio físico y su anhelo o visión futura, puede verse cohibido por situaciones nacionales, contextuales que retrasan dicho fluir.

*En un sistema tradicional de pensamiento lo sagrado o crucial es más extenso, más desordenadamente disperso y mucho más omnipresente. En un sistema moderno de pensamiento es más puntual, más reducido y, por así decirlo, más económico. Se basa en unos cuantos principios inteligibles y tiende a no estar difundido entre todos los aspectos de la fábrica de la vida y de la sociedad que se benefician del reforzamiento que suponen las convicciones sagradas y atrincheradas.*⁶³

Buscar un papel en la historia, la búsqueda de la trascendencia ha acompañado al hombre en toda sociedad, es el motor de su búsqueda cultural, es su respuesta ante la inminente muerte, quiere seguir allí, presente, vivo en la memoria de los suyos. Ese impulso a permanecer y a ser visto como uno importante de la gran masa social frente a otros, a ser reconocido lo obliga a ser más, a buscar y, a encontrar pensamientos, objetos, cosas, hechos que lo representen ordenadamente, moderno.

⁶³ E. Gellner, *The Savage and the modern mind*. Tomado de *Teoría de la acción comunicativa*, Jürgen Habermas, pg. 97.

El paso de tradicional a moderno implica tiempo y costos, el adelanto en este paso nos va a permitir entender la situación actual de unos países frente a otros, pues el criterio de grado de desarrollo, ir adelante, la comprensión del ser mejor, la evolución más avanzada, está marcada por dicho esquema. Admitir que existe una finalidad en el futuro para la cual estamos trabajando, para la cual tenemos una organización mental, física y social es importante al momento de hablar de sociedad, nos remite a la pregunta ¿qué finalidad tiene hacer las cosas como las hacemos, para qué estamos viviendo de la manera que lo hacemos, qué objetivo estamos buscando cumplir?

*Una devaluación de potenciales de explicación y justificación de tradiciones enteras es lo que acaece en las culturas superiores con la disolución de las figuras mítico-narrativas de pensamiento, y en el mundo moderno con la disolución de las figuras de pensamiento religiosas, cosmológicas o metafísicas. Estos empujones devaluadores parecen guardar relación con las transiciones a nuevos niveles de aprendizaje; con ellos se transforman las condiciones de aprendizaje en las dimensiones, tanto del pensamiento objetivante, como de las ideas práctico-morales, como de la capacidad de expresión práctico-estética.*⁶⁴

Lo moderno es una forma de bloquear creencias tradicionales y transformarlas en realidad, desde la destrucción de sus ideas de dios y el más allá, hasta la fuerte conciencia del presente y lo real, separando claramente imaginación de realidad. La idea del

⁶⁴ Jürgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 101.

presente como momento para ser feliz en contraposición a un mañana etéreo poco tangible, un espejismo, ese mañana transmudano, de premios al buen comportamiento, condición religiosa tradicional, que ofrece beneficios futuros a cambio de sacrificios presentes, guiado en la institución religiosa muchas veces por el interés en la acumulación de capital y lujos presentes. Puede entenderse lo moderno como la aceptación del hombre social de su papel como responsable del presente y futuro, sin depender de un dios o ideal fuera de su realidad tangible quien resuelva su situación.

El pensamiento de que hay una estrategia determinada asociada a una meta que cumplir, motiva a la industrialización, al desarrollo tecnológico, al dominio natural y humano por medio de objetos, satisfactores que entreguen al consumidor un mejor modo de vivir, las profesiones liberales, encargadas del desarrollo productivo de un cuerpo social buscan que la sociedad avance en esta búsqueda del confort total, de la funcionalidad perfecta, de la imagen maravillosa, porque esto hará feliz al hombre, al hombre consigo mismo y con su entorno.

Ese grado de avance conceptual o físico, el impulso que se tenga hará que se ubique en algún punto de la máxima tradición o modernidad. Se designará tradicional a aquello que permanezca con dicho impulso pero amparado en construcciones imaginarias antes que reales, mientras que se llamará moderno a aquello que el impulso por la trascendencia se base en la investigación científica de la realidad y en la generación de instrumentos que posibilitan el dominio humano y social.

*Cuanto más avanzado está el proceso de descentración de la imagen del mundo, que es la que provee a los participantes del mencionado acervo de saber cultural, tanto menos será menester que la necesidad de entendimiento quede cubierta de antemano por una interpretación del mundo de la vida sustraída a toda crítica; y cuando más haya de ser cubierta esa necesidad por medio de operaciones interpretativas de los participantes mismos, esto es, por medio de un acuerdo que, por haber de ser motivado racionalmente, siempre comportará sus riesgos, con tanta más frecuencia cabe esperar orientaciones racionales de acción.*⁶⁵

La crítica de las sociedades modernas frente a las tradicionales principalmente basan su discurso en la anulación de lo humano, lo comunicativo, lo social frente a la individualización desmedida, la pérdida de la comunidad, el fomento del egoísmo y la destrucción de valores sociales compartidos. La razón técnica será la que domine al hombre, lo convierta en un autómatas de la búsqueda de placer y trascendencia, mientras que la razón dialéctica, que busca escuchar al otro y entenderlo, será supeditada a su efectividad como herramienta en la disuasión del otro para provecho propio.

Sociedad moderna y Latinoamérica

Teniendo en cuenta la racionalización de las acciones y pensamiento asociado a una ética protestante como requisitos para la modernización efectiva de la sociedad, vamos a ver cómo en Latinoamérica los distintos intentos por lograr dicha modernidad evidenciaron la carencia de condiciones racionales para consolidarse.

⁶⁵ *Ibíd.*, pg. 104.

En términos generales, la herencia colonial de esclavitud y servilismo, traducida en su etapa de naciones independientes en un campesinado y proletariado pauperizado, sumado a oligarquía y burguesía carente de un sentido nacional lo suficientemente fuerte como para enfrentarse permanentemente con los ideales imperialistas de los países centrales, fueron las causas evidentes de un difícil camino hacia el progreso moderno. Y si buscamos las causas para que los anteriores hechos fuesen construidos en la sociedad latinoamericana, podemos describir en alguna medida la carencia de ética protestante y antes que eso el fortalecimiento del catolicismo como aliado incondicional en el retroceso de la modernización.

Casos como el dado en la revolución mexicana, donde al haber logrado emanciparse gran parte de la población por las armas e instituir sus propios dirigentes y, por cierto, lograr repartir tierras, no fue un efecto a largo plazo que condujera contundentemente a una postura como sociedades modernas, como dice Córdova:

Su ideología y aún sus dirigentes, pese a haber tenido una legitimación y un reconocimiento a nivel nacional, no expresaron proyectos de desarrollo u organización nacional. La proyección a ese nivel de sus posiciones o fue casual o se limitó a las demandas inmediatas. En ellos está ausente una idea precisa de estado; falta una concepción acabada de organización de la economía y de la sociedad; falta, en una palabra, una visión clara del futuro, y se mira más al

*pasado, como un mundo perdido que debe ser reconquistado.*⁶⁶

Se mira al pasado, dice el autor, un mundo a reconquistar, típico de sociedades tradicionales que buscan en su universo mítico-religioso la solución a sus vacíos. El regreso al pasado puede ser herramienta para construir el futuro si está ligado a un plan estratégico de dominación social, que permita inducir al trabajo consiente y constante en pro de la modernización. Es evidente que en Latinoamérica, se careció del racionalismo generado por la ética protestante y su enfoque capitalista, carencia costosa que se pagó y sigue pagando a los países centrales. La ausencia de una “idea precisa de estado” permite trasladar las responsabilidades de construcción de nación con sus respectivos planes a los países desarrollados.

Latinoamérica ha logrado modernizarse, especialmente en infraestructura, inacabada o inexistente en algunos países, generalmente apoyada con gran “interés” económico por los países desarrollados, de ello son ejemplo la construcción de líneas férreas en casi todos los países por parte del imperio británico, carreteras, aeropuertos, canales por norteamericanos, en fin, pero dicha modernización, más que ser propia y permitir un incremento constante en la producción nacional y por lo mismo liberarse de la dependencia económica hacia los países centrales, ha significado un desarrollo que posibilita la extracción de excedente económico para ampliar las arcas y riquezas de otras regiones, como dice Cueva:

⁶⁶ Arnaldo Córdova, La ideología de la revolución mexicana, p. 143. Tomado de El desarrollo del capitalismo en México, Agustín Cueva, pg. 152.

*El añorado desarrollo nacional autónomo no fue, en efecto, más que una quimera. La economía latinoamericana no logró desarrollar un mecanismo autónomo de acumulación, puesto que ésta siguió dependiendo en última instancia de la dinámica del sector primario exportador y de sus avatares en el mercado internacional. Y la industrialización misma se desarrolló por arriba, en lugar de comenzar por los cimientos. Pese a todos los avances logrados en este período, es evidente que el sector productor de bienes de producción siguió siendo el pariente pobre del proceso; su raquitismo puso a toda la industrialización a merced de la capacidad de importar maquinaria y equipos e impidió que se realizara una acumulación tecnológica realmente significativa. En el agro, con las contadas excepciones que se señaló, tampoco se produjo un desarrollo de las fuerzas productivas de magnitud; la vieja estructura latifundista lo impedía, por lo demás.*⁶⁷

Sociedad moderna también significa sociedad independiente, que puede mantener sus relaciones comerciales con otros países sin perder autonomía en la elección del camino que considere adecuado para sus conciudadanos, donde entran conceptos de identidad y nación para asegurarse de mantener las diferencias y complementarse con las riquezas de los otros. Al mantenerse Latinoamérica dependiente de la generación industrial de los países centrales y no asegurarse de proveer los “bienes de producción” necesarios para una independencia económica, se mantiene en un esquema de sociedad tradicional.

⁶⁷ Agustín Cueva. El desarrollo del capitalismo en América latina, pg. 193.

Las estructuras latifundistas, con su pauperización de masas, otra forma de esclavitud, no permitió un crecimiento interno del mercado, retardando plenamente las relaciones de igualdad entre clases, fomentando la diferenciación entre gran masa de pobres e ignorantes frente a unos pocos beneficiarios del poco capital que se quedaba en los países productores.

A mediados del siglo XX, se genera en Latinoamérica un deterioro en los términos del intercambio monetario, una desnacionalización de la economía y una salida grande de excedente económico de los países periféricos latinoamericanos, lo que determinó un cambio en el patrón de desarrollo capitalista. Si bien es cierto que el desarrollo económico y tecnológico no siempre estuvo sumido en el total caos, es importante saber que al momento que se encontraban salidas a la dependencia económica, hacia una emancipación de la sociedad especialmente proletaria y campesina para convertirse en una burguesía progresista, la atadura a intereses imperialistas y su aliado oligarca, expresado en la inversión de millones de dólares en varios ámbitos de la industria y producción nacional no permitió dicha liberación.

Un ejemplo notorio de la lucha de los niveles bajos de la sociedad latinoamericana, es Guatemala a mediados del siglo XX, la cual logra derrocar a un dictador y persigue la institución democrática de la sociedad, realiza una nueva constitución y sienta las bases de una legislación laboral progresista para, unos años después, expedir una ley de reforma agraria, reforma que les planteará una incógnita difícil de resolver, como dice Cueva: *“¿cómo realizar una transformación del agro sin afectar los intereses del*

imperialismo en un país semicolonial en el que la sola United Fruit posee cientos de miles de hectáreas?”

La necesidad de cumplir el objetivo impone a los guatemaltecos a realizar una lucha antiimperialista, que se hace efectiva con la expropiación de gran parte de las tierras de dicha empresa, lo que se convierte en un “proceso de liberación nacional”. Al efectuar dicha lucha, realmente a lo que se enfrentan los revolucionarios es al Capital, pues están socavando su capacidad generativa de ingresos para enviar a los países centrales, por lo que es importante reconocer como dice Cueva:

...toda revolución consecuentemente antiimperialista posee, por el solo hecho de serlo, claros perfiles anticapitalistas.⁶⁸

Esto se asocia con la política norteamericana de ayudar a implantar en los países latinoamericanos por medio de la burguesía local, la

...ilegalización del Partido Comunista, campos de concentración para sus militantes, destierros y persecuciones diversas.⁶⁹

En dicho discurso de dependencia y represión en beneficio de los intereses del capital, sólo algunos elementos van a convertir a Latinoamérica en sociedad moderna, estos elementos son estrictamente los dados a las burguesías y oligarquías locales para permitir la extracción de excedente económico, claro está, beneficiando con el desarrollo tecnológico generado en el primer mundo, a dichas clases sociales.

⁶⁸ *Ibidem*, pg. 203.

⁶⁹ *Ibidem*, pg. 208.

Es decir, el trabajo y recursos naturales explotados por los países explotadores, les permiten generar una dinámica económica de creación tecnológica y cultural que a su vez vienen a convertirse en muestras de cooperación con los países que este mismo sistema ha imposibilitado en la consecución de sus propios recursos.

América latina no era, ni siquiera lo es en nuestros días, una formación capitalista pura; tampoco es un área donde el capitalismo se haya desarrollado de manera autónoma.⁷⁰

Ningún proceso capitalista permite un desarrollo armónico y homogéneo en lo social y económico, es como dice Cueva:

...el desarrollo de un conjunto determinado de contradicciones, que se expresan en niveles que van desde el desarrollo desigual en el tiempo (movimiento cíclico, sujeto a periódicas crisis) y en el espacio (contrastes entre la ciudad y el campo, entre países adelantados y países atrasados), hasta la cada vez mayor desigualdad en la distribución de la riqueza y el bienestar social.⁷¹

El capitalismo en América latina es la muestra de cómo las diferencias en términos de racionalidad aplicada a formas de pensar y actuar y su consecuente diferencia entre una sociedad tradicional y una moderna, marcan la línea divisoria entre el manejo exitoso de los recursos y la capacidad de trabajo sin importar –como lo señalara Weber- la ética en las relaciones humanas, y por otro lado de la línea, los ideales de una sociedad

⁷⁰ *Ibídem*, pg. 213.

⁷¹ *Ibídem*, pg. 219.

empobrecida y trabajadora que busca ascender y en su proceso recibe todos los frenos posibles para permitir por más tiempo que el poder dominante saque ventaja de sus tropiezos.

*En la conciencia tecnocrática no se refleja el movimiento de una totalidad ética, sino la represión de la eticidad como categoría de la vida. La conciencia positivista imperante abole el sistema de referencia de la interacción en el medio del lenguaje ordinario, sistema en el que el dominio y la ideología surgen bajo las condiciones de una distorsión de la comunicación y en el que también pueden ser penetrados por la reflexión.*⁷²

El diseño industrial y la identidad en el marco de sociedades modernas constituye un enlace interesante cuando la correspondencia entre infraestructura y creaciones van acordes al pensamiento productivo que beneficia la sociedad. Los elementos de identidad que se suman al proceso productivo deben en este modelo mejorar la eficiencia y aumentar las situaciones de éxito a nivel global. González da cuenta de cómo la plaza cambia de significado en las ciudades que pasan de ser coloniales a modernas y cómo a su vez transforman su percepción del mundo; la modernidad en Latinoamérica vino dada superficialmente en la aceptación de estilos de vida metropolitana pero no se dio en las profundidades de la acción social con una ética liberada del catolicismo:

En suma, la identidad de la ciudad colonial proviene de su plaza, que es su foco, su punto de anclaje. Esa significación inicial no se mantiene fija sino que cambia con el curso del tiempo; en el siglo XIX, con la llegada de la independencia

⁷² Jürgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 98.

*de los países americanos, los signos del poder no son ya los mismos; el rey y las instituciones españolas desaparecen para dar su lugar a un nuevo poder que los dominados tienen que aprender a reconocer; así, la plaza “comprometida con un espíritu centralizador del Absolutismo, no puede subsistir con la misma carga semántica”, por lo que es necesario cargar otros lugares, ampliar la noción de centro.*⁷³

La identidad cambia, cambia dicha relación de coherencia porque el ser se ha transformado en otro, así mismo sus elementos visibles, sus entes también cambian, antes la plaza era el único centro, después fue el lugar principal, pero no el único.

La identidad de Latinoamérica cambia constantemente, los gobiernos de izquierda actual hacen que se transformen sus banderas y alianzas, sus canciones y construcciones son diferentes, sus mensajes y programas de televisión, el ser varía, también hace que en otros países se importen mayores productos agropecuarios, haciendo que se produzca menos agricultura, que se generen más bienes turísticos, cambian de países productores de frutas y hortalizas a consumidores, compradores de alimentos y proveedores de placeres exóticos.

El diseño industrial debe estar allí y está allí, pero la crítica que se hace en este escrito quiere dejar claro que no puede ser un espectador que responde a las necesidades de sus usuarios y compradores, no puede ser ajeno al plan conjunto de la sociedad, debe ser disciplina que propone directrices, enfoques

⁷³ César González, El significado del diseño y la construcción del entorno, pg. 26.

para el fortalecimiento de la sociedad tradicional, moderna y global; debe preocuparse por un intercambio económico equitativo, no permitir la invasión de productos extranjeros a partir de sus propuestas más adecuadas y ventajosas frente a éstos. Debe estar presente para la batalla por el dominio mundial, de resto nada tiene sentido como disciplina pensada en una nación ó grupo de naciones y precisamente por actuar decididamente en estructuras de espacio y tiempo, contiene el germen del cambio, reforma, mejora. Dice González:

Las más profundas estructuras de una sociedad son las que corresponden a las del espacio y del tiempo ... el mantenimiento o la transformación de las relaciones sociales opera dentro del marco de dichos sistemas; en ese marco crece o disminuye la conciencia de formar parte de una comunidad, de un estrato, de una clase social, de su distancia respecto a las otras comunidades, estratos, o clases; es este sistema lo que hace tolerar las reglas del derecho y los decretos del poder, o lo que los convierte en intolerables. Es allí donde residen los principios de acción que animan el devenir del cuerpo social, donde arraiga el sentido que toda sociedad da a su historia, donde están las pasividades y las resignaciones, pero también donde están los gérmenes de las tentativas de reforma, de los programas para los cambios y mutaciones bruscas. Y ellos mismos, como sistemas de significados y de valores, poseen también una historia, cuyo ritmo no siempre coincide con el de la historia de las fuerzas productivas.⁷⁴

La identidad asumida, construida, enriquecida, es sinónimo de felicidad. Somos infelices como sociedad cuando estamos confundidos y no construimos sobre la alegría de lo que somos,

⁷⁴ *Ibidem*, pg. 14.

llenándonos de excedentes culturales ajenos y proveyéndonos de prejuicios de lo que somos y queremos.

Los productos generados son transmisores y expositores del mensaje dominante, lo que se consume refuerza el apoyo a lo que se desea ser y obtener, por lo tanto, si somos productores de puntos de exposición de productos extranjeros, lo que estamos haciendo es sentar las bases para que nuestra raíz cultural, nuestra identidad cultural sea reemplazada por otra dominante, tal vez mejor por sus condiciones creativas y tecnológicas, pero no nuestra, es como usar ropa que no es nuestra pero que nos libra de las inclemencias del tiempo, funciona mientras necesitas salvar tu vida, pero te condenas a vivir esclavizado por aquel que te provee de abrigo ante el frío. El mercado global nos obliga a competir, la principal competencia del diseñador debe estar asociada a la política, buscando bloquear la entrada irreflexiva de componentes externos de cultura que castran la necesidad y deseo de hacer las cosas por nosotros mismos:

...actividad del diseño consistiría en definir ciertas características del objeto a partir de criterios ligados a las condiciones de la producción particular, aunque también a partir de orientaciones globales. La concepción de un objeto se presenta como anticipación de su uso, habida cuenta del sistema de producción y del mercado.⁷⁵

El diseño como esfera de trabajo que genera productos para la sociedad mundial, estudia los componentes culturales que

⁷⁵Laurent Wolf, Ideología y producción. El diseño, p. 112. Tomado de El significado del diseño y la construcción del entorno, César González, pg. 41.

tienen las particulares sociedades hacia las cuales dirige sus productos, esta asimilación de su cultura, política y economía en los signos evidentes de ciudades, comportamientos, construcciones, problemas, adelantos, equivale a la apropiación del ser para poder generar entes adecuados, es decir, cumplir con la característica de la identidad para que puedan dichos productos ser comprados y usados exitosamente por los nativos. Con lo anterior, se asume que la identidad se racionaliza en el concepto de sociedad moderna y mundo moderno como parte de las herramientas y supuestos para hacer exitoso un producto, mas pierde todo su enfoque emancipador, liberador que tenía al ser promocionado en pensamientos y sociedades tradicionales, como en su origen buscó hacerlo la Bauhaus:

La Bauhaus puede considerarse como la consolidación de las disciplinas proyectuales, es decir, del diseño, de las prácticas configuradoras del espacio; a partir de allí tenemos la certeza de que los resultados de estas prácticas no sólo están profundamente insertos en lo social, sino también que es posible asignarles un sentido; por tanto, están determinadas desde un punto de vista histórico y cultural.⁷⁶

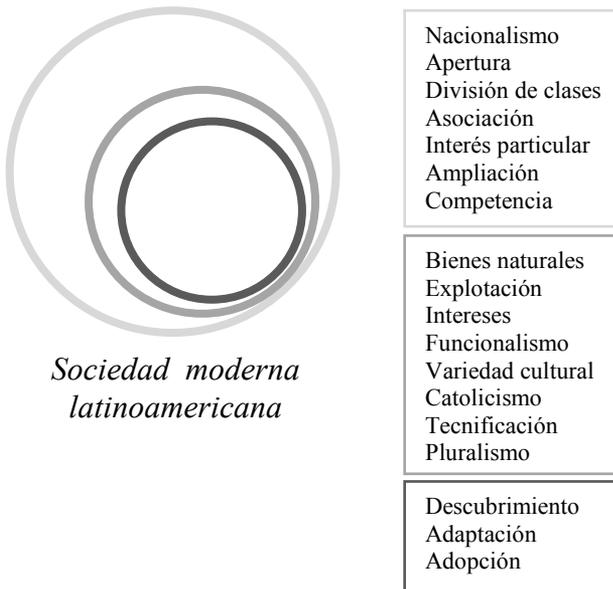
Queda claro que los objetos y elementos producidos por el diseño industrial, sean externos o internos al país, se insertan profundamente en la sociedad, se constituyen en historia y cultura rápidamente y genera múltiples cambios sustanciales en la percepción e interacción. Por ello debe ser un factor tenido

⁷⁶ César González, El significado del diseño y la construcción del entorno, pg. 53.

en cuenta en la planeación y desarrollo político, en función de mantener su autonomía y libertad.

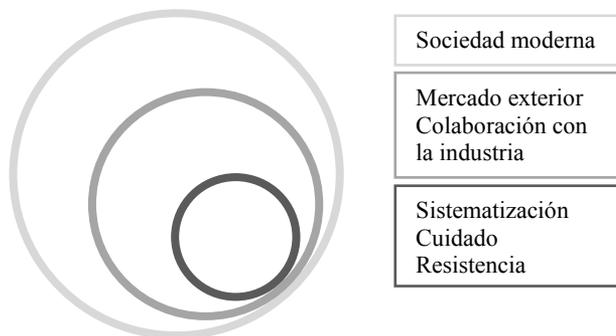
En la figura 10, la identidad de la sociedad moderna obliga al crecimiento del ente dentro del ser, haciendo que la sociedad adopte e inicie un trato cada vez más frecuente con objetos, buscando en ellos aliados en las labores cotidianas.

Figura 10



La figura 11 nos muestra cómo el diseño al mantener su estructura, desarrolla asociaciones y trabajos con medios tecnológicos avanzados. Busca el diseño el diseño productos duraderos y de alta calidad.

Figura 11



Diseño industrial

Contexto: sociedad moderna.

Ser: racionalidad cognitivo-instrumental.

Ente: apoyo a racionalidad cognitivo-instrumental siempre y cuando contribuya al ideal de nación, ente educador en valores nacionales, industriales y progresistas, inicia fomento de educación en valores asociados al consumo.

Diseño es partidario de la construcción social, de ideales nacionales basados en la búsqueda de poder y ubicación estratégica en el panorama regional y mundial.

Diseño industrial introduce carga cultural siempre y cuando beneficie actividad mercantil que signifique poder en el contexto regional.

Busca el diseñador construir poder social, apertura a dominio de otras regiones, imposición de su esquema racional, instrumentalización de elementos de identificación en la meta de ganancia de mercado para la nación o región.

En la sociedad moderna, el diseño simplifica los elementos simbólicos que agrupan identidad y los introduce en lenguajes

heterogéneos y sencillos, donde la función subordina la forma, haciendo que la cultura que quiere dejar sus elementos de diseño impresos en ellos debe evolucionar a abstracciones más elaboradas. La mentalidad del diseñador del mundo moderno piensa en abrir fronteras aunque influenciado por su localidad.

Sociedad Global

Aquella racionalización y desencantamiento de las imágenes míticas del mundo dadas en las sociedades tradicionales para convertirse en modernas, apoyadas por procesos de ética del trabajo y renuncia a concepciones religiosas limitantes, han llegado a su esplendor con las sociedades modernas actuales, las cuales se caracterizan por el vertiginoso movimiento hacia el futuro por medio de la tecnología, el poder militar, facilidades de comunicación y transporte, en general, el descubrimiento de leyes naturales que permiten el dominio y control total de la naturaleza y el hombre.

En la naturaleza los limitantes espacio-temporales han llegado a ser vencidas a niveles nunca antes vistos, como comenta Bauman:

En un mundo volátil como el de la modernidad líquida, en el cual casi ninguna estructura conserva su forma el tiempo suficiente como para garantizar alguna confianza y cristalizarse en una responsabilidad a largo plazo (al menos nunca se dice si habrá de cristalizarse ni cuándo y hay muy pocas probabilidades de que alguna vez lo haga), andar es mejor que estar sentado, correr es mejor que andar y hacer surf es mejor que correr. El surfing mejora con la ligereza y la vivacidad de quien lo practica; también es conveniente que el deportista no sea melindroso para elegir las olas que llegan hasta él y esté siempre dispuesto a dejar de lado el saber recibido, junto con las preferencias habituales que ese saber garantiza.⁷⁷

⁷⁷ Zygmunt Bauman, Los retos de la educación en la modernidad líquida, pg. 36.

Ser más surfistas, más corredores, menos estáticos, sugiere un cambio de valores para esta modernidad, que Bauman llama “modernidad líquida”. Si antes en la sociedad moderna, decíamos que era importante la racionalización de los actos cotidianos y expresivos de la vida por medio de acciones estratégicas con finalidades predeterminadas, ahora, como ampliación a esto, las condiciones tecnológicas y mentales permiten una racionalización sin trabas temporales ni espaciales, es decir, el ser humano racional, encuentran herramientas que harán su proceso estratégico mucho más efectivo. Pero, dicho hombre va a poder actuar adecuadamente en dicha modernidad si tiene la flexibilidad mental para hacerlo, esto quiere decir que, si en su capacidad racional logra articular las ventajas tecnológicas de la comunicación y la movilidad con las oportunidades que le ofrece un mundo abierto a su acción, aprendiendo y olvidando saberes en cuanto se lo exija la situación.

Estamos hablando aquí de un hombre “libre”, que hará uso de su libertad para ampliar los horizontes del comercio mundial haciendo posible el intercambio de información y de capital instantáneamente, haciendo de la vida y sus recursos un constante fluido. Bauman lo llama “turista”, pues va por el mundo con la ilusión de aumentar su capital y sus pertenencias tangibles e intangibles, es aquel miembro acomodado de la sociedad latinoamericana (oligarquía y burguesía), como el individuo de los países centrales, sin restricciones para viajar ni para tener a la mano la tecnología de comunicación y las facilidades monetarias y crediticias para actuar sobre la “ola” que mejor oportunidad le ofrezca.

*La dominación consiste en buscar esencialmente el mismo fin, el de darle el mayor margen y libertad de maniobra al bando dominante a la vez que se imponen las restricciones más estrictas posibles a la libertad de decisión del bando dominado.*⁷⁸

Ante el “turista” se encuentra el “vagabundo”, quien es su contraparte, aquel que no cuenta con la disponibilidad legal ni económica para meterse al mar de la globalización, está encerrado en su propia realidad de desempleo, pobreza o segregación, añorando ser un “turista”. Son las dos caras de la misma moneda, los dos necesarios para mantener los sueños del “turista”, que a su vez se ve reflejado en el “vagabundo” como aquello que teme llegar a ser, que no quiere ser, por lo que soporta el vértigo de la modernidad y lo distorsiona haciéndolo parecer una experiencia alucinante y divertida. El “turista” se apodera de todas las herramientas de su racionalidad cognitivo-instrumental, las perfecciona y libera de críticas éticas, como por ejemplo nociones de identidad cultural y respeto por culturas locales y autóctonas, en beneficio de intereses efímeros y multiculturales, aquellos que la globalización permite en sus más grandes sueños.

En el mundo de la modernidad líquida, la solidez de las cosas, como ocurre con la solidez de los vínculos humanos, se interpreta como una amenaza. Cualquier juramento de lealtad, cualquier compromiso a largo plazo (y mucho más un compromiso eterno) auguran un futuro cargado de obligaciones que (inevitablemente) restringiría la libertad de movimiento y reduciría la capacidad de aprovechar las nuevas y todavía desconocidas oportunidades en el momento

⁷⁸ Michael Crozier, comentario realizado en La Globalización, Zygmunt Bauman, pg. 93.

*en que (inevitablemente) se presenten. La perspectiva de cargar con una responsabilidad de por vida se desdeña como algo repulsivo y alarmante.*⁷⁹

La afectividad profunda, cargada de sinceridad hacia el otro, hacia el diferente, que ha generado vínculos casi irrompibles durante siglos, viene a distorsionarse, probablemente sea más una disminución en la concepción del tiempo, que una negación de por sí a los compromisos. Es decir, la gente sí quiere casarse, pero no para toda la vida, pues la ansiedad por conocer el mundo, por abrazarlo todo busca eliminar cualquier obstáculo, entre los cuales la fidelidad y compromiso a largo plazo es el más temido. Comprometerse es antieconómico, va en contra de las oportunidades que ofrece el capital, en este caso comparable al placer, pues el disfrute sensual del todo es negado por la fidelidad a uno, la aparición de oportunidades en un lapso de tiempo reducido va a ser muy grande, por lo que se motiva al goce instantáneo y al cambio de estructuras dinámicas de acción como patrón y atributo constante en el desarrollo del hombre global.

“La fragmentación”, como lógica de este momento global, produce otras ilusiones. Bauman cita la de anular el pasado, la de volver a nacer cada vez, sin causas ni consecuencias, excepto el riesgo de aburrirse. Lo irónico, subraya Bauman, es que esta sucesión inagotable de renaceres (en un abanico consumista compulsivo que va desde las liposucciones hasta lo último en complementos de moda) se hace en nombre de la búsqueda de lo auténtico, de ser uno mismo a cada momento.

⁷⁹ Zygmunt Bauman, Los retos de la educación en la modernidad líquida, Ed. Gedisa, pg. 29.

*“La cultura del presente urge a reinventarse de modo continuo.”*⁸⁰

Pero, ¿es dicho cambio de la relación espacio-tiempo muestra de la realidad de la naturaleza?, ¿qué existe debajo de tanto movimiento, color e información? Debajo de todo existen culturas, sociedades con diferentes grados de desarrollo, que claman por un trato equilibrado y comprometido con la naturaleza. No es casual que el aumento de movimientos globalifóbicos se acentúe cada año, ni que las protestas por el estado de pobreza al que han llegado varias sociedades sean repetidas. Es el hombre quien quiere transformar dicha relación ultra racional, estratégica, teleológica con los recursos y el hombre, a una comunicación, una racionalidad comunicativa, por la que el conflicto sea solucionado mediando los intereses entre dos sociedades.

Interesa la postura de Habermas y su racionalidad comunicativa⁸¹ como alternativa a la racionalidad cognitivo-instrumental pues permite el diálogo, acciones comunicativas, la observación del otro como un interlocutor válido, postura adecuada ante la voracidad de las leyes del mercado actuales, especialmente a favor de aquellos que promueven una actitud ante la sociedad diferente, probablemente partícipes de sociedades tradicionales que buscan un lugar respetable en el concierto global.

⁸⁰ *Ibidem*, prólogo.

⁸¹ *“Acción comunicativa se refiere a la interacción de a lo menos dos sujetos capaces de lenguaje y de acción que (ya sea con medios verbales o extraverbales) entablan una relación interpersonal. Los actores buscan entenderse sobre una situación de acción para poder así coordinar de común acuerdo sus planes de acción y con ello sus acciones.”* Jürgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 94.

*El núcleo ideológico de esta conciencia (tecnocrática) es la eliminación de la diferencia entre práctica y técnica, un reflejo, que no concepto, de la nueva constelación que se produce entre el marco institucional despotenciado y los sistemas autonomizados de la acción racional con respecto a fines. La conciencia tecnocrática viola con ello un interés que es inherente a una de las dos condiciones fundamentales de nuestra existencia cultural, al lenguaje, o más exactamente, a una forma de socialización e individuación determinadas por la comunicación en el medio del lenguaje ordinario.*⁸²

Actualmente es la globalización un nuevo paradigma social que, antes que permitir un crecimiento libre ante la dependencia, permite que el poder dominante del capital interfiera aún más en los ideales nacionales y emancipatorios de las clases medias y bajas de las sociedades latinoamericanas, pues se basa en la capacidad tecnológica, de transporte, de comunicaciones, de flujo de capital. La apertura total a la ambición y poderío capitalista de los países centrales permite en términos de racionalidad la máxima expresión de lo cognitivo-instrumental y sus acciones teleológico-estratégicas por encima de ideales nacionalistas anclados en pensamiento tradicional, por ello, globalizar es ampliar el dominio instrumental y probablemente para el lado contrario del dominado, no queda más que desplazarse a la zona oscura de la pauperización ó a la clarividencia de la renuncia a sus patrones culturales y míticos.

La denuncia en México ante el cierre de un programa televisivo donde la presentadora motivaba al diálogo con actores reales de la situación mexicana sin intentar ocultar fallas o dificultades

⁸² Jürgen Habermas, Teoría de la acción comunicativa, T. I, pg. 100.

entre los ideales de la televisora y los entrevistados, motivó textos como el siguiente donde se hace evidente una racionalización por encima de las necesidades de comunicación presentes en la sociedad, dando pie a la perpetuación de la injusticia y el crecimiento del capital en manos de los grupos globales:

Las empresas se han apoderado de las comunicaciones en un mercado-mundo que ya no es transnacional, sino global; que no sólo reproduce jerarquías de norte contra sur, sino formas más complejas que apuntan en todas direcciones según la geoeconomía, una nueva fase de expansión de firmas empresariales y de magnates con vocación mundial van más allá de su cuartel general: construyen redes planetarias de comercialización con distribuidores y proveedores locales ... y no es que el Estado-Nación tienda a desaparecer, sino que ha cedido al interés privado el diseño de las reglas para mantener su poder. Neocolonización al estilo siglo XXI, capitalistas integrados y mediadores en el juego de los poderes – dijera Mattelart – promueven empresas modernistas-participativas como forma de reconocimiento social y medio para sostener la permanente tensión entre directivos, técnicos en comunicación y audiencias libres; entre empresarios, intelectuales funcionales al sistema y ciudadanos consumidores.⁸³

El papel de las empresas en el contexto globalizado es mucho más importante ahora como generadores de identidad local y mundial, la producción se generaliza y apodera a tal grado que influye en las decisiones del Estado-Nación, haciendo posible una colonización novedosa a partir del poder capital. Son

⁸³ Periódico La Jornada, Las palabras son piedras, Gabriela Rodríguez, 18 de enero de 2008, p. 22.

además encargados de producir cultura y por lo mismo transmiten a ciudadanos de diferentes naciones valores comunes que forman la gran sociedad global. Esta realidad abre una esperanza en contra de la rigidez del mecanismo creador de valor cultural, la esperanza está presente en la misma materia imaginativa que induce al consumismo como finalidad de la existencia a que induzca al diálogo y reconocimiento del otro sin actitud predatoria, como dice Appadurai:

*Si es a través de la imaginación que hoy el capitalismo disciplina y controla a los ciudadanos contemporáneos, sobre todo a través de los medios de comunicación, es también la imaginación la facultad a través de la cual emergen nuevos patrones colectivos de disenso, de desafección y cuestionamiento de los patrones impuestos a la vida cotidiana. A través de la cual vemos emerger formas sociales nuevas, no predatorias como las del capital, formas constructoras de nuevas convivencias humanas.*⁸⁴

El desarrollo tecnológico promovido por la razón poco a poco va eliminando el lenguaje humano directo, convirtiendo a la máquina en el receptor de su mensaje, creando la deshumanización del contexto global, advirtiendo que una gran masa humana se debate entre la naturaleza de su entorno, la riqueza de su lenguaje tradicional y la pobreza por la insuficiencia de medios técnicos para generar su sustento.

La globalización por tanto como dicho ente unificador, sacrifica rasgos identificadores de culturas dispersas en pro de rasgos generalizados para que el grupo crezca y se regenere día tras

⁸⁴ Arjun Appadurai, "Grassroots globalization and the research imagination", Public Culture. Durham, 2000.

día. En el camino quedarán grupos humanos condenados a adaptarse al nuevo esquema global de oportunidades basadas en la tecnología y la eficiencia o a desaparecer con el paso del tiempo, quedando sólo recuerdos evidentes en elementos culturales muertos.

En el cabaret de la globalización, el Estado realiza un striptease y al final de la función sólo le queda lo mínimo: el poder de la represión. Destruída su base material, anuladas su soberanía e independencia, borrada la clase política, el Estado nacional se convierte en un mero servicio de seguridad de las megaempresas ... los nuevos amos del mundo no necesitan gobernar en forma directa. Los gobiernos nacionales están encargados de la tarea de administrar los asuntos en su nombre.⁸⁵

Como se nombra en el anterior texto, los estados en vías de desarrollo refuerzan su función de poder represivo, aún más que en las fases históricas de la colonia y las naciones independientes recién creadas; son promotores de los intereses de las ya no naciones, sino de los capitales en forma de empresas multinacionales, que a pesar de todo sí conservan un tinte imperialista propio de ciertos grupos nacionales. El efecto de dicha limitación por parte del poder central de los países latinoamericanos se hace sentir aun más en los momentos globalizados que en el pasado, pues se anula además de la dificultad para actuar, el mismo deseo emancipador que era natural a cualquier crecimiento social, pues la sociedad pierde su consistencia y sólo se desea estar comfortable con el grupo que se asemeje en aspectos diferentes al territorio y la historia, como expresa el temor de Marcuse:

⁸⁵ “Subcomandante Marcos” en periódico La Jornada, enero 2008.

El problema al que nos enfrentamos es la necesidad de liberarnos de una sociedad que atiende en gran medida a las demandas materiales e incluso culturales del hombre – una sociedad que, por usar un eslogan, reparte sus mercancías a un amplio sector de la población-. Y esto implica que nos enfrentamos a la liberación de una sociedad en donde la liberación no tiene el aparente sustento de las masas.⁸⁶

Bauman nos ayuda a entender que en el mundo globalizado, el ciudadano se vuelve enemigo del individuo, es decir, aquella visión de ser partícipe de un proceso de construcción de nación, cede terreno a la visión de construcción de una vida, sumando esto a la liberación de espacio y tiempo. Liberar a la gente puede volverla indiferente.

El individuo es el enemigo número uno del ciudadano, sugería De Tocqueville. El ciudadano es una persona inclinada a procurar su propio bienestar a través del bienestar de su ciudad – mientras que el individuo tiende a la pasividad, al escepticismo y la desconfianza hacia la “causa común”, el “bien común”, la “sociedad buena” o la “sociedad justa.”⁸⁷

En nuestro análisis de Latinoamérica es pertinente darnos cuenta que dichos procesos globalizadores pueden tener sentido en el contexto de un país desarrollado, pues la estandarización de procesos y los ya solucionados problemas básicos y medianos de la sociedad para su correcto funcionamiento son sustento para poder pensar en la individualización de las

⁸⁶ Herbert Marcuse, “Liberation from the affluent society”, 1989, p. 227.

⁸⁷ Sygmunt Bauman, Modernidad líquida, pg. 41.

acciones, además es notorio que el poder tecnológico militar de por sí requiere una menor cantidad de material humano, o lo que es más claro, del capital humano en la guerra como trabajo en acciones teleológico-estratégicas, dando por hecho la existencia del estado soberano, sin necesidad de ser construido pues ya lo está.

La individualización es posible y además necesaria cuando existe solidez nacional en sus instituciones y sus capitales, pero, al abordar la globalización en una medida similar en las naciones del tercer mundo o subdesarrolladas, se puede caer en el problema de dejar de luchar por la construcción de la nación que aún no ha sido fortalecida y permitir por lo tanto que la indiferencia del individuo viciado por la tecnología ceda a los intereses supranacionales que al final van a ser sus propios intereses si renuncia a su propia nación, sociedad y cultura tradicional.

En definitiva la dinámica de la globalización existe gracias a la visualización de capital económico en disputa por varias sociedades modernas, es el mismo interés de los grandes capitalistas del pasado pero ahora anónimos y con capacidades de manipulación y respuesta agresiva ilimitada, los ejércitos nacionales ya no son exclusivos para defender la soberanía nacional ante invasiones de espacio, más que eso se adecuan a la búsqueda de capital velando por intereses privados.

Las fuerzas forjadoras de carácter transnacional son en gran medida anónimas y, por ello, difíciles de identificar. No conforman un sistema u orden unificado. Son una aglomeración de sistemas manipulados por actores en su mayoría 'invisibles' (no existen) unidad ni coordinación

*premeditada de estas fuerzas ... El 'mercado' no es la negociación interactiva de fuerzas en competencia, sino más bien el tira y afloja de exigencias manipuladas, necesidades artificiales y la avidez por las ganancias rápidas.*⁸⁸

En inicios de esta maravillosa revolución tecnológica de las redes de información, se preveía la vinculación cultural al primer mundo por medio de la globalización informativa, vinculación principalmente como consumidores que, dejaba ver el temor de perder la noción de identidad propia de una sociedad tradicional que busca su emancipación para convertirse en sociedad moderna, pues no se conocer otro camino para dar este paso, o tal vez la renuncia al camino, renunciando a la cultura propia sumiéndose y fusionándose en el gran mundo global.

Sule comenta cómo el poderío cultural estadounidense en los años ochenta domina Latinoamérica y cómo dicho dominio irá debilitando el mantenimiento de la identidad, que entre otras cosas, significa unidad e integración de los diferentes países latinoamericanos:

En 1988, Estados Unidos controlaba ya el 75% de la circulación mundial de programas de televisión, el 65% de las informaciones, el 50% del cine, el 60% de los discos y casetes y el 89% de la información comercial ... En esta forma todo se conjuga para que seamos más vulnerables al avance de un proyecto económico con incidencia política, que no responde a nuestros intereses y aspiraciones, porque nuestra capacidad de decidir está influida por un mensaje

⁸⁸ Georg Henrik von Wright, "The crisis of social science and the withering hawaii of the nation state", en *Associations*, 1, 1997, pg. 49-52. Tomado de *La Globalización*, Sigmunt Bauman, pg. 78.

*que tampoco es el nuestro. A la larga eso irá minando el pleno ejercicio de nuestra soberanía, así como en el último tiempo se han ido reduciendo las expectativas que hace un par de años teníamos de empezar a caminar con paso seguro hacia la integración.*⁸⁹

El trabajo por sí mismo, no por la sociedad ni por el país, acorde a la racionalidad del diseño, busca instrumentalizar los rasgos culturales componentes de la identidad cultural. La disciplina del diseño por sí misma se independiza de criterios ético-valorativos a imagen y semejanza de la denominada sociedad global.

En la figura 12 la inversión del ser y el ente muestra el dominio absoluto del producto sobre el individuo, haciéndole dependiente de ellos para construir su ser, definir su identidad.

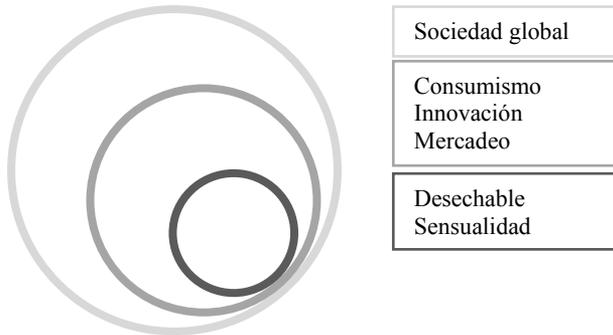
Figura 12



⁸⁹ Anselmo Sule, Comunicación y Desarrollo, en El Día, México 2 y 3 octubre 1989.

Aquí, en la figura 13, el diseño busca atraer al consumidor con productos sensoriales, que a su vez tengan una vida útil corta, que permita reproducir el ciclo de consumo cada vez más rápido.

Figura 13



Diseño industrial

Contexto: sociedad global.

Ser: racionalidad cognitivo-instrumental.

Ente: genera apoyo a racionalidad cognitivo-instrumental que se vincula a empresas multinacionales, a los grandes capitales pertenecientes a individuos o consorcios generalmente ubicados en países desarrollados, se niegan y discriminan ideales nacionalistas o tradicionalistas, prima la necesidad por generación de capital; la cultura, política, economía giran en torno a la búsqueda de recursos naturales, humanos y de capital.

El diseño motiva a la fusión en culturas dominantes, lleva a introducir actitudes y lenguaje de culturas dominantes en la cultura local, fomenta el consumismo como fin en si mismo de la vida, propicia la homogeneización social, reduce las diferencias a aspectos folklóricos de sociedades que deben desaparecer.

Se fomenta el consumo como actitud de vida imprescindible para el éxito y la justificación de estar en el mundo, se invierten

grandes recursos económicos en la dominación total de grupos tradicionales y modernos, buscando su desmembramiento individual y fusión con la sociedad global.

Diseño busca cooperar en la homogeneización del lenguaje del usuario, la simplificación de significados, la completa adecuación a la racionalidad instrumental.

Diseñador libera a la disciplina de cargas culturales limitantes en la búsqueda del lenguaje común, se abastece de información multicultural e instantánea, genera realidades homogéneas, acríticas en el campo cultural, críticas en el campo económico-consumista.

Trabaja en la generación de discriminación social, señala a quienes no son globales como subdesarrollados.

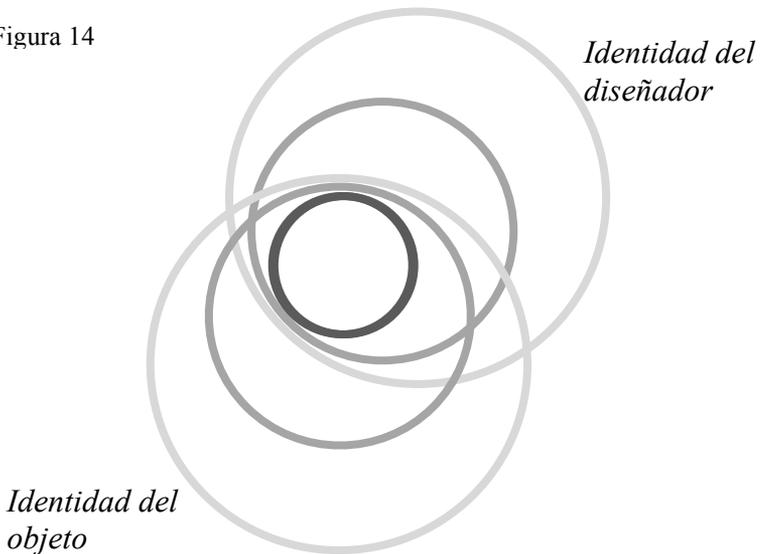
Busca su éxito individual avalado por grandes capitales, no se cuestiona sobre su procedencia ni su capacidad como constructor social.

En la sociedad global, el diseño construye identidades particulares para individuos con similares intereses sin importar el lugar en que se encuentren. Se satisfacen estilos de vida particulares, individuales. También trabaja en la heterogeneidad social en beneficio de la comunicación rápida siempre con el objetivo de alimentar las relaciones de capital que mantienen con vida la racionalidad cognitivo-instrumental. El diseño industrial ubicado en la sociedad global no tiene fronteras ni naciones, sólo directrices que en este caso se denomina mercado, capitalismo, neo-liberalismo, imperialismo.

4. Diseño Industrial y Sociedad

El diseñador es el constructor y manipulador de los tres elementos de la identidad del objeto de diseño, pero al interactuar y definir dichos elementos pone en acción también su propia identidad, como muestra la figura 14, donde se evidencia la mezcla de identidades. Estas dos identidades (objeto y diseñador) coinciden en buscar el mismo ente para lo cual están fusionando todo el tiempo sus seres y contextos para encontrar la respuesta. El diseñador debe minimizar en algunos momentos su identidad para percibir la identidad del objeto que desea diseñar o evaluar, debe tener la capacidad de direccionar su ser y su contexto de manera que permita fluir la identidad buscada en el ente.

Figura 14



En el ser y contexto del diseñador encontramos involucrada su historia de vida, desde su nacimiento, sus referentes culturales, religiosos, educativos, políticos, económicos, su formación en diseño, su plan de vida, ideales a futuro, el trabajo presente, sus hobbies, su acercamiento a la tecnología, religiosidad, la capacidad de comunicarse en diferentes idiomas, su libertad y apertura mental; será importante que el diseñador tenga un contexto definido claramente (tradicional, moderno, global), así como un ser alimentado cotidianamente, en el cual exista la capacidad de discernimiento necesaria para enfrentar las imposiciones del ser y contexto del producto de diseño; el diseñador define la constitución del ente, crea dicha identidad.

Al percibir a profundidad el ser y contexto del ente que quiere diseñar, se debe esforzar en percibir y comprender las necesidades del otro, al comprenderlo tendrá fundamentos éticos reales que generarán acciones acordes a los requerimientos del diseño (ente-ser-contexto) y a sus requerimientos como actor del mundo social. En este momento la racionalidad comunicativa juega un papel relevante al ofrecer al diseñador la capacidad de relajar su racionalidad instrumental y evaluar la postura del otro exentos en primera instancia de un contexto económico.

Cuando actúa la racionalidad comunicativa en la identidad del diseño, éste se tiende a ver y convertir en arte, como actividad despreocupada de finalidades pragmáticas, que sin embargo, al recibir dicha libertad momentánea, podrá comprender y actuar humanamente en la transformación de contextos deprimidos.

¿Qué identidad debe tener un producto que responda a necesidades del latinoamericano? ¿La identidad es algo manipulable? Todo objeto creado es identidad y ha sido producto de alguien o algunas identidades que han determinado su constitución.

El diseño industrial es elemento imprescindible en la construcción de sociedades autónomas, pues son autónomas en la medida que generen diseño, identidades e identidad. La rigidez con que dicha disciplina se dirige hacia la visión unidimensional de la racionalidad cognitivo-instrumental, elimina la creación de identidad regional. Un país o grupo social que no genera productos, identidades que lo refuerzan y reafirman ante sí mismo y ante el mundo, se encamina a su desaparición como identidad y a su fusión en otra sociedad al no poder exteriorizar su esencia, se hace mínimo, disminuido, suplantado poco a poco por otros entes, por otras identidades.

Quizá este proceso es natural y es lo que debe ser ante la carencia de desarrollo industrial autónomo, sin embargo, la supervivencia de la cultura local, regional debe ser objetivo principal en la política de desarrollo, pues esta genera la unidad y fuerza necesaria para ver y dar solución a problemas regionales.

La industria del consumo está incorporando en sus departamentos de investigación y diseño la exploración del ser latinoamericano en contextos específicos para llegar a productos, entes, que al responder a sus necesidades, tendencias, contenidos, sean exitosos en sus ventas y a la vez puedan manipular y dominar el comportamiento del consumidor, acorde a un estado adelantado de evolución de la

racionalidad cognitivo-instrumental, transforma sociedades tradicionales a modernas y éstas a globales. La descripción del ser contextualizado es buscada ahora por antropólogos, sociólogos, diseñadores, psicólogos, administradores, entre otros, en la llamada técnica de investigación etnográfica, utilizada por el diseño como estrategia para la detección de patrones de comportamiento y consumo que traerán claves, conocimiento profundo del consumidor aplicable en la determinación de la forma, la función o la comunicación de los productos en el mercado, trabajando en la instrumentalización de las disciplinas humanas con fines puramente comerciales. Se realizan entrevistas en los contextos de vida reales de los usuarios para vender dicha información e interpretación del ser a empresas multinacionales que quieren ganar dichos mercados. La información permite generar objetos o productos que poco a poco irán modificando el estilo de vida de la sociedad tradicional o moderna, reduciendo su ser a comportamientos validados por los productos ofrecidos por dichas empresas.

De la mano del consumo de un producto, se consume una identidad y a la par se modifica o reconstruye la identidad propia, dicha transformación en el momento actual generalmente está acorde a la sociedad global dominada por Estados Unidos y Europa. La modificación de la propia identidad actúa como sedante a ideales nacionalistas o regionalistas, adormece la necesidad de liberación o emancipación de cualquier sensación de opresión y fortalece la aceptación de la realidad de la región, no hay posibilidad de hacer algo propio, las cosas como están, todo fluye sin oponer resistencia, sin actitud crítica, sin ver ni hacer nada por la sociedad cercana que lo necesita.

Se acepta entonces individualmente el destino del consumidor, que será ahora validador y promotor de cuanto quiera la racionalidad cognitivo-instrumental. La captación y transformación de identidades consumidoras, es una forma de eliminar identidades nacionales o regionales, las identidades que se reciben como productos vienen en el lenguaje elaborado de la racionalidad cognitivo-instrumental, lenguaje para el que la sociedad tradicional no tiene respuesta y queda expuesta a ser vista como mito y folklor. La cultura proveedora de identidad es valorada y envidiada propiciando el rápido desmonte de la infraestructura del ser contextualizado en Latinoamérica.

Es posible que en este momento las diferencias no sean tantas entre el ser del consumidor latinoamericano y el ser del producto recibido, pero en la medida que se anule cualquier deseo o necesidad por dar respuestas locales al problema de los productos y la construcción de sus identidades, miles de entes externos seguirán reemplazando a entes locales, transformando esencia y ser local, construyendo una nueva cultura manipulada y dependiente, consumista, hasta que no recordemos idioma u origen.

La identidad regional, nacional es fuente de poder para acciones conjuntas contrario a lo que realizan los actuales organismos represores y administradores del patrimonio del estado, quienes venden a multinacionales y gobiernos extranjeros lo logrado durante muchos años, en este contexto, la creación de nación, de identidad es relegada, no es importante, no es viable ni conviene.

Todo producto mal elaborado o mal direccionado, toda identidad negativa, en la que sus elementos se contradigan, su

contexto, ser y ente sean independientes o no trabajen armónicamente, será negativo para la sociedad. Cualquier identidad que busque suplantar y confundir las necesidades reales de la sociedad, simplificando los problemas, maquillándolos para de manera más fácil generar lucro con ello, induce al desmembramiento social, al caos, a la descomposición social. La responsabilidad del diseñador industrial va más allá de proponer formas y funciones para el mercado, es responsable de alimentar la identidad generando objetos con identidad positiva, que busque enlazar lo que somos con lo que necesitamos en un momento y lugar específico.

¿Existen ejemplos en el diseño en Latinoamérica donde exista un trabajo de búsqueda de identidad completa (contexto-ser-ente)? La mayoría estamos vinculados en la lógica del capitalismo, de la racionalidad cognitivo-instrumental, que da prioridad al beneficio económico, al valor estratégico instrumental de la acción, propiciada por el ser racional del diseño, por encima de intereses sociales pues no busca la adecuación del contexto con ser y ente, no importa al final si los entes coinciden con su contexto, solamente será importante la capacidad de la identidad de generar consumo y ganancia económica.

Una empresa colombiana de chamarras utiliza insumos y maquinaria italianos pero toda la producción es realizada en Bogotá, sus diseños buscan la mejor calidad y forma adecuada a la capacidad adquisitiva y las necesidades culturales de los compradores colombianos. Cada diseño tiene identidad (características físicas, comerciales y sociales) y es una identidad, es un objeto, un ente, ente=identidad. Al tener y ser identidad, alimenta la construcción de identidad social, llámese

bogotano, colombiano, latinoamericano, que sumada a muchos otros entes alimentadores generará un estado de prosperidad y beneficio propicio para hacer grandes obras y crecer como grupo social emancipado.

La generación de identidades que contribuyen a la construcción de la gran identidad social, ligada a responsabilidades tangibles de desarrollo, reducción de pobreza y miseria, producción de oportunidades para mayores grupos de población, disminución de la corrupción en todo nivel, mejoras educativas, la no discriminación, ligada a situaciones que podemos palpar y por lo que nuestros esfuerzos estarán realmente impactando en la sociedad (contrario a sensaciones virtuales y a distancia de ayuda a mejora global cuando tenemos cosas que urgen solucionar en nuestro entorno), debe ser labor de toda disciplina, su responsabilidad social es prioridad frente a la generación de lucro y crecimiento global, antes que el interés personal debe primar el interés comunitario.

¿Si el origen y ser del diseño es la racionalidad que instrumentaliza toda acción en búsqueda de capital, existe otra alternativa viable para hacer del diseño una labor socialmente responsable? Buscar que la racionalidad cognitivo-instrumental ceda ante la racionalidad comunicativa, que puede ser también la reducción del interés por el capital en beneficio del aumento en el interés por las personas, puede ser un camino para direccionar las acciones del diseño acorde a un contexto que lo necesita para crecer sanamente. Habermas reconoce en la racionalidad comunicativa y su acción comunicativa una posibilidad de interacción y valoración mas adecuada entre sociedades que se guíen por estándares de pensamiento diferentes.

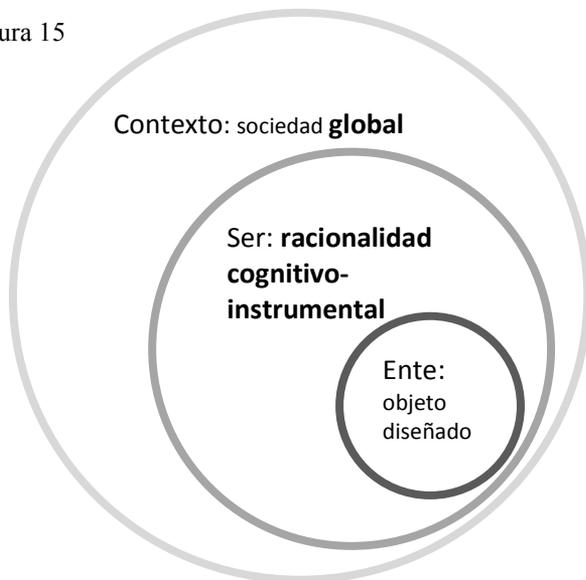
El diseño industrial, entendido como una disciplina proyectual, es decir, que se origina desde la necesidad racional por prever los hechos futuros, por predeterminar la forma y función de objetos que serán producidos y usados en gran escala, será sinónimo de pensamiento racional acorde a sociedades modernas que, en el presente evoluciona y se circunscribe en el ámbito de lo global como participante en la generación y mantenimiento del capitalismo y consumismo; en Latinoamérica se caracteriza por su vinculación a proyectos internacionales, concursos internacionales, donde “diseñadores globales” buscan la construcción del entorno mundial, la figuración en una empresa multinacional, la preferencia total de sus logros como individuos sobre sus logros como ciudadanos, característica de la globalización que genera una profesión desvinculada de su contexto y por su misma naturaleza, impregnada de racionalidad cognitivo instrumental que busca responder a máximos niveles de aportación a sociedades donde la búsqueda de poder es el fin último de toda acción.

El diseñador latinoamericano (como el diseñador global), reforzado por medios de comunicación internacionales y un mayor conocimiento del mundo por la tecnología virtual, busca incidir en el mundo del usuario que su formación racional le impone, del usuario consumista, masificado, globalizado, haciendo extensivos sus inventos y beneficios al planeta entero siempre y cuando participe de la dinámica de mercado. Se hace por lo tanto evidente la disminución de intentos por construir un entorno particular, diferente, tradicional, capaz de enfrentar los influjos de la globalización, manteniendo sus características clave como cultura y sociedad. El diseño industrial al no tener conexión con el contexto local, pierde vigencia como disciplina

cultural y se convierte en disciplina exclusivamente mercantil, racional con arreglo a fines, para la que lo único prioritario será la victoria comercial sobre la competencia; la mente del diseñador cambia al igual que el diseño en la sociedad tradicional, pues se instrumentaliza su acción.

En la figura 15 las actividades del diseño siguen los patrones impuestos por la racionalidad cognitivo-instrumental, en la cual Latinoamérica es un mercado y sólo será una posible opción para el trabajo del diseño cuando ofrezca un atractivo capital. El diseñador visualiza la sociedad global como su espacio de trabajo pues allí está la oportunidad de negocio, queda relegada la función de proveer a su entorno las soluciones que su disciplina puede dar y únicamente lo hará en la medida que represente un beneficio económico representativo.

Figura 15



En esta figura el ser racional cognitivo-instrumental determina el contexto como sociedad global, el ente toma mayor importancia que el contexto, generando necesidades, consumo, detectando y explotando la oportunidad comercial para sorprender y ubicar. La innovación surge aquí como dicha actitud oportuna ante las posibles necesidades del contexto, siempre con la óptica puesta en lo redituable de ser el primero.

Obsérvese como el mundo del diseñador suprime cualquier sujeción a un contexto determinado, pues lo guía la racionalidad de la oportunidad. También es propio de esta postura lo mostrado en la figura 10, donde el ente se hace mayor que el ser, queriendo expresar con ello la predominancia del objeto y su consumo sobre la construcción de la persona, de la sociedad.

En la figura 16 el ser del diseño es la racionalidad comunicativa, la cual propiciará una reflexión y observación de los distintos participantes del proceso de diseño sin permitir que prime el interés económico sobre el interés social. El diseño industrial se guiará por formas racionales alternas a la instrumentalización de la sociedad, buscando que la labor del diseño responda a necesidades reales, tomando a quien se escucha como un interlocutor válido y no como un consumidor o cliente. Dicha racionalidad va a tener como prioridad la acción del diseño en el contexto que lo necesita más que el contexto que lo pueda pagar. Por ello aparece Latinoamérica como principal contexto de trabajo y marco de acción del diseño, sin por ello negar que se pueda contribuir en algún momento a la construcción del contexto global o de contextos más pequeños.

En este esquema la racionalidad comunicativa hace que el contexto sea visualizado antes que el ente, el ente responderá a cualidades del contexto mediado por el ser del diseño.

Figura 16



Al no primar el interés económico sobre la acción del diseño, podemos liberar su práctica de las limitantes que ofrecen las diferencias tecnológicas y económicas con países desarrollados y darle salida a muchas ideas que buscarán solucionar problemas sociales tangibles antes que competir en el mundo por solucionar entes ya llevados a un alto grado de desarrollo.

Esta “utopía” expresada en el segundo planteamiento, es necesaria para visualizar salidas alternas para el diseño,

buscando una actividad coherente, profesional, humana, responsable. Este camino puede contribuir realmente al desarrollo, la justicia y la paz de la región latinoamericana.

5. Conclusiones

Al definir la identidad como la relación existente entre ser y ente, significado y significante, concepto y objeto, definimos al diseño industrial como la disciplina que busca construir dichas relaciones en los objetos que se generan artificialmente por medio de la industria.

La búsqueda de dichas relaciones está ubicada en un contexto social (sociedad) que se compone de características económicas, políticas y culturales, marco sobre el que trabaja el diseñador para darle características a su diseño y también marco que lo define a sí mismo como perteneciente a un grupo.

El medio industrial al que está enfocado el trabajo del diseñador industrial, imprime en su disciplina un compromiso y responsabilidad con grandes grupos de personas, pues labora en la constitución de sociedades complejas fruto del aumento de población y de los avances científico-técnicos. Dicho compromiso que se enlaza con la generación de trabajo industrial, fuente de riqueza de las sociedades modernas, se incorpora en su quehacer cotidiano llevándolo a ser partícipe de los grandes avances y retrocesos que ocurran en su contexto así como en el contexto del objeto de diseño.

Su trabajo como generador de identidad en y para un contexto, no puede estar exento de la reflexión, del conocimiento de su contexto, de las limitantes, carencias y necesidades de su país o región, tiene una responsabilidad social, contrario a la actitud eminentemente individualista y mercantil aprendida de una

disciplina que se ha racionalizado al máximo en el modelo neoliberal de los países industrializados, dicha actitud permite conocer, aprender y convivir con los avances del mundo industrializado pero limita y anula a la vez conocer y actuar en la mejora de países en desarrollo.

Actuar en Latinoamérica, en aquel grupo que busca avanzar en la mejora y solución de problemas de alimentación, transporte, construcción, vestido, defensa, entre otros, implica romper la visión del diseñador globalizado, individualista, por el diseñador que conoce el mundo pero mantiene como parte de sus necesidades profesionales la acción en la sociedad que busca mejorar, es allí donde su conocimiento de la sociedad le permitirá tener un papel relevante y será valorada su profesión.

El diseñador no debe actuar según le indique la dinámica de mercado, debe asociarse con planes que vinculen el diseño en la solución de problemas, pero siempre con una meta en común, que es el desarrollo de la sociedad, de la nación. Esa debe ser nuestra labor, solo así se podrá lograr contribuir a la dinamización de la industria local y como resultado la generación de empleo. Latinoamérica requiere concentrar sus esfuerzos de trabajo hacia adentro para responder a carencias estructurales en las que el diseño debe y puede actuar de manera creativa.

Si el diseño deja que la dinámica del mercado y sus vaivenes guíen su acción, pierde sentido que se enseñe como carrera universitaria (especialmente en universidades públicas), si es así debería ser oficio técnico vinculado a la mercadotecnia y la ingeniería.

Aún siendo los diseñadores industriales promotores de la sociedad global y su racionalidad cognitivo-instrumental porque así lo exige una disciplina basada en el avance racional (con la carga ideológica y religiosa que implica dicha racionalidad), es necesario aplicar dicho conocimiento a nuestro contexto, donde existen problemas a resolver quizá menos seductores pero sí más urgentes.

6. Anexos

Modelo de análisis contexto-ser-ente

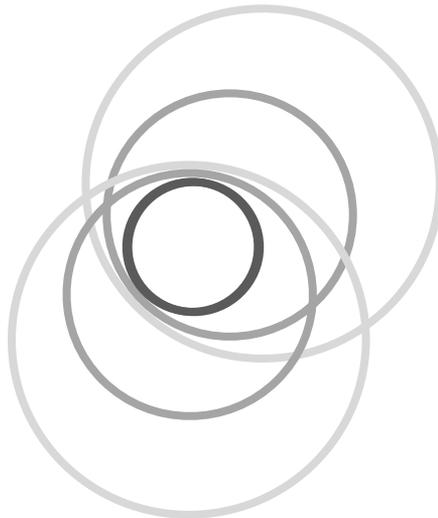
Como un ejercicio de adecuación teórica a la práctica, se propone utilizar el modelo “contexto-ser-ente” para analizar el concepto identidad en cualquier objeto diseñado.

La herramienta pretende generar discusión y reflexión de la labor del diseñador en el contexto latinoamericano, en su rol como generador de identidad y constructor de una sociedad unida.

Herramienta-método para la generación y evaluación de la identidad en objetos a partir de los elementos que la conforman.

1. Se ubican los modelos de identidad del objeto y diseñador unificándose en el ente (círculo pequeño).

Figura 17



2. Se describe cada uno de los elementos que componen los modelos.

Ejemplo:

Objeto de diseño: Bus de servicio público.

Ente: bus urbano, capacidad 120 pasajeros de los cuales 40 van sentados. Rápido, carril exclusivo, conductor ajeno a dinero, televisión y música controlada, no vendedores, identidad corporativa, limpieza, eficiencia, exactitud.

Ser: racionalidad occidental, sociedad moderna – global, siglo XX, Bogotá, Ciudad de México, globalización, producción en Alemania y Suiza, ser del orden y la efectividad, ser de mercado, inversión privada, diseño alemán, sistema brasilero, usuario clase media.

Contexto: sociedad moderna, Bogotá, Colombia, 2008.

Diseñador: Profesional mexicano.

Ente: autobús moderno, BMW, cabinas – naves espaciales.

Ser: racionalidad cognitivo-instrumental, diseño estratégico.

Contexto: sociedad global, empresa multinacional.

3. Se compara el contenido entre diseñador y objeto de diseño, buscando similitudes y diferencias.

Ente: el diseñador tiene predilección por modelos de diseño de autobuses europeos y un gusto especial por la ingeniería espacial, los buses comprados para el sistema de transporte masivo son importados de Alemania, tienen espacio confortable y cumplen con todas las normas internacionales de transporte público.

Ser: diseñador busca triunfar a nivel internacional, busca un ejercicio notorio a nivel personal en concursos y eventos europeos y norteamericanos, busca ganancias extra para consolidar su prestigio, el sistema de transporte busca responder a la necesidad de privatización de empresas del estado impulsado por el banco mundial, es un gran negocio para dos familias multimillonarias dueñas de gran parte del consorcio del transporte y comunicaciones en Bogotá.

Contexto: diseñador con oficina virtual, con sede en Nueva York, Sao Paulo y Londres, habita en Nueva York, familia pequeña, mundo de conferencias y grandes negocios. Bogotá, Colombia, centro de negocios internacional en crecimiento, profundos problemas sociales, pobreza y miseria en alto porcentaje, delincuencia común creciente, crímenes de estado y de grupos insurgentes en aumento, crecimiento económico sostenido, dependencia económica de Estados Unidos.

4. Se busca encontrar secuencias que encadenen los elementos contexto-ser-ente.

Ente: diseño europeo – espacio – norma internacional.

Ser: triunfar internacional – reconocimiento – ganancias extra – privatización – banco mundial – familias multimillonarias.

Contexto: oficina virtual – grandes negocios – centro de negocios – pobreza – delincuencia – crímenes – estado – insurgencia – dependencia.

5. Se determina hasta qué punto dicho encadenamiento permite la construcción de una identidad positiva o negativa ubicada en una sociedad tradicional, moderna o global.

El diseñador tiene un comportamiento e ideales asociados a la sociedad global, el objeto de diseño es también de carácter global que sin embargo será ubicado en un contexto que se está transformando, que es inestable, va de sociedad tradicional a moderna y global. La visión del diseño asociada exclusivamente a la generación de lucro propiciará el aumento de la corrupción e injusticia.

Ideas e imágenes

Con estas imágenes se busca visualizar caminos, generar cuestionamiento sobre la participación del diseño y la identidad en lo cotidiano.



Los usuarios buscan crear identidad, inventan escenarios a partir de elementos que encuentran en el mercado. Dichos escenarios u objetos alimentan su identidad, ¿a partir de un plan de diseño se puede guiar la conducta de la población en la búsqueda de la unidad y excelencia? ¿Es necesario que el diseño industrial sea pensado como una forma de educar a la población en valores esenciales para la convivencia, teniendo

como uno de los principales el trabajo en equipo y la unidad en un objetivo común?



Las acciones recreativas en la sociedad moderna y global propician ciudadanos individualistas, que no se visualizan como parte de una nación, comunidad territorial o histórica sino como parte de una comunidad tecnológica. ¿Es importante que en el momento de transición que vive Latinoamérica se busque la noción de identidad local, de una sociedad articulada con objetivos en común, que aprovechen las ventajas tecnológicas

para servir a la mayoría, especialmente a quienes carecen de condiciones óptimas para vivir?



Es notoria la convivencia de la sociedad tradicional, moderna y global en el mundo del usuario, enfrentando constantemente la multiplicidad de información proveniente de internet y televisión con su mundo local, construido de nacionalismo y tradiciones. La transformación del comportamiento del usuario, de una racionalidad comunicativa a una racionalidad totalmente instrumentalizada planteada en la sociedad global, sin una guía que lo vincule con un objetivo en sociedad – de la que el diseño debe ser actor principal pues relaciona el entorno material con

el universo mítico-simbólico – multiplica el caos, pérdida de conocimiento, pérdida de identidad.