

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

Collection of Advanced Studies in Design

CULTURA

Culture

- | | |
|---------------------------|--|
| Sergio Luis Peña Martínez | Diseño con sentido
<i>Design with significance</i> |
| Luis Rodríguez Morales | Globalización: su impacto en las
identidades locales
<i>Globalization: its impact in the
local identities</i> |
| Ernesto Fernández Sánchez | La relación cultura-diseño en los
escenarios de la posmodernidad: el reto
de la formación cultural del diseñador
<i>The culture-design relationship in
postmodernity scenarios: a challenge
for designers' cultural formation</i> |
| Flaviano Celaschi | O corpo como matéria-prima do projeto
<i>The body as raw material for the project</i> |
| José Márcio de Barros | Diversidade cultural: os desafios para a
promoção e proteção no campo do design
<i>Cultural diversity: the challenges for
the promotion and protection of the design field</i> |
| Dijon De Moraes | Eco, Kant e o Ornitorrinco: reflexões
sobre design na cultura global
<i>Eco, Kant and the Platypus: reflections
about design in global culture</i> |

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

Collection of Advanced Studies in Design



CULTURA

Culture

Cadernos de Estudos Avançados em Design:

Design e Cultura /

organização: Dijon De Moraes. – Sergio Luis Peña
Martínez. – 1. ed. – Belo Horizonte: EDUEMG, 2016.
p.: 180, il. – v. 11

Título em inglês:

Collection of advanced studies in design:

Design and Culture

ISBN 978-85-62578-63-2

1. Design. 2. Cultura. I. Moraes, Dijon De (org.),
II. Martínez, Sergio Luis Peña (org.), Universidade
do Estado de Minas Gerais. V. Título VI. Série.

CDU 7.05

Catálogo: Sandro Alex Batista – Bibliotecário CRB/6 – 2433

EdUEMG

Editora da Universidade
do Estado de Minas Gerais

Rodovia Papa João Paulo II, 4143
Ed. Minas – 8º andar
Cidade Administrativa
Presidente Tancredo Neves
CEP: 31.630-900 – Belo Horizonte / MG
Tel: +55 (31) 3916-0471
eduemg.uemg@gmail.com

Conselho Editorial da EdUEMG /
Editorial Council of EdUEMG

Dijon Moraes Júnior (PRESIDENTE)

Fuad Kyrillos Neto

Helena Lopes

Itiro Iida

José Eustáquio de Brito

José Márcio de Barros

Paulo Sérgio Lacerda Beirão

Vânia Costa

EdUEMG

Editora da Universidade
do Estado de Minas Gerais

Coordenação / *Coordination*
Daniele Alves Ribeiro de Castro

Projeto gráfico / *Graphic project*
Laboratório de Design Gráfico
(LDG) da ED-UEMG

Coordenadora: Mariana Misk

Capa: Iara Mol

Design: Vítor Carvalho

Produção editorial e revisão /
Editorial production and revision
Daniele Alves Ribeiro de Castro

Diagramação / *Diagramming*
Vítor Carvalho

Tradução / *Translation*
Camila Faria Braga Pires

Sérgio Antônio Silva

Rosângela Míriam Mendonça

CADERNOS DE ESTUDOS AVANÇADOS EM DESIGN

Collection of Advanced Studies in Design

CULTURA

Culture

Dijon De Moraes
Sergio Luis Peña Martínez
(Orgs. / Edited by)

Belo Horizonte
Editora da Universidade do Estado
de Minas Gerais – EduEMG
2016

UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE MINAS GERAIS



ESCOLA DE
DESIGN



Centro de Estudos, Teoria,
Cultura e Pesquisa em Design

Cadernos de Estudos Avançados em Design
Collection of Advanced Studies in Design

Centro de Estudos, Teoria, Cultura e
Pesquisa em Design – Centro T&C Design

Escola de Design da Universidade do
Estado de Minas Gerais – ED-UEMG

Universidade do Estado de Minas Gerais

Reitor / *Rector*

Dijon Moraes Júnior

Vice-reitor / *Vice-rector*

José Eustáquio Alves Brito

Chefe de Gabinete / *Cabinet Chief*

Eduardo Andrade Santa Cecília

Pró-reitor de Planejamento, Gestão e Fi-
nanças / *Pro-rector of Planning, Manage-
ment and Finances*

Adailton Vieira Pereira

Pró-reitora de Pesquisa e Pós Graduação /
Pro-rector of Research and Post Graduation

Terezinha Abreu Gontijo

Pró-reitora de Ensino /

Pro-rector of Teaching

Cristiane Silva França

Pró-reitora de Extensão /

Pro-rector of Extension

Giselle Hissa Safar

Escola de Design da Universidade
do Estado de Minas Gerais

Diretor / *Director*

José Arnaldo da Matta Machado

Vice-diretor / *Vice-director*

Sérgio Antônio Silva

Apoio financeiro / *Support*

Fundação de Amparo à Pesquisa do
Estado de Minas Gerais – FAPEMIG

Fundação de Apoio e Desenvolvimento da
Educação, Ciência e Tecnologia de MG –
FADECIT

Parceria institucional /

Institutional partnership

Instituto Superior de Diseño – isDI (Cuba)

Organizadores do volume 11 /

Organizers of the volume 11

Dijon De Moraes

Sergio Luis Peña Martínez

© 2016, Cadernos de Estudos
Avançados em Design

A Coleção

Os *Cadernos de Estudos Avançados em Design* integram o conjunto de publicações do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design (Centro T&C Design) da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED-UEMG). Sua finalidade é aproximar docentes, pesquisadores e estudiosos em torno da temática da teoria, pesquisa e cultura, buscando contribuir para o avanço da pesquisa em design, à luz de sua abrangente forma de expressão como cultura material.

O Centro T&C Design opera no universo das questões complexas e ainda pouco decodificadas, inerentes ao design, e se propõe como ferramenta de apoio aos programas de *stricto sensu* nessa área do conhecimento. Os textos reunidos neste décimo primeiro volume são de reconhecidos pesquisadores do Brasil e do exterior, com o objetivo de promover um debate de alto nível no âmbito da comunidade de referência em design.

Os *Cadernos de Estudos Avançados em Design* abordam temas diversos, com amplos valores críticos, reflexivos e analíticos, buscando integrar conhecimentos de diferentes áreas por meio de enfoques distintos como nos atesta o histórico de suas publicações:

- Vol. 1 – Design & Multiculturalismo – ISBN 978-85-87042-71-2
Design & Multiculturalismo – ISBN 978-85-62578-20-5 (2ª edição)
- Vol. 2 – Design & Transversalidade – ISBN 978-85-87042-72-9
- Vol. 3 – Design & Sustentabilidade I – ISBN 978-85-62578-00-7
Design & Sustentabilidade I – ISBN 978-85-62578-34-2 (2ª edição)
Design & Sustentabilidade II – ISBN 978-85-62578-00-7
- Vol. 4 – Design & Identidade – ISBN 978-85-62578-04-5
- Vol. 5 – Design & Método – ISBN 978-85-62578-09-0
- Vol. 6 – Design & Inovação – ISBN 978-85-62578-16-8
- Vol. 7 – Design & Humanismo – ISBN 978-85-62578-27-4
- Vol. 8 – Design & Emoção – ISBN 978-85-62578-32-8
- Vol. 9 – Design & História – ISBN 978-85-62578-52-6
- Vol. 10 – Design & Semiótica – ISBN 978-85-62578-62-5
- Vol. 11 – Design & Cultura – ISBN 978-85-62578-63-2

Todos os volumes da Coleção estão disponíveis para *download* gratuito no *site*: www.tcdesign.uemg.br.

A Comissão Científica dos *Cadernos de Estudos Avançados em Design* é composta por professores doutores, provenientes de reconhecidas e diversas universidades do mundo.

Alessandro Biamonti, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Alpay Er, Dr.
Istanbul Technical University / ITU

Carlo Vezzoli, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Claudio Germak, Dr.
Politecnico di Torino / POLITO

Dijon De Moraes, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Ezio Manzini, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Flaviano Celaschi, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Gui Bonsiepe, Dr.
Universidade do Estado
do Rio de Janeiro / UERJ

Itiro Iida, Dr.
Universidade de Brasília / UnB

Jairo D. Câmara, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Luigi Bistagnino, Dr.
Politecnico di Torino / POLITO

Marco Maiocchi, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Maria Cecília Loschiavo dos Santos, Dr.
Universidade de São Paulo / USP

Mario Buono, Dr.
Università Degli Studi di Napoli, Itália

Maristela Ono, Dr.
Universidade Tecnológica
Federal do Paraná

Pekka Korvenmaa, Dr.
University of Art and Design
Helsinki, Finlândia

Regina Álvares Dias, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Rita de Castro Engler, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Rosemary Bom Conselho Sales, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Rui Roda, Dr.
Universidade de Aveiro, Portugal

Sebastiana B. Lana, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Sergio Luis Peña Martínez, Dr.
Instituto Superior de Diseño /
ISDI, Cuba

Silvia Pizzocaro, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Vasco Branco, Dr.
Universidade de Aveiro / UA

Virginia Pereira Cavalcanti, Dr.
Universidade Federal
de Pernambuco / UFPE

Mais informações sobre o Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design estão disponíveis no *site*: www.tcdesign.uemg.br.

SUMÁRIO

- 9 Apresentação
- 13 Presentación
 - Dijon De Moraes
 - Regina Álvares Dias
 - Rosemary Bom Conselho Sales
- 17 Diseño con sentido
 - Sergio Luis Peña Martínez (Cuba)
- 29 Globalización: su impacto en las identidades locales
 - Luis Rodríguez Morales (México)
- 43 La relación cultura-diseño en los escenarios de la posmodernidad: el reto de la formación cultural del diseñador
 - Ernesto Fernández Sánchez (Cuba)
- 57 O corpo como matéria-prima do projeto
 - Flaviano Celaschi (Itália)
- 71 Diversidade cultural: os desafios para a promoção e proteção no campo do design
 - José Márcio de Barros (Brasil)
- 81 Eco, Kant e o Ornitorrinco: reflexões sobre design na cultura global
 - Dijon De Moraes (Brasil)
- 95 Versão em inglês

APRESENTAÇÃO

O Seminário Internacional de Design, promovido pelo Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design – T&C, em sua décima primeira edição, foi especialmente programado para acontecer durante o VIII Congresso Internacional de Diseño de La Habana – FORMA 2015 em Cuba. A proposta de um evento conjunto, surgiu durante o seminário realizado em 2013, onde estabeleceu-se uma parceria entre o Instituto Superior de Diseño (ISDI) e a Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Como resultado desta parceria, firmou-se o convênio de colaboração internacional entre as duas instituições, assinado durante o Seminário Internacional “Design & História” que aconteceu no Brasil, em dezembro do mesmo ano.

No âmbito do VIII Congresso Internacional de Diseño em Cuba, criou-se uma oportunidade de compartilhamento entre profissionais e estudiosos, que puderam discutir, além dos temas da cultura do design, mostrar o sentido de responsabilidade ética, compromisso e impacto social em busca de um desenvolvimento sustentável futuro.

Foram seis os eventos paralelos ao FORMA 2015: VIII Encontro “Formación de profesionales del Diseño, la Comunicación y las Artes”, II Workshop Internacional “Diseño e Industrias Creativas”, V Encontro “Diseño, Comunicación y Cultura”, III Foro Internacional “Diversidad y Desarrollo Sostenible”, e II Workshop de História do Design “El diseño, un legado del Siglo xx” e o 11º Seminário Internacional “Design & Cultura” onde a UEMG participou na condição de coorganizadora e corealizadora do evento.

Potencialmente, como nos anos anteriores, o Seminário Internacional em Design, destaca as potencialidades e possibilidades do design articular-se com outros campos do conhecimento, especialmente em áreas sociais e humanas. Nesta edição a temática foi “*Design & Cultura: construindo uma cultura do design*”, o objetivo do evento foi refletir sobre o percurso do design em diferentes âmbitos da cultura material na busca de sua relação com a cultura artesanal, cultura artística, cultura tecnológica, cultura industrial, cultura do consumo comportamental, dentre outras, que eleva o design hoje à condição de “*cultura do design*”. Como contribuição efetiva, fruto do tema proposto pelo seminário, registra-se aqui, na forma de artigos, os enfoques dos palestrantes convidados, para que esses saberes sejam compartilhados pela comunidade de referência em formato de coletânea ora apresentada em seis capítulos, como se segue:

O professor Sergio Luis Peña Martínez, abriu o evento com a palestra *Design com sentido* e disserta sobre os múltiplos significados da palavra *sentido*. Ele expõe pontos de vista e propõe novos caminhos a serem compartilhados, e levanta o polêmico tema do sentido dado ao uso da palavra design. O autor alerta que o design tem experimentado um aumento exponencial nos diferentes espaços da cultura, da engenharia, das ciências sociais, dentre outros, e que a sua presença no discurso contemporâneo, para descrever qualquer atividade relacionada à criação humana, assim como as diferentes formas de semantização linguística, fazem com que o design adquira uma extensão horizontal, em detrimento da sua real profundidade.

O professor Luis Rodríguez Morales, com o artigo *Globalização: seu impacto na identidade local*, mostra que a globalização é um conceito bastante comum hoje em dia, porém, no campo do design, necessita de informações sobre sua origem e seus impactos. Ele apresenta reflexões sobre a cultura e o patrimônio, como um meio para criar identidades e imagens que reflitam uma comunidade. Apresenta também o *design* como um projeto que poderia promover o desenvolvimento e a criação de uma identidade comunitária. Como ponto principal o autor realça a cultura local e expõe o design como uma forma de promover o desenvolvimento e a criação de uma identidade comunitária capaz de enriquecer os processos de globalização.

Ernesto Fernández Sánchez, apresenta o artigo, *A relação cultura–design nos cenários da pós-modernidade: um desafio para a formação cultural dos designers*, o autor discute os impactos gerados pelo imaginário da pós-modernidade em relação à *cultura do design* e a formação dos designers. O autor discute a forma de enfrentamento entre uma cultura de dominação e uma cultura de libertação. Por um lado, busca-se aceitar a realidade centrada no consumo irracional, por outro uma cultura que constrói a partir da diversidade e da harmonia com o meio ambiente. Para fazer frente a esta realidade contraditória, o autor levanta indagações e mostra ser necessário formar culturalmente o profissional de design de forma que ele possa responder adequadamente a um trabalho cada vez mais integrado e diverso.

O artigo do professor Flaviano Celaschi, *O corpo como matéria-prima para o projeto*, apresenta uma interessante visão do corpo humano como um veículo de transformação e comunicação de significados. O autor mostra que tal processo se deu, provavelmente, quando o corpo, ainda

em rituais tribais, foi utilizado como uma superfície de desenho e pintura. Posteriormente, tal processo teria se tornado uma ação de transformação criativa destinadas a modificar o mundo em torno de nós. Ele relaciona o resultado de rituais tribais de muitos povos indígenas, com prenúncio das atuais atitudes e formas de decoração e utilização dos artefatos corporais como: as joias, adorno, dentes artificiais, fones de ouvido, anéis, *piercing*, dentre outros.

O professor José Márcio de Barros em seu artigo, *Diversidade Cultural: os desafios para a promoção e proteção no campo do design*, apresenta questões sobre a diversidade cultural, e alerta para os riscos de que a consciência cada vez mais planetária sobre a importância da diversidade esteja sendo banalizada e mercantilizada. Nesta perspectiva, o autor considera que a diversidade deva ser compreendida como um projeto político, econômico e pedagógico deliberado, voltado à construção do diálogo intercultural e aponta duas dimensões: compreender como as culturas se relacionam e quais os valores partilhados entre elas. O autor acrescenta o fato de que o modelo de design que melhor protege e promove a diversidade cultural seja uma rede de compartilhamento, capaz de potencializar novos talentos, fomentar a inovação, a criatividade e reunir diferentes que pactuam objetivos e métodos comuns.

Fechando essa coletânea sobre o abrangente tema Design & Cultura, o artigo do professor Dijon De Moraes intitulado, *Eco, Kant e o Ornitorrinco: reflexões sobre design na cultura global*, nos leva a refletir sobre o futuro do design através do complexo processo de integração por que passou a humanidade, destacando a forma acelerada de interação ocorrida no período da era moderna do século xx até a cultura global contemporânea. O autor nos mostra que tal processo colocou em cheque a homogeneidade das referências culturais locais, ao proporcionar espaço para aproximações e contaminações anteriormente inexistentes. Tendo como base as reflexões do semiólogo Umberto Eco, a partir de Immanuel Kant, o autor levanta instigantes indagações sobre o futuro do design dentro da cultura global. Apresentando o modelo de design híbrido como sendo uma tendência do design em prática na atualidade, dentro do mercado global, o que no artigo vem ironicamente representado pela estranha figura do Ornitorrinco, um animal estranho e híbrido por natureza.

Com mais este volume da coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design, o Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design

da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, em parceria com o Instituto Superior de Diseño (ISDI), espera colaborar para o estudo do design em nível avançado, estimulando novos estudos, reflexões e parcerias com estudiosos e pesquisadores da área. Esperamos que esta publicação possa contribuir para a formação dos jovens designers, para o âmbito da pesquisa *lato e stricto sensu* e, que inspire as transformações que ainda estão por vir no âmbito do design. Por fim, fica aqui um especial agradecimento a todos os articulistas que colaboraram com esta publicação e convidamos o leitor a refletir conosco sobre os temas apresentados.

Boa leitura.

Dijon De Moraes

Regina Álvares Dias

Rosemary Bom Conselho Sales

PRESENTACIÓN

El Seminario Internacional de Diseño, promovido por el Centro de Estudios Teoría, Cultura y Pesquisa en Diseño – T&C, en su decimoprimera edición, fue especialmente programado para ocurrir durante el VIII Congreso Internacional de Diseño de La Habana – FORMA 2015, en Cuba. La propuesta de un evento conjunto surgió durante el seminario realizado en 2013, donde se estableció una sociedad entre el Instituto Superior de Diseño (ISDI) y la Universidad del Estado de Minas Gerais (UEMG). Como resultado de esta sociedad, se creó el convenio de colaboración internacional entre las dos instituciones, firmado durante el Seminario Internacional “Diseño & Historia” que tuvo lugar en Brasil en diciembre del mismo año.

En el ámbito del VIII Congreso Internacional de Diseño, en Cuba, se creó una oportunidad de coparticipación entre profesionales y estudiosos, que pudieron discutir más allá de los temas de la cultura del diseño, mostrar el sentido de responsabilidad ética, compromiso e impacto social en busca de un desarrollo sustentable futuro.

Fueron seis los eventos paralelos al FORMA 2015: VIII Encuentro “Formación de profesionales del Diseño, la Comunicación y las Artes”, II Workshop Internacional “Diseño e Industrias Creativas”, V Encuentro “Diseño, Comunicación y Cultura”, III Foro Internacional “Diversidad y Desarrollo Sostenible”, II Workshop de Historia del Diseño “El diseño, un legado del Siglo XX” y el 11º Seminario Internacional “Design & Cultura” donde la UEMG participó en la condición de coorganizadora y corealizadora del evento.

Potencialmente, como en los años anteriores, el Seminario Internacional de Diseño destaca las potencialidades y posibilidades del diseño articulándose con otros campos de conocimiento, especialmente en áreas sociales y humanas. En esta edición la temática fue “*Diseño & Cultura: construyendo una cultura del diseño*”. El objetivo del evento fue reflexionar sobre el recorrido del diseño en diferentes ámbitos de la cultura material en busca de su relación con la cultura artesanal, artística, tecnológica, industrial o de consumo comportamental, entre otras, que eleva el diseño hoy en día a la condición de “*cultura del diseño*”. Como contribución efectiva, fruto del tema propuesto por el seminario, se registran aquí, en forma de artículos, los enfoques de los conferencistas invitados, para

que ese saber sea compartido por la comunidad de referencia en formato de recopilación, presentada en seis capítulos, como sigue:

El profesor Sergio Luis Peña Martínez abrió el evento con la conferencia *Diseño con sentido* y disertó sobre los múltiples significados de la palabra sentido. Expone puntos de vista y propone nuevos caminos para que sean compartidos, y levanta el polémico tema del sentido dado al uso de la palabra diseño. El autor alerta que el diseño ha experimentado un aumento exponencial en los diferentes espacios de la cultura, la ingeniería, las ciencias sociales, entre otros; y que su presencia en el discurso contemporáneo, para describir cualquier actividad relacionada a la creación humana, así como las diferentes formas de semantización lingüística, hacen con que el diseño adquiera una extensión horizontal en detrimento de su real profundidad.

El profesor Luis Rodríguez Morales, con el artículo *Globalización: su impacto en la identidad local*, muestra que la globalización es un concepto bastante común hoy en día, sin embargo, en el campo del diseño se necesitan informaciones sobre su origen y sus impactos. Presenta reflexiones sobre la cultura y el patrimonio como un medio para crear identidades e imágenes que reflejen una comunidad. Presenta también el diseño como un proyecto que podría promover el desarrollo y la creación de una identidad comunitaria. Como punto principal el autor realza la cultura local y expone el diseño como una forma de promover desarrollo y la creación de una identidad comunitaria capaz de enriquecer los procesos de globalización.

Ernesto Fernández Sánchez presenta el artículo *La relación cultura-diseño en los escenarios de la posmodernidad: un desafío para la formación cultural de los diseñadores*. El autor discute los impactos generados por el imaginario de la posmodernidad en relación a la cultura del diseño y la formación de los diseñadores. El autor discute la forma de enfrentamiento entre una cultura de dominación y una cultura de liberación. Por un lado, se busca aceptar la realidad centrada en el consumo irracional; por otro, una cultura que construye a partir de la diversidad y de la armonía con el medio ambiente. Para hacer frente a esta realidad contradictoria el autor levanta indagaciones y muestra la necesidad de formar culturalmente al profesional del diseño de manera que pueda responder adecuadamente a un trabajo cada vez más integrado y diverso.

El artículo del profesor Flaviano Celaschi *El cuerpo como materia*

prima para el proyecto presenta una interesante visión del cuerpo humano como un vehículo de transformación y comunicación de significados. El autor muestra que tal proceso se dio, probablemente, cuando el cuerpo, todavía en rituales tribales, fue utilizado como una superficie de dibujo y pintura. Posteriormente, tal proceso se habría convertido en una acción de transformación creativa destinada a modificar el mundo que nos rodea. Relaciona el resultado de rituales tribales de muchos pueblos indígenas con prencio de las actuales actitudes y formas de decoración y utilización de los artefactos corporales como: joyas, adornos, dientes artificiales, audífonos, anillos, piercings, entre otros.

El profesor José Márcio de Barros, en su artículo *Diversidad cultural: los desafíos para la promoción y protección en el campo del diseño*, presenta cuestiones sobre la diversidad cultural y alerta de los riesgos de que la consciencia cada vez más planetaria sobre la importancia de la diversidad esté siendo banalizada y mercantilizada. En esta perspectiva, el autor considera que la diversidad debe ser comprendida como un proyecto político, económico y pedagógico deliberado, direccionado a la construcción del diálogo intercultural y apunta dos dimensiones: comprender cómo las culturas se relacionan y cuáles son los valores compartidos entre ellas. El autor añade el hecho de que el modelo de diseño que mejor protege y promueve la diversidad cultural sea una red de coparticipación capaz de potencializar nuevos talentos, fomentar la innovación, la creatividad y reunir diferentes personas que pactan objetivos y métodos comunes.

Cerrando esta recopilación sobre el vasto tema Diseño & Cultura, el artículo del profesor Dijon De Moraes titulado *Eco, Kant y el Ornitorrinco: reflexiones sobre el diseño en la cultura global*, nos lleva a reflexionar sobre el futuro del diseño a través del complejo proceso de integración por el cual pasó la humanidad, destacando la forma acelerada de interacción ocurrida en el período de la era moderna del siglo xx hasta la cultura global contemporánea. El autor nos muestra que tal proceso colocó en jaque la homogeneidad de las referencias culturales locales, al proporcionar espacio para aproximaciones y contaminaciones anteriormente inexistentes. Teniendo como base las reflexiones del semiólogo Umberto Eco, a partir de Immanuel Kant, el autor levanta cautivadoras indagaciones sobre el futuro del diseño dentro de la cultura global, presentando el modelo de diseño híbrido como una tendencia del diseño practicado en la actualidad, dentro del mercado global, lo que en el artículo viene

irónicamente representado por la rara figura del Ornitorrinco, un animal extraño e híbrido por naturaleza.

Con más este volumen de la colección Cuadernos de Estudios Avanzados en Diseño, el Centro de Estudios Teoría, Cultura y Pesquisa en Diseño de la Universidad del Estado de Minas Gerais – UEMG, asociado con el Instituto Superior de Diseño (ISDI), espera colaborar para el estudio del diseño a un nivel avanzado estimulando nuevos estudios, reflexiones y sociedades con estudiosos e investigadores del área. Esperamos que esta publicación pueda contribuir a la formación de los jóvenes diseñadores en el ámbito de la investigación *lato e stricto sensu* y que inspire las transformaciones que aún están por llegar en el ámbito del diseño. Finalmente, queda aquí un especial agradecimiento a todos los articulistas que colaboraron con esta publicación e invitamos al lector a reflexionar con nosotros sobre los temas presentados.

Buena lectura.

Dijon De Moraes

Regina Álvares Dias

Rosemary Bom Conselho Sales

Diseño con sentido

Sergio Luis Peña Martínez

Graduado con título de oro en 1989 en el Instituto Superior de Diseño de la Habana, Cuba. Master en Gestión e Innovación de Diseño y Desarrollo de nuevos productos, e doutorado en Diseño en la Universidad Politécnica de Valencia, España. Profesor de diferentes asignaturas de Diseño, talleres y seminarios internacionales en instituciones, universidades y empresas de Cuba, Argentina, Brasil, México, Colombia, Ecuador, España y Venezuela. Director de la Carrera de Diseño Industrial 1995 al 2001. Vicerrector primero del ISDI del 2001 al 2011. Actualmente es Rector del Instituto Superior de Diseño (ISDI).

sergio@isdi.co.cu

Hablar de la profesión que ejercemos, formamos y queremos, siempre es un reto, en especial cuando existe la impronta de que bastante se ha dicho hasta hoy, aunque no siempre bien escuchado y creativamente implementado. Es por esa razón que consideramos que, al menos desde nuestra perspectiva, hay mucho por decir, cambiar y revolucionar para que podamos hablar de un DISEÑO CON SENTIDO.

La polisemia de la palabra sentido nos permite exponer nuestros puntos de vista desde un escenario diferente, con nuevos desafíos y niveles de pretexto para compartir alguna de estas ideas, oportunidad para disentir de preconcepciones establecidos y proponer nuevos caminos.

El uso del vocablo Diseño ha experimentado un incremento exponencial en los más disímiles espacios de la cultura, la ingeniería y las ciencias sociales. Su presencia en el discurso contemporáneo para denominar cualquier actividad relacionada a la creación humana y la multi-semantización del mismo en el universo lingüístico actual es responsable de que su definición haya ganado en extensión horizontalmente en detrimento de su profundidad.

En la bibliografía especializada existen tantas definiciones como autores que han escrito sobre el tema, sin embargo, ninguna es considerada aceptada por consenso entre los diseñadores y teóricos, hecho que genera usos indebidos y es responsable de frecuentes malentendidos en el lenguaje popular, en los medios de comunicación, en el entorno empresarial y hasta el contexto académico.

El Diccionario de la Lengua Española describe al Diseño como: "... proyecto, plan; ...concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie;... y forma de cada uno de estos objetos..."

Al decir del diseñador y teórico Belluccia (2007): "El Diseño es lo que hacen los diseñadores cuando diseñan." Con similar intención de síntesis Heskett (2001). plantea que: "Design is a design for design" (Diseño es el Diseño para el Diseño). Con solo profundizar en estos enunciados aparentemente simples, se pone al descubierto el desvarío interpretativo de esta expresión y la complejidad de distinguir sus diferentes enfoques fuera del gremio de diseñadores.

En un primer análisis situamos al Diseño en el plano operacional de trabajo, como actividad profesional, actuando en el dominio del ejercicio de la profesión, representando su actuación, es decir *Diseño-profesión*, con formas de ver y resolver el mundo. Se refiere a la Acción de diseñar por lo que es empleado como verbo.

Una segunda lectura emerge cuando Diseño se emplea como equivalente a la consecuencia de la actividad proyectual, para nombrar la solución, los resultados, dibujos, modelos y prototipos que comunican la propuesta. En ese caso hablamos de *Diseño-proyecto* siendo situado como un sustantivo, sinónimo de proyecto que describe el resultado.

Una tercera interpretación del término está presente al ser utilizado para referirse a una propiedad de la solución, aquellos atributos diferenciales y características del producto como la calidad formal, la funcionalidad, la ergonomía o la retórica entre otros que permiten dar un juicio de valor. De esta forma Diseño es utilizado como un adjetivo es decir *Diseño-cualidad*.

En esta ocasión estaremos concentrados en el Diseño como profesión, en ese particular coincidimos con Branzi (1984), al declarar que: “El Diseño no reside en los productos acabados, sino en el acto de hacerlos. No en el resultado, sino en el proceso.”

En este escenario de diversidad conceptual corresponde esclarecer con una visión integradora, flexible y pertinente. Entendemos Diseño como una *actividad profesional*, una profesión que trabaja en problemas propios, con modos, esferas de actuación, y campos de acción diferenciados.

El Diseño se ocupa de la *concepción*, solución a problemas, predeterminación de las propiedades multifacéticas de las soluciones; síntesis de las relaciones funcionales, formales y estructurales de los *productos* que serán producidos con independencia de la escala y tecnología que medie en su fabricación, siendo tan diversos y diferentes, como dinámicas, mutantes y nuevas son las necesidades.

Cuando hablamos de productos se abarca desde soportes de comunicación que operan en el plano, la secuencia o la tri-dimensión, medios audiovisuales o informáticos, hasta objetos, equipos, maquinarias y espacios. Estos son portadores de la solución a problemas, tienen el propósito de ser útiles, de servir para algo, tener una, *finalidad útil*, es decir que deben desempeñarla función, como respuesta a una necesidad.

Es condición del Diseño que lo proyectado pueda ser producido, las soluciones deben ser diseñadas para ser materializadas, construidas, fabricadas, reproducidas, impresas, ejecutadas o elaboradas, siempre condicionadas por los factores económicos, tecnológicos y productivos de la industria.

Los productos deben ser *distribuidos* para llegar a manos del usuario, pasando por la circulación, la inserción en el mercado y la

comercialización; surgen para ser usados, para satisfacer necesidades individuales o colectivas, para ser consumidos. El *consumo* está las prestaciones esperadas, los propósitos y la naturaleza del uso, todo ello, articulado coherentemente con el condicionamiento social y el modelo socio-económico existente.

Resumiendo: Diseño es una *actividad profesional* que tiene como objetivo la concepción de productos que cumplen una *finalidad útil* para que puedan ser *producidos* y se garanticen su *distribución, circulación y consumo*.

Sentido y diseño

Sentido es referenciado en la literatura con diferentes significaciones, así encontramos: “Proceso fisiológico de recepción y reconocimiento de *sensaciones* y estímulos que se produce a través de la vista, el oído, el olfato, el gusto o el tacto, o la situación de su propio cuerpo...

Que incluye o expresa un *sentimiento*... Entendimiento o razón, en cuanto discierne las cosas. Modo particular de entender algo, o juicio que se hace de ello. *Lógica*, inteligencia o conocimiento con que se ejecutan algunas cosas. Razón de ser, finalidad. Significación cabal de una proposición o cláusula... Una u otra posible orientación en una misma dirección...”

Cuatro son las acepciones de *sentido* que nos interesa correlacionar con el Diseño y de este modo contrastar las diferentes interpretaciones que cobra la frase DISEÑO CON SENTIDO, al ser descritos considerando cada uno de estos conceptos y al mismo tiempo demostrar la integralidad, coherencia y complejidad de actuación del Diseño.

Sensaciones: donde se enfoca el DISEÑO CON SENTIDO desde lo sensorial y perceptivo, considerando los componentes fisiológicos y neurológicos del ser humano.

Sentimientos: abordando DISEÑO CON SENTIDO como Diseño con implicación afectiva, involucrando aspectos psicológicos, sociológicos, cognitivos, culturales.

Lógica: con una interpretación de DISEÑO CON SENTIDO como una actividad racional con visión de sostenibilidad, coherente, contextualizada y pertinente de la profesión.

Orientación: DISEÑO CON SENTIDO desde un sistema de valores que garantice una postura comprometida con el ser humano la sociedad y el entorno.

Diseño con *sentido ...sensaciones*

Es un aspecto reconocido del Diseño considerar para proyectar como es la recepción y reconocimiento de sensaciones y estímulos que se origina en el uso de los productos a través de la percepción definida como... la respuesta de los órganos de los sentidos frente a un estímulo... y de percepción que es ...la interpretación secundaria de las sensaciones, en base a la experiencia y recuerdos previos.” (FELDMAN, 2003)

El rol de los sentidos y el procesamiento de lo captado por ellos es un tema de prioridad para el Diseño en lo relativo a su finalidad útil, como vía para lograr el uso eficiente y placentero de los productos. El Diseño busca dar satisfacción a importantes necesidades humanas intrínsecas, derivadas directa e indirectamente de la naturaleza perceptiva poli-sensorial de los usuarios, al proyectar considera al ser humano, sus necesidades y características como elemento central del proceso.

Un componente básico de la capacidad de un producto o servicio son las sensaciones que ocasiona, estas contribuyen con la capacidad de estos para ser comprendidos, aprendidos y usados satisfactoriamente por el usuario de forma natural e intuitiva. Al diseñar debemos entender y modelar como el hombre percibe y siente el universo objetual y de comunicación que le rodea para proponer esa interface que al decir de Bonsiepe (2000) “...articula: el usuario o agente social, la tarea para cumplir, una herramienta o artefacto para cumplir esta tarea o acción. La interfase es el dominio central, al cual el diseñador orienta su atención. A través del diseño de la interface, el articula el espacio de acción para el usuario.”

Paradójicamente las bases científicas y el sustento teórico práctico de esta verdad aceptada por todos, al menos en el contexto académico, está desactualizado y su apropiación conceptual continúa siendo insuficiente. Las ciencias sociales, la ergonomía y la psicología, campos de acción del Diseño, acompañan y nutren la cientificidad de las decisiones proyectuales, los análisis de problemas y las soluciones.

Sin embargo, es cierto que en más de una ocasión estos argumentos mutan en pretextos, justificaciones y barreras para la exploración de nuevas formas de hacer las cosas, tamices para describir las necesidades, prejuicios para entender a los usuarios y lastres para creatividad e innovación que necesita el mundo de hoy y las soluciones a sus problemas.

La psicología de la Gestalt, por solo citar otro ejemplo, está superada en la actualidad y sin embargo continúa siendo la base cognitiva con la que se enseña la Forma en la mayoría de los cursos básicos.

Si queremos diseñar para el hombre, hacer un diseño basado en los sentidos, un Diseño sensorial y humano, hay que expandir el dominio de lo conocido para entender con creatividad lo nuevo.

Nuestra profesión siempre se ha caracterizado por su capacidad de apropiarse y absorber los conocimientos que se generan en otras profesiones, especialidades y ciencias, no obstante, continúan siendo campos no explorados con el rigor suficiente desde otras esferas de la ciencia contemporánea, que ponen en tela de juicios preconceptos y estereotipos asumidos hasta nuestros días.

Hoy las neurociencias nos revelan verdades de cómo funciona el cerebro humano, como percibimos y entendemos el mundo, cuáles son las capacidades cognitivas y los límites. Otras ciencias y saberes aún poco consideradas como la biogénesis, las nanociencias, las teorías de la complejidad entre otras, esperan por ser incorporados a nuestro reservorio de competencias.

El DISEÑO CON SENTIDO *basado en las sensaciones*, demanda del diseñador una actualización dinámica y un accionar centrado en el hombre como categoría integradora, basado en la naturaleza social de la actividad humana.

Diseño con sentido ...sentimiento

Los humanos no podemos escapar al componente afectivo, los sentimientos están siempre presentes, el estado afectivo (positivo o negativo) cambia el modo en que pensamos. Las emociones actúan en el modo en que la mente humana resuelve los problemas, es conocido que el sistema emocional es capaz de cambiar la modalidad operativa del sistema cognitivo.

Los sentimientos condicionan el proceso de toma de decisiones, las emociones positivas son esenciales para el aprendizaje, la curiosidad y el pensamiento creativo. Está demostrado que los productos atractivos hacen que nos sintamos bien, hacen que pensemos de un modo más satisfactorio, que las cosas funcionen mejor, sean más inteligibles y fáciles de utilizar.

Sentimientos, afecto, emoción y cognición han evolucionado para complementarse mutuamente. El afecto está condicionado por los

sentimientos positivos, la emoción por una interpretación sociocultural feliz de las sensaciones bajo un sistema de evaluación basado en los sentimientos y por su parte la cognición interpreta al mundo, lo cual conduce a la comprensión, el conocimiento y el juicio.

Según Norman (1998)“...el Diseño de un producto puede evocar emociones de forma explícita, expresando afecto, o implícita, a través de su estética.” El efecto de estética-usabilidad es el fenómeno en el cual las personas perciben los diseños más atractivos como más fáciles de utilizar en comparación con aquellos diseños menos atractivos.

La meta de esta nueva perspectiva de Diseño, consiste principalmente en reenfocar los objetivos y además de diseñar cosas prácticas (que funcionen bien y se entiendan bien) y que los resultados de estos diseños también se disfruten generando placer y hasta diversión en su uso.

Es muy importante señalar que estos mismos recursos son empleados para manipular conscientemente los sentimientos de los usuarios, se diseñan productos que enamoran, campañas que seducen, pero mienten, modas que caducan, tendencias que vencen, cambian y envejecen antes de tiempo.

No es casual que más del 80% de las revistas de diseño hagan eco de esta triste realidad, revistas de modas, de decoración, de interiores, novedades, promueven tendencias, productos y proyectos de estándares inalcanzables, referentes formales hegemónicos y proyectos de productos y espacios de Diseño irracionales, y descontextualizados. Pensemos en cuanto papel es desperdiciado en hacer sufrir, crear ansiedad, transculturizar y borrar identidades.

Mucho se involuciona en el Diseño al usar estos argumentos para atraer la atención inmerecida, connotar falsa novedad, crear dependencias adictivas, fidelidades a una marca, promesas de eficiencia incumplibles, necesidades ficticias, estándares de consumo y de clases de Diseño. Sin embargo, imágenes de estos inalcanzables y corrosivos ejemplos son usadas cada día en las clases de Diseño.

“Se recomienda dormir a piernas sueltas lejos de tentaciones de diseño.” Dice el poeta Joaquín Sabina en una de sus canciones en franca crítica a la manipulación sentimental a la que somos sometidos por las crecientes y mal empleadas emociones en el Diseño.

Es por esa razón que al diseñar hay que tomar partido, el DISEÑO CON SENTIDO *considerando los sentimientos* debe ser respetuoso y consciente,

para ello estudiará con rigor al hombre, analizará aspectos tales como la experiencia, los sentimientos y su conducta emocional, la percepción y subjetividad que se tiene ante un producto, el condicionamiento del contexto socio cultural, los niveles cognitivos, afectivos y psicológicos que se generan entre usuario-producto-contexto, antes, durante y después de su uso y así incorporar al concepto tradicional de usabilidad el necesario componente de amor al usuario.

Diseño con *sentido ...lógica*

El Diseño debe ser reflejo de inteligencia y conocimiento, tener razón en lo que hace y finalidad que lo respalde. Ser una profesión con una interpretación racional y visión de sostenibilidad, coherente, contextualizada y pertinente de la realidad. No tiene lógica que continúen creciendo los problemas no resueltos (al tiempo que se crean otros), las necesidades insatisfechas (algunas que ni tan solo se han planteado como problemas de diseño), promesas de cambio incumplidas y un futuro preconcebido (y en ocasiones diseñado) para los menos, que tienen más.

Qué sentido tiene diseñar otro modelo de silla, vestido, identidad, reloj o automóvil, donde el propósito sea solo cambiar la forma, el material o el color; cambiar, sin mejorar su uso, sin innovar en su función y sin ofrecer valor agregado desde una postura sostenible.

Cómo entender que existan empresas conservadoras con tendencia reactiva y visiones incompatibles con el Diseño que escogen caminos sin Diseño o donde la premura, la inmediatez de las tareas y la falta de estrategias que lastren el análisis global de los problemas para terminar apartado la profesión de su lógica de actuación. En la mayoría de nuestros contextos productivos prevalece una baja competitividad y falta de interés por elevar el nivel del Diseño, un mercado de demanda y ausencia de concurrencia nacional donde, además, no hace falta saber de Diseño para tomar una decisión de Diseño.

Por otra parte, se incrementan las producciones industriales-artesanales, que incorporan Diseño a sus productos, pero terminan siendo propuestas disfrazadas de obras artesanales o de arte, donde el Diseño es visto como pieza de colección, obra de consumo élite o como vía de expresión personal, lenguajes y estilos propios enfatizados y connotados. Diseño para galerías, concursos y exposiciones, de proyectos que no se reproducen,

producen y consumen. Se trata de anteponer el autor antes que la solución, distorsionando la razón y naturaleza anónima de la profesión.

Para que nuestro actuar sea coherente con un DISEÑO CON SENTIDO *con lógica* es necesario que hagamos algo; integremos criterios, compartamos experiencias, propongamos marcos regulatorios para el Diseño que respalden las diferentes formas de ejercicio de la profesión, su calidad, los resultados, mecanismos y procedimientos. Corresponde a la Gestión de Diseño propiciar nuevas y mejores condiciones para la inserción del Diseño, estructuras compatibles con el desarrollo, vías, alternativas y opciones diferenciadas, compromiso con la innovación y cultura de Diseño.

Todo lo anterior implica alfabetizar en Diseño, elevar la cultura visual y de consumo sostenible del usuario, de los decisores, empresarios y directivos. Aumentar la promoción de la profesión, las publicaciones serias de Diseño, incrementar la presencia del Diseño en los medios y en la vida cotidiana. Multiplicar los premios, ferias, exposiciones y congresos.

Diseño con *sentido* ...orientación

Como se conoce la orientación política, social y el mercado son los que dictan la dirección intensidad y orientación del desarrollo del Diseño en el mundo. En nuestros contextos prolifera la copia de modelos y estereotipos importados de las metrópolis, patrones descontextualizados sin análisis y evaluación del impacto que tienen, esta postura es responsable en gran parte de la pérdida de valores autóctonos y tradicionales que bajo una interpretación equívoca de lo moderno y las nuevas dinámicas de vida nos han cambiado y no siempre para bien.

El escritor Octavio Paz (1963) nos regala una frase donde asevera que El progreso pobló la historia con las maravillas y los monstruos de la técnica, pero deshabilitó la vida de los hombres. Nos dio más cosas, no más ser.

El DISEÑO CON SENTIDO *orientado a lo social* es el ejercicio profesional responsable de lo que se Diseña, de para quienes se proyecta, de que características, necesidades y demandas atendemos. Comprometido también con la calidad de lo diseñado-producido, su valor de uso y las garantías de que se cumpla lo prometido con esa orientación social. El DISEÑO CON SENTIDO orientado a lo social es ejercer la profesión con responsabilidad y compromiso con lo que se Diseña, para quienes se proyecta, con qué características, para que necesidades y demandas. Es

diseñar para una la calidad de lo diseñado-producto, con valor de uso y garantías de que se cumpla lo prometido con esa orientación social.

Lo anterior nos conduce a una adecuada solución de Diseño, ajustada a los requerimientos, pero sobre todo implicada con el hombre y la sociedad, una solución con valores, consiente y ética. Soluciones diseñadas con principios económicos, humanistas y sostenibles, resultando en productos flexibles, seguros, con largos ciclos de vida, de fácil reparación y transportación, con capacidad de ser mejorados, reciclados o reutilizados.

Para que el Diseño logre una orientación clara y capaz de resolver las contradicciones que hoy son visibles en los escenarios presentes y futuros hay que encontrar el verdadero equilibrio entre los necesarios intereses personales y los colectivos. Resulta imprescindible en nuestro contexto avanzar en el diálogo estado- Diseño y empresario-diseñador. Sin voluntad política y comunicación no hay desarrollo posible de Diseño para la sociedad y en función de esto deberán ser resueltas en el corto plazo algunas contradicciones e insuficiencias en la formación y el ejercicio de la profesión.

El proceso que vive hoy la América Latina en la búsqueda de nuevos horizontes por necesidad de cambio y por subsistencia nos lleva a una coyuntura histórica plagada de oportunidades donde el Diseño y sus profesionales pueden, con su quehacer, transformar realidades.

Será necesario luchar contra la subvaloración de la importancia y papel del Diseño y su capacidad de aportar al desarrollo de los principales valores del ser humano y la sociedad que soñamos. Mucho trabajo tendremos para lograr una nueva cultura de consumo, de calidad y competitividad, con un Diseño prospero, sostenible y responsable.

Los cambios en los patrones de vida de nuestra gente tienen que ser para mejor, con una mayor valoración de lo intangible, menos materialidad y más espiritualidad; pasión por la excelencia, cultura de la calidad y el detalle; en un entorno socioeconómico exigente, pero donde la prioridad esté en el hombre, en la sociedad y lo colectivo.

Para ellos necesitamos un DISEÑO CON SENTIDO con orientación y diseñadores con compromiso con la profesión, con el cambio, con la gente y con su patria. Entregarnos a la profesión, enamorarse del proyecto, derrochar esfuerzo, proveer calidad dando Diseño y no siempre a cambio del beneficio individual.

Hablamos de sueños que queremos hacer realidad, de actuar con prioridad en lo social y colectivo, donde cada proyecto sea una propuesta

sostenible con sencillez y consumo responsable; de diseñadores con una postura intelectual y ética basada en su compromiso y conciencia de su deber social.

Del DISEÑO al alcance de todos, formando parte de la vida cotidiana, participativo, inclusivo y portador de una cultura de Diseño; de un Diseño a la izquierda y en revolución

Entonces cuando decimos DISEÑO CON SENTIDO estamos hablando de que hay que *sentir* lo que se hace; defender que el placer *sensorial* y *emocional* de lo diseñado haga a la gente *sentirse* a gusto con su entorno diseñado. Estamos expresando que hay que tener una *orientación* y compromiso sea con el ser humano, el entorno y la sociedad. Queremos decir lo que hagamos desde el Diseño debe tener *sentido*.

REFERENCIAS

- BELLUCCIA, R. *El diseño gráfico y su enseñanza, Ilusiones y desengaños*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 2007.
- FELDMAN, R. *Introducción a la psicología*. Nueva York: McGraw Hill interamericana, 2003.
- SVENSSON, L. *La Sociología de las profesiones. Pasado, presente y futuro*. Murcia: Ed. Diego Marín, 2003.
- HESKET, J. Design is a design for design. *Design Issues*, vol. 17, n. 1, Winter, 2001.
- BONSIEPE, G. *Las siete columnas del diseño*. Editorial. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
- NORMAN, D. *La psicología de los objetos cotidianos*. Madrid: Editorial Nerea, 1998.
- BRANZI, A. *La casa calda*. Milán: Editorial Idea Books Edizioni, 1984.
- PAZ, O. *El laberinto de la Soledad*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica, 1963.



Globalización: su impacto en las identidades locales

Luis Rodríguez Morales

Doctorado en Teoría e Historia de Arquitectura (UNAM); Maestría en Diseño Industrial (Teoría del Diseño, UNAM); Maestría en Desarrollo de Productos (Birmingham, Inglaterra); Especialidad en Desarrollo de Productos (Eindhoven, Holanda); Licenciatura en Diseño Industrial (UIA). Actualmente profesor-investigador, Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa. Jefe del Departamento de Teoría y Procesos del Diseño (2010–2014). Profesor en la Maestría de Diseño Industrial (UNAM), en la Maestría en teoría y crítica del diseño (EDINBA) y otros cursos de posgrado en México. Profesor Invitado en Cuba, Brasil, Ecuador y diversas universidades nacionales; Investigador invitado Laboratorio Brasileño de Diseño (LBDI).

luis.rodriguezm12@gmail.com

Resumen

La globalización es un concepto muy común hoy en día, pero en el campo del diseño carecemos de suficiente información sobre sus orígenes y su impacto. Este texto presenta reflexiones sobre la cultura y el patrimonio como medios para crear identidades e imágenes que reflejan una comunidad y al diseño como un proyecto que podría promover el desarrollo y la creación de una identidad comunitaria. Como objetivo principal, este trabajo pretende discutir la relevancia de la cultura local y si se debe y puede sobrevivir a fin de enriquecer los procesos de globalización.

Introducción

La búsqueda de características particulares que identifiquen un producto como diseñado en una nación (diseño italiano, escandinavo, japonés, etcétera) fue un elemento importante hacia la década de 1980 (SPARKE, 1986). Si bien esta preocupación ha disminuido en la actualidad (podemos especular que esto es resultado de los impulsos de la globalización), en no pocos países emergentes, continua siendo un elemento de reflexión constante.

En México el tema de la identidad cultural y sus diversas manifestaciones es recurrente y podemos decir que siempre se encuentra presente, si bien en ciertos momentos adquiere mayor relevancia. Esto no es sorprendente si consideramos que su ubicación geográfica establece al norte del país la frontera con los EUA, que más que marcar los límites territoriales entre un país y otro, es en realidad una enorme brecha entre dos mundos: el de la nación más rica y poderosa del planeta y un país emergente, con problemas económicos y que busca medios de sacar a un porcentaje de su población de la pobreza.

Además de aspectos económicos, la frontera establece diferencias culturales, tecnológicas, políticas y educativas. Ante esta situación, para México resulta de gran importancia el tema de la identidad cultural pues, entre otros aspectos, es en cierta medida un acto de defensa para impedir ser absorbido por su poderoso vecino, pero por otro lado constituye, la capacidad simbólica de diferenciarse y por tanto resaltar la singularidad y originalidad del país.

Si bien esta situación resulta evidente desde finales del siglo XIX, es a partir del XX que el concepto de identidad nacional se convirtió no solo

en un elemento distintivo, sino en una guía y objetivo de los esfuerzos culturales. Una manifestación destacada de esta situación fue el movimiento muralista, que se convirtió tanto en un medio educativo como en un símbolo de la identidad cultural del país. Sus efectos se sintieron no solo en la esfera de las artes plásticas, sino también en la arquitectura y eventualmente en el diseño. Durante las décadas de 1940 y 1950, prevalecía en el país el optimismo generado por la tranquilidad social y política, así como un gran crecimiento económico que permitía una rápida urbanización. Tanto en las artes plásticas como en la arquitectura se generaron formas de expresión que suscitan la admiración tanto al interior del país como en el extranjero. Sin embargo este impulso dio paso a un cierto desencanto en la esfera de la política que cuestionó la manera de lograr este relativo bienestar. A esta crisis le siguió un cuestionamiento, en la esfera de lo cultural, sobre los símbolos que generaban una cierta identidad cultural.

En la década de 1980, ante la crisis económica generada por la enorme deuda contraída y por el proceso de hiperinflación, así como el avance de los procesos de globalización, el país se encontraba en lo que varios autores llaman una crisis de identidad. Los símbolos generados se consideran ataduras al pasado y la irrupción de fenómenos como el crecimiento de las comunicaciones globales, presenta al país nuevos modelos, nuevos símbolos, ante los que el diseño busca, por un lado, dar respuesta a los impulsos globalizadores y por otro, rescatar elementos de la cultura tradicional. Esta situación, si bien con diversos matices, continúa presente. Cualquiera que esté en contacto con las generaciones jóvenes, puede percibir el desinterés o incluso el desdén hacia las manifestaciones culturales que en el pasado nos dieron identidad.

El desinterés por una cultura que pudiera llamarse “nacional” está ligado al vacío de valores igualmente nacionales [...] semejante al que intentó superar el nacionalismo cultural de décadas pasadas. Estamos de nuevo ante la amenaza de formas de cultura basadas en una “imitación extralógica” (VILLORO, 1982, p. 1)

En el campo del diseño se originan interrogantes, tanto desde la academia como en el ámbito profesional, sobre la tensión entre globalización e identidad cultural, reflejo del inicio de un nuevo período que para algunos es de cultura imitativa y dependiente.

Ante esta situación y su relevancia, es necesario reflexionar sobre los dos factores que hemos mencionado como centrales: globalización e identidad cultural.

Globalización

Si bien el intercambio de bienes y mercancías tiene una larga historia, la globalización contemporánea es un proceso que, a partir de la segunda mitad del siglo xx, se ha acelerado generando una visión diferente del mundo y de las relaciones entre naciones e individuos:

[...] Cualquier afirmación sobre la globalización implica tres aseveraciones: primera, que estamos dejando atrás lentamente la condición de nacionalidad moderna, que se desarrolló gradualmente a partir del siglo xviii; segunda, que nos estamos dirigiendo hacia una nueva condición de globalidad posmoderna; y tercera, que aún no alcanzamos este estado. (STEGER, 2009, p. 9)

Para muchos autores, la globalización es un proceso inherente a la producción, distribución y consumo de satisfactores y que por lo tanto se inició desde tiempos inmemorables, sin embargo es un hecho que a partir del término de la segunda guerra mundial, con los acuerdos de Bretton Woods¹, se dio a este proceso una dirección y un impulso coordinado por las naciones que formaron parte de esos acuerdos. Se fundaron entonces instituciones como el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), que buscaron

diversos medios para difundir e imponer políticas tales como la apertura de mercados, la disminución de barreras al comercio, más facilidades a la circulación del capital, así como la disminución de la intervención del Estado en cuestiones económicas.

La globalización, por tanto, representa una nueva condición social caracterizada por múltiples interconexiones económicas, políticas, culturales y ambientales que, al fluir libremente entre los países, hacen que muchas de nuestras actuales barreras y fronteras adquieran una importancia cada vez menor al incrementarse el flujo del comercio y las transacciones financieras, lo que a su vez da por resultado

1. Estas reuniones se llevaron a cabo en 1944 con el objetivo de establecer un mínimo de reglas a la economía y las relaciones comerciales y financieras de los países más industrializados. Uno de sus primeros objetivos fue eliminar el proteccionismo económico bajo la supervisión del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

el gran crecimiento de poder de las corporaciones transnacionales y el protagonismo de instituciones internacionales como el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).

La globalización es un fenómeno que ha impactado al diseño pues modifica tanto los recursos productivos, como el concepto de usuario que ahora adquiere una dimensión diversa, muy distinta del ideal que nos presentaba la modernidad.

Sin duda hay quienes piensan que la globalización es un factor necesario para alcanzar la felicidad, al tiempo que otros consideran que es la fuente de la infelicidad, como Bauman reflexiona al respecto:

Nos guste o no, por acción u omisión, todos estamos en movimiento. Lo estamos aunque físicamente permanezcamos en reposo: la inmovilidad no es una opción realista en un mundo de cambio permanente [...] Algunos nos volvemos plena y verdaderamente “globales”; otros quedan detenidos en su “localidad”, un trance que no resulta agradable ni soportable en un mundo en el que los “globales” marcan el tono e imponen las reglas del juego de la vida (BAUMAN, 2013, p. 8-9)

Debido a los orígenes del proceso contemporáneo de globalización, es fácil entender porqué muchos lo consideran como una fluida extensión del imperialismo cultural occidental y en cierta medida esta aseveración contiene mucho de verdad, pues son los países más poderosos los que obtienen mayor provecho de esta dinámica. Sin embargo este proceso hoy implica también un cierto grado de interdependencia e intercambio. En realidad podemos distinguir tres aspectos fundamentales en el proceso de globalización:

[...] la creación de nuevas interrelaciones sociales y la multiplicación de las existentes ... la expansión y propagación de relaciones sociales, actividades e interdependencias... la intensificación y aceleración de los intercambios y las actividades sociales (STEGGER, 2009, p. 14)

Es posible aseverar que antes de la actual era de globalización, existían conexiones locales, autónomas, bien definidas y sostenidas entre

el espacio geográfico y la experiencia cultural. Ante esta situación hay quienes consideran que la identidad es algo que las personas “tienen”; es decir se convierte en un tipo de bien que se posee y por tanto se le considera como una especie de herencia, una continuidad con el pasado, por lo que la identidad se convierte en una especie de tesoro colectivo. Es claro que el concepto de identidad reside en el centro de nuestro imaginario cultural contemporáneo. Así, para autores como Manuel Castells, la formación de la identidad es una característica universal de la experiencia humana y su formación adquiere actualmente mayor preponderancia, pues se transforma en una fuerza opuesta a los esfuerzos de globalización:

La identidad es para las personas la fuente del significado y la experiencia. [por esto es importante] la difusión de poderosas expresiones de identidad colectiva que retan a la globalización, en representación de nuestra singularidad cultural y el control de las personas sobre sus vidas y su contexto. (CASTELLS, 2004, p. 6)

Por lo tanto, la globalización se convierte en una especie de interacción entre una fuerza institucional y tecnológica y otra –de sentido opuesto- de fuerzas “locales”. El diseño, en tanto que un factor social que materializa tendencias de la cultura, no es ajeno a estas tensiones. Así, en algún momento se pensó que había que diseñar localmente pero pensando globalmente; hubo quienes postularon lo inverso: diseñar globalmente en función de localidades. Ante esta disyuntiva se acuñó el término “glocal” intentando sintetizar estas posturas, sin embargo, este término no es claro y por tanto muestra tan solo la dificultad de definirse en un sentido u otro. La indefinición y ambigüedad parecen ser características de estas dinámicas. Aunado a estas posturas sobre la globalización, surge la pregunta sobre qué tanto debe el diseño, en su configuración formal, preservar ciertas características particulares que lo identifiquen como “nacional”.

Identidad

En primera instancia, aún a riesgo de parecer redundante, es necesario reflexionar sobre el concepto de identidad, para así analizar sus distintas facetas y establecer algunos de sus límites o enfoques.

Desde una óptica general (y constriñendo el concepto de “identidad” al ámbito objetual), la identidad se refiere a aquellos aspectos o características que permiten establecer las diferencias de las cosas entre sí, de manera que podemos decir “esto es idéntico a aquello y por la tanto es igual”. Otra dimensión de esta postura es concebir que la identidad se establece a partir de las características que definen algo a lo largo del tiempo y así poder establecer que se trata de lo mismo, o bien que posee algunas características que evocan al objeto original. Así, por ejemplo, la identidad de los objetos que caracterizan o simbolizan a un pueblo o nación, son elementos que evocan ya sea un lugar o un tiempo y por tanto, en último grado remiten a los mitos fundacionales de la época o espacio en que se producen. Por tanto la identidad presupone la conciencia de ser “singular” o “distinto”, lo que conlleva una fuerte carga de valor o valores que a su vez descansan en un cierto sistema implícito de creencias, actitudes y comportamientos comunes a los miembros de un cierto grupo social.

La cuestión o necesidad de representaciones de identidad es más evidente en momentos de crisis, que bien puede ser causada por la normal ruptura que se genera en la evolución o dinámicas de cambio que podemos considerar como cotidianas y que se van dando con relativa lentitud, o bien por la irrupción de agentes externos que introducen de manera rápida o incluso violenta otros factores o sistemas de valores. Esta última es la condición de los países colonizados o bien aquellos que están sujetos a una fuerte dependencia de otras culturas. En general este es el caso que se desprende del ímpetu y la velocidad con que se dan los procesos de globalización y la necesidad de enfrentarse a ellos.

Ante esa división, para mantener la unidad del grupo urge una representación, en que todo miembro de éste pueda reconocerse... La preservación de la propia identidad es un elemento indispensable de la resistencia a ser absorbidos por la cultura dominante (VILLORO, 2004, p. 56)

Si bien esto establece la necesidad de establecer una cierta identidad, se dan distintos enfoques para su materialización. Entre los más comunes podemos mencionar los siguientes:

1. *El retorno*. Como características principales de este enfoque encontramos el repudio al cambio, el inmovilismo, considera que “todo tiempo pasado fue mejor” y por tanto recurre a valores tradicionales, rechazando la introducción de nuevos elementos exógenos.

Esta visión es compartida, por ejemplo por J. Clifford (1997), quien considera que existen valores estáticos por naturaleza y que son los que ofrecen una especie de refugio ante la cantidad y velocidad de los cambios que se nos presentan.

2. *La cultura de Estado*. Podemos decir que, por lo general y particularmente en situaciones críticas o de cambio radical, los Estados buscan enfatizar o generar una cierta idea de identidad. Implica la idea de que existen ciertos elementos o valores comunes que se desean destacar y que pueden identificarse, según la situación con la similitud con elementos de un lejano pasado o bien con un conjunto de nuevos valores que surgen de una situación de rompimiento y que son (o deberían ser) compartidos por un cierto grupo social o nación. Es posible afirmar que, en cierta medida, es responsabilidad del Estado y sus gobiernos fortalecer una visión de identidad nacional, pero estos esfuerzos se encuentran comprometidos por otra responsabilidad: la de dirigir el camino hacia una amplia interrelación con otras naciones.

Esta idea está implícita en todos los nacionalismos, tanto defensivos como agresivos. Las ideologías nacionalistas incluyen la afirmación de sí mismas por oposición a lo común y la valoración de lo propio por ser exclusivo (VILLORO, 2004, p. 60)

En este caso podemos distinguir a su vez, dos vías o maneras de alcanzar la identidad:

- a. La vía de la singularidad es aquella que reproduce aquellos aspectos únicos que le dan una imagen o referente. En este caso se identifican personajes, rasgos, momentos históricos o sucesos que en el pasado pueden haber significado un rompimiento, pero que en la actualidad se presentan como aquellos que dan continuidad a una nueva situación, que a su vez es presentada como “moderna”.

La Modernidad es una idea compleja y ampliamente cuestionada, pero en este contexto quiere decir, sobre todo, la abstracción de prácticas sociales y culturales desde contextos de una particularidad local y su institucionalización y regulación a través del tiempo y el espacio (GIDDENS, 1990, p. 12)

- b. La vía de la autenticidad es aquella que busca identificar nuevos elementos que promuevan o desarrollen una nueva identidad, a partir de señalar aquellos aspectos únicos que se presentan durante un cambio. Sin duda la vía más compleja pues implica participación y apertura a nuevas visiones, con las que no necesariamente los gobiernos en turno pueden estar de acuerdo.

En el ámbito del diseño estas diversas posturas se manifiestan de diversas maneras y en distintos grados. En ocasiones se generan formas que apuntan a la reproducción de imágenes del pasado (como distintas iconografías o elementos decorativos) o elementos de ellas (como colores) y que pretenden evocar los orígenes de una cultura y su permanencia en el tiempo.

Otro enfoque lo encontramos entre quienes argumentan sobre la necesidad de presentar una imagen “moderna” y por lo tanto globalizada, por lo que recurren a elementos visuales de otras culturas y procuran integrarlos en sus proyectos.

En cualquier caso, hay aspectos similares en todos estos enfoques, lo que en buena medida produce diversos grados de confusión que es necesario aclarar.

Confusiones

- A. *Entre Cultura nacional y Cultura Impulsada*. En primer lugar es importante recordar que el concepto de identidad cultural presupone la existencia de una comunidad integrada y cohesionada al menos en un cierto grado, lo que a su vez se apoya en la integración de los individuos alrededor de valores y objetivos comunes.

Existen distintas fuerzas que impulsan un cierto concepto de identidad y que a pesar de que los rasgos comunes que podemos identificar, en realidad parten de dos vertientes distintas. Una de ellas es la cultura auspiciada por el estado, en la que el gobierno en turno, por así convenir a sus intereses y objetivos, busca impulsar ciertos rasgos y/o valores.

Por otro lado podemos encontrar la cultura auspiciada por ciertos grupos. Este es el caso de empresas que, de nueva cuenta por así convenir a sus intereses, promueven una visión particular o singular. Uno de los

ejemplos más claros de esta situación la encontramos en los desarrollos turísticos, en los que las empresas buscan presentarse como “autóctonos” para así brindar a los turistas (que pueden ser del mismo país o extranjeros) una cierta noción de cómo era la vida en el pasado. Esta mismo impulso lo encontramos en el diseño de souvenirs o recuerdos de viaje.

Pero también están presentes en diseños contemporáneos para un consumo general, no necesariamente ligado al turismo. Uno de los campos en los que esta visión se presenta con mayor claridad es el de la moda.

Tanto en el caso de la cultura impulsada por razones políticas como en el caso de las manifestaciones comerciales, se da una confusión entre lo auténtico y el concepto que un grupo tiene.

- B. *Entre lo auténtico y lo singular.* Otra confusión que frecuentemente encontramos es la que se presenta entre los rasgos auténticos de una cultura y los que son singulares o pertenecientes a esa cultura. Esta es una confusión que, en cierto grado, se deriva de la anterior.

La cultura que hemos llamado “impulsada” en el párrafo anterior tiende a definir lo “auténtico” en términos de lo que es distinto o singular de una manifestación cultural, sin embargo, se puede dar el caso de que, en determinadas circunstancias, lo más peculiar o singular no sea lo que en realidad representa a un grupo social, sino precisamente su capacidad de integrar otras manifestaciones y hacerlas propias. En este caso es importante subrayar que “hacer propia” una manifestación cultural no se limita a la sola imitación, sino a el producto de una cierta reflexión o identificación con los valores que esa manifestación expone, aún cuando sea de origen exógeno. Es en estas circunstancias cuando podemos hablar de “apropiar” como algo muy distinto de la reproducción acrítica o imitación.

- C. *Entre identidad nacional e identidad única.* Esta confusión en cierta medida se desprende de las anteriores, por lo que la podemos encontrar en aquellas manifestaciones que buscan presentar a la identidad de una Nación como si esta tan sólo se conformara por ciertos rasgos, que a su vez son monolíticos y compartidos por todos los miembros de una comunidad.

Así, en esta vertiente se busca presentar algunos rasgos como generalizados a toda una comunidad, sin importar edad, sexo o condición socio-económica. En ocasiones ni siquiera se toma en consideración la distancia geográfica. Así se tiende a identificar como “nacionales” los rasgos que en realidad pertenecen a una región (usualmente la dominante) y se imponen como característicos de un país.

En muchos países, por lo tanto, existen en realidad diversas culturas, todas ellas nacionales pues son generadas por los miembros de estas naciones, quienes se identifican con ellas, si bien son pertenecientes a grupos específicos. Por lo tanto podemos afirmar que, en realidad, las identidades nacionales son el resultado de la convergencia de distintas manifestaciones locales, todas ellas ubicadas dentro de naciones (que tal vez no necesariamente estén limitadas por la geografía política).

D. *Entre diseño y preservación.* Por último es necesario reflexionar sobre la confusión entre diseñar y preservar un legado histórico. Sin duda para todos es importante y con gran relevancia preservar las manifestaciones del pasado sin embargo cabe preguntarnos si este es uno de los objetivos de la disciplina del diseño.

Es aquí donde surgen tensiones entre “innovar”, que en buena medida es lo que se espera de un proyecto de diseño y “rescatar” o “preservar” manifestaciones o rasgos culturales que, si bien, pueden ser de alto valor, pero pueden carecer de autenticidad.

Autenticidad

A lo largo del presente texto se ha recurrido al concepto de autenticidad, central a toda la discusión sobre identidad y globalización, por lo que es necesario dedicar algunas líneas a puntualizarlo.

Como hemos señalado en los párrafos anteriores, la noción de identidad cultural, en realidad está sujeto a múltiples interpretaciones, por que presenta la tendencia a generar confusiones y desaciertos. Uno de los factores que produce estas confusiones es el de identidad nacional, pues muchas veces cuando hablamos de “identidad cultural” de manera implícita nos referimos a un cierta “identidad nacional”, como lo señalamos al inicio del presente texto al mencionar las manifestaciones de

diseño como el Diseño Japonés o el Escandinavo. En realidad estamos aludiendo a identidades nacionales.

Los procesos de globalización actual, que sin duda (desde la perspectiva más criticada) tienden a favorecer no solo a los países más desarrollados tecnológicamente y siendo más específicos: a algunas empresas globales que por su potencia económica y el control de los medios de distribución y de comunicación, tienen la capacidad de dominar el mercado, buscan hacer caso omiso de las identidades nacionales específicas. Más aún, en ocasiones estas manifestaciones estorban a estos procesos de globalización. Otra cara de esta situación se basa en aceptar que este proceso es irreversible, por un lado y por otro, que hay aspectos de interrelación entre las sociedades que no son necesariamente negativos.

Sin embargo no todo es negativo. Parece claro que una mayor interrelación puede ser beneficiosa en muchos sentidos, como lo podemos atestiguar por el actual imperativo de “movilidad estudiantil”, que busca que jóvenes estudiantes vayan a otros espacios geográficos, no solo a recibir otros conocimientos (aspecto relativamente fácil de alcanzar por medio de cursos en línea), sino sobre todo a convivir y sentir la experiencia de participar en culturas diferentes.

Ante esta compleja situación es importante puntualizar que en realidad el problema central de nuestra cultura no es el de afirmar –casi a cualquier costo– aquellas características que nos hacen singulares o que nos distinguen al confrontarnos en relaciones globales. Nuestro verdadero problema es identificar aquellos rasgos que son auténticos, recordando que lo auténtico no surge de la fidelidad o preservación del pasado.

Por el contrario: la definición de una auténtica identidad nacional puede demandar la negación y la ruptura con el pasado.

Los rasgos de un pensamiento auténtico son varios y no es nuestra intención agotarlos en esta presentación, por lo que nos limitaremos a mencionar los fundamentales:

En primer lugar entre ellos, habrá que destacar el de la autonomía de pensamiento. La verdadera amenaza a la autonomía no surge de ideas o valores exógenos, sino la manipulación por objetivos particulares como el consumo desmedido para las empresas o incluso el del reconocimiento que algunos gobiernos buscan aludiendo a valores “nacionales”, cuando en realidad se obedece a intereses e ideologías particulares. Responder acriticamente, sin autonomía ante estas posturas, ya sean originadas al

interior de un país o desde el exterior, es uno de los factores que impide el surgimiento de lo auténtico.

La lucha contra la enajenación cultural no consiste en la afirmación de nuestras peculiaridades, sino en el ejercicio de un pensamiento libre y riguroso, en el examen crítico de todo dogmatismo, en la desmitificación de las ideologías al servicio de intereses particulares (VILLORO, 1982, p. 2)

En segundo lugar, derivado del punto anterior, podemos señalar la búsqueda de la identificación de las necesidades reales y específicas, independientemente de si su origen se da en el propio país o en otro. No está por demás resaltar que, en este sentido, no nos limitamos al reducido concepto que de “necesidad” se ha hecho en los procesos o métodos proyectuales del diseño. Resulta evidente a estas alturas que la funcionalidad no es el tema a discutir, sino necesidades en tanto que la búsqueda e identificación de valores y aspiraciones de un grupo social. Una vez más, estas necesidades pueden ser compartidas por otras naciones y esto no se da en menoscabo de la búsqueda de una identidad cultural.

Por supuesto, si bien lo hacemos en tercer lugar, debemos enfatizar la necesidad del manejo ético y riguroso de los principios y actitudes presentes el desarrollo de un proyecto de diseño. Este aspecto es fundamental tanto para la autonomía de pensamiento como para la identificación de las necesidades reales.

Última reflexión

Para cerrar estas reflexiones es necesario volver a preguntarnos si el objetivo del diseño (y nos atrevemos a englobar a las distintas manifestaciones de la conformación de la cultura material en este aspecto) es el de preservar o el de crear.

Resulta claro que la necesaria preservación de manifestaciones culturales del pasado corresponde a otros campos. La configuración de las manifestaciones actuales corresponde al diseño.

El diseño es una actividad que debe tener presente una cierta visión prospectiva, generada a partir de una actitud crítica y autónoma sobre las condiciones y necesidades reales de nuestros países, incluso si esto

significa cuestionar aspectos y valores que se han tenido como fundamentales en nuestra cultura.

Los diseñadores no somos guardianes del pasado ni de “esencias culturales”, pues finalmente estas obedecieron a otra realidad aunque esta su hubiera asentado en nuestro mismo espacio geográfico. Nuestra verdadera labor consiste en el uso autónomo de la razón, en una deconstrucción de principios que no hayan sido revisados críticamente. En suma: poner nuestra ética, rigor y autonomía de pensamiento al servicio de un presente que de verdad ofrezca un futuro sin ataduras.

REFERENCIAS

- BAUMAN, Z. *La globalización. Consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económico. 2013.
- CASTELLS, M. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 2. México: Editorial Siglo XXI. 2004.
- CLIFFORD, J. *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Harvard University Press. 1977.
- GIDDENS, A. *The consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press. 1990.
- SPARKE, P. *Diseño. Historia en imágenes*. Barcelona: Editorial Blume 1986.
- STEGER, M. *Globalization*. Oxford: Oxford University Press. 2009.
- VILLORO, L. De las confusiones de un nacionalismo cultural. En: *Suplemento de unomasuno*. No. 267. México. Diciembre 1982.
- VILLORO, L. Sobre la identidad de los pueblos. En: *Estado plural, pluralidad de culturas*. Editorial Paidós. México: Editorial Paidós. 2004.

La relación cultura-diseño en los escenarios de la posmodernidad: el reto de la formación cultural del diseñador

Ernesto Fernández Sánchez

El autor es graduado de Filosofía e Historia y profesor de Semiótica de la Imagen del Instituto Superior de Diseño de Cuba (ISDI), es actualmente el Decano de la Facultad de Diseño de Comunicación Visual y Presidente de su Comisión Nacional de Carrera. Master en Formación Cultural y se encuentra actualmente en su formación Doctoral en Ciencias de la Educación.

ernestofs@isdi.co.cu

Hace más de 2 mil años, cuando los griegos comenzaron a socializar el término cultura, refiriéndose entonces *cultus animi*, o cultivo del alma, estaban muy lejos de comprender o imaginar la multidimensionalidad y polisemia que adquiriría el mismo, así como el papel que tendría este en determinar el nivel de desarrollo de una sociedad.

Desde entonces los estudios sobre la cultura han ido adquiriendo mayores dimensiones y han requerido por esta razón de una amplia y diversa interdisciplinariedad, concurrendo en su análisis las más diversas ciencias y ramas del saber.

Desde nuestra perspectiva social, el surgimiento en la segunda mitad del siglo pasado, de una Escuela Crítica Latinoamericana, que ha defendido una mirada propia de los procesos culturales atendiendo a la realidad étnica, social, económica, religiosa – mística, nos permite adentrarnos con pies propios en el camino de autodescubrir quienes somos y hacia donde nos dirigimos.

Miles de años antes de que los griegos construyeran su sociedad en clases y su primera aproximación a la estructura de un estado, algún hombre, en alguna caverna, proyectó de manera anticipada una herramienta de trabajo, y demostró así, no solo la abstracción de su pensamiento, sino el inicio de una indetenible cualidad humana: proyectar, concebir y construir su propia realidad.

La actividad que hoy conocemos como diseño, ha desarrollado en los últimos 40 años más objetos y proyectos que el acumulado por la historia de la humanidad en todos los milenios que le antecedieron, lo producido en el día de hoy, resultado en mayor o menor medida del trabajo del diseño, será superior a lo construido en otras épocas históricas durante años o siglos.

Por lo tanto, abordar la relación cultura – diseño desde las complejidades del mundo posmoderno, y atendiendo a la amplitud de estos temas, requiere de un esfuerzo que trasciende estas pequeñas páginas, por lo que se hace necesario delimitar el espacio que estudiaremos para evitar estériles esfuerzos que poco o nada contribuyan a este propósito. Es por ello que centraremos nuestra atención en los impactos que generan los imaginarios de la posmodernidad en la relación cultura – diseño y qué papel tiene la formación cultural del diseñador para hacer frente a estas realidades.

Muchos autores se han referido a la cultura desde plurales posiciones poniendo el énfasis en alguno de los aspectos que la distinguen y que permiten que los clasifiquemos desde diversas miradas.

Un enfoque identitario, analiza y entiende la cultura como “conjunto de valores, costumbre, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico” (EAGLETON , 2001); o como “afirmación de identidades específicas, nacionales, sexuales, étnicas y regionales” (PRIETO, 1984).

Distinguiéndose esta esencialmente por:

- Establecer una relación directa entre culturas y los rasgos identitarios de una nación o grupo social.
- Considerar a la cultura como núcleo central de la identidad.
- Entender la cultura como forma de vida.
- Reforzar en los estudios de cultura aquellos elementos perceptibles resultados de la actividad del hombre.

Desde una mirada estética de la cultura se entiende que el desarrollo cultural “está íntimamente relacionado con el nivel de espiritualidad que aporte el sujeto a la actividad que realice y que logre cosificar, ya sea en forma de obra o de conducta y al nivel de presencia de la faceta estética en cada uno de los tipos de actividad humana” (BARREIRO, 2000).

En el análisis de este enfoque no se debe dejar de tener en cuenta los procesos contemporáneos de estetización de la sociedad, y por lo tanto la utilidad que el mismo puede brindar para analizar diversos procesos y fenómenos sociales que en el siglo XXI están signados por una innegable impronta estética.

Sin embargo, puede correr riesgo asumir una posición como está si luego se quiere establecer su relación con el diseño en el marco de una escuela de esta profesión. Si bien el diseño tiene una importante carga estética, muchas escuelas de diseño asumen que una importante diferencia entre esta profesión y el arte lo constituye justamente el papel de lo estético.

Desde la posición de algunos diseñadores y críticos del diseño, lo trascendente en un producto no está necesariamente en la jerarquización de lo estético, sino en la adecuada subordinación del mismo a lo funcional. Defienden que los valores estéticos de un producto son válidos y necesarios, pero solo cobran sentido si en primer lugar este posee los valores funcionales que permiten la interacción del mismo con el usuario.

Una mirada semiótica a la cultura refuerza el papel de lo simbólico cuando entiende que “la cultura da consistencia a una sociedad en la

medida que en ella se hallan condensadas herencias, imágenes compartidas y experiencias colectivas que dan a la población su sentido de pertenencia, pues es a través de ella que se reconoce a sí misma en lo que le es propio” (PESCHARD, 2013).

En este enfoque, aunque existen estrechas relaciones con el identitario, es importante señalar el reforzamiento de lo simbólico, es decir, de la identificación de la cultura con aquello que se convierte en símbolo, con lo que es iconográfico para una comunidad determinada.

Si bien aquellos elementos que poseen valor semiótico forman parte de la cultura por sus valores que los hacen trascendentes, no se puede limitar a esta a la composición de los mismos, aspectos no icónicos que forman parte de la vida cotidiana de los hombres, son sin lugar a dudas parte de nuestra cultura.

Por otra parte, este enfoque deja fuera todo el mundo de intersubjetividades que se construye por el hombre, que no poseen carácter tangible, que no es iconizable, y que son sin embargo parte indispensable del acervo cultural de la sociedad humanizada.

El enfoque clasista de la cultura se refiere esencialmente a la polémica de si existe una alta y una baja cultura, o una cultura y una subcultura y por ende la relación existente entre estas divisiones y las clases sociales.

En esta dirección está el trabajo de Herbert J Gans (1975) en el que plantea, “La cultura alta y popular no pueden ser comparadas ni analizadas de igual manera. Ya que ambas se refieren a prácticas sociales diferentes, la cultura alta se refiere a dominar cosas como tocar el piano o el violonchelo y la cultura popular es descrita por los gustos culturales más populares como bailar salsa y tocar guitarra, es decir más comunes”.

Dicho enfoque no aborda los aspectos multiclasistas de la creación del hombre en tanto son resultado de grupos, géneros, etnias entre otros y que tiene un fuerte impacto en las formas de ver y construir el mundo en la actualidad.

Otra mirada es la que establece la relación directa entre la cultura y toda la actividad humana, en este enfoque es importante señalar que predominan en el los abordajes desde la filosofía como ciencia, especialmente desde la concepción marxista, donde la actividad humana juega un rol de núcleo conceptual teórico. Desde esta mirada, la cultura implica el proceso de creación humana en su relación con la naturaleza y la sociedad, y es entendida como “lo creado por el hombre, a partir de la

transformación de la naturaleza, y sobre la base de una visión de fondo de sus raíces antropológicas” (DÁVALOS, 2001).

Es además, un fenómeno propiamente humano y de distinción de la naturaleza misma del hombre en el conjunto de la naturaleza, no solo un proceso de superación, sino de esencia humana en sí mismo, “su alcance y definición está en todo lo que el hombre ha creado sobre la naturaleza y lo define y distingue en el reino animal. Quítenle al hombre la cultura y tendremos la fiera” (DÁVALOS, 2001).

- Desde este enfoque es importante señalar algunos elementos:
- Se analiza la cultura como categoría generalizadora que engloba toda la actuación del hombre.
- Se le otorga cierta transversalidad al verla como nexo, o denominador común, de las diversas dimensiones de la actividad humana.
- Se le otorga la cualidad de condición humana y se refuerza su papel como medida del desarrollo.

El riesgo mayor que se corre al asumir un enfoque como este, es que se puede pretenderse suplir con la definición de cultura, la función de una categoría que exprese toda la vida social del hombre como la actividad humana, aspecto que no contribuye teóricamente, sobre todo si el fin es dotar de un aparato teórico a profesionales de diversos tipos de formación.

Es importante en los estudios de cultura no olvidar la naturaleza contradictoria del desarrollo humano y la lógica que se da dentro del mismo de momentos de regresión y momentos de ascenso, matizados por fenómenos contrarios que pulsan de manera constante el camino del progreso humano

Aunque no constituyan patrones, ni modelos, los aspectos negativos de la actuación humana también son parte de la cultura, alcanzando preponderancia o no en determinados momentos históricos. Del mismo modo que la ética analiza los antivalores y la estética asume lo feo, y la gnoseología la mentira, la cultura humana debe abordar la guerra, el genocidio, el racismo, la violencia de género, el deterioro del medio ambiente y la visión de superioridad que la especie humana tiene de sí misma con respecto a la naturaleza como parte de esa cultura que durante siglos ha sido legada.

Lo importante no sería excluir esos elementos del estudio de la cultura, sino saber ponderar adecuadamente aquellos que, por su resultado

o significación, se deben convertir en patrones culturales para la humanidad, en especial para el futuro de la misma.

Por otra parte, hay un predominio de definiciones que se abordan desde una absoluta o mediana racionalidad clásica, que se revelan esencialmente en la sobredimensión de lo social y la desestimación del hombre como individuo.

Es cierto que los altos niveles de socialización hacen casi imposible ver al hombre al margen de su condición social, y el desarrollo de las ciencias sociales en las últimas décadas favorecieron la mirada hacia el hombre ser social, más que al hombre individuo; sin embargo la contemporaneidad de los saberes obliga a volver la mirada a la dialéctica entre lo macro y lo micro social y entender que todo aquello que es creación de una clase, de un grupo, de un sector, de un género, es también el resultado de un ser individual o del conjunto de diversas individualidades.

Después de esta rápida revisión sobre las miradas en torno a la cultura es importante dejar claro algunos puntos, en las condiciones que impone la posmodernidad:

- No se debería hablar de cultura, sino de culturas, ¿por qué necesariamente tenemos que excluir o integrar en un solo cuerpo lo que es diverso por naturaleza?
- No se trata de sumar individualidades, ni de escoger lo mejor para conformar un solo cuerpo, es integrar armoniosamente lo similar y lo diverso en su dialéctica propia.
- Asumir que la globalización es un fenómeno objetivo y que los elementos culturales se socializan a velocidades inimaginables y que la visión de una aldea global remueve los cimientos de las identidades. Sin renunciar a nuestras identidades es preciso asumir nuestra condición de hombre global y nuestro aporte a esa cultura global. Negar la globalidad de la cultura como mecanismo de defensa de la identidad conduce al error de privarse de reconocer el aporte identitario a esa globalidad.
- Entender que vivimos en un proceso muy complejo de resignificación social donde fenómenos sociales han cambiado por completo su mirada axiológica y hoy presentan significados totalmente diversos y diferentes a los que históricamente asumieron.

Pudiésemos asumir entonces que la cultura es, la diversidad de la huella material y espiritual humana en el complejo y contradictorio proceso de socialización del hombre, que permite la comprensión del pasado y la elaboración prospectiva del futuro. Es la concreción sintética de lo que somos. La cultura de un hombre es lo que ese hombre es, en tanto individuo o sociedad, entraña hábitos, normas, valores, costumbres, ideas, realizaciones prácticas, relaciones sociales, formas de intercambio con la naturaleza y auto conciencia y auto reconocimiento de sí mismo.

Cabe entonces preguntarse:

¿Cómo aporta el diseño a la cultura de la humanidad?

¿Qué papel tiene el diseño en los estudios de cultura?

¿En qué medida es el diseño expresión del desarrollo cultural de una época?

¿Qué papel juega la formación cultural en el proceso de formación de un profesional del diseño?

Aunque en un espacio como este pudiese resultar ocioso determinar que se entiende por diseño, es necesario dejar claro que en la universidad cubana del diseño entendemos que este es “una actividad que tiene como objetivo la concepción de los productos para que estos cumplan eficientemente su finalidad útil y puedan ser producidos, garantizando su circulación y consumo” (PEÑA, 2000).

Ahora bien, establecer la relación cultura diseño en los escenarios de la posmodernidad nos obliga a determinar que entendemos por la misma y cuáles son los aspectos que distinguen a esta época en tanto la creación humana. Teniendo en cuenta que entendemos por posmodernidad, no una época histórica, sino una condición humana que hace ver determinados fenómenos desde enfoques diferentes en cuanto su racionalidad.

- Ahora bien, algunos aspectos la marcan de manera decisiva, estos son entre otros:
- La concepción de un arte por el arte, donde el juego con la realidad y las percepciones humanas van más allá de ponderar el papel de lo funcional y sin renunciar a este, jerarquizan entonces el conjunto de sensaciones que un producto despertará en el hombre al ser consumido por este.
- El carácter efímero de los productos humanos, la concreción incluso en un arte efímero y de productos que son concebidos para una vida

no solo limitada sino también, breve.

- La concepción de que no existe un futuro autentico, sino una vuelta permanente al pasado, por lo tanto, no hay nuevos productos que concebir, sino rediseñar y replantear objetos del pasado.
- La estética se incorpora a la producción de mercancías como un elemento determinante en las mismas y muchas veces con un peso superior a lo funcional.
- Desaparece lo individual en las percepciones estéticas y con esto el estilo personal, se establecen formas paradigmáticas y globales del parecer y el ser.
- Aunque parezca contradictorio con lo anterior, no hay estilos predominantes en las formas de decir y hacer, hay una gran multiplicidad y diversidad de estilos, cada cual puede decir a su manera siempre y cuando se avenga a las macro formas de hacer.
- Se le rinde culto al cuerpo convirtiendo al mismo en un espacio para el arte y el diseño, o más aún se convierte al propio cuerpo en si mismo, en arte y diseño.
- La tecnología y el desarrollo tecnológico, sin renunciar a su lógica de funcionalidad, incorpora lo sensorial y estético de una forma muchas veces determinante.
- Surgen nuevos sujetos sociales, resultados de sociedades y movimientos multclasistas, muchas veces alternativos que se agrupan de forma diversa, y que da lugar a nuevas necesidades sociales.
- Surgen nuevas formas de relaciones sociales, que implican nuevos escenarios de la socialización humana, y nuevas formas de intercambio entre los sujetos que obligan a replantearse las teorías de la comunicación y la interacción social.

¿Cómo puede alguien creer que el diseño puede mantenerse al margen de esta compleja y contradictoria realidad?

No se tratan solo de aspectos que marquen y determinen al arte como muchos tratan de decir, la posmodernidad es un discurso que trasciende lo artístico porque es un discurso de la forma de pensar e interpretar la realidad. Toda producción humana de hoy está marcada por su impronta, porque los hombres que producen y los que consumen, son cada vez más, hombres y mujeres de la posmodernidad.

Por lo tanto, el diseño del siglo XXI no puede ignorar la

posmodernidad, no puede mantener en todo la clara frontera que hace 50 años delimitaba su accionar con el arte, y como todo saber de hoy: se funde, se entremezcla y se hace más multidisciplinario y multidimensional que nunca antes.

Otros dos grandes fenómenos culturales de hoy que determinan al diseño son, por una parte, los amplios y complejos procesos de resignificación social que se están viviendo, y por la otra, el cambio del paradigma cultural de la palabra al paradigma cultural de la imagen.

Los procesos de resignificación son naturales desde el punto de vista social, solo que en determinados momentos históricos refuerzan presencia, o más bien, se hacen visibles con mayor nitidez en diversas esferas de la vida social de manera simultánea. La última década del siglo xx, y la ya vivida primera del siglo xxi, han implicado profundos cambios en la vida, que en su traducción a los imaginarios sociales se han expresado necesariamente en dramáticas resignificaciones.

Se vive a una velocidad superior, estamos todos permanentemente conectados, si hace unos años era complejo explicar en un aula el principio de la concatenación universal, hoy se aprecia naturalmente como una verdad de Perogrullo. Los sentidos del espacio y el tiempo han adquirido nuevas dimensiones, las supuestas barreras de la ciencia han estallado hasta perder todo límite. La vida, que parecía el mayor milagro de la naturaleza, ahora se reproduce en un laboratorio con absoluta naturalidad.

Lo perdurable ha cedido su lugar a lo desechable, si antes se guardaba todo, ahora es preciso desechar lo mayor posible. El mérito y su relación con la virtud y el ser quedaron desplazados por el éxito y el tener. Lo ético dejó de ser jerarquizado y su espacio lo ocupó lo conveniente. Ni el propio Locke pudo imaginar el modo en que las libertades individuales serían capaces de minimizar el sentido de la justicia social. La imagen acerca de la nación se ha ido borrando, iconizando, simplificando y diluyéndose en la pertenencia a una aldea global.

Por otra parte, para algunos en negativo y para otros en positivo se producen procesos resignificativos que marcan incluso nuestra percepción del hombre mismo y de su entorno:

- Se resignifica el sentido de la sexualidad y del género, surgen nuevas tendencias que entienden de modo diferente lo que somos en tanto nos podemos reconocer diferentes y estos conduce a una amplia

producción de mercancías que son totalmente distintas a las que tradicionalmente se producían. La diferencia entre lo masculino y lo femenino es casi imperceptible en muchos aspectos.

- Las ideologías se reconstruyen y con ellas su iconografía, sus significados tradicionales y la forma de expresar el discurso político no solo en el discurso oral, sino también en el discurso gráfico.
- Se cambia el sentido del éxito, trasladándose axiológicamente desde una filosofía del ser hacia una del tener y se valora al hombre por lo que consume y no por los valores que posee.
- Del mismo modo que sucede con el hombre sucede con la sociedad, y el sentido de la sociedad de progreso deja de ser aquella que satisface un conjunto de necesidades elementales, para ser considerada como sociedad de satisfacción aquella que garantiza sin límites ni distinción el consumo.

Lo más importante es que estos procesos no están concluidos, están en plena disputa porque prevalezcan sus significados y todos tenemos la posibilidad de participar en las nuevas construcciones. Para ello es importante tener en cuenta lo siguiente:

- Los viejos significados, sean positivos o retardatarios, no ceden su lugar de manera espontánea, luchan por prevalecer y mantener su vigencia social.
- No hay un nuevo significado, sino nuevos significados, diversos, plurales, conjugables o contradictorios, pero todos con la aspiración de preponderar.
- Coexisten en este período de cambio los diversos significados en una misma época histórica.
- Los procesos de formación cultural, por su naturaleza, son constructores de significados y el proceso de enseñanza – aprendizaje es un proceso de construcción colectiva de significados.
- El diseño es una herramienta eficiente que utilizan todos los actores en su pretensión de construir nuevos significados o preservar los anteriores.

Teniendo en cuenta todos estos elementos el proceso de enseñanza – aprendizaje en una escuela de diseño debe atender a los siguientes hechos:

1. Pueden existir recurrentes barreras comunicativas, pues los fenómenos y proceso de la realidad que son objeto de análisis pueden tener diferentes significados para el profesor y para los alumnos. Los profesores usan de manera cotidiana un complejo aparato categorial, un lenguaje superior al de la media social y un grupo de recursos discursivos, pero pocas veces incluyen los nuevos significados que se están gestando.
2. El estudiante de diseño cambia de significados con una celeridad extraordinaria, sus símbolos, iconos, recursos del lenguaje en cualquiera de sus variantes, cambian con el objeto de diseño.
3. Requeriría de un análisis mayor y con más detenimiento lo referido a los valores y los cambios que estos también sufren en el proceso de resignificación.

Uno de los aspectos que ha magnificado la visibilidad de los procesos de resignificación es que este se ha dado de manera simultánea con predominio del paradigma cultural de la imagen sobre el paradigma de la palabra.

Vivimos en un mundo de imágenes, somos literalmente bombardeados por millones de imágenes en un día, portadoras en su mayoría de un mensaje que busca inducir modos de actuación, ya sean de consumo, políticos, estéticos, medioambientales, sociales, etc. Pocas son las imágenes que se producen en la contemporaneidad para que sean de libre interpretación, la mayoría busca incidir desde una posición determinada en la vida social, y con ella modificar el sentido y el significado de la imagen misma o de la actividad en la que se introduce.

Muchos hablan dramáticamente de la desaparición del libro y su sustitución por los implementos digitales de lectura como si se tratase de una hecatombe cultural. El libro desaparecerá por la misma lógica que, para que el surgiera desapareció la piedra grabada, del mismo modo que miles de monjes copiadoreos quedaron desempleados por la imprenta de Gutenberg.

Las neurociencias trabajan en fundamentar teóricamente a la propaganda y la publicidad. Dotan de explicación científica el uso de los colores, las formas, la estimulación que producen determinados mensajes en el ser humano, la asociación de imágenes con acciones o comportamientos, la manera en que determinadas formas de reflejar inducen la empatía o el rechazo.

Los jóvenes en especial son consumidores de imágenes, y forman parte de la imagen misma. Sus peinados, formas de vestir, accesorios que utilizan, colores que predominan, determinan el grupo social al que pertenecen o sus tendencias desde el punto de vista del consumo cultural. Las industrias de la moda y de los medios masivos de comunicación, ya sean formales o alternativos, desarrollan estrategias de mercado dirigidas a reforzar o capturar los estereotipos de imágenes de cada uno de estos grupos de jóvenes o tendencias de consumo. La vida cotidiana se sostiene hoy sobre la imagen.

Por lo tanto, hay dos preguntas cruciales entre todas las que nos hemos hecho:

¿En un mundo de imágenes y de disputa de significados, se puede hacer algo al margen de la actividad del diseño?

¿Se puede hoy hablar de cultura, desarrollo cultural, impacto cultural, sin abordar el papel del diseño?

Todos los aspectos hasta aquí planteados y las respuestas a cada interrogante lanzada, pasan por el prisma de que, en materia de cultura, nos encontramos en medio de un verdadero y franco enfrentamiento entre una cultura de la dominación y una cultura de la liberación.

Por una parte, existe una cultura que pretende homogenizar, diluir todo lo individual, establecer y estandarizar una forma de entender y asumir la realidad centrada en el consumo irracional, ubicando al hombre al margen del desarrollo armónico de su entorno, por la otra, una cultura que edifica lo común desde lo diverso, que sienta sus bases en una mirada holística del ser humano y que busca su armonía responsable con el entorno.

Para hacer frente a esta realidad, tan rica y contradictoria es necesario formar un profesional del diseño con una adecuada y suficiente formación cultural que le permite dar una respuesta adecuada a una labor cada vez más integradora y diversa.

En esta dirección Norberto Cháves (2015) afirma que, “Un profesional bien formado debe conocer y saber aplicar al menos los conceptos básicos de la sociología, la psicología, la antropología, la semiótica y la lingüística. Las escuelas de diseño suelen desdeñar este tipo de enseñanza. Crean, así, una suerte de operador superficial sobre la forma, un amanerado inculto que cree que para diseñar es suficiente «ser diseñador».

En este sentido se entiende que la formación cultural es el “proceso de transmisión y asimilación de los aportes esenciales de la cultura

universal y patria como expresión de la creación humana, en tanto devienen instrumentos necesarios para el desarrollo de su accionar profesional y humano, en condiciones histórico concretas” (MENDOZA, 2005).

La formación cultural es un proceso que entraña la relación herencia – ruptura, obligándonos a determinar qué asumimos como válido y perdurable, y con qué rompemos para elevar una nueva propuesta a tono con un nuevo tiempo.

Se necesita partir además como presupuesto que la cultura tiene un carácter multidimensional y que su abordaje debe hacerse desde sus diversas dimensiones y que el diseño es una labor de naturaleza multidisciplinaria por lo que es imprescindible su interacción con otras ciencias y saberes de forma activa y pluridireccional.

Todo proceso de formación cultural deviene no solo en un nuevo cúmulo de saberes, sino, esencialmente en un cambio en el modo de actuación del hombre y su intercambio con la realidad. Llevándolo al plano profesional una adecuada formación cultural se traduce necesariamente en análisis superiores de los contextos y por ende, mejores y diversas respuestas a los problemas profesionales del diseñador.

Debe quedar claro entonces que, en las condiciones del mundo actual, con el desarrollo acelerado de los saberes, la integración de la ciencias a la vez que se dan profundos procesos de especialización, la celeridad con que se necesita satisfacer las nuevas y crecientes necesidades del ser humano (al margen de si son creadas o reales), la formación cultural del diseñador es una necesidad para su desarrollo profesional y no un esnobismo febril de académicos.

Dar la espalda a estos procesos, escudarse en la supuesta creatividad, esperar que la respuesta este en la inspiración y no en un profundo estudio de la realidad, que solo es posible desde una sólida cultura, es condenar al diseño a una especie de oficio artesanal e impedir que se alce como profesión basada en un estricto referente científico de objetividad sin límites.

La humanidad se enfrenta hoy a un camino decisivo para sí misma, el hombre ha construido para sí una sociedad que es insostenible con la naturaleza en que se vive y de la cual somos partes. La sociedad irracional de consumo conduce a la desaparición de la especie humana, la cultura y la formación cultural conducen al florecimiento del hombre y a la vida armónica con el medio, en ambos caminos está el diseño. ¿De qué lado

estamos nosotros?, ¿Cuál es el camino del diseño que defendemos? Sin dudas el mismo camino que se emprendió hace 31 años, el de un diseño con sentido, culto y humano.

REFERENCIAS

- EAGLETON, T. *La idea de la cultura*. Barcelona: Paidós, 2001.
- PRIETO, F. *Cultura y comunicación*. México: Premiá, 1984.
- BARREIRO, A. *Polémicas y problemas en torno al hombre, el combatiente y su cultura*. Imprenta de la Academia de las far “General Máximo Gómez”, La Habana, 2000.
- PESCHARD, J. *La cultura política democrática*. Disponible em: <http://deceyec.ife.mx/la_cultura_politica_democratica.htm>. Acceso em 11 de março de 2013.
- GANS, H. J. *Popular culture and high culture: an analysis an evaluation of taste*. New York: BasicBooks, 1975.
- DÁVALOS, A. *Ética, cultura y política*. Ediciones Orbe Nuevo, La Habana, 2001.
- PEÑA, S. *Modelo de gestión de las competencias profesionales del diseño en Cuba*. Tesis de Maestría. isdi, La Habana 2000.
- CHAVES, N. *Formação cultural do designer*. Disponible em; <<http://foroalfa.org/articulos/formacao-cultural-do-designer>>. Acceso em 14 de abril de 2015.
- MENDOZA, L. La relación Humanidades – Cultura – Identidad – Valores. *Resultado del Proyecto de investigación: Las humanidades y la formación cultural y de valores de La identidad en profesionales de la Educación*. Un enfoque necesario. ispejv. 2005.

O corpo como matéria-prima do projeto

Flaviano Celaschi

PhD, professor titular de desenho industrial na Alma Mater Studiorum, Università di Bologna, onde coordena o curso de Estudos em Design e dirige o Centro de Design Avançado. Foi pesquisador e professor no Politécnico de Torino e Politécnico de Milão, na Itália, onde fundou e dirigiu o primeiro departamento universitário de design italiano, indaco e poli.Design. Fundou a Rede Internacional de Design como Processo, da qual é coordenador desde 2008. É professor visitante e conferencista em diferentes universidades e centros de pesquisas do mundo, como: Brasil, China, Índia, México, Europa e África.

flaviano.celaschi@unibo.it

No estudo sobre a antiga civilização humana, antropologia, arqueologia e mitologia se confundem cada vez mais. Os traços remanescentes, que testemunham nossos comportamentos e costumes considerados pela ciência, são obviamente os fósseis inorgânicos e também os orgânicos (flora e fauna), os líticos, os fragmentos de mineral trabalhado, as cerâmicas, os esqueletos dos corpos humanos e animais, os artefatos, os sinais intencionais, e ainda os mitos, as lendas, as narrativas transmitidas por meio das representações do mundo que cada cultura levou adiante, de maneira imaterial, ou mesmo representando suas formas de modo artístico.

Da metade do século passado em diante, as interpretações de vários cientistas são unânimes em afirmar que o corpo humano e, em particular, o próprio corpo, é o espaço da origem da atividade de manipulação intencional do homem. Uma atividade desejada, concebida, realizada e apreciada coletivamente – pois, como disse [Jacques] Lacan, “somos atores observados no espetáculo do mundo” –, porque é feita para comunicar com nós mesmos e com os outros. Uma atividade incessante e transversal a cada cultura, em cada latitude, em cada época conhecida, que poderíamos fazer coincidir com o passado do nosso projetar atual destinado aos artefatos para comercialização (as mercadorias), que hoje chamamos design.

Se “nenhum significado pode ser transmitido se não lhe é dada uma forma, [...] cada significado necessita de um suporte, de um veículo, de um vaso” (Kubler, p. 3). O primeiro “veículo” da transmissão funcional e comunicativa dos significados foi nosso próprio corpo trabalhado intencionalmente, seja no exterior (escarificações, tatuagens, *piercing*, maquiagem etc.), seja no interior (deformações ósseas das crianças, alimentação, movimentos de ginástica, próteses etc.). Um processo iniciado provavelmente sobre o próprio corpo, usado como um papel de escrever e colorir no decorrer do tempo, aplicado inicialmente no corpo de outros semelhantes e, depois, pouco a pouco, no corpo dos animais e nas plantas, até se tornar ação voluntária de transformação criativa de artefatos. Portanto, está se consolidando a interpretação de que a matéria-prima de nossa ação projetual voltada para a modificação do mundo ao nosso entorno tenha sido o nosso próprio corpo, pois, como recorda Kubler, o homem, como os crustáceos, parece precisar de uma couraça capaz de adaptá-lo ao mundo e protegê-lo. É fácil de imediato pensar no grande trabalho feito pelo antropólogo francês [Claude] Lévi-Strauss e na arqueóloga lituana [Marija] Gimbutas em torno do “mito”: a mitologia grega enche nossas

mentes de corpos, que hoje nos parecem estranhos, de homens-pássaros, fusão e cruzamento de homens, mulheres e animais, máscaras primordiais, signos de potência ou de submissão, de terror ou de conciliação. O mito, mas também as representações da Deusa Mãe nas cerâmicas pré-indo-europeias, os sinais deixados sobre as pedras nas cavernas, tanto na Europa, quanto na América do Sul, as formas das decorações, as joias de ornamento do corpo e até mesmo as próteses de dentes, os discos labiais, os alargadores auriculares, os anéis dos *piercings*, mantidos nos ritos tribais de muitas populações indígenas que tiveram pouco contato com a sociedade ocidental predatória, testemunham a constante e antiquíssima necessidade e atenção, funcional e decorativa, que o corpo, como matéria-prima do projeto, possui e possui ao longo do tempo.

Além da divisão entre natural e artificial

Ezio Manzini dedicou o seu ensaio “Artefatti” (1990) à evolução da concepção dualística moderna entre “natural” e “artificial”, buscando definir a característica de uma nova paisagem superindustrial (Maldonado, 1987) na qual esses dois mundos tendem a integrar-se como destino. Manzini usa a expressão “geologia do artificial” (p. 15) para identificar o contexto que circunda o homem contemporâneo, para o qual tudo aquilo que o precede é certo, sempre existiu, mesmo se alguns traços pareçam mais antigos que outros, como as camadas do terreno sobre o qual caminhamos. No texto, afirma-se que “a história do homem e a do artificial são praticamente coincidentes” e que “o artificial é profundamente humano, para o bem e para o mal, [...] para o homem, produzir o artificial é uma atividade absolutamente natural” (p. 32-33), admitindo-se, por fim, a crise que está atravessando a dicotomia entre natural/artificial como modelo de referência para o agir do homem contemporâneo e, em particular, do projetista.

A interpretação da arqueo-antropo-mitologia dos nossos tempos reforça essa crise e fundamenta suas motivações na capacidade/necessidade constante do homem em todos os tempos de modificar intencionalmente (portanto, em forma de artefato) o seu próprio corpo. Seja na antiguidade, como nos sinais do futuro que nos espera, a capacidade de nos transformarmos por meio das tecnologias e processos intencionais projetados é sintoma do poder do homem que, mais cedo ou mais tarde, chega a usar

em si mesmo cada técnica, cada substância, cada procedimento transformador, ainda que só para contrapor o envelhecimento celular, ou para criar o próprio avatar físico (robô) ou digital. Na visão cósmica do universo, cada ação de transformação intencional do homem, por mais destruidora e irreparável em termos de circularidade sistêmica da natureza, mostra-se irrisória em termos dimensionais. Mesmo a ação de modificação climática não intencional que induzimos ou facilitamos por meio da hipertrofia dos consumos energéticos parece relegada a uma dimensão planetária (a Terra) não influente sobre os destinos do universo. De igual forma, mesmo que infinitamente minúsculas, as substâncias e os campos magnéticos dos átomos e os óxidos das células vivas prosseguem em sua evolução e adaptação (pensemos nos vírus resistentes e adaptativos). É patente que na escala da percepção humana (histórica, cultural, psicológica, social) a distinção entre natural/artificial não fornece mais um campo descritivo significativo do ponto de vista projetual. Desde sempre que o homem manipula a si mesmo. Ao projetar essa ação de transformação da realidade, toma uma decisão de sacrifício que nos parece natural, como diz Manzini, mesmo se empregando tecnologias do artificial. Passamos de uma ideologia da submissão à natureza para uma ideologia do domínio sobre a natureza, e o fizemos de forma inabalável ao modificarmos o nosso corpo e ao investigarmos cada sistema, processo, matéria-prima ou substância capazes de serem aplicadas nas transformações de nós mesmos.

Mas essa evolução do comportamento projetual se restringe ao período demonstrável e passível de estudo da pré-história recente (neolítico, entre 30.000 e 6.500 anos atrás), que por vezes assistiu ao homem aplicar as suas descobertas e a sua engenhosidade, antes de tudo, sobre o próprio corpo e, depois, pouco a pouco, extraindo a técnica para usá-la na realização de objetos, artefatos autônomos para o corpo (utensílios, instrumentos, decoração, móveis e acessórios), enquanto, em outros períodos da nossa evolução recente, o *homo sapiens sapiens* preferiu experimentar as tecnologias, os processos projetuais e a alteração do artificial nos corpos de animais e plantas e só posteriormente, com uma tecnologia mais madura, transferir os resultados para o próprio corpo (vide o *laser*).

E mesmo a dicotomia simples/complexo não cabe em nosso discurso. Tendo como objetivo final a modificação intencional do nosso corpo, podemos tomar como referência o “tipo”, “modelo”, algo de artificial, mas adaptá-los à nossa natureza será extremamente complexo. Da mesma

forma se tomarmos como modelo alguma coisa natural, como o nosso próprio corpo, por exemplo, que, quando funciona, parece tão naturalmente simples e quando, ao contrário, se enfraquece e deve ser reparado, mostramos toda a sua complexidade para manter seu “equilíbrio vital”. O homem antigo jamais colocou o problema simples/complexo, e continua ainda a não fazê-lo, se não como discurso verbal (Maeda, 2006). Pensemos na metáfora antropofágica da arte moderna brasileira do início do século xx e como a integração entre cultura local em relação ao global se dá de modo similar a um processo gástrico que assimila o diferente, segrega substâncias por intermédio dos sucos e sintetiza o bom e o útil para expulsar o ruim e o inútil. Através desse processo antropofágico (vide Harrys), chega-se mesmo a justificar a morte como processo necessário para transformar a vida.



FIGURA 1 – As imagens são exemplos de transformação intencional do corpo, mostrando diferentes tradições em vários continentes e diferentes períodos históricos.

Não devemos nos esquecer de que, por muito tempo, tudo aquilo que era confeccionado artificialmente era considerado “duro”, “rígido”, “forte”, enquanto o natural e, sobretudo, o orgânico era “suave”, “macio”, “delicado”. Não subestimemos o papel que as religiões monoteístas desempenharam nessa evolução nos últimos três milênios, sustentando que o homem é feito à imagem e semelhança de Deus, o Deus perfeito que não só é inigualável, como também não pode ser modificada a sua aparência. Por mais de trinta séculos, nas culturas ocidentais mais evoluídas, as religiões dominantes nos têm impedido de usar o nosso corpo como matéria-prima do projeto ou, pelo menos, de fazê-lo conscientemente e buscá-lo ideologicamente. Uma prática sistemática que, erroneamente, acabou por relegar as modificações intencionais do corpo à uma classe negligenciada e marginalizada da sociedade (condenados, marginais, doentes mentais, suicidas etc.). Ainda hoje, as mudanças de sexo, as alterações da engenharia genética dos óvulos antes da fecundação, da seleção de raças, dentre outras, são práticas combatidas em muitas partes do mundo. Mas na raiz da palavra “design”, como nos lembra Flusser (2003, p. 3), existe a habilidade e o engano do artesão ardiloso. “Portanto, a intenção do design, na base de toda cultura, consiste em enganar a natureza por meio da técnica, substituir o que é natural pelo que é artificial e construir máquinas capazes de gerar um deus que somos nós mesmos.” (p. 4). Por isso, tanto no agir do homem projetista sobre o artificial, quanto no agir sobre o próprio corpo, Flusser confirma que o destino de cada modificação intencional projetada mantém sempre o objetivo de finalmente, ser aplicada sobre nós mesmos.

O corpo é um produto

Sustentamos, pois, que o ponto de partida de cada reflexão feita até aqui e que prosseguirá é que o corpo que possuímos, os corpos que observamos ao nosso redor, o corpo que sonhamos ter, o corpo ideal dos deuses aos quais somos devotos, cada um dos organismos vivos ou imaginários, é fruto de um conjunto de sistemas, intencional – e por vezes inconsciente, de ações produtivas e reprodutivas que resumimos no termo “produto”. A alimentação ou a fome, a inanição ou o esporte sistemático, a maquiagem ou a palidez, a circulação sanguínea ou o intumescimento da pele, a exposição à luz solar ou a proteção com creme, e depois os infinitos processos de manipulação

técnica do corpo, em cada um de seus aspectos externos e estruturais, são fruto de uma combinação projetada ou projetável segundo um ou mais objetivos precisos e idealizados pessoal ou socialmente pelo sujeito.

Como designer, adquirir a consciência de que o nosso corpo é um produto, ou melhor, que é “o produto por antonomásia” da inteligência, da vontade, das culturas humanas e das exigências ambientais e sociais, tudo isso é muito importante. Primeiramente, porque a observação das transformações intencionais e projetadas do corpo oferece o mais completo e sistemático catálogo de objetivos, formas, técnicas, materiais já expostos pela história; com isso, convida-nos a observar o corpo como exemplo e “modelo” de cada transformação possível já tentada pelo *homo sapiens sapiens* em sua marcha multimilenar da evolução. Podemos, então, nos inspirar e copiar do corpo um número inimaginável de sugestões e formas, soluções e substâncias, incluindo as ações projetuais que, intervindo conscientemente sobre um organismo vivo destinado, naturalmente, a mudar com o tempo (crescimento, envelhecimento, morte...), são reversíveis, adicionáveis, integráveis, mutantes. A antropologia permite-nos compreender as chamadas “invariantes” do homem sobre a terra, mesmo aquelas independentes da cultura e latitude, economia e civilização. A antropologia habitua o designer a estudar o corpo e suas transformações intencionais como ações indispensáveis para ajustar o sujeito à realidade (sociedade ou natureza) à qual não se sente adaptado ou até mesmo à qual não conseguiria sobreviver. Por exemplo, como nos lembra o semiólogo italiano Ugo Volli (2010), para comunicar é preciso duas ações: a “dissimulação (esconder o real) e a simulação (exibir o falso)”. É considerável e muito interessante o número de ações comunicativas que esses dois termos subentendem, dentro do objetivo representado pelo “engano comunicativo” a que levam: a mimese, a mudança de aparência, o ofuscamento, a pantomima, a invenção, a atração, todas ações em que o sujeito opera primeiramente sobre si mesmo, por meio da modificação intencional da realidade, para alcançar uma desejada “adaptação” às condições sociais ou naturais do seu entorno.

Assim como usamos o conceito de “corpo como produto”, usamos também o conceito de “indivíduo técnico” (Simondon, 2013) para definir um sujeito que se apoderou de instrumentos e utensílios, equipamentos e ornamentos protéticos os quais domina com profissionalismo e sagacidade, a ponto de poder ser considerado como um todo [tutt’uno] o artesão *homo faber*, ou seja, um sujeito que transformou a si mesmo em produtor

de artefatos, intervindo não só sobre a natureza física do próprio corpo, mas também sobre a esfera do ser e do fazer. O homem artesão (Sennett, 2013) é, nesse sentido, um compêndio de projetista que, além de ter aprendido a transformar intencionalmente o próprio corpo, conseguiu entrar com familiaridade operacional num sistema técnico, mesmo elementar, que torna-se parte íntima dele, governa a sua utilidade, para dar forma ao mundo dos artefatos usando a inteligência das mãos, além do cérebro.

Classificações do fenômeno

Estando clara a importância absoluta da capacidade do homem de adaptar-se a si mesmo pela manipulação voluntária do próprio corpo e destacada a importância que esse campo de observação possui para o designer contemporâneo, frequentemente muito concentrado no artificial como matéria-prima de projeto, torna-se igualmente importante penetrar nesse fenômeno para identificar do que ele é composto. O fenômeno que coloco no centro dessas minhas observações é, portanto, o conjunto das intervenções intencionais de transformação do corpo humano pelo próprio homem. Podemos iniciar dizendo que existem duas principais categorias do fenômeno:

- as alterações físicas (1º tipo):
 - as voluntárias ou culturalmente mediadas;
 - as alterações infligidas.
- as alterações aparentes (2º tipo):
 - as modificações perceptíveis;
 - as representações.

Dos fenômenos dos quais nos ocupamos, eliminemos as alterações infligidas (violência) e as representações da realidade (desenho, arte, uso do corpo como matéria-prima de representação e não de transformação), que abrem um capítulo à parte, e muito vasto, nos interesses do design contemporâneo. O restante do fenômeno observado, submetemos ao filtro das três condições que dizem respeito a cada um desses fenômenos, pelos quais o design deve se interessar, ou seja, tudo aquilo que muda porque tendem a mudar:

- as linguagens expressivas;
- os comportamentos;
- as tecnologias.

Na mudança guiada pelas linguagens expressivas, podemos identificar:

- o corpo ornamentado (cabelos, pelos, unhas, secreções, humores);
- o corpo exibido (*performance*, dança);
- o corpo escrito (tatuagens, *piercing*, escarificações, implantes subcutâneos, *bodypaint*, maquiagem, cirurgia estética);
- o corpo vestido (vestuário, joias, máscaras).

Na mudança guiada pelos comportamentos, podemos identificar:

- o *fitness* (dieta, atividade física, *body fascism*, narcisismo);
- o *body building*;
- a ascese (abstração do corpo, castigo corporal, abstinência sexual, jejum);
- o canibalismo (introjeção do corpo);
- o erotismo (parafilia);
- as coerções (reconhecimento social).

Na mudança guiada pela tecnologia, podemos identificar:

- as ações voltadas ao controle da relação entre natureza/cultura:
 - para se adequar à incompletude biológica;
 - para o domínio biológico (reconfiguração transumanística, hiperumanística, pós-humanística);
 - intervenção somática (remodelação, cavitação, aspiração);
- as ações voltadas ao controle mente-corpo (biorrobótica).

Cada época deixou traços importantes, particularmente par algumas categorias. Pensemos no papel da ascese na relação entre corpo e espiritualidade medieval cristã, ou nas culturas orientais hinduístas em relação à atenção dada à alimentação que exclui o consumo de outras formas de vida. Em geral, podemos dizer que notamos cursos e recursos, sortes distintas que certas práticas têm em relação aos vários contextos sociais e naturais

nos quais o sujeito se encontra. O certo é que, a um estranho, aquilo que poderia parecer que estamos vivendo um século intensamente dedicado ao controle do corpo, como o mostrado pelo cinema ou pela publicidade, de certo tipo ideal de corpo, talvez diferente do passado, não é mais um consenso coletivo e globalizado. Acontece que nos esquecemos de que as técnicas de inscrições no corpo (tatuagem, escarificações etc.) são práticas mnemotécnicas multimilenares que utilizam a pele do corpo como plano para transcrever, na memória do sujeito, situações e eventos que não devem ser esquecidos por toda a sua vida. Ou colocando o praticante a viver fora da ordem civil estabelecida, usando a praça pública e a estrada como contextos aos quais se adaptar, como faz um desprezado que está na base do lixo político levado ao auge, historicamente, por Diogene Laterzio, sob o nome de Cinismo filosófico, por volta de 2.500 anos a.C., na Atenas republicana. O capítulo que mais fascina o design contemporâneo é seguramente representado pelas vestes. Basta pensarmos nas roupas projetadas por Brandon Maxwell e Nicola Formichetti para a cantora pop Lady Gaga, para compreendermos os excessos, mas também as inovações, as experimentações e as tecnologias utilizadas para a obtenção dos propósitos e desejos de transformação do corpo. Nas experimentações tecnológicas de Sterlac, que usa próteses subcutâneas e terceiros braços robóticos controlados pelos próprios sentidos, para desafiar as tradições sensoriais do próprio corpo e criar um deslocamento perceptivo projetado. Nas incontáveis operações cirúrgicas da face do artista francês Orlan, que, em modificação somática contínua, busca nova vitalidade e experiência. Ou, ainda, no colocar-se na obra de arte de Marina Abramovic, que experimenta a sua própria presença física como sistema de realidade e percepção aumentada pelo e para o artista.

O design está onde o corpo se transforma

Essa digressão abre horizontes interessantes no trabalho de pesquisa contínua do designer contemporâneo. Insisti, em outros ensaios, sobre a importância da própria, contínua, obsessiva e permanente pesquisa pessoal. Talvez a pesquisa sobre o corpo e sobre a nossa natural exigência de produzir e reproduzir continuamente o nosso corpo seja uma procura que podemos considerar “necessariamente comum a todos os designers”, fonte de inigualáveis referências e modelos. Há dois motivos específicos pelos quais corpo e sujeito vêm sendo considerados na nossa profissão

de designer. Com a palavra “projeto” (*project*) em diversas línguas entendemos uma ação programaticamente determinada à transformação do existente que pode ser guiada pelo saber de um engenheiro, de um desenvolvedor de *software*, de um artista, de um urbanista. Certamente, quando usamos a palavra “design” no lugar da palavra “projeto”, buscamos dar uma particular conotação a esse agir. Tudo isso tem a ver com a relação intencional entre corpo e sujeito projetante (Chelaschi, 2008, 2010, 2014) que caracteriza esse modo de agir. É design quando a transformação refere-se a um corpo, muitos corpos ou à relação entre o corpo e uma tecnologia, um artefato, uma interface.

A capacidade de manter o corpo no centro de cada especulação metaprojetual e projetual é sinal da clareza do objetivo e da compreensão de que, por meio de um agir que chamamos genericamente de design, não queremos jamais obter só a forma de um vaso ou uma cadeira, um automóvel ou uma roupa, um relógio ou um cachimbo, mas sempre e somente a forma de uma relação entre um corpo e ele mesmo, entre um corpo e outros corpos para a mediação desses objetos. A ação transformadora do design passa por colocar no centro o corpo e sua transformação ou não é design. Tudo se complica no design por uma outra razão: na ação de design existe um outro sujeito, além do destinatário ideal, que é o autor, para quem a relação corpo-sujeito apresenta-se por completo, “com firmeza”, como se diria no futebol. O agir do designer como mediador entre interesses e saberes (Chelaschi, 2008) contém também a mediação consigo mesmo e isso representa uma parte substancial do ato de projetar, no sentido do design contemporâneo, porque em cada projeto deve estar presente, de maneira relevante, o caráter subjetivo do autor.

Para concluir, percorramos novamente o raciocínio e tentemos destacar as partes que possam, cada uma, abrir outras várias portas na pesquisa sobre o design e para o design.

- Existe um projeto que o ser humano cumpre, desde sempre, de maneira intencional, desfrutando das melhores tecnologias a sua disposição: é o projeto de transformação contínua do próprio corpo.
- O uso do nosso próprio corpo como matéria-prima não exclui o uso de outras substâncias e de processos tecnologicamente avançados, nem a adoção de ausência de comportamentos (ascese e renúncia, por exemplo).

- A manipulação contínua do nosso corpo oferece, assim, uma amostra espetacular de modelos, formas, tecnologias, estilo e materiais de estímulo à atividade criativa do designer contemporâneo. Uma reserva a ser estudada e gerenciada continuamente na pesquisa sistemática e pessoal de cada um.
- Em algumas fases da história do *homo sapiens sapiens*, assistimos à transferência constante e predominante de tais práticas, do próprio corpo, aos artefatos artificiais. Em outros períodos, aconteceu predominantemente o contrário, preferindo-se transferir ao corpo só aquelas tecnologias já maduras em outros setores de aplicação.
- O projeto de transformação intencional do próprio corpo faz do sujeito um designer de si mesmo, criando uma situação singular do tipo “todos somos designers”, sem necessariamente possuir os instrumentos culturais e técnicos, e abre as portas à profissionalização da transformação do corpo a terceiros que se tornam “operadores criativos da transformação do corpo dos outros”. Em alguns períodos da história, esses sujeitos são considerados figuras marginais ou periféricas para a sociedade (de serviço), enquanto em outras fases são considerados criativos de referência e celebrados como lançadores de modas e costumes importantíssimos, às vezes até como sacerdotes mediadores entre nós e os deuses.

Cada ação de design, mesmo quando a intervenção do projeto não toma a natureza do próprio corpo como matéria-prima, coloca o objeto a ser projetado no centro da relação fundamental entre corpo e mente, permitindo o aperfeiçoamento dessa relação, seja em relação a si mesmo, seja em referência à relação com os outros. Fazer design é manter sempre o homem no centro do projeto.

REFERÊNCIAS

- CELASCHI, F. Atto culturale e design. Progetto e valorizzazione dei beni culturali. In: LUPO, E., PERENTE, M., *Il Sistema Design Italia per la valorizzazione dei beni culturali*. Milano: Poli.Design, 2009.
- CELASCHI, F., CELI, M., MATA GARCÍA, L. The Extended Value of Design: An Advanced Design Perspective. In: *Design Management Journal*, 6(1), October 2011, pp. 6-15.
- CELASCHI, F., DESERTI, A. *Design e innovazione. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata*. Roma: Carocci, 2007.
- CELASCHI, F. Design e identidade: incentivo para o design contemporâneo. In: DE MORAES, D., KRUCKEN, L., REYES, P. (Org.). *Cadernos de Estudos Avançados em Design. Identidad*. Barbacena: EDUEMG, 2010, pp. 49-62.
- CELASCHI, F., FORMIA, E., LUPO, E. *From trans-disciplinarity to undisciplined design learning: innovating through/to disruption*. In: FORMIA, E. (ed.). *Innovation in Design Educatio*. Torino: Allemandi, 2012, pp. 370-388.
- CELASCHI, F. Il design come mediatore tra bisogni. In: GERMAK, C. (Org.). *Uomo al centro del progett*. Torino: Allemandi, 2008a, pp. 19-31.
- CELASCHI, F. *Il design come mediatore tra saperi*. In: GERMAK, C. (Org.). *Uomo al centro del progett*. Torino: Allemandi, 2008b, pp. 40-52.
- CELASCHI, F. Le culture del prodotto. In: CELI, M. (Org.). *AdvanceDesign – Visioni, percorsi e strumenti per predisporre all'innovazione continua*. Milano: Mc Graw Hill,, 2010, pp. 13-24.
- CELASCHI, F. Advanced design processes in some case studies from the contemporary art system: Delvoe, Fornasetti, Rist. In: *Strategic Design Research Journal*, 4(1), janeiro-abril 2011, pp. 1-4.
- FLUSSER, V. *Filosofia del design*. Milano: Bruno Mondadori, 2003.
- GIMBUTAS, M. *Kurgan*. Milano: Medusa, 2010.
- GIMBUTAS, M. *Le dee viventi*. Milano: Medusa, 2005.
- KUBLER, G. *La forma del tempo*. Torino: Einaudi, 1976.
- LÉVI-STRAUSS, C. *Il pensiero selvaggio*. Milano; Il sagggiatore, 1964.
- LIPS, J. *The origin of things, a cultural history of man*. London: G.C. Harrap e C,1949.
- MAEDA, J. *Le leggi della semplicità*. Milano: Bruno Mondadori, 2006.
- MALDONADO, T. *Il futuro della mdoernità*. Milano: Feltrinelli, 1987.
- MANZINI, E. *Artefatti*. Milano: Domus editore, 1990.
- PERNIOLA M. *I situazionisti*. Roma: Castelvechi, 2005.
- SENNETT, R. *L'uomo artigiano*. Milano: Feltrinelli, 2013.
- SGALIPPA, G., CERESOLI, J. *Transdesign*. Milano: Tecniche Nuove, 2008.
- SIMONDON, G. *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo, 2007.
- VOLLI, U. *Il nuovo libro della comunicazione*. Milano: Il sagggiatore, 2010.



Diversidade cultural: os desafios para a promoção e proteção no campo do design

José Márcio de Barros

Graduado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Minas Gerais, Mestrado em Antropologia Social pela Universidade Estadual de Campinas e Doutorado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor do Programa de Pós Graduação em Artes da Universidade do Estado de Minas Gerais. É professor convidado do Programa de Pós Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA. Atua na área da Antropologia Urbana e da Comunicação, com ênfase nas temáticas da identidade cultural, política cultural, cidade e cultura, gestão cultural, da diversidade cultural e processos de mediação. Autor do livro “Comunicação e Cultura nas avenidas de contorno” e organizador dos livros “Diversidade Cultural da proteção à promoção”, “As mediações da Cultura”, “Pensar e Agir com a cultura”, entre outros. Coordena o Observatório da Diversidade Cultural e o Programa Pensar e Agir com a Cultura e integra a Rede de Estudos em Políticas Culturais.

josemarciobarros@gmail.com

Introdução

O debate sobre a questão da Diversidade Cultural possui uma característica básica: sua complexidade. Entende-se por complexidade o reconhecimento de duas atitudes básicas. A primeira, a crítica e a recusa ao “paradigma da simplificação” e a adoção de um “paradigma da complexidade”, tal como Edgard Morin (2002) o define. Para este pensador, durante séculos a ciência e a instituição escolar construíram e difundiram um modelo de conhecimento marcado pelo princípio da não contradição, pela crença na causalidade unívoca, por perspectivas e concepções lineares de tempo, pela aplicabilidade de processos de validação do conhecimento exclusivos e, conseqüentemente, pela negação de outros modelos de saber e outras racionalidades. Tal modo de conceber e praticar o conhecimento afetou não só a ciência, como também a organização do trabalho e a visão de mundo dos sujeitos “comuns”. Em segundo lugar, a adoção de um “paradigma da complexidade”, capaz de desconstruir a simplificação e substituir seus efeitos perversos por meio de uma atitude de cotejamento entre unidade, multiplicidade e circularidade. Trata-se de refletir por meio da dialogicidade (reconhecimento de que o real se constitui, se altera e se regenera por meio de princípios e forças contrárias), e por meio da recursividade, (reconhecimento de que as causas agem sobre os efeitos e vice versa). Trata-se de se enfrentar o desafio de construir uma ciência pluridimensional e transdisciplinar (MORIN, 2002), capaz de reconhecer, proteger e promover a diversidade cultural.

Tal perspectiva nos ajuda a pensar o mundo contemporâneo, reconhecendo sua constituição desconexa e fragmentada, marcada por relações cada vez mais híbridas e desterritorializadas, sem contudo, reproduzir um certo determinismo tecnológico e um pessimismo cultural, que enxerga apenas a perversidade da globalização, sem reconhecer suas possibilidades. (MARTIN-BARBERO, 2014). O contexto contemporâneo reúne dimensões outrora excludentes como o par diferença e integração, o global e o local, o território e o mundo virtual, produzindo, como nos lembra Ortiz (1997) a impressão de um mundo esquizofrênico, ora pós-moderno e multifacetado, ora uniforme e homogêneo em todos os lugares. Os efeitos dos processos de globalização, afetam de forma diferenciada as diferentes sociedades e grupos sociais.

Pensar a diversidade cultural é, pois, o desafio de se entender como, a

despeito dos processos hegemônicos no campo da economia e da política, continuamos ou não, como produtores de diferenças, reafirmando tradições e identidades e inaugurando novos arranjos simbólicos. É preciso alertar, contudo, para os riscos de que a consciência cada vez mais planetária sobre a importância da diversidade, esteja sendo banalizada e mercantilizada, em função da globalização dos intercâmbios e a espetacularização de nossas diferenças.

A diversidade cultural

A diversidade cultural é, muitas vezes, tomada de forma reducionista como um conjunto de características naturais das formas de vida e das manifestações culturais. Tal perspectiva, romântica e idealista, impede que adotemos uma visada mais crítica, que a considere como uma dinâmica sócio-política de interação entre os diferentes, tal como a FIG. 1 a seguir representa

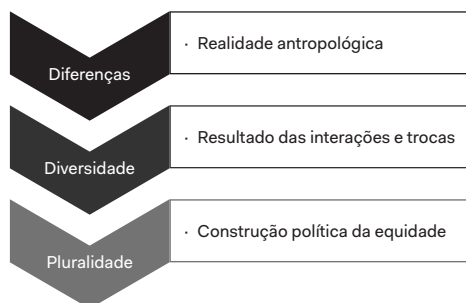


FIGURA 1 – Dinâmica da interação na diversidade cultural.

Se a diversidade cultural é, do ponto de vista antropológico, o patrimônio mais rico da humanidade, ela também se constitui em um de seus maiores desafios. Na perspectiva das teorias pós-evolucionistas, a diversidade é afirmada como realidade positiva e integradora, capaz de comprovar como diferenças e semelhanças constituem a complexa engenharia humana: por meio de uma unidade biológica fenomenal, produziram-se tantas e tão dinâmicas diferenças. Daí o problema da

redução que uma perspectiva exclusivamente celebrativa da diversidade nos traz. Ela ignora os desafios e as possibilidades de se conviver com e por meio das diferenças ao reduzir o olhar à diversidade apenas ao festejo de nossas diferenças identitárias e étnicas.

Se por um lado, a diversidade cultural inaugura processos de troca e diálogo na medida em que cada cultura possui uma riqueza própria que pode ser compartilhada com outras culturas, por outro lado, a diversidade cultural é a raiz de muitos conflitos, fazendo acentuar nossas diferenças ao invés de nos aproximar como semelhantes. (UNESCO, 2010) Um dos maiores desafios das políticas públicas para a sua proteção e promoção é, justamente, mostrar que ela pode ser benéfica para todos, e não uma ameaça para suas relações e interesses.

Nesta perspectiva, a diversidade cultural deve ser compreendida como um projeto político, econômico e pedagógico deliberado, voltado à construção do diálogo intercultural. Para tanto, duas dimensões são fundamentais: a) é preciso compreender como as culturas se relacionam e quais os valores partilhados entre elas; e b) considerar que as culturas possuem dinamicidade, o que lhes confere um potencial criativo e inovador.

Como nos alerta Bernard (2008), é necessário não perder de vista que a diversidade cultural, diferentemente da biodiversidade, não se renova naturalmente. Além disso, ela é dinâmica e precisa ser pensada conjugando proteção e promoção. Como tal, a diversidade cultural encerra um conjunto de tensões e não pode ser pensada como um mosaico harmônico de diferenças.

Percebe-se assim que o diálogo intercultural nunca está dado, mas em constante construção. Porém, os processos de dominação econômica e política e o reforço de estereótipos culturais limitam esse processo, já que ressaltar as diferenças pode se constituir em uma tática de acentuar a intolerância e o preconceito. Para que o diálogo aconteça, é fundamental que haja relações de equidade entre os diferentes, de modo a permitir interações e trocas. Para tanto, é fundamental uma ação comunicativa capaz de refazer de modo democrático e aberto, as disputas de sentidos e as dinâmicas de resignificação. Essa ação que pressupõe trocas e interações, não deveria ser tomada como enfraquecimento de identidades, mas como uma forma de enriquecer as próprias referências culturais.

A diversidade cultural convoca sempre ao diálogo, à troca e ao respeito mútuo e não se conjugava exclusivamente na primeira pessoa

do singular (eu), e sim na congruência do tu e do nós. Com Rosângela Côrrea (s.d.), aprendemos que é preciso engajamento governamental e não-governamental, de forma a garantir condições para um diálogo em três dimensões. Em uma primeira dimensão, trata-se de um diálogo multicultural, de afirmação identitária, que ajuda a descobrir a face de nossa própria cultura espelhada em outra cultura. Em uma segunda dimensão intercultural, claramente favorecida pelo desenvolvimento dos transportes e da comunicação e pela globalização econômica, onde os diferentes se hibridizam. E em um terceiro nível, o diálogo transcultural, que refere-se à abertura de todas as culturas para aquilo que as atravessa e as ultrapassa. Aqui, por meio das diferenças, reconhece-se a universalidade (BARROS, 2013). Neste sentido, a proteção e a promoção da diversidade cultural requer um forte componente formativo, para garantir a emergência de cidadãos dispostos a reafirmarem suas identidades, mas também para reconhecer o outro de uma forma aberta e dialógica.

A experiência cultural contemporânea é marcada pelo deslocamento, pela mistura, pelo hibridismo. Desta forma, proteger e promover a diversidade é estimular a relação entre povos em processos dinâmicos de atualização e mudança e não a conservação do passado. Daí a necessidade de que as políticas públicas direcionadas à diversidade cultural contribuam para a circulação e pluralidade das ideias. Torna-se cada vez mais necessário articular a proteção da diversidade, especialmente das práticas e expressões culturais em perigo de extinção, com a promoção especialmente sensível às mudanças.

De acordo com a UNESCO (2010) algumas urgências se apresentam neste processo de proteção e promoção. Considerando que as línguas dos povos não se limitam a meios de comunicação, mas expressam visões de mundo, identidades e valores, o desaparecimento de modelos linguísticos coloca em sério risco a diversidade cultural. A educação, tomada como condição para os indivíduos estarem no mundo, requer a produção de competências interculturais que nos permitam viver juntos com – e não apesar de – nossas diferenças culturais. Já a articulação entre criatividade e mercado, expressão das formas de inovação que atravessam o espectro de atividade humana, também devem ser vistas como fontes fundamentais para a diversidade cultural.

Se a partir do aperfeiçoamento das tecnologias da informação e da comunicação, a circulação de bens e serviços culturais pelo mundo

tornou-se cada vez mais possível, os intercâmbios decorrentes estão sob domínio de poucos países e de poucas empresas globalizadas. Tal situação gera um desequilíbrio perverso nas trocas e no comércio regional, nacional e internacional de bens culturais, o que reforça a necessidade de se compreender a diversidade cultural como um projeto político a partir de uma realidade antropológica, com o objetivo de se construir igualdade e justiça social com e através das diferenças.

Para tanto, a promoção e a garantia dos direitos humanos e o pleno exercício das liberdades fundamentais, precisam estar asseguradas a todos os indivíduos. Além disso, essa articulação deve considerar a existência de novos modelos de criação, produção, circulação e consumo de bens culturais, que não mais cabem na equação centro e periferia, na oposição popular e erudito, ou tradicional e contemporâneo. Assiste-se à emergência de novos modelos, mais circulares e colaborativos e, conseqüentemente mais horizontais e abertos. Em suma, a diversidade cultural aliada à perspectiva do desenvolvimento humano se dá quando expressa 4 importantes características: a *sustentabilidade*, entendida para além de questões orçamentárias, como uma capacidade de articulação entre o passado, o presente e a perspectiva de futuro, considerando assim todas as dimensões da esfera social e suas implicações na realidade social. O *equilíbrio* entre as lógicas do simbólico e as razões de mercado. Relacioná-las de forma produtiva, criativa e respeitosa é um importante aspecto para a compreensão do papel da cultura na esfera econômica e na criação de oportunidades de desenvolvimento. A *redução das desigualdades* e a garantia de *modelos democráticos de decisão*, se configuram como dois outros aspectos desta equação.

Os desafios para o campo do design

Vimos até aqui que a diversidade cultural é, simultaneamente, o patrimônio mais rico da humanidade, e um de seus maiores desafios. Resulta desta perspectiva a consciência da necessidade de ir além da celebração de nossas diferenças. Em uma primeira instância, a diversidade deve ser um projeto deliberado para construir o diálogo intercultural. Em segundo lugar, a diversidade cultural exige novos modelos de cooperação e troca de valores, processos e produtos culturais. Em terceiro lugar, a proteção e a promoção requer um forte componente de formação, para garantir

o surgimento de cidadãos dispostos a reafirmarem sua identidade, mas também para reconhecer o outro de uma forma aberta e dialógica.

Trata-se agora de saber que desafios essas questões colocam para o campo do design?

O certo é que, a simples tolerância com as nossas diferenças, a celebração de nossas singularidades por meio de calendários de festividades e a sua redução como matéria-prima antropologicamente excêntrica, não se configura como um conjunto de ações suficientes para que o design promova, efetivamente, a diversidade cultural.

É preciso ir mais além e convocar compromissos éticos e não apenas estéticos, de forma a garantir que o design, por meio de sua dupla capacidade de inovação e preservação identitária, contribua decisivamente para continuarmos diferentes. Além disso, como, a partir da abundância de diferenças, podemos aprender a ser diversos? e como transformar esta experiência em uma modo plural de existir ?

O design é uma potência de ativação de sentidos, tanto tradicionais quanto contemporâneos, expressa uma capacidade de criar, transformar e reproduzir objetos tangíveis e intangíveis. É notório o papel assumido pelo design como processo criativo, simbólico e material que afeta e é afetado pela vida em comunidade. A matéria-prima do design é a dimensão simbólica da cultura e os significados particulares que possuem e acionam para cada indivíduo e para os diferentes grupos sociais. Resulta daí diferentes, dinâmicos e complexos processos de interações e negociações de sentidos que configuram o cerne da diversidade cultural.

Um desafio colocado ao design é perceber as diferentes realidades, necessidades e possibilidades culturais de forma a romper com a visão instrumentalista e reducionista da cultura.

Arrisco afirmar que o modelo de design que melhor protege e promove a diversidade cultural é aquele que se constitui por meio de redes de compartilhamento, capaz de substituir a hierarquia pela horizontalidade; de potencializar a emergência de novos talentos e valores; de fomentar a inovação e a criatividade e de reunir diferentes que pactuam objetivos e métodos comuns.

Por outro lado, o design sensível à diversidade cultural, deve assumir uma perspectiva tridimensional da cultura (FIG. 2), onde a dimensão simbólica exprime modos de viver, fazer e criar que inauguram referências, e identidades; a dimensão cidadã, que expressa a cultura como

direito fundamental de criação, fruição, difusão, identidade, cooperação e participação; e a dimensão econômica, responsável pela produção de riquezas materiais.

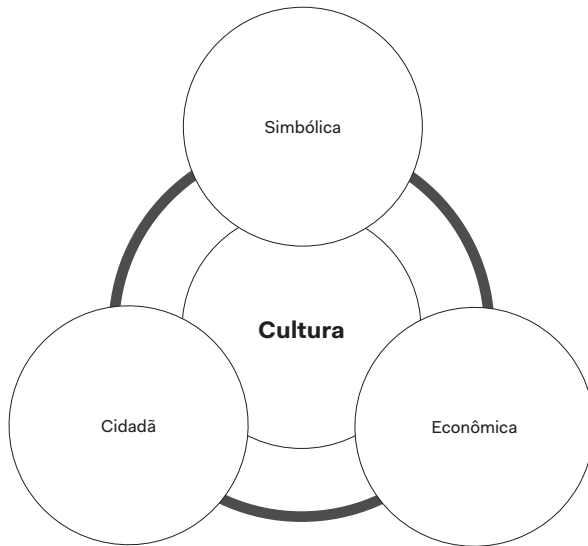


FIGURA 2 – Perspectiva tridimensional da cultura

Essas três dimensões não podem ser tomadas como naturais e de articulação espontânea, dado que são o resultado de nossas trocas e experiências. Dependem dos sistemas de produção, reprodução e circulação dos bens simbólicos que alimentam o design.

Com Bondía (2002), penso em um design de experiências abertas, que supere o excesso de informação e a escassez de sentidos, na medida em que a informação não se configura como experiência. Um design aberto ao diálogo intercultural que vá além do conhecimento das diferenças, resultado da capacidade básica de ver o outro, da flexibilidade cognitiva, da construção da empatia, da humildade e da hospitalidade para com o de perto e o de longe.

Um design que supere o excesso de opinião e que se ancore na experiência do conhecimento comprometido com a cidadania. Um design de entrega e partilha do sensível e da experiência.

REFERÊNCIAS

- BARROS, J. M. Cultura, mudança e transformação: a diversidade cultural e os desafios de desenvolvimento e inclusão. In: *Anais do iii Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*, Bahia, 2007.
- BARROS, J. M. Mediação, formação, educação: duas aproximações e algumas proposições, *Revista Observatório Itaú Cultural – OIC*, n. 15 (dez. 2013/maio 2014). São Paulo: Itaú Cultural, 2013, p. 8–14.
- BERNARD, F. A convenção sobre a diversidade cultural espera para ser colocada em prática. In: BARROS, J. M. (Org). *Diversidade Cultural – da proteção à promoção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 45-61.
- BONDÍA, J. L. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, Jan/Fev/Mar/Abr 2002, n. 19, p. 20–28.
- CORRÊA, R. A. *Educar para a diferença*. (s.d.). Disponível em: <http://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/>.
- IANNI, O. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- MARTÍN-BARBERO, J. Diversidade em convergência. *Revista Matrizes*, v. 8, n, 2 jul./dez. 2014. São Paulo, p. 15–33.
- MORIN, E. O método Vol. 5. *A humanidade da humanidade*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- ONO, M M. Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização. *Revista Design em foco*, ed. 1, n. 1, dezembro, 2014.
- ORTIZ, R. Diversidade cultural e cosmopolitismo. In. *La dimensión cultural y educativa de la integración regional: situaciones y perspectivas en el Mercosur*. Uruguai, 1997.
- UNESCO. *Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*, 2010, Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>. Acesso em 24 out. 2015.



Eco, Kant e o Ornitorrinco: reflexões sobre design na cultura global

Dijon De Moraes

PhD em Design pelo Politecnico di Milano, com pesquisa de pós-doutoramento no mesmo instituto. Pelo conjunto de sua obra prática e teórica obteve reconhecimento no Brasil e no exterior. É autor, entre outros, dos premiados livros *Limites do Design*; *Análise do design brasileiro* e *Meta-projeto: o design do design*. Atual Reitor da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG; Líder do Grupo de Pesquisa Teoria e Cultura no CNPq; Coordenador do Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design e Editor dos *CADERNOS de Estudos Avançados em Design da EduEMG*.

dijon.moraes@uemg.br

Introdução: Design e Cultura Global

O estudioso italiano Andrea Branzi, na premissa do seu instigante livro *Modernidade frágil e difusa: o mundo do projeto no início do século xx* (BRANZI, 2006), nos atesta que a simples maneira de distribuir e/ou compor as pedras em um muro pode ser entendida como um gesto cultural.

Isso nos parece uma verdade, pois dessa forma conhecemos parte do modo de ser e agir de diferentes povos do planeta (antigos e atuais) com seus hábitos e culturas distintas que hoje se encontram em intenso processo de constante hibridização, através do acelerado fenômeno de globalização. Dentro dessa ótica, podemos então trazer à luz e tomar como referência entre os povos antigos o exemplo da sólida cultura chinesa através da edificação de suas famosas muralhas protetoras (onde se estima ter trabalhado cerca de um milhão de operários para suas realizações), o engenho e arte construtiva dos povos romanos através dos aquedutos em forma de arcos suspensos até hoje existentes (os maiores deles chegaram a medir mais de 90 km de extensão), e a proporção e o equilíbrio formal das construções e obras gregas que tiveram como referência a geometria e a matemática sempre em busca da forma perfeita e da simetria ideal. Em síntese, as muralhas espelham o espírito bélico dos chineses antigos, os aquedutos, a praticidade e objetividade romana e as obras gregas, a estética da perfeita proporção. Tudo isso nos apresenta, dentro da lógica apontada por Branzi, como uma manifestação e/ou gesto de expressão cultural desses povos.

Na realidade, o contínuo processo de interação e integração por que sempre passou a humanidade dos tempos antigos até a era atual, com destaque para a forma acelerada ocorrida a partir da era Moderna do século xx até a globalização dos anos noventa, começou a pôr em cheque a precisa definição de referências culturais homogêneas, eminentemente autóctones, e de referências locais, abrindo espaço para uma constante contaminação e hibridização de culturas heterogêneas como jamais anteriormente vistos, promovendo e proporcionando, por consequência, novas formas de constante fluidez e de conexões que determinaram a complexidade hoje presente na cultura do design.

Tudo isso fez com que o design, entre interações, conexões, hibridizações e heterogeneidades múltiplas, facilmente presentes no modelo global, sofresse contaminações nem sempre positivas e evolutivas, mas,

ao contrário, promovesse relações desconexas e descontínuas, expondo a sua frágil herança epistemológica e fenomenológica, como campo próprio e independente, como teoria do conhecimento e de significação do design.

O semiólogo Umberto Eco, em uma de suas palestras magnas junto ao programa de doutorado em design no Politecnico di Milano, no ano de 2001, surpreende a todos os presentes com sua afirmativa e provocatória sentença: “você designers perderam, e perdem cada vez mais, a capacidade de comunicar”; e para sustentar a sua afirmação, passa a uma sequência de precisos exemplos:

Antigamente, um simples sinal em forma de degraus em perfil crescente e contínuo tinha a capacidade de nos comunicar que ali se encontrava uma escada para subir. Hoje quando entramos em um elevador, que é todo revestido em aço inox monocromático, não encontramos facilmente os comandos de uso e orientação para subir. De igual forma, antigamente as torneiras me comunicavam facilmente o seu juízo perceptivo e praticamente me impeliam a girá-las. Hoje não existem mais os manípulos das torneiras e os usuários devem interpretar, por si mesmos, o uso desse produto. Nesses dois casos aqui expostos, o que me permitiria de perceber e interpretar a informação subir? Ou de girar? (ECO, 2001).

E Eco completa: “A tecnologia evoluiu, mas os designers não acompanharam com novas formas de comunicar”.

Neste sentido e de acordo com Eco, “qualquer que seja o peso do nosso sistema cultural existe sempre alguma coisa no continuum de experiências adquiridas, que coloca limites às nossas formas e modos de percepções e de interpretações”. Não pode ser menosprezado, mas ao contrário salientado, que o excesso de informações, por exemplo as fartamente disponibilizadas nas mídias via Internet (socials frames), mesmo que de forma ordenada, gera dificuldades de interação e de interpretação do usuário, comprometendo, por vez, o desejado significado ou juízo perceptivo que devem estar presentes na relação entre usuário e produto.

De igual forma, um produto sem a mínima presença (nihilismo perceptivo) de sistema de significação ou de linguagem semântica também dificulta a sua percepção e/ou fruição por parte do usuário e, ainda segundo Eco:

Devemos ser capazes de produzir um juízo perceptivo. Porém entendemos como percepção um ato complexo, uma interpretação dos dados sensíveis nos quais intervém memória, cultura, e que se conclui na compreensão da natureza dos objetos [...] Tais percepções se distinguem em sensações, que simplesmente modificam o estado do sujeito e as formas de conhecimento subjetivas [...] Os juízos perceptivos são atividades lógicas inferiores que criam o mundo subjetivo de conhecimento pessoal [...] Unificar representações na consciência já é pensar e julgar. Os juízos são regras a priori (ECO, 2008, p. 60–61).

De fato, hoje o contexto de uso de um produto não mais se configura como uma entidade uniforme de conteúdos precisos e singulares, mas como um conjunto de informações globais (microcontextos) de proveniências distintas e estilos diversos que quase sempre se contrapõem às dinâmicas do repertório cultural local, criando, por vez, “resistências ou impertinências culturais” nas suas interpretações.

Ao ser considerado, o Tipo Cognitivo deverá fazer parte das condições para a sua percepção, aquelas que Gibson denomina de *affordances* – to afford (consentir, permitir) – e que Luis Prieto chamaria de “pertinências”. Desta forma reconhecemos uma “cadeira” porque se trata de objeto que se permite de sentar, uma “garrafa” porque se trata de objeto que se permite de conter e servir substâncias líquidas. É instintivo reconhecer como sendo uma possível cadeira um “tronco de árvore” ao invés de uma “coluna”, por causa do tamanho das nossas pernas e pelo fato de sentirmos mais cômodos apoiando os pés no chão (ECO, 2008, p. 137).

É interessante notar que o fato de a função de um produto deixar de ser comunicada unicamente de forma tangível nos proporciona novas chaves de leitura e de interpretações cognitivas, tornando mais uma componente imaterial a ser considerada para a cultura projetual. Nesse sentido, ganha novamente espaço o conceito de *affordance* preconizado por Gibson, no final dos anos setenta, como sendo “o convite ao uso” (GIBSON, 1977) para uma reelaboração do conceito desenvolvido posteriormente por Norman (2004), através do conceito que enfatiza mais “o

lado perceptivo emocional dos objetos”. Essa nova possibilidade de interpretação amplia, por consequência, o foco do produto para o sistema de produtos e do micro para o macroambiente, bem como se ampliam as suas possibilidades de uso e sensações percebidas em nível mais alargado, como bem nos atesta Eco:

Ao contrário, para categorizar uma faca, uma colher e um garfo entre os talheres, ou uma cadeira e um armário entre as mobílias da casa, se deve prescindir dessas pertinências morfológicas e considerar também funções mais genéricas como a manipulação da comida e a decoração do ambiente doméstico (ECO, 2008, p.137).

Ocorre, no entanto, que com o advento do mercado global, o produto tende cada vez mais a receber elementos e signos, de várias culturas heterogêneas, nem sempre de fácil hibridização, promovendo por fim linguagens estéticas díspares de difícil percepção no aspecto de uso e de interpretação semântica.

Eco, Kant e o Ornitorrinco

Como se sabe, o ornitorrinco é um animal muito estranho na natureza. Parece ter sido concebido para desafiar qualquer possibilidade de classificação morfológica e científica ou mesmo confundir a percepção popular.

O ornitorrinco vive na terra e na água, mede cerca de cinquenta centímetros, pesa aproximadamente dois quilogramas, tem o corpo recoberto por pelos, apesar de viver mais na água, não tem pescoço definido e tem um rabo como o do castor; tem bico como o de pato e os machos possuem esporas para a sua defesa. As fêmeas estranhamente põem ovos, porém amamentam seus filhotes como os animais da categoria dos mamíferos. O ornitorrinco é, portanto, um mix de diversos outros animais ou mesmo pode ser considerado um animal híbrido.

O próprio Eco intui que os povos australianos, ao verem pela primeira vez o ornitorrinco no século XVIII (cerca de 1799), quando o filósofo e naturalista Immanuel Kant já tinha praticamente concluído todas as suas obras, indagaram que animal seria aquele, um castor... um pato... um peixe... um pássaro... um animal marinho... terrestre... O ornitorrinco, era, portanto, um animal que fugia a qualquer esquema perceptivo até então

conhecido – quem poderia imaginar a possibilidade de união entre bico de pato e rabo de castor? Quem imaginaria poder existir elementos de pássaro em um corpo de quadrúpede? Umberto Eco, no seu ensaio “Kant e o Ornitorrinco”, faz a seguinte reflexão: como Kant possivelmente o classificaria?

Imaginemos o que teria ocorrido se Kant tivesse encontrado um ornitorrinco. Teria tido ele a intuição de uma multiplicidade de traços que o permitisse construir um esquema perceptivo como um ser autônomo, não movido por forças externas, que exibisse uma coordenação dos próprios movimentos, uma relação orgânica e funcional entre bico (que lhe consente de pegar a comida), patas (que lhe consente de nadar), cabeça, tronco e rabo (ECO, 2008, p.74).

De fato, é o próprio Eco que relata que quando em 1799 um exemplar empalhado foi examinado pela primeira vez na Inglaterra por uma comunidade de naturalistas, eles não acreditaram no que viram. Tanto é verdade que alguns insinuaram se tratar de uma brincadeira de um colega taxidermista. Um animal *sui generis* com tríplice natureza, contendo traços morfológicos de um peixe, de uma ave e de um quadrúpede. Segundo Eco, “interpretar qualquer coisa como se fosse em um certo modo, significa avançar uma hipótese” (ECO, 2008, p.74). Vale a pena observar que essa seria a situação típica de quem vê pela primeira vez um ornitorrinco, uma coisa nadante que tem bico e pelo.

Para Eco, se Kant tivesse havido a possibilidade de observar um ornitorrinco (morfologia, uso e costumes), como ocorreu posteriormente em dois séculos sucessivos, teria provavelmente chegado à mesma conclusão de Stephen J. Gould, que narra:

Este animal não representa uma tentativa errada da natureza em produzir algo melhor mas sim uma obra prima do design, um exemplo fantástico de adaptação ambiental, que permitiu um mamífero de sobreviver e de prosperar nos rios. O seu pêlo parece ter sido feito para protegê-lo da água fria, o mesmo regula a própria temperatura corporal, toda a sua morfologia é de forma que possa mergulhar na água e encontrar comida mesmo com os olhos e orelhas fechados, as patas dianteiras lhes permite nadar, e as traseiras junto com o

rabo funcionam como um leme, as famosas esporas posteriores lhes permitem competir com outros machos por ocasião do cio reprodutivo. O ornitorrinco apresenta uma estrutura original, perfeitamente desenhada para o escopo ao qual foi destinado. (GOULD apud ECO, 2008, p. 74-75).

Se analisarmos pelo viés do design, considerando os aspectos e as condicionantes funcionais do projeto de produtos, podemos reconhecer que o ornitorrinco cumpre bem o seu papel e responde com precisão aos desafios postos para o ambiente (ou ambientes) para o qual foi concebido, se não vejamos: foi destinado a viver na água e na terra (anfíbio), pois o desenho do bico serve para pescar pequenos peixes e crustáceos na água e, também, para se alimentar de insetos e vermes na terra. As suas patas são projetadas de tal forma que as traseiras são mais adaptadas à terra e as patas dianteiras, devido a uma maior saliência das membranas interdigitais, destinadas para quando estiver na água (estas se dobram quando caminham em terra firme). De igual forma, seu grande rabo serve como leme para guiá-lo nos longos mergulhos em rios e lagos, além de funcionarem como reserva de gordura corporal. As fêmeas colocam ovos na terra, em ninhos especialmente por elas construídos, mas estranhamente amamentam (são ovimamíferos) seus filhotes, apesar de não haver mamas muito salientes, mas poros e sulcos abdominais que cumprem bem a função de glândulas mamárias. Seu corpo, como os dos castores, cachorros e ursos, é revestido por densa pelagem que forma uma camada de ar isolante para manter o corpo sempre aquecido. Os machos apresentam esporas, como as de galo, nos tornozelos, os quais produzem uma espécie de veneno para a sua defesa. Os olhos possuem uma fina membrana, como cones duplos, que se fecham quando do momento do mergulho, o que outros mamíferos não possuem. Para maior proteção, tanto na terra quanto na água, assim como as mamas das fêmeas, os testículos dos machos são internos. Em termos de “resolução de problema” a que um produto tenha que responder técnica e funcionalmente, não temos dúvidas de que o ornitorrinco corresponde muito bem aos desafios apresentados como condicionantes de um bom roteiro de design. Podemos dizer que, de forma individualizada e segmentada do todo, o “design” do ornitorrinco pelo viés técnico objetivo e funcional não deixou de solucionar nenhuma condicionante posta como desafio para a sobrevivência desse animal tanto na água quanto na terra.

Porém, quando analisado sob outros aspectos também inerentes ao design como o viés estético, semântico e de juízo perceptivo, o “projeto” do ornitorrinco torna-se questionável e mesmo muito falho. Dentro da ótica de Eco, anteriormente apresentada, sobre o valor perceptivo, comunicação, interface e uso dos produtos (affordances e pertinências), o ornitorrinco passa longe de ser um exemplo de bom design. Ao contrário, apresenta sérias dificuldades de comunicação e de interpretação por parte do seu interlocutor, isso se aplica mesmo considerando designers especialistas e estudiosos da questão. O excesso de hibridismo presente em tão pequeno espaço físico, como o ocorrido com o ornitorrinco, que mede apenas cerca de cinquenta centímetros de tamanho, proporciona, por consequência, uma excessiva quantidade de informações de proveniências distintas e mesmo inusitadas, tornando complexa a possibilidade de concentração de elementos e traços estéticos formais advindos de aves, mamíferos, anfíbios e répteis ao mesmo tempo. Todos esses elementos utilizados simultaneamente geram, por fim, rumores em vez de equilíbrio estético-formal de fácil absorção e de claro entendimento.

Os produtos ornitorrincos

A partir do início do século XXI e com a realidade de globalização já fortemente estabelecida (como real possibilidade de interação e interconexão entre povos), assistimos a um processo de forte diálogo entre costumes e culturas distintas como jamais visto precedentemente. Esse acontecimento trouxe para a cultura do design novas e constantes informações em um contínuo processo de ebulição permanente que proporcionou, por vez, novas possibilidades e novos conceitos para a concepção dos produtos industriais.

A fácil circulação de informações e a liberdade interpretativa dos designers e dos fabricantes na era atual fizeram com que os outrora conceitos e condicionantes projetuais tradicionalmente estabelecidos e inerentes à prática de design fossem estendidos de forma mais alargada no tocante à interpretação, deixando em segundo plano referências sólidas então presentes na cultura projetual como equilíbrio estético e formal, juízo perceptivo e semântico, valor de uso, significado e significância como valores intrínsecos ao produto, entre várias outras referências. Poderíamos ainda destacar as questões socioambientais e o uso consciente dos recursos naturais do planeta.

Essa liberdade interpretativa projetual, hoje em prática dentro da cultura do design contemporâneo, proporcionou o surgimento de hibridismos estéticos, formais e tecnológicos, que muitas vezes foram facilitados pela grande possibilidade de ofertas tecnológicas que nos permitem hoje condensar em um mesmo produto diversas funções e possibilidades exploratórias de uso, nem sempre necessárias ou de importância duvidosa para nós usuários. Várias delas se apresentam revestidas de múltiplas tipologias de uso, que muitas vezes são vazias de significados e dificultam ou impedem uma perfeita interação com o produto.

De igual maneira, isso também ocorre hoje no campo estético formal dos objetos, em que recebemos constantes ofertas de linguagens estéticas de proveniências e origem distintas que, uma vez aplicados em um mesmo produto, não nos proporcionam uma interpretação imediata, clara, uniforme e homogênea, mas, ao contrário, nos transmitem rumores perceptivos tanto no tocante ao uso quanto no seu aspecto estético. Esses produtos denominados de híbridos, por seus excessos tecnológicos e/ou formais, ao apresentar funções e estéticas múltiplas e heterogêneas, espelham por vez uma face da globalização que tende a minimizar a cultura local, pondo em conflito os estilos e costumes próprios e estabelecidos dos territórios regionais.

Como forma de exemplificar esse fato, eu tenho mantido um curioso costume (também como forma de pesquisa) de recolher por onde passo as colherezinhas ou misturadores de café que são disponibilizados em balcões de cafeterias para adoçar o café. A dificuldade que sempre encontro (penso que os demais usuários também) consiste em entender qual parte do misturador eu devo segurar e qual devo utilizar para misturar e adoçar o café, uma vez que a maioria desses produtos não nos comunicam de imediato o seu uso. Não existem, portanto, elementos nesses misturadores de café que me permitam fazer um juízo perceptivo de seu uso e nem mesmo me comunicam nenhuma mensagem clara para sua correta interação. São produtos sem referência de interface, sem significado e significância, pois neste caso o usuário pode fazer qualquer uso deles. Nessa minha pretensa coleção de misturadores de café (já são mais de 35 modelos catalogados), que foram recolhidos em diversas partes do mundo, existem produtos retilíneos, curvos, lisos, opacos, transparentes, feitos em plástico, madeira, acrílico e metal. São provenientes da Europa, América, África e Ásia, mas a maioria (cerca de 90%), independentemente

da sua origem, contém a mesma disfunção: a deficiência em nos comunicar o seu uso. Dentro dessa linha de raciocínio, assim discorre o semiólogo Salvatore Zingale:

O design vem considerado enquanto atitude mental, como a capacidade de agir sobre uma realidade em modo interpretativo, buscando operar sobre tal realidade uma transformação que harmonize a convivência entre nós e o mundo-ambiente, natural e artificial (ZINGALE, 2012, p. 22).

Essa capacidade de o design agir sobre uma realidade em modo interpretativo não se apresenta em vários outros produtos existentes, e vale a pena destacar aqui um deles. Trata-se dos controles remotos de televisão que apresentam um sem número de comandos nitidamente desnecessários. Uma vasta gama de controles disponíveis hoje no mercado global apresenta em sua maioria uma deficiência de comunicação quanto ao seu uso e interatividade. Ao contrário do exemplo anterior do misturador de café, os controles remotos televisivos apresentam uma inexplicável quantidade de funções que tendem a nos confundir na busca de acionar a opção desejada, demonstrando por vez uma verdadeira barreira para a plena utilização do produto. O hibridismo tecnológico existente nos controles remotos para televisão nos oferece uma quantidade exagerada de opções quando na verdade queremos basicamente utilizar poucas e simples funções rotineiras como ligar, desligar, trocar os canais e abaixar/aumentar o volume. Da mesma forma, certos telefones celulares passaram recentemente também à categoria de sérios candidatos a produtos ornitorrincos, pois o excesso de suas funções há muito se distancia do objetivo primeiro do produto (ser um telefone portátil) ao nos proporcionar infinitas outras funções, muitas das quais dispensáveis.

Para ser candidato a produto ornitorrinco, existe ainda a categoria daqueles objetos que não fazem uso de hibridismos tecnológicos e inovativos, mas do hibridismo formal. São produtos que mesclam correntes estéticas distintas, cujo resultado nos transmite incoerência estética e desequilíbrio formal. Esses produtos criam tensões ao juntarem elementos que não dialogam esteticamente entre si, gerando por fim rumores estéticos que comprometem o seu todo. Muitos desses produtos ornitorrincos, concebidos para atingir o mercado global, utilizam estilos e elementos culturais de

países distintos, mas terminam por comprometer e desvalorizar o produto no todo, seja em relação ao conceito, seja quanto à estética. Nesse sentido, diversos produtos, artefatos, objetos e utensílios dos novos países industrializados, particularmente os provenientes da Ásia, são hoje os maiores representantes de produtos ornitorrincos do planeta.

Conclusão

A máxima presente na abertura deste artigo – que atesta que a simples maneira de distribuir e/ou compor as pedras em um muro pode ser entendida como um gesto cultural – nos faz refletir sobre a contaminação (no sentido positivo e negativo) ocorrida do fenômeno de globalização à cultura local, pois com a difusa realidade de interação e interconexão entre povos na arena global, a maneira de ser e de pensar do mercado regional foi alterada significativamente.

Na atualidade, passados quase vinte anos da consolidação do fenômeno de globalização e entrada no novo milênio, poderíamos então indagar sobre algumas questões em aberto: quais referências culturais locais poderão ser hoje utilizadas na construção de muros modernos? Quais signos e significados, locais e globais, vêm hoje sendo considerados para a concepção de novos produtos destinados ao mercado global?

Seria, por fim, o exemplo do ornitorrinco o modelo de design híbrido a ser considerado por produtores e designers para os produtos globais? Qual o destino do design contemporâneo frente à livre circulação de informações, recebidas quase de forma instantânea, vindas de todas as partes do planeta?

Como se dará o design híbrido diante de importantes desafios projetuais como juízo perceptivo, comunicação, semântica, sensações, affordances, pertinências e interfaces dentro da cultura híbrida e múltipla de referência global? Poderá ser evitado o design ornitorrinco ou ele será o modelo a ser seguido para o futuro do produto no mercado global?

REFERÊNCIAS

- BRANZI, A. *Modernità debole e diffusa: il mondo del progetto all'inizio del XXI secolo*. Milano: Skira, 2006.
- CICLO DI CONFERENZE IN DESIGN. Milano, marzo 2002. *XIV Ciclo di Dottorato*. Politecnico di Milano – Di.Tec. Programma di Dottorato di Ricerca, PhD in Design. Umberto Eco – Opening Lecture.
- ECO, U. *Kant e L'Ornitorinco*. Milano: Bompiani, 2008.
- GIBSON, J. The theory of affordances. In: SHAW, R.; BRANSFORD, J. *Perceiving, acting and knowing: towards and ecological psychology*. New York: Wiley and Sons, 1977.
- MORAES, D. D. *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher, 2010.
- NORMAN, D. *Emotional design: perché amiamo (o odiamo) gli oggetti della vita quotidiana*. Milano: Apogeo, 2004.
- ZINGALE, S. *Interpretazione e progetto: semiótica dell'inventiva*. Milano: Franco Angeli, 2012.

ENGLISH VERSION

The Collection

The *Collection of Advanced Studies in Design* integrates the set of publications of the Centre for Studies, Theory, Culture and Research in Design (Centro T&C Design) of the School of Design of the Minas Gerais State University (ED-UEMG). Their purpose is to approximate professors, researchers and scholars in what concerns the thematic of theory, research and culture, aiming to contribute to the progress of the Design research, under the concept of its extensive way of expression as a material culture.

The Centre T&C Design operates in the universe of complex questions inherent to Design and that are also still little decoded. It has the purpose of being a support tool to the *stricto sensu* programs in this area of knowledge. The texts put together in this eleventh volume were produced by renowned researchers of Brazil and foreign countries, with the objective of promoting a high level debate in the scope of the community of reference in Design.

The Collection of Advanced Studies in Design approach different themes, with wide critical, reflexive and analytical values, aiming to integrate the knowledge of many areas, throughout different focuses, as the history of their publications attests to us:

- Vol. 1 – Design & Multiculturalism – ISBN 978-85-87042-71-2
Design & Multiculturalism – ISBN 978-85-62578-20-5 (2nd edition)
- Vol. 2 – Design & Transversality – ISBN 978-85-87042-72-9
- Vol. 3 – Design & Sustainability I – ISBN 978-85-62578-00-7
Design & Sustainability I – ISBN 978-85-62578-34-2 (2nd edition)
Design & Sustainability II – ISBN 978-85-62578-00-7
- Vol. 4 – Design & Identity – ISBN 978-85-62578-04-5
- Vol. 5 – Design & Method – ISBN 978-85-62578-09-0
- Vol. 6 – Design & Innovation – ISBN 978-85-62578-16-8
- Vol. 7 – Design & Humanism – ISBN 978-85-62578-27-4
- Vol. 8 – Design & Emotion – ISBN 978-85-62578-32-8
- Vol. 9 – Design & History – ISBN 978-85-62578-52-6
- Vol. 10 – Design & Semiotics – ISBN 978-85-62578-62-5
- Vol. 11 – Design & Culture – ISBN 978-85-62578-63-2

All the volumes of the Collection are available for free download at the website: www.tcdesign.uemg.br

The Scientific Commission of the *Collection of Advanced Studies in Design* is composed by doctor professors, who come from many renowned universities around the world:

Alessandro Biamonti, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Alpay Er, Dr.
Istanbul Technical University / ITU

Carlo Vezzoli, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Claudio Germak, Dr.
Politecnico di Torino / POLITO

Dijon De Moraes, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Ezio Manzini, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Flaviano Celaschi, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Gui Bonsiepe, Dr.
Universidade do Estado
do Rio de Janeiro / UERJ

Itiro Iida, Dr.
Universidade de Brasília / UnB

Jairo D. Câmara, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Luigi Bistagnino, Dr.
Politecnico di Torino / POLITO

Marco Maiocchi, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Maria Cecília Loschiavo dos Santos, Dr.
Universidade de São Paulo / USP

Mario Buono, Dr.
Università Degli Studi di Napoli, Itália

Maristela Ono, Dr.
Universidade Tecnológica
Federal do Paraná

Pekka Korvenmaa, Dr.
University of Art and Design
Helsinki, Finlândia

Regina Álvares Dias, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Rita de Castro Engler, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Rosemary Bom Conselho Sales, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Rui Roda, Dr.
Universidade de Aveiro, Portugal

Sebastiana B. Lana, Dr.
Universidade do Estado
de Minas Gerais / UEMG

Sergio Luis Peña Martínez, Dr.
Instituto Superior de Diseño /
ISDI, Cuba

Silvia Pizzocaro, Dr.
Politecnico di Milano / POLIMI

Vasco Branco, Dr.
Universidade de Aveiro / UA

Virginia Pereira Cavalcanti, Dr.
Universidade Federal
de Pernambuco / UFPE

More information about the Centre for Studies, Theory, Culture and Research in Design are available at the website: www.tcdesign.uemg.br

SUMMARY

- 101 Presentation
Dijon De Moraes
Regina Álvares Dias
Rosemary Bom Conselho Sales
- 105 Design with significance
Sergio Luis Peña Martínez (Cuba)
- 117 Globalization: its impact in the
local identities
Luis Rodríguez Morales (Mexico)
- 131 The culture-design relationship in
postmodernity scenarios: a challenge
for designers' cultural formation
Ernesto Fernández Sánchez (Cuba)
- 145 The body as raw material for the project
Flaviano Celaschi (Italy)
- 159 Cultural diversity: the challenges for
the promotion and protection of the
design field
José Márcio de Barros (Brazil)
- 169 Eco, Kant and the Platypus: reflections
about design in global culture
Dijon De Moraes (Brazil)

PRESENTATION

The Design International Workshop, promoted by the Center of Design Studies, Theory, Culture and Research – *T&C*, in its tenth edition, was specially programmed to happen during the VIII Habana's International Design Convention – *FORMA 2015*, in Cuba. The proposal of a joint event appeared during the workshop carried out in 2013, where there was a partnership established between the Design Superior Institute (*Instituto Superior de Diseño – ISDI*) and the Minas Gerais State University (*Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG*). As a result of such partnership, the two institutions firmed the international cooperation accord during the International Workshop “Design & History” which occurred in Brazil, in December 2013.

In the ambit of the VIII Design International Convention in Cuba, there was an opportunity for professionals and scholars to share and discuss *design culture* topics and also to show the sense of ethical responsibility, commitment and social impact, in the search for a future sustainable development.

There were six parallel events to the *FORMA 2015*: VIII Encounter “Formation of Design, Communication and Art Professionals”, II International Workshop “Design and Creative Industries”, V Encounter “Design, Communication and Culture”, III International Forum “Diversity and Sustainable Development”, II Workshop of Design History “Design, a legacy of the XX Century” and the 11th International Workshop “Design & Culture” where *UEMG* participated in the condition of co-organizer and co-producer of the event.

Potentially, as in the previous years, the Design International Workshop highlights the potentialities and possibilities of design articulating with other fields of knowledge, especially in social and human areas. In this edition, the topic was “Design and Culture: building a design culture”. The event's goal was to think about the course of design in different ambits of the material culture, in the search for its relation with: artisanal culture, artistic culture, technological culture, industrial culture, culture of behavioral consumption, among others, what takes design today to the condition of “design culture”. As an effective contribution and result of the topic proposed by the workshop, we have registered here, in the form of articles, the approaches of the invited lecturers, so

this knowledge would be shared by the community of reference in a compilation now presented in six chapters, as follows:

The professor Sergio Luis Peña Martínez opened the event with the conference *Design with significance* and writes about the multiple meanings of the word *significance*. He shows points of view and proposes new paths to be shared, and raises the controversial topic of the meaning given to the word design. The author calls attention for the fact that design has experienced an exponential rise in the different spaces of culture, engineering, social sciences, among others. And that its presence in the contemporaneous speech, to describe any activity related to human creation, like the different forms of linguistic semantics, make design acquire a horizontal extension over its real depth.

The professor Luis Rodríguez Morales, with the article *Globalization: its impact in the local identity*, shows that globalization is a very common concept nowadays, but in the field of design it needs information about its origin and impacts. He presents reflections about culture and patrimony as a means of creating identities and images that reflect a community. He also presents design as a project that could promote development and the creation of a communitarian identity. As main point, the author highlights the local culture and exposes design as a form of promoting the development and the creation of an identity capable of enriching the processes of globalization.

Ernesto Fernández Sánchez presents the article *The culture-design relationship in postmodernity scenarios: a challenge for designers' cultural formation*. The author discusses the impacts generated by the postmodernity imaginary in relation to a culture of domination and a culture of freedom. On one hand, there is the possibility of accepting the reality centered in the irrational consumption, and on the other hand there is a culture that is built based on the diversity and harmony of the environment. To combat this contradictory reality, the author makes some questions and shows as necessary to culturally capacitate the design professional in a way that he / she is able to properly respond to a job that is getting more and more integrated and diversified.

The article of the professor Flaviano Celaschi, *The body as raw material for the project*, brings an interesting view of the human body as a vehicle for transformation and communication of meanings. The author shows that such process occurred, probably, when the body, still in tribal

rituals, was used as a surface for drawings and paintings. Later, such process would have become an action of creative transformation directed to modify the world around us. He relates the result of tribal rituals of many indigenous people, with the sign of the current attitudes and forms of decoration and utilization of body artifacts, such as: jewels, ornaments, artificial teeth, earplugs, rings, piercings, among others.

The professor José Márcio de Barros, in his article *Cultural diversity: the challenges for promotion and protection* in the field of design, present some issues about cultural diversity and alerts us about the risk of the consciousness about the importance of diversification, which is becoming more and more planetary, being banalized and mercantiled. Under this perspective, the author considers that diversity must be comprehended as a political, economical and pedagogic deliberated project, directed to the construction of an intercultural dialogue and points out two dimensions: understanding how the cultures relate with each other and what are the values shared among them. The author adds the fact that the design model that best protects and promotes the cultural diversity is a network of sharing, capable of potentiating new talents, fomenting innovation and creativity, and reuniting different people who have common objectives and methods.

Closing this compilation about the wide theme Design & Culture, the article of the professor Dijon De Moraes, entitled *Eco, Kant and the Platypus: reflections about design in the global culture*, leads us to think about the future of design throughout the complex process of integration that humanity went through, highlighting the accelerated way of integration that happened in the period of the modern era of the xx century up to the contemporaneous global culture. The author shows us that such process confronted the homogeneity of the local cultural references, by proportionating space for approximations and contaminations that did not exist before. Having as basis the reflections of the semiologist Umberto Eco based on Immanuel Kant, the author raises instigating questions about the future of design inside of a global culture. Dijon presents the hybrid model of design as a design tendency in practice nowadays inside of the global market, what in the article come ironically represented by the weird figure of the Platypus, a naturally odd and hybrid animal.

With this new volume of the Collection of Advanced Studies in Design, the Center of Design Studies, Theory, Culture and Research from the

Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, together with the *Instituto Superior de Diseño (ISDI)*, hopes to collaborate with the study of design in an advanced level, stimulating new studies, reflections and partnerships with scholars and researchers of the area. We hope that this publication contributes to the formation of young designers, to the ambit of the *lato and stricto sensu* research, and that it inspires the transformations that are yet to come in the design ambit. Finally, we thank all the writers that have collaborated with this publication and invite the reader to reflect with us about the topics here presented.

Good reading.

Dijon De Moraes

Regina Álvares Dias

Rosemary Bom Conselho Sales

Design with significance

Sergio Luis Peña Martínez

Graduated with golden title in 1989, at the Habana Superior Institute of Design, in Cuba (*Instituto Superior de Diseño de la Habana, Cuba*). Master in Management and Innovation of Design and Development of new products, and doctorate in Design in the Polytechnic University of Valencia, Spain (*Universidad Politécnica de Valencia, España*). Professor in different areas of Design, workshops and international colloquiums in institutions, universities and companies in Cuba, Argentina, Brazil, Mexico, Colombia, Ecuador, Spain and Venezuela. Director of the Design Carrier in Industrial Design from 1995 to 2001. First Vice-Rector of the ISDi from 2001 to 2011. Currently, he is the Rector of the Superior Institute of Design (ISDi).

sergio@isdi.co.cu

Talking about the profession we practice, teach and love is always a challenge especially when a lot has been said up to today, although not always well listened or creatively implemented. It is for that reason that we consider that, at least from our perspective, there is a lot yet to say, change and revolutionize so we can talk about a DESIGN WITH SIGNIFICANCE.

The polysemy of the word significance allows us to expose our points of view from a different scenario, with new challenges and levels of pretext to share some of these ideas; it is an opportunity to dissent from established pre-concepts and to propose new paths.

The use of the term Design has experimented an exponential increment in the most unlikely spaces of culture, engineering and social sciences. Its presence in the contemporary speech to denominate any activity related to a human creation and its multi-semantic in the current linguistic universe is responsible for the fact that its definition has gained a horizontal extension over depth.

In the specialized biography there are as many definitions as the authors have written about the topic; however, none of them is considered accepted with consensus among the designers and theoretical scholars. That is a fact that generates misuses and is responsible for frequent misunderstandings in the popular language, in the media and in the business environment, and even in the academic context.

The Dictionary of the Spanish Language describes Design as: "... project, plan; ...original conception of an object or work directed to serial production; ... and form of each one of these objects..."

In the say of the designer and theorist Belluccia (2007): "Design is what designers do when they design." With a similar intention of synthesis, Heskett (2001). stands that: "Design is a design for design." By just deepening in these apparently simple statements, we discover the interpretative nonsense of such expression and the complexity of distinguishing its different focuses outside the range of designers.

In the first analysis we situate Design in the operational plan of work, as a professional activity, acting in the domain of the profession, representing its actuation, that is: profession-Design, as a means of seeing and resolving the world. It refers to the Action of designing, therefore it is used as a verb.

A second reading emerges when Design is used as an equivalent to the consequence of the projectual activity, to name the solution, the results, drawings, models and prototypes that communicate the proposal.

In this case we talk about project-Design, being it situated as a noun, synonym of project that describes the result.

A third interpretation of the term is present when it is used to refer to a characteristic of the solution, those differential attributes and traits of the product such as its formal quality, functionality, ergonomics or rhetoric, among others, that allow us to make a value judgment. This way, Design is used as an adjective, that is, as quality-Design.

In this occasion, we will be centered in the Design as a profession, and in this case we agree with Branzi (1984), when he states that: “Design does not reside in the finished products, but in the act of making them. It is not the result, but the process.”

In this scenario of conceptual diversity, it is necessary to clarify, through an integrative, flexible and pertinent vision. We understand Design as a professional activity, a profession that works in its own problems, with differentiated manners, spheres of actuation and fields of action.

Corresponds to Design the conception, solution of problems, pre-determination of multifaceted attributes of the solutions; synthesis of the functional, formal and structural relationships of the products that will be produced with independence of scale and technology that is in its fabrication, being so variable and different as dynamic, mutant and new are the needs.

When we talk about products we approach from communication supports that operate in the plan, the sequence or the tri-dimension, audio-visual or informatics means, up to objects, equipment, machinery and spaces. These are holders of the solution to problems, they have the purpose of being useful, serving to something, having a useful finality, that is, they must carry out the function as a response to a need.

It is a Design condition that what has been projected must be able to be produced, the solutions must be designed to be materialized, built, fabricated, printed, executed or elaborated, always conditioned by the economical, technological and productive factors of the industry.

The products have to be distributed to reach the hands of the user, passing through the circulation, the insertion in the market and the commercialization. They emerge to be used, to satisfy the individual or collective needs, to be consumed. In the consumption there are the waited benefits, the purposes and the nature of use, all that coherently articulated with the social conditioning and the existing social-economical model.

In resume: Design is a professional activity that has as purpose the conception of products that carry out a useful finality so they can be produced and their distribution, circulation and consumption can be guaranteed.

Significance and design

Significance is referred to in literature with different meanings, and we have found it like this: “Physiologic process of reception and recognition of sensations and stimulations that are produced throughout the sight, hearing, smell, taste or touch, or the situation of your own body...

That includes or expresses a *feeling*... Understanding or reason, while distinguishing things. Particular way of understanding something, the judgment that is made about it. *Logic*, intelligence or knowledge with which some things are carried out. Reason of being, finality. Cabal meaning of a proposition or clause... One or other possible *orientation* towards the same direction...”

Four are the definitions of *significance* that we want to co-relate with Design and, this way, contrast the different interpretations that may have the phrase DESIGN WITH SIGNIFICANCE; considering each one of these concepts and at the same time demonstrating the integrality, the coherence and the complexity of Design’s actuation.

Sensations: where DESIGN WITH SIGNIFICANCE focuses from the sensorial and perceptive, considering the physiologic and neurologic components of the human being.

Feelings: approaching DESIGN WITH SIGNIFICANCE as Design with affective implication, involving psychological, sociological, cognitive and cultural aspects.

Logic: with an interpretation of DESIGN WITH SIGNIFICANCE as a rational activity with a sustainability vision, that is coherent, contextualized and pertinent to the profession.

Orientation: DESIGN WITH SIGNIFICANCE from a system of values that guarantees a committed posture with the human being, society and the environment.

Design with *significance ...sensations*

“It is a Design’s recognized aspect to consider, before designing, how is the reception and the recognition of sensations and stimulations that are originated in the use of the products throughout the perception defined as... the answer of the organs of the five senses before a stimulation... and throughout the perception... that is the secondary interpretation of the sensations, based on previous experience and memories.” (FELDMAN, 2003)

The role of the senses and the processing of what was captured by them is a priority topic for Design in what concerns its useful finality, as a means to achieve the efficient and pleasant use of the products. Design aims to give satisfaction to important intrinsic human needs, directly and indirectly derived from multi-sensorial perceptive nature of the users. When designing, Designers consider the human being, its needs and characteristics as a central element of the process.

A basic component of the capacity of a product or service are the sensations it causes. These contribute to the capacity of the products or services to be satisfactorily comprehended, learned and used by the user in a natural and intuitive way. When designing, we must understand and model as man perceives and feels the objectual and communicational universe that surrounds him to propose this interface that, in the words of Bonsiepe (2000) “...articulates: the user or social agent, the task to be fulfilled, a tool or artifact to accomplish such task. The interphase is the central dominium, towards which the designer orientates his attention. Throughout the design of the interface, he articulates the space of action for the user.”

Paradoxically, the scientific basis and the theoretical-practical sustenance of this true that is accepted by all, at least in the academic context, are out of date and its conceptual appropriation is still insufficient. Social sciences, ergonomics and psychology, Design’s fields of actuation, accompany and nourish the scientific nature of the projectual decisions, the problems’ analysis and the solutions.

Although it is true that in more than one occasion these arguments change in pretexts, justifications and barriers for the exploration of new forms of doing things, sieves to describe the needs, pre-judgment to understand the users and impediments for the creativity and innovations today’s world needs and the solutions to its problems.

The Gestalt's psychology, to cite another example, is surpassed nowadays and however it is still the cognitive basis with which Form is taught in most basic courses.

If we want to design for man, to make a design based on senses, a sensorial and human Design, than we have to expand the dominium of the known to understand with creativity what is new.

Our profession has always been characterized by its capacity of appropriating and absorbing knowledge that are generated in other professions, expertise and sciences, however, they continue to be fields not explored with sufficient rigor from other spheres of contemporary science, which question pre-concepts and stereotypes accepted up to today.

Nowadays, the neurosciences reveal us truths of how the human brain works, how we perceive and understand the world, what are the cognitive capacities and limits. Other sciences and knowledge still little considered as biogenesis, nanosciences, the complexity theories, among others, wait to be incorporated into our reservoir of competences.

The DESIGN WITH SIGNIFICANCE *based on sensations* demands from the designer a dynamic actualization and an activation centered in man as an integrative category, based on the social nature of the human activity.

Design with *significance ...feeling*

We humans cannot escape the affective component, the feelings are always present, our affective state (positive or negative) changes the way we think. The emotions act in the way in which the human mind resolves the problems; it is known that the emotional system is capable of changing the operative modality of the cognitive system.

Feelings condition the process of decision making, positive feelings are essential to the process of learning, to curiosity and to creative thought. It has been demonstrated that the attractive products make us feel well, make us think in a more satisfactory way, and make them be more understandable and easy to use.

Feelings, affection, emotion and cognition have evolved to complement themselves mutually. Affection is conditioned by positive feelings, emotion by a happy socio-cultural interpretation of the sensations under an evaluation system based on feelings; and, by its part, cognition interprets the world, which leads to comprehension, knowledge and judgment.

According to Norman (1998) "...the Design of a product may evoke emotions in a explicit way, expressing affection, or in an implicit way, throughout its esthetics." The esthetic-usability effect is the phenomenon in which people perceive the designs more attractive and easier to use in comparison to those less attractive ones.

The goal of this new Design perspective consists mainly on refocusing the objectives besides designing practical things (that work well and are well understood) and making the results of these designs be enjoyed, generating pleasure and even fun with their use.

It is very important to highlight that these same resources are used to consciously manipulate the users' feelings. Products are designed for people to fall in love, campaigns are made to seduce but lie, fashion that is temporary, tendencies that expire, change and get old before time.

It is not casualty that more than 80% of the design magazines make eco of this sad reality, as well as fashion, decoration, interiors and news magazines promote unreachable standard tendencies, products and projects, formal hegemonic references and projects of products and spaces of irrational and decontextualized Design. Let's think about how many papers are wasted in producing suffering, generating anxiety, trans-culturizing and erasing identities.

Design suffers a lot of regression by using these arguments to attract the non-deserved attention, to connote false news, to create addictive dependences, fidelities to a single brand, efficiency promises impossible to be kept, fictitious needs, consumption standards and Design levels. Nevertheless, images of such unreachable and corrosive examples are used daily in Design classes.

"It is recommendable to sleep loose, far away from design temptations." Says the poet Joaquín Sabina in one of his songs in an explicit critic to the sentimental manipulation to which we are submitted by the growing and misused emotions of Design.

It is for that reason that when designing we must take part. The DESIGN WITH SIGNIFICANCE *considering the feelings* must be respectful and conscious, and for that it will study man rigorously, will analyze aspects such as experience, feelings and emotional conduct, the perception and subjectivity that we have before a product, the conditioning of the socio-cultural context, the cognitive, affective and psychological levels that are generated between user-product-context, before, during and after

its use. And this way, incorporate to the traditional usability concept the necessary component of love to the user.

Design with *significance ...logic*

Design must be the reflection of intelligence and knowledge, have reason in what it does and finality that supports it. It must be a profession with a rational interpretation and a vision of sustainability that is coherent, contextualized and pertinent to reality. There is no logic in keep enhancing the non-resolved problems (while others are created), maintaining the needs unsatisfied (some of which only have been planted as design problems), making non-fulfilled changing promises and having a pre-conceived future (and in some occasions designing one) for the fewer that have more.

What is the meaning of designing another model of chair, dress, identity, watch or car, where the purpose is only to change the form, the material or the color? To change without improving the use, without innovating the functions and without offering added value from a sustainable posture?

How to understand that there are conservative companies with a reactive tendency and visions incompatible with Design, that choose paths without Design or where the urgency, the immediacy of the tasks and the lack of strategies that ballast the global analysis of the problems to end up separating the profession from its logic of actuation. In the majority of our productive contexts, prevails a low competitiveness and a lack of interest on elevating the level of Design, a market of demand and absence of national competitiveness, where, even more, there is no need to know about Design to take a decision on Design.

On the other hand, we have seen an increase in the artisanal-industrial productions that incorporate Design to their products, but end up being proposals disguised as artisanal work or art, where Design is seen as a collection piece, work of elite consumption or as a means of personal expression, languages and personal styles, emphasized and connoted. Design for galleries, competitions and expositions, of products that are not reproduced, produced or consumed. It is about putting the author ahead of the solution, distorting the reason and anonymous nature of the profession.

For our actuation to be coherent with a DESIGN WITH SIGNIFICANCE *with logic*, it is necessary that we do something; let's integrate criteria, share experiences, propose regulatory marks for Design that back up the different forms of exercising the profession, its quality, the results, mechanisms and procedures. It corresponds to the Design Management to promote new and better conditions for the Design insertion, structures that are compatible with development, alternative means and differentiated options, commitment with Design's innovation and culture.

All previous implies alphabetizing in Design, elevating the visual culture and the culture of sustainable consumption of the user, the decision makers, business men and directors. Raising the promotion of the profession and the Design series publications, enhancing the presence of Design in media and in daily life. Multiplying the awards, fairs, expositions and congresses.

Design with *significance ...orientation*

As known, the political and social orientation and the market are the ones that dictate the direction, intensity and orientation of the development of Design in the world. In our contexts proliferate the copy of models and stereotypes imported from the metropolises, decontextualized patterns without analysis and evaluation of the impact they have, and such posture has a great deal of responsibility for the loss of autochthonic and traditional values that under a wrong interpretation of modernity and the new life dynamics have changed us, and not always in a good way.

The writer Octavio Paz (1963) gifts us with a phrase where he states that Progress has populated history with the wonders and monsters of technique, but depopulated man's life. It gave us more things, not more being.

The DESIGN WITH SIGNIFICANCE *oriented towards the social* is the professional exercise responsible for what is designed, to whom it is designed, with what characteristics and what needs and demands are being fulfilled. It is also committed to the quality of what is designed-produced, its value of use and to the guarantees that what has been promised is going to be fulfilled with that social orientation.

All previous leads us to a proper solution of Design, adjusted to the requirements, but above all involved with man and society, a solution with values, that is consistent and ethical. Solutions designed with economical,

humanist and sustainable principles, resulting in flexible, safe and long-life products, of ease reparation and transportation, with the capacity of being enhanced, recycled or reused.

For Design to have a clear orientation, that is capable of solving contradictions that are visible today in the present and future scenarios, we have to find the true balance between the necessary personal and collective interests. It is essential in our context to go forward in the dialogue state-Design and entrepreneur-designer. Without political will and communication there is no possible development of Design for society. And due to that, some contradictions and insufficiencies in the formation and in the exercise of the profession must be solved in a short term.

The process that Latin America lives today in the search for new horizons due to the need of change and to survive leads us to a historical conjunction full of opportunities where Design and its professionals may, with their “to dos”, transform realities.

It will be necessary to fight against the sub-valuation of Design’s importance and role and its capacity of contributing to the development of the main values of the human being and the society we dream about. We will have a lot of work to form a new consumption, quality and competitiveness culture, with a prosper, sustainable and responsible Design.

The changes in the life standards of our people must be for better, with a greater valuation of the intangible, less materiality and more spirituality; passion for excellency, culture of quality and detail; in a demanding socio-economic environment, but where priority is man, society and collectivity.

For that, we need a DESIGN WITH SIGNIFICANCE *with orientation* and designers with commitment to the profession, to the change, to the people and to their homeland. Devote ourselves to the profession, fall in love with the project, use up efforts, provide quality giving Design and not always in exchange for individual benefit.

We talk about dreams we want to make true, of acting with priority on the social and collective, where each project is a sustainable proposal with simplicity and responsible consumption; we talk about designers with an intellectual and ethical posture based on their commitment and awareness of their social duty.

We talk about DESIGN for all, forming part of the daily life, a participative, inclusive Design, that carries a Design culture; we talk about a Design in revolution.

So when we say DESIGN WITH SIGNIFICANCE we are saying that we have to *feel* what we do; we have to defend that the *sensorial and emotional* pleasure shall make people *feel* comfortable with their designed environment. We are expressing that we must have an *orientation* and commitment with the human being, environment and society. We want to say that what we do with Design must have *significance*.

REFERENCES

- BELLUCCIA, R. *El diseño gráfico y su enseñanza, Ilusiones y desengaños*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 2007.
- FELDMAN, R. *Introducción a la psicología*. Nueva York: McGraw Hill interamericana, 2003.
- SVENSSON, L. *La Sociología de las profesiones. Pasado, presente y futuro*. Murcia: Ed. Diego Marín, 2003.
- HESKET, J. Design is a design for design. *Design Issues*, vol. 17, n. 1, Winter, 2001.
- BONSIEPE, G. *Las siete columnas del diseño*. Editorial. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
- NORMAN, D. *La psicología de los objetos cotidianos*. Madrid: Editorial Nerea, 1998.
- BRANZI, A. *La casa calda*. Milán: Editorial Idea Books Edizioni, 1984.
- PAZ, O. *El laberinto de la Soledad*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica, 1963.



Globalization: its impact in the local identities

Luis Rodríguez Morales

Doctor in Architecture Theory and History (UNAM); Master in Industrial Design (Design Theory, UNAM); Master in Products Development (Birmingham, England); Specialist in Products Development (Eindhoven, Netherlands); Licensed in Industrial Design (UIA). Current investigator-professor in the Cuajimalpa Metropolitan Autonomous University. Chief of the Department of Design Theory and Processes (2010–2014). Professor in the Master's Degree of Industrial Design (UNAM), in the Master's Degree in Design's Theory and Critics (EDINBA) and other post-graduation courses in Mexico. Invited Professor in Cuba, Brazil, Ecuador and many national universities; invited Investigator of the Brazilian Laboratory of Design (LBDI).

luis.rodriquem12@gmail.com

Resume

Globalization is a very common concept nowadays, but in the design field we lack enough information about its origins and impact. This text presents reflections about culture and patrimony as a means to create identities and images that reflect a community and design as a project that could promote the development and the creation of a communitarian identity. As main objective, this work intends to discuss the relevance of the local culture and if it must and can survive with the aim of enriching the globalization processes.

Introduction

The search for particular characteristics that identify a product as designed in a nation (Italian, Scandinavian, Japanese design, etc.) was an important element in the 80's (SPARKE, 1986). Although this preoccupation has diminished nowadays (we can speculate that it is a result of the globalization impulses), in a few emerging countries it is still a constant element of reflection.

In Mexico the theme of cultural identity and its diverse manifestations is recurrent and we may say that it is always present, but in certain moments it acquires a greater relevance. This is not surprising if we consider that its geographic location has established at the north of the country a border with the USA, that more than setting the territorial limits between both countries, it actually is a huge gap between two worlds: the one of the richest and most powerful nation in the world and the one of an emerging country, with economical problems and that looks for ways of getting part of its population out of poverty.

Besides economical aspects, the border establishes cultural, technological, political and educative differences. Facing that situation, for Mexico it is very important the topic of cultural identity, because among other aspects, it is somehow an act of defense to prevent it for being absorbed by its powerful neighbor. But on the other side, it constitutes the symbolic capacity of being different and, therefore, highlighting the singularity and originality of the country.

This situation had been evident since the end of the 19th century, but it was from the 20th century on that the concept of national identity

became not only a distinctive element, but also a guidance and objective of the cultural efforts. A highlighted manifestation of that situation was the muralist movement, which has converted itself in an educative means as well as in a symbol of the cultural identity of the country. Its effects were felt not only in the sphere of plastic arts, but also in architecture and eventually in design. During the 40's and 50's, prevailed in the country the optimism generated by the social and political tranquility, as well as a great economical growth, that allowed a rapid urbanization. In plastic arts and architecture, were generated forms of expression that would provoke the admiration of the interior of the country as of foreign countries. However, this impulse opened the path for certain disenchantment in the political sphere that questioned the way of achieving this relative well-being. After this crisis, appeared a questioning, in the cultural sphere, about the symbols that used to generate certain cultural identity.

In the 80's, with the economical crisis generated by the huge debt and the hyperinflation process, as well as the advance of the globalization processes, the country was in what many authors call an identity crisis. The symbols generated are considered as attachment to the past and the irruption of phenomena such as the increase in global communications, present to the country new models, new symbols, before which design searches, on one hand, to give answers to the globalizing impulses and, on the other hand, to rescue elements of the traditional culture. Such situation, although with many nuances, is still present. Anyone who is in contact with the young generations can perceive the lack of interest or even the disdain regarding the cultural manifestations that in the past gave us identity.

The lack of interest for a culture that could be called “national” is connected to the emptiness of equally national values [...] similar to the one that tried to overcome the cultural nationalism in the past decades. We are again facing the threat of culture forms based on an “extra-logic imitation” (VILLORO, 1982, p. 1)

In the design field questions emerge, from both academic and professional ambits, about the tension between globalization and cultural identity, reflecting the beginning of a new period that for some people is the imitative and dependent culture.

Before this situation and its relevance, it is necessary to think about the factors we have mentioned as central: globalization and cultural identity.

Globalization

Although the exchange of goods and merchandises has a long history, the contemporaneous globalization is a process that from the second half of the 20th century on has accelerated generating a different vision of the world and of the relationship between nations and individuals:

[...] Any affirmation about globalization implies three assertions: first that we are slowly leaving behind the condition of modern nationality, that has gradually developed since the 18th century; second that we are heading a new condition of postmodern globalization; and third that we have not reached that state. (STEGER, 2009, p. 9)

For many authors, globalization is a process inherent to the production, distribution and consumption of satisfaction and therefore has begun since immemorial times. However, it is a fact that since the end of the Second World War, with the Bretton Woods Agreements¹, this process received a direction and a coordinate impulse by the nations that were part of those agreements. Institutions like the General Agreement on Tariff and Trade (GATT) and the International Monetary Fund (IMF) were founded and have looked for many means of spreading and imposing politics such as the market openness, the reduction of commerce barriers, more facilities to capital circulation, as well as the reduction of the intervention of the State in economical issues.

Globalization, therefore, represents a new social condition, characterized by multiple economical, political, cultural and environmental interconnections which, by freely flowing among the countries, make many of our current barriers and frontiers acquire less and less importance while incrementing the commerce and financial transactions fluxes, what results in the increase of the power of transnational corporations and of the prominence of international institutions like the World Bank (WB), the International Monetary Fund (IMF) and the

1. These meetings occurred in 1944 with the objective of establishing a minimum of rules to the economy and the commercial and financial relations of the most industrialized countries. One of their first goals was to eliminate the economical protectionism under the supervision of the World Bank and the International Monetary Fund.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD).

Globalization is a phenomenon that has made an impact in design because it modifies the productive resources and the concept of user that now acquires a diverse dimension, very different from the ideal that modernity presented.

No doubt that some people think that globalization is a necessary factor to reach happiness, while others consider that it is the source of sadness, as Bauman reflects about it:

We like it or not, by action or omission, we are all in movement. We are in movement although physically we may be resting: the immobility is not a realistic option in a world of permanent change [...] Some of us become fully and totally “global”; others stay stuck in their “locality”, a difficulty that is not pleasant nor bearable in a world where the “global ones” set the tone and impose the rules of the game of life (BAUMAN, 2013, p. 8-9)

Due to the origins of the contemporary process of globalization, it is easy to understand why many consider it a fluid extension of the occidental cultural imperialism and in a certain way this assertion has a lot of truth, because the most powerful countries are the ones that obtain the greatest advantage of this dynamic. However, this process today also implies a certain grade of interdependence and exchange. Actually, we may distinguish three essential aspects in the globalization process:

[...] the creation of new social inter-relations and the multiplication of the existing ones ... the expansion and propagation of social relations, activities and interdependences... the intensification and acceleration of the exchanges and social activities (STEGER, 2009, p. 14)

It is possible to assert that before the current era of globalization, there were local, autonomous, well defined and sustained connections between the geographical space and the cultural experience. Facing that situation, there are people who consider that identity is something that people “have”, that is, it becomes a kind of good that you may possess and therefore it is considered as a sort of inheritance, a continuity of the past, due to what identity becomes a type of collective treasure. It is clear that

identity resides in the center of our contemporaneous cultural imaginary. This way, for authors like Manuel Castells, the formation of identity is a universal characteristic of human experience and its formation currently acquires greater preponderance, because it is transformed into a strength that is opposite to the globalization efforts:

Identity is, for people, the source of significance and experience. [due to that it is important] the dissemination of powerful expressions of collective identity that challenge globalization, in representation of our cultural singularity and of people`s control over their lives and context. (CASTELLS, 2004, p. 6)

Therefore, globalization becomes a kind of interaction between an institutional and technological force and another –of opposite sense– of “local” strengths. Design, as a social factor that materializes cultural tendencies, is not distant from such tensions. This way, at some point it was thought that we should design locally but think globally; there were people who postulated the contrary: designing globally in function of localities. Before this dilemma, the term “global” was created, however this term is not clear and therefore shows only the difficulty of being defined in one sense or the other. The lack of definition and ambiguity seem to be characteristic of these dynamics. Combining these postures about globalization, arises the question about how much must design, in its formal configuration, preserve certain particular characteristics that identify it as “national”.

Identity

In a first instance, risking to sound redundant, it is necessary to reflect about the concept of identity to analyze its different facets and establish some of its limits or focuses.

From a general optic (and constraining the concept of “identity” to the objectual ambit), identity refers to those aspects or characteristics that allow us to establish the differences between things, in a way that we are able to say “this is identical to that and therefore they are equal”. Another dimension of this posture is to conceive that identity is established from the characteristics that define something throughout time and this way

being able to establish that it is the same, or at least that it has some characteristics that evoke the original object. This way, for example, the identities of the objects that characterize or symbolize a people or nation, are elements that evoke a place or time and, therefore, in a last degree remits to the foundational myths of the time or space they were produced. Therefore, the identity presupposes the coincidence of being “singular” or “different”, what entails a strong weight of value or values that by their time rest in a certain implicit system of beliefs, attitudes and behaviors that are common to the members of a certain social group.

The issue or need of identity representations is more evident in moments of crisis, which may be caused by the normal rupture that is generated in the evolution or dynamics of change that we may consider as daily and that happen with a relatively slow speed, due to the irruption of external agents that introduce in a fast or even violent way other factors or systems of value. This last one is the condition of the colonized countries or those that are subject to a strong dependency of other cultures. In general, this is the case that arises from the impetus and velocity that the globalization processes happen and the need of facing them.

Facing this division, to maintain the unity of the group urges a representation, in which every member may recognize himself.... The preservation of their own identity is an indispensable element for the resistance against being absorbed by the dominant culture. (VILLORO, 2004, p. 56)

Although this puts the necessity of establishing certain identity, different focuses for its materialization are set. Among the most common ones we can mention the following:

1. *The return.* As main characteristics of this approach we have found the rejection to change, the immobility, the thought that “everything in the past was better” and therefore the recurrence to traditional values, rejecting the introduction of new exogenous elements. This vision is shared, for example, by J. Clifford (1997), who considers that there are naturally static values and that these are the ones that offer a sort of refuge before the quantity and velocity of the changes that are presented to us.

2. *The State culture.* We may say that in general and particularly in critical situations or situations of radical change, the States try to emphasize or generate determined idea of identity. It implies the idea that there are certain elements or common values that wish to be highlighted and that can be identified according to the situation with the similarity to elements from a distant past or as well to a conjunct of new values that emerge from a situation of breakage and that are (or should be) shared by a certain social group or nation. It is possible to affirm that, in a certain way, it is the responsibility of the State and of its governors to strengthen a vision of national identity, but such efforts are compromised by another responsibility: the one of guiding the path towards a wide relation with other nations.

This idea is implicit in all nationalisms, defensive or aggressive ones. The nationalist ideologies include their own affirmation by opposing the common, and the valuation of their own by being exclusive (VILLORO, 2004, p. 60)

In this case, we may distinguish, by its time, two ways or manners of reaching identity:

- a. The path of singularity is the one that reproduces those unique aspects that give it an image or reference. In this case, we may identify characters, traces, historical moments or events that in the past may have meant a breakage, but that now show themselves as those that give continuity to a new situation, that by its time is shown as “modern”.

Modernity is a complex and highly questioned idea, but in this context it means, above all, the abstraction of social and cultural practices from contexts of a local particularity and its institutionalization and regulation throughout time and space (GIDDENS, 1990, p. 12)

- b. The path of authenticity is the one that aims to identify new elements that promote or develop a new identity, from pointing out those unique aspects that are presented during a change. Without a doubt, it is the most complex, since it implies participation and openness

to new visions, which the governments of the moment may not be in accordance to.

In the design ambit, these several postures are manifested in several manners and different levels. In some occasions, there are generated forms that points to the reproduction of images of the past (like different iconographies or decorative elements) or their elements (like colors) and that intend to evoke the origins of a culture and its permanence in time.

Another approach we find with who argue about the need of presenting a “modern” image and, therefore, globalized, for what they get visual elements of other cultures and try to integrate them in their projects.

In any case, there are similar aspects in all these approaches, what, in a good manner, produces several levels of confusion, what is necessary to clarify.

Confusions

- A. *Between Natural Culture and Propelled Culture.* First of all, it is important to remember that the concept of cultural identity presupposes the existence of an integrated and united community, at least in a certain level, what by its time is supported by the integration of the individuals around common values and objectives.

There are different forces that propels a certain concept of identity and despite the common traces we may identify, they actually come from different aspects. One of them is the culture supported by the state, in which the current government, to guarantee its interests and objectives, propels certain traces and/or values.

On another hand, we may find the culture supported by certain groups. This is the case of companies that, in order to keep their interests, promote a particular or singular vision. One of the clearest examples of this situation we find in the touristic developments, in which the companies try to present themselves as “autochthone” so they can give the tourists (who can be local or foreign) a certain notion of how was life in the past. We find this same impulse in the design of trip souvenirs or mementos.

But it is also present in contemporaneous design for a general

consumption, not necessarily connected to tourism. One of the fields that this vision appears with more clarity is the fashion one.

In the case of the culture propelled by political reasons as well as in the case of the commercial manifestations, there is confusion between the authentic and the concept a group has.

B. *Between the Authentic and the Singular.* Another confusion we frequently find is the one between the authentic traces of a culture and the ones that are singular or belonging to such culture. This is a confusion that, in a certain way, derives from the previous one.

The culture we have called “propelled” in the previous paragraph, tends to define the “authentic” in terms of what is different or singular in a cultural manifestation. However, it may occur that in determined circumstance, the most peculiar or singular is not what really represents a social group, but precisely its capacity of integrating other manifestations and making them its own. In this case, it is important to highlight that “making a cultural manifestation its own” is not limited to the imitation, but to the product of a certain reflection or identification with the values that this manifestation exposes, even when it comes from an exogenous origin. It is in those circumstances that we may speak of “taking over” as something very different from the a-critic reproduction or imitation.

C. *Between National Identity and Unique Identity.* This confusion in a certain way comes from the other ones, so we can find in them manifestations that aim to present the identity of a Nation as if it was only formed by determined traces, that by their time are monolithic and shared by all the members of a community.

This way, this approach tries to present some traces as generalized to all community, regardless the age, sex or socio-economical condition. Sometimes, not even the geographic distance is considered. Therefore, there is a tendency to identify as “national” the traces that actually belong to a region (usually the dominant one) and they are imposed as characteristic of a country.

In many countries, therefore, there are actually many cultures, all of them national, since they are all generate by members of those nations,

who identify themselves with them, although belonging to specific groups. Therefore, we may affirm that, actually, the national identities are the result of the convergence of different local manifestations, all of them localized inside of nations (that maybe are not necessarily limited by the political geography).

D. *Between Design and Preservation.* Lastly, it is necessary to reflect about the confusion between designing and preserving a historical legacy. There is no doubt that for all it is important and very relevant to preserve the manifestations of the past. However, we need to ask ourselves if this is one of the objectives of design.

It is here where emerge tensions between “innovating”, that in a great deal is what is expected from a design project and “recuing” or “preserving” cultural manifestations or traces that although may be of a high value, may lack authenticity.

Authenticity

Throughout the current text, we have recurred to the concept of authenticity, central to all discussions about identity and globalization. That is why it is necessary to dedicate some lines to specify it.

As we have signalized in the previous paragraphs, the notion of cultural identity is actually subject to multiple interpretations, since it presents the tendency of generating confusions and mistakes. One of the factors that produce such confusions is the one of national identity, because many times when we talk about “cultural identity” in an implicit way we refer to a certain “national identity”, as we pointed out in the beginning of this text, when mentioning the design manifestations such as the Japanese or the Scandinavian Design. We are actually referring to national identities.

The current globalization processes, that doubtless (from the most criticized perspective) tend to favor not only the technologically most developed countries and more specifically: some global companies that due to their economical power and the control of the communication and distribution media have the capacity of dominating the market, tend to omit the specific national identities. Even more, in some occasions these

manifestations bother the globalization processes. Another face of this situation is based on accepting that these processes are irreversible, for one side and the other, and that there are interrelation aspects that are not necessarily negative.

However, not everything is negative. It seems clear that a greater interrelation can be beneficial in many ways, as we may verify with the current imperative of “student mobility” that encourages young students to go to other geographic spaces, not only to receive a different knowledge (an aspect that is relatively simple to attain throughout the online courses), but also and specially to live and feel the experience of participating in different cultures.

Facing this complex situation, it is important to point out that actually the central issue of our culture is not to affirm – almost at any cost – those characteristics that make us singular or that differ us when confronting with global relations. Our true problem is to identify those traces that are authentic, remembering that what is authentic does not come from the fidelity to or the preservation of the past.

In the contrary: the definition of an authentic national identity may require the denial and rupture with the past.

The traces of an authentic thought are many and it is not our intention to wear them out in this presentation, that is why we are going to limit ourselves to just mention the essential ones:

In the first place among them, we have to highlight the one of the autonomy of thought. The true threat to autonomy does not come from exogenous ideas or values, but from the manipulation for particular objectives such as the excessive consumption for the companies or even the recognition that some governments look for when mentioning “national” values when they are actually obeying private interests and ideologies. Answering a-critically, without autonomy before these postures, having them been originated inside of a country or abroad, is one of the factors that prevent the appearance of the authentic.

The fight against cultural alienation does not consist in the affirmation of our peculiarities, but in the exercise of a free and rigorous thought, in the critical examination of all dogmatism, in the demystification of the ideologies that are serving private interests (VILLORO, 1982, p. 2)

In second place, derived from the last point, we may signalize the search for the identification of the real and specific needs, regardless if its origin is inside the same country or in another one. It is not too much to highlight that in this sense we do not limit ourselves to the reduced concept that from “necessity” came the projectual processes or methods of design. It results evident by now that the functionality is not the issue to be discussed, but the needs and the search and identification of values and aspirations of a social group. Once more, these needs may be shared by other nations and this does not imply a reduction of the search for a cultural identity.

Surely, although we put it in third place, we must emphasize the necessity of an ethical and rigorous management of the principles and attitudes present in the development of a design project. This aspect is essential for the autonomy of thought as well as for the identification of the real needs.

Last Reflection

To close these reflections, it is necessary to ask ourselves again if the objective of design (and dare to include the different manifestations of the formation of material culture in this aspect) is preserving or creating.

It results clear that the necessary preservation of cultural manifestations of the past corresponds to other fields. The configuration of the current manifestations corresponds to design.

Design is an activity that must take into consideration a certain prospective vision, generated through a critical and autonomous attitude over the real conditions and necessities of our countries, even if it means to question aspects and values that have been taken as essential in our culture.

Designers are not guardians of the past neither of “cultural essences”, because finally these have obeyed another reality, although this had taken place in our same geographical space. Our true labor consists in the autonomous use of the reason, in a deconstruction of principles that had not been critically revised. In resume: putting our ethics, rigor and autonomy of thought at the service of a present that truly offers a future without attachments.

REFERENCES

- BAUMAN, Z. *La globalización. Consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económico. 2013.
- CASTELLS, M. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 2. México: Editorial Siglo XXI. 2004.
- CLIFFORD, J. *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Harvard University Press. 1977.
- GIDDENS, A. *The consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press. 1990.
- SPARKE, P. *Diseño. Historia en imágenes*. Barcelona: Editorial Blume 1986.
- STEGER, M. *Globalization*. Oxford: Oxford University Press. 2009.
- VILLORO, L. De las confusiones de un nacionalismo cultural. En: *Suplemento de unomasuno*. No. 267. México. Diciembre 1982.
- VILLORO, L. Sobre la identidad de los pueblos. *En Estado plural, pluralidad de culturas*. Editorial Paidós. México: Editorial Paidós. 2004.

The culture-design relationship in postmodernity scenarios: a challenge for designers' cultural formation

Ernesto Fernández Sánchez

The author is a Philosophy and History graduate and Professor of Image Semiotics from the Instituto Superior de Diseño de Cuba (ISDi). He is the current Rector of the Facultad de Diseño de Comunicación Visual and Chairman of its National Commission on Career. Master in Cultural Formation, he is currently doing his PhD training in Educational Sciences.

ernestofs@isdi.co.cu

More than 2000 years ago, when the Greeks began to socialize the term culture, referring to it then as *cultus animi*, or cultivation of the soul, they were far from understanding or imagining the multidimensionality and polysemy that word would acquire, so as the role it would have of determining society's development level.

Since then, studies on culture have acquired larger dimensions and therefore have required a wide and diverse interdisciplinarity, concurring in its analysis the most diverse sciences and branches of knowledge.

From our social perspective, the emergence in the second half of the last century of a Critical Latin American School, which has defended its own view about cultural processes considering the ethnic, social, economic, religious – mystical reality, allows us to go deep on our own into the auto-discovery path of who we are and where we are heading to.

Thousands of years before the Greeks built their society in classes and had their first approach to the structure of a state, some man in a cave projected in advance a working tool, and thus demonstrated not only the abstraction of his thought but the beginning of an unstoppable human quality: to project, to design and to build our own reality.

The activity nowadays known as design has developed over the past 40 years more objects and projects than the whole amount of these in the history of humanity in all previous millennia. Today's production, due to, in a greater or lesser extent to design work, will be greater than other historical periods of years or centuries' production.

Therefore, addressing the culture – design relationship from the postmodern world complexities, and considering the breadth of these issues, requires an effort that transcends these small pages, so it is necessary to define the space to study, to avoid sterile efforts that contribute very little or nothing to this purpose. That is why we will focus on the impacts generated by the postmodernity imaginaries in the culture – design relationship and what role the designer's cultural background has to face these realities.

Many authors have referred to the culture from plural positions, with an emphasis on some of the aspects that distinguish it and that allow us to classify it from different points of view.

An identity approach analyzes and understands culture as a “set of values, customs, beliefs and practices that constitute the lifestyle of a particular group” (EAGLETON, 2001); or as “statement of specific, national,

sexual, ethnic and regional identities” (PRIETO, 1984).

This definition is essentially distinguished for:

- Establishing a direct relationship between cultures and the identifying features of a nation or social group.
- Considering culture as the core of identity.
- Understanding culture as a way of life.
- Strengthening those perceptible elements results of human activity in culture studies.

From an aesthetic look of culture it is understood that cultural development “is closely related to the spirituality level provided by the subject to the activity, also achieving reification, whether in a work or a behavior form and at the presence of aesthetics facet in each of the types of human activity” (BARREIRO, 2000).

In the analysis of this approach we should not fail to take into account the contemporary aesthetization of society processes, and therefore the usefulness that it can provide to analyze various social processes and phenomena, marked in the XXI century by a undeniable aesthetic imprint.

However, it can be risky to assume a position like this if you want then to establish its relationship with the design in the scope of a school of this profession. Although design has an important aesthetic charge, many design schools assume that an important difference between this profession and art is precisely the role of aesthetics.

From the position of some designers and design critics, the transcendence in a product is not necessarily in the hierarchy of aesthetics, but in the proper subordination of it to the functional. They argue that the aesthetic values of a product are valid and necessary, but only make sense if the product has the functional values that allow interaction with the user.

A semiotic look to culture reinforces the role of the symbolic when it understands that “culture gives consistency to a society to the extent that there are inheritances, shared images and collective experiences condensed in it, giving people a sense of belonging, because it is through it that they recognize themselves in what is their own” (PESCHARD, 2013).

In this approach, although there are close relations with the identity, it is important to note the strengthening of the symbolic, that is to say,

identification of culture with what becomes a symbol, which is iconographical for a certain community.

Although those elements that have semiotic value are part of the culture for the values that make them transcendent, we cannot limit culture to the composition of them. Non- iconic aspects that are part of the daily life are without doubt part of our culture.

Moreover, this approach leaves out the whole world of inter-subjectivities built by man, that do not have tangible character, which are not tangible nor iconizable, and which are nevertheless an indispensable part of the cultural heritage of the humanized society.

The classism approach to culture refers essentially to the controversy of whether there is a high and a low culture, or a culture and subculture and therefore the relationship between these divisions and social classes.

The work of Herbert J. Gans (1975) points in that direction and stands that “The high and the popular culture can not be compared or analyzed equally. Since both refer to different social practices, high culture refers to master things like playing the piano or the cello and popular culture is described for more popular cultural tastes, like salsa dancing and guitar playing’ that is, more common tastes”.

Such approach does not address the multiclass aspects of men’s creation, in the extent that they are the result of groups, genders, ethnicities among others, and it has a strong impact on the ways of seeing and building the world today.

Another look establishes the direct relationship between culture and all human activity. In this point of view, it is important to note that predominate the approaches from philosophy as a science, especially from the Marxist conception where human activity plays a theoretical conceptual core role. From this perspective, culture involves the process of human creation in its relationship with nature and society, and it is understood as “what is created by man, from the transformation of nature, and on the basis of a background vision of its anthropological roots” (DÁVALOS, 2001).

It is also a truly human phenomenon and one of distinction of human nature itself in the conjunct of nature. Not only an overcoming process, but one of human essence itself, “its scope and definition is in everything that man has created on nature and defines and distinguishes him in the animal kingdom. Take away the culture from man and we will have the beast” (DÁVALOS, 2001).

- From this approach it is important to note some elements:
- Culture is analyzed as generalizing category that includes all human actions.
- Culture holds certain crosscutting as it is seen as a link or a common denominator of the various dimensions of human activity.
- Culture is given the quality of human condition and its role is strengthened as a development measure.

The biggest risk incurred by taking such an approach is that it may be intended to replace the role of a category that expresses all man's social life of man as a human activity with the definition of culture, something that does not theoretically contribute, especially if the aim is to provide a theoretical system to professionals from various types of formation.

In the studies of culture it is important not to forget the contradictory nature of human development and the logic occurring within it, with regression and ascent moments, nuanced by contrary phenomena that continuously pulsate the path of human progress.

Although they do not constitute patterns or models, the negative aspects of human actions are also part of the culture, reaching preponderance or not in certain historical moments. Just as ethics analyzes the anti-values and aesthetics assumes the ugly and gnoseology analyzes lies, human culture must address war, genocide, racism, gender violence, environmental deterioration and the vision of superiority that human specie has of itself with in relation to nature, as part of the culture that for centuries has been bequeathed.

The important thing would be not to exclude those elements from the study of culture, but to properly weight those which, by their outcome or significance, must become cultural patterns for humanity, especially for its future.

Moreover, there is a predominance of definitions that are approached from an absolute or medium classical rationality, which essentially reveals the social oversizing and the rejection of man as an individual.

It is true that high levels of socialization make it almost impossible to see man apart from his social status, and the development of social sciences in recent decades favored the gaze of man as a social being, rather than man as an individual. However, the contemporaneity of knowledge forces us to look back to the dialectic between the social macro

and micro and understand that everything that is a class, group, sector, or genre creation is also the result of an individual being or set of diverse individualities.

After this quick review about the looks around culture, it is important to clarify some points in the conditions postmodernity imposed:

- We should not speak of culture, but cultures. Why do we have to necessarily exclude or integrate into a single body what is diverse in nature?
- It is not about adding individualities nor picking the best to form a single body, it is about harmoniously integrating the similar and the different in their own dialectic.
- To assume that globalization is an objective phenomenon and that cultural elements are socialized at unimaginable speeds and that the vision of a global village removes the foundations of identities. Without giving up our identities we must assume our status as a global man and our contribution to this global culture. Denying culture globalism as an identity defense mechanism leads to the mistake of depriving the identity contribution to the whole globalization.
- To understand that we live in a very complex process of social resignification where social phenomena have completely changed its axiological look and today show completely different and diverse meanings from the historically previous ones.

We could assume then that culture is the diversity of human material and spiritual footprint in the complex and contradictory process of man's socialization, which allows the understanding of the past and prospective development of the future. It is the synthetic realization of what we are. A man's culture is what this man is, as an individual or a society, it involves habits, norms, values, customs, ideas, practical achievements, social relations, forms of exchange with nature and self-awareness and self self-recognition.

So the questions:

How does design contribute to human culture?

What role does design have in culture studies?

To what extent is design the expression of the cultural development of an epoch?

What role does cultural education play in the process of forming a design professional?

Although in a space like this it could be idle to determine what is meant by design, it is necessary to make clear that in the Cuban university of design we understand that this is “an activity that has as purpose the conception of products, so these can fulfill their useful finality and be produced, ensuring their circulation and consumption” (PEÑA, 2000).

Well, establishing the culture – design relationship in postmodern scenarios requires us to determine what we mean by it and what are the aspects that distinguish this time in what concerns human creation. Given that we understand postmodernity not as a historical period but as a human condition that makes us see certain phenomena from different approaches regarding its rationality.

- However, some aspects influence it decisively, these are, among others:
- The conception of an art for art, where the game with reality and human perceptions go beyond pondering the functionality without renouncing to it, then hierarchically organizing the conjunct of sensations a product will awaken in man when consumed.
- The ephemeral character of human products, the realization even in an ephemeral art and products not only designed for a limited life but also a brief one.
- The conception that there is not a real future, but a permanent return to the past, therefore, there are no new products to be conceived, but objects to be redesigned and rethought from the past.
- The aesthetic is incorporated into the production of goods as a determining element and many times greater than its functionality.
- Individual disappears in the aesthetic perceptions and also does the personal style, so new paradigmatic and global ways of looking and being are established.
- Although it seems contradictory to the above, there is no predominant styles in the ways of saying and doing, there is a great multiplicity and diversity of styles, everyone can do their own way as long as they go along with the macro ways of doing it.
- Body is worshiped, converting it into a space for art and design, or even the body itself becomes art and design.

- Technology and technological development, without renouncing to their logic of functionality, incorporate the sensory and aesthetic in an often determinative way.
- New social subjects arise, emerged from multiclass societies and movements, many times alternative ones grouped in different ways and originating new social needs.
- New forms of social relations arise, involving new human socialization scenarios and new forms of exchange among subjects, that require rethinking about communication and social interaction theories.

How can anyone believe design can stay apart from this complex and contradictory reality?

It is not just about aspects that influence and determine art, as many try to say, postmodernism is a discourse that transcends the artistic because it is a discourse about the form of thinking and interpreting reality. Every today's human production is influenced by its mark, because men who produce and consume it, are increasingly postmodernity men and women.

Therefore, the XXI century design cannot ignore postmodernism, it cannot keep in everything the clear border that 50 years ago delimited its actions with art, and like all knowledge nowadays: it melts, mingles and becomes more multidisciplinary and multi-dimensional than ever before.

Two other great cultural phenomena that nowadays determine design are, on one hand, the broad and complex processes of social resignification that are being lived, and on the other hand, the change from the word cultural paradigm to the image cultural paradigm.

Resignification processes are natural from the social point of view, but in certain historical moments they reinforce their presence, or rather become simultaneously more clearly visible in various spheres of social life. The last decade of the XX century and the already lived first decade of the XXI century, have involved profound changes in life, which in its translation into social imaginary are necessarily expressed in dramatic resignifications.

We live at a higher speed, we are all permanently connected. If a few years ago it was complex to explain in a classroom the principle of universal concatenation, today it is naturally appreciated as a platitudinous concept. The senses of space and time have taken on new dimensions,

the supposed barriers of science have broken out losing all limits. Life, which seemed the greatest miracle of nature, is now completely normally reproduced in a laboratory.

What is lasting has given place to the disposable things; if previously everything was kept, now we must discard as much as possible. Merit and its relation to virtue and being has been replaced by success and having. Ethics ceased to be hierarchical and its space has been occupied by convenience. Locke, himself, could not imagine how individual freedoms would be able to minimize the sense of social justice. Nation image has been erased, iconized, simplified and diluted into the belonging of a global village.

Moreover, negative for some and positive for others, resignificative processes have been produced, which mark even our perception of man himself and his environment:

- Sense of sexuality and gender is resignified, new trends emerge in a differently understanding of who we are, so we can recognize ourselves differently and this leads to a wide production of goods which are totally different from those traditionally produced. The difference between masculine and feminine items is almost imperceptible in many aspects.
- Ideologies are reconstructed and with them their iconography, also their traditional meanings and how to express the political discourse not only in the oral discourse, but also in the graphic one.
- The sense of success has changed, moving axiologically from a philosophy of being into having, and man is valued for what he consumes and not for the values he has.
- What happens with man similarly happens to society, and the meaning of progress society stops being the one which satisfies a set of basic needs, to become the society of satisfaction, the one that guarantees consumption, without limits or distinction.

The most important thing is that these processes are not completed, they are in full dispute so that their meanings prevail, and we all have the opportunity to participate in the new constructions. So it is important to consider the following:

- The old meanings, be them positive or late, do not give way spontaneously, they struggle to prevail and maintain their social validity.
- There is no new meaning, but new, diverse, plural, conjugative or contradictory meanings, but all of them with the aspiration to preponderate.
- Different meanings coexist in this period of change, in the same historical epoch.
- Cultural formation processes, by their nature, are meaning builders and the teaching – learning process is a meaning collective construction process.
- Design is an efficient tool used by all actors in their attempt to build new meanings or preserve the past ones.

Having in mind all these elements, the teaching – learning process in a design school must meet the following facts:

1. Recurrent communication barriers may exist because the phenomena and reality process analyzed may have different meanings for teachers and for students. Teachers use daily a complex categorical system, a higher social media language and a group of discursive resources, but rarely include the new meanings that are being developed.
2. The design student changes meanings with an extraordinary speed; the symbols, icons, language resources in all their variants, change according to the design object.
3. It would require a larger and closer analysis about the values and the changes that they also go through in the re-signification process.

One of the aspects that has magnified the redefinition process visibility is that it has occurred simultaneously with the predominance of the image cultural paradigm over the word paradigm.

We live in a world of images, we are literally bombarded by millions of images in a single day, mostly carrying a message trying to induce consumer, political, aesthetic, environmental, social and other modes of action. There are currently just a few images that are produced to be openly interpreted; most of them seeks to influence in social life from a certain position, and thus changing the image meaning and significance or activity which is introduced in.

Many talk dramatically about the book disappearance and its replacement by digital reading tools as if it were a cultural catastrophe. The book will disappear by the same logic that its birth made engraved stone disappear, just as thousands of copyists monks were unemployed by the Gutenberg press.

Neurosciences work to theoretically fundament propaganda and advertising. They give scientific explanation to the use of colors, shapes, stimulation that produce certain messages in humans, the association of images with actions or behaviors, how certain reflect forms induce empathy or rejection.

Especially young people are image consumers, and they are part of the image itself. Their hairstyles, fashion, accessories used and dominant colors determine the social group they belong or their trends from the cultural consumption point of view. Fashion industries and mass media, whether formal or alternative, develop market strategies to reinforce stereotypes or capture images of each of these youth groups or consumer trends. Everyday life is held today by image.

Therefore, there are two crucial questions among all we have done:

In a world of images and dispute of meanings, is there anything that can be done regardless design activity?

Is it possible nowadays to talk about culture, cultural development or cultural impact, without addressing design role?

All aspects presented so far and the answers to every question thrown pass through the prism that in what concerns culture, we are in the middle of a true and frank confrontation between a domination culture and a liberation culture.

On one hand, there is a culture that seeks to homogenize, dilute all the individual, establish and standardize a way of understanding and assuming an irrational consumption centered reality, placing man outside the harmonious development of his environment. On the other, a culture intending to build the common from the diverse, based on a holistic view of human being and that seeks a responsible harmony with the environment.

To address this rich and contradictory reality it is necessary to form a design professional with proper and adequate cultural training allowing him to properly respond to an ever more inclusive and diverse work.

In this direction Norberto Cháves (2015) states: "A well-trained professional must know and be able to apply at least the basics of sociology,

psychology, anthropology, semiotics and linguistics. Design schools tend to neglect this type of education. They create then a kind of superficial operator of form, an uncultured mannered person, who believes designing is enough in order to «be a designer».

In this sense, we understand that cultural education is the “transmission and assimilation process of the essential contributions from the universal and country culture as an expression of human creation, as they become necessary professional and human action development instruments, in specific historical conditions” (MENDOZA, 2005).

Cultural education is a process that involves the inheritance – break relationship, forcing us to determine what we assume as valid and enduring, and what we break to raise a new proposal according to a new time.

It is also needed to accept that culture is multidimensional and that its approach should be made from its various dimensions. And design is a work of multidisciplinary nature, so it is essential its interaction with other sciences and knowledge in an active and multidirectional way.

Any process of cultural education derives not only in a new accumulation of knowledge, but essentially in a change in the man’s action mode and his exchange with reality. Taking it to the professional level, an adequate cultural formation necessarily turns into higher contexts analysis, and therefore, into better and different answers to the designer professional problems.

It should be clear then that under today’s world conditions, with the rapid knowledge development, with sciences integration whilst deep specialization processes at the same time, and the speed required to satisfy the new and growing human needs (regardless if whether they are created or real), the designer cultural formation is an actual professional development need and not a feverish academic snobbery.

To ignore these processes, to hide behind the supposed creativity, to expect the answer to be in the inspiration and not in a deep study of reality, which is only possible from a solid culture, is condemning design to a kind of handmade craft and preventing it to be a profession based on an strict scientific referent of limitless objectivity.

Humanity faces today a critical path for itself, man has built for himself a society that is unsustainable with the nature we live in and which we are a part of. The irrational consumer society leads human specie to disappear; culture and cultural formation lead to man’s flourishing and to

a harmonic life with the environment. In both ways, there is design. What side do we take? What design path do we defend? Undoubtedly, the same path we started 31 years ago, a meaningful, cult and human design.

REFERENCES

- EAGLETON, T. *La idea de la cultura*. Barcelona: Paidós, 2001.
- PRIETO, F. *Cultura y comunicación*. México: Premiá, 1984.
- BARREIRO, A. *Polémicas y problemas en torno al hombre, el combatiente y su cultura*. Imprenta de la Academia de las far “General Máximo Gómez”, La Habana, 2000.
- PESCHARD, J. *La cultura política democrática*. Disponible em: <http://deceyec.ife.mx/la_cultura_politica_democratica.htm>. Acceso em 11 de março de 2013.
- GANS, H. J. *Popular culture and high culture: an analysis an evaluation of taste*. New York: BasicBooks, 1975.
- DÁVALOS, A. *Ética, cultura y política*. Ediciones Orbe Nuevo, La Habana, 2001.
- PEÑA, S. *Modelo de gestión de las competencias profesionales del diseño en Cuba*. Tesis de Maestría. isdi, La Habana 2000.
- CHAVES, N. *Formação cultural do designer*. Disponible em; <<http://foroalfa.org/articulos/formacao-cultural-do-designer>>. Acceso em 14 de abril de 2015.
- MENDOZA, L. La relación Humanidades – Cultura – Identidad – Valores. *Resultado del Proyecto de investigación: Las humanidades y la formación cultural y de valores de La identidad en profesionales de la Educación*. Un enfoque necesario. ispejv. 2005.



The body as raw material for the project

Flaviano Celaschi

PhD, professor of industrial design in the *Alma Mater Studiorum, Università di Bologna* where he coordinates the course of studies in design and runs the Center of Advanced Design. He was a researcher and a professor in the *Politecnico di Torino* and *Politecnico di Milano*, in Italy, where he founded and ran the first university department of Italian design *INDACO* and *POLI.Design*. He founded the International Net of design as a process, of which he is the coordinator since 2008. He is visitor professor and lecturer in many Universities and research centers around the world, such as: Brazil, China, India, Mexico, Europe and Africa.

flaviano.celaschi@unibo.it

In the study of the ancient human civilization, anthropology, archeology and mythology are getting more and more confused. The reminiscent traces, that testify our behaviors and costumes, considered by science, are obviously the inorganic and also organic fossils (flora and fauna), the lithic elements, the fragments of worked mineral, the ceramics, the skeletons of human and animal bodies, the artifacts, the intentional signs, besides the myths, legends and narratives transmitted through the representations of the world that each culture has taken ahead, in an immaterial manner, or even representing its forms in an artistic way.

From the middle of the past century on, the interpretations of many scientists are unanimous when affirming that the human body, and particularly our own body, is the origin of the human intentional manipulative activity. A desired, conceived, realized and collectively appreciated activity – since, like Lacan said, “we are beings observed in the world’s spectacle” –, because it is made to communicate with ourselves and others. It is a ceaseless and transversal activity to every culture, in every latitude, in every known epoch, that we could make coincide with our contemporaneous way of projecting, destined to the artifacts for commercialization (merchandises), which we call design.

If “no meaning can be transmitted without a given form, [...] every meaning needs a support, a vehicle, a vase” (Kubler, p. 3). The first “vehicle” of the functional and communicative transmission of meanings was our own body intentionally worked, be it in the exterior (scarifications, tattoos, piercings, make up etc.), be it in the interior (bone bad-formation in children, alimentation, gymnastics moves, prosthesis etc. A process probably initiated over our own body, using it as a paper to be written on and colored throughout time, initially applied on the body of others and later on bodies of animals and plants, until it became a voluntary action of creative transformation of artifacts. Therefore, it has become consolidated that the interpretation that the raw material of our projectual action, directed to the modification of the world around us, has been our own body, because, like Kubler said, man, as well as the crustaceous, seems to need a armor able to adapt him to the work and protect him. It is easy to immediate think about the great word done by the French anthropologist [Claude] Lévi-Strauss and about the Lithuanian archeologist [Marija] Gimbutas around the “myth”: the Greek mythology fills our minds with bodies that today we find strange, like bird-men, fusion and crossing

of men, women and animals, primordial masks, signs of potency or of submission, of terror or conciliation. The myth, but also the representations of the Mother Goddess in the pre-Indo-European ceramics, the signs left on the stones in the caves, in Europe as well as in South America, the forms of the decorations, the jewels of body ornament and even the teeth prosthesis, the lip disks, the ear reamers, the piercings, kept in the tribal rituals of many indigenous populations that had few contact with the predatory occidental society, testimony the constant and very old, functional and decorative necessity of attention, that the body, as raw material of the project, has had throughout time and still has.

Beyond the division between natural and artificial

Ezio Manzini has dedicated his essay “Artefatti” (1990) to the evolution of the modern dualistic conception between “natural” and “artificial”, aiming to define the characteristic of a new super-industrial landscape (Maldonado, 1987) in which these two worlds tend to integrate as fate. Manzini uses the expression “geology of the artificial” (p. 15) to identify the context that surrounds the contemporaneous man, to which everything we saw previously is right, has always existed, even if some traces seem to be older than others, like the layers of the land we walk on. In the text, it is affirmed that “the history of man and of the artificial are practically coincident” and that “the artificial is deeply human, for good and evil, [...] to man, producing what is artificial is absolutely natural” (p. 32-33). Lastly, it is admitted the crisis that the dichotomy between natural / artificial is going through as reference model for the action of the contemporaneous man, especially the designer.

The interpretation of the archeo-anthropo-mythology of our times reinforces this crisis and give basis to its motivations in the constant capacity / need of all times man to intentionally modify his own body (therefore in the form of artifact). Very anciently, as in the signs of the future that awaits us, the capacity of transforming ourselves throughout technology and designed intentional projects is a symptom of man power, who, sooner or later, uses in himself every technique, every substance, every transforming procedure, even if it is only to fight the cellular aging, or to create his own digital or physical avatar (robot). In the cosmic vision of the universe, every man’s intentional action of transformation, even if it is

really destructive and irreparable in terms of nature's systemic circularity, becomes irrelevant in dimensional terms. Even the non-intentional action of climate change that we induce or facilitate throughout the hypertrophy of energetic consumption seems to be banished in a planetary dimension (the Earth) that does not have an influence over the universe destinies. Likewise, even if infinitely tiny, the substances and magnetic fields of the atoms and the oxides of the live cells continue in their evolution and adaptation (let's think about the resistant and adaptive viruses). It is certain that in the scale of human perception (historical, cultural, psychological, social) the distinction between natural / artificial no longer offers a meaningful descriptive field from the projectual point of view. Men have manipulated themselves since always. By projecting this action of reality transformation, they take a sacrifice decision that seems natural to us, like Manzini says, even if they are using artificial technologies. We have passed from an ideology of submission to nature to an ideology of dominance over nature; and we have done it in an unshakeable way, by modifying our body and investigating every system, process, raw-material or substance capable of being applied in our own transformation.

But this evolution of the projectual behavior is restricted to the recent pre-history period that is demonstrable and passive of study (Neolithic, between 30.000 and 6.500 years ago), that for many times has seen men apply their discoveries and their ingenuity, before anything over their own body and afterwards, little by little, extracting the technique to use it in the realization of objects, autonomous artifacts for the body (utensils, instruments, decoration, furniture and accessories), while, in other periods of our recent evolution, the homo sapiens sapiens preferred to experiment the technologies, the projectual processes and the alteration of what is artificial on the bodies of animals and plants, an only afterwards, with a more mature technology, transfer the results to his own body (see the laser).

And even the dichotomy simple / complex does not fit in our discourse. Having as final objective the intentional modification of our body, we may take as reference the "type", "model", something artificial, but to adapt them to our nature is going to be extremely complex. The same way, if we take as a model something natural, like our own body, for example, that when it works it seems to be so naturally simple and when it does not, when it gets week and must be repaired, it shows us its whole complexity to keep its "vital balance". The ancient man has never put the simple /

complex problem and is still not doing it, except as a verbal discourse (Maeda, 2006). Let's think about the anthropophagic metaphor of the Brazilian modern art of the 20th century and how the integration between local culture in relation to the global happens in a similar way to a gastric process that assimilates what is different, segregates substances throughout the gastric juices and synthesizes the good and useful to expel the bad and useless. Throughout such anthropophagic process (see Harrys), we can even justify death as a necessary process to transform life.



FIGURE 1 – Images are examples of intentional body transformation, showing different traditions in many continents and different historical periods.

We cannot forget that, for a long time, everything that was artificial was considered “hard”, “rigid”, “strong”, while the natural and especially the organic was “soft”, “tender”, “delicate”. Let's not underestimate the

role that the monotheist religions have played in this evolution for the past three millenniums, sustaining that man has been made resembling God, the perfect God, that not only is incomparable, but neither can have his appearance modified. For over thirty centuries, in the most evolved cultures, the dominant religions have prevented us from using our body as raw material for the project or, at least, from doing it consciously and ideologically searching it. A systematic practice that ended up banishing the intentional body modifications to neglected and marginalized portions of society (condemned, marginal, mentally sick, suicidal people etc.). Still today, the sex changes, the alterations in the genetic engineering of the ovules before fecundation, the race selection etc. are practices that have been fought in many parts of the globe. But in the root of the word “design”, as Flusser (2003, p. 3) reminds us, there is the ability and the fallacy of the wily artisan. “Therefore, the design intention, in the basis of all culture, consists on fooling nature throughout technique, substituting what is natural for what is artificial and building machines capable of generating a god that is ourselves.” (p. 4). So, in the action of the designer over the artificial as well as in the action over the own body, Flusser confirms that the destiny of every projected intentional modification always maintains the goal of finally being applied on us.

The body is a product

We sustain, then, that the starting point of every reflection made up to now and that will continue, is that the body we have, the bodies we observe around us, the body we dream to have, the ideal body of the gods we pray for, each one of the living or imaginary organisms, are the product of a conjunct of systems, intentional – and sometimes unconscious – productive and reproductive actions that we resume in the term “product”. Feeding or asceticism, starvation or systematic sport, make up or paleness, blood circulation or skin swelling, exposition to solar light or protection with sunscreen, before anything, and afterwards the infinite processes of technical manipulation of the body, in each one of their external and structural aspects, are the product of a projected or projectable combination according to one or more precise objectives, personally or socially idealized by the subject.

As a designer, to acquire the awareness that our body is a product, or better, that it is “the product by antonomasia” of intelligence, will,

human cultures and environmental and social demands, all of that is important. Firstly, because the observation of the intentional and project-ed transformations of the body offers the most complete and systematic catalogue of objectives, forms, techniques, materials already exposed by history; with that, it invites to observe the body as example and “model” of each possible transformation already tried by the homo sapiens sapiens in his multi-millenary march of evolution. We can, then, get inspired and copy from the body an unimaginable number of suggestions and forms, solutions and substances, including the projectual actions that, consciously intervening over a living organism naturally destined to change with time (growth, aging, death...) are reversible, addable integrative, mutant. Anthropology allows us to understand the so called “invariables” of men over the earth, even those that are independent from culture and latitude, economy and civilization. The anthropology gets the designer used to study the body and its intentional transformations as essential actions to adjust the subject to reality (society or nature) to which he does not feel adapted or even could not survive. For example, as the Italian semiologist Ugo Volli (2010) reminds us, to communicate two actions are necessary: the “dissimulation (hiding what is real) and the simulation (exhibiting what is fake)”. It is considerable and very interesting the number of communicative actions that these two terms sub-understand, inside of the objective represented by the “communi-cative mistake” that lead to: the mimesis, the change of appearance, the obfuscation, the pantomime, the invention, the attraction, all the actions in which the subject operates firstly over himself, through the intentional modification of reality, to reach a desired “adaptation” to the social and natural conditions of his surrounding.

The same way we use the concept of “body as a product”, we also use the concept of “technical individual” (Simondon, 2013) to define a subject that has taken power of instruments and utensils, equipment and pros-thetic ornaments, which he dominates with professionalism and sagacity, to the point of being considered integrated: the artisan homo faber, that is, a subject that has transformed himself in an artifacts producer, interfering not only over the physical nature of his own body, but also over the sphere of being and doing. The artisan man (Sennett, 2013) is, this way, a projective compendium that besides having learned to intentionally transform his own body, have been able to enter with an operational

familiarity into a technical system, although elementary, that becomes an intimate part of him, governs his utility, to give form to the world of artifacts, using the intelligence of the hands, besides the brain.

Phenomenon classifications

Clarifying the absolute importance of man's capacity of adapting to himself throughout the volunteer manipulation of his own body, and highlighting the importance that this field of observation has to the contemporaneous designer, frequently very centered in the artificial as raw material of the project, it becomes equally important to penetrate in this phenomenon to identify its components. The phenomenon I put in the center of my observations is, therefore, the conjunct of the intentional interventions of human body transformation by man himself. We may start saying that there are two main categories of the phenomenon:

- The physical alterations (1st type):
 - the volunteer ones or culturally mediated ones;
 - the inflicted alterations.
- The apparent alterations (2nd type):
 - the perceivable modifications;
 - the representations.

From the phenomena we occupy, let's eliminate the inflicted alterations (violence) and the representations of reality (drawing, art, use of the body as raw material of representation and not of transformation), because they open a separate and very wide chapter in the interests of contemporaneous design. The rest of the observed phenomenon, we submit it to the filter of the three conditions that correspond to each one of these phenomena, which design must be interested in, that is: everything that changes because they tend to change:

- expressive languages;
- behaviors;
- technologies.

In the change guided by the expressive languages, we may identify:

- the ornamented body (hairs, nails, etc.);
- the exhibited body (performance, dance);
- the written body (tattoos, piercing, scarifications, subcutaneous implants, body paint, make up, esthetic surgery);
- the dressed body (clothes, jewelry, masks).

In the change guided by the behaviors, we may identify:

- fitness (diet, physical activity, body fascism, narcissism);
- body building;
- asceticism (body abstraction, body punishment, sexual abstinence, fasting);
- cannibalism (body introjection);
- eroticism (paraphilia);
- coercions (social recognition).

In the change guided by technology, we may identify:

- the actions directed to the control of the relation between nature/culture:
- to adequate to the biological incompleteness;
- to the biological domain (trans-humanist, hyper-humanist, post-humanist reconfiguration);
- somatic intervention (remodel, cavitation, aspiration);
- the actions directed to the body-.mind control (bio-robotic).

Each epoch has left important traces, particularly to some categories. Let's think about the role of asceticism in the relation between body and the medieval Christian spirituality, or in oriental Hindu cultures in what concerns the attention given to the food that excludes the consumption of other forms of life. In general, we can say that we note courses and resources, different licks that certain practices have in relation to many social and natural contexts in which the subject is found. The certain thing is that, to a stranger, what could seem that we are living in a century that is exasperatedly dedicated to the control of the body, due to a

typical ideal represented by the movies or the publicity, is no more than the collective and globalized adhesion to a certain ideal type of body, maybe different from the past. What happens is that we forget that the techniques of inscription on the body (tattoos, scarifications, etc.) are multi-millennarian mnemotechnic practices that use the body skin as a plan to transcribe, in the memory of the subject, situations and events that should not be forgotten for his whole life. Or putting him to live out of the established civil order, using the public square and the road as contexts to which adapt, like a dog that is in the basis of the political trash taken to the top, historically by Diogene Laterzio, under the name of philosophical Cynicism, around 2.500 years b.C., in the republican Athens. The chapter that fascinates the most the contemporaneous design is surely represented by the clothes. It is enough with thinking about the pieces designed by Brandon Maxwell and Nicola Formichetti for the pop singer Lady Gaga, for us to understand the excesses, but also the innovations, the experimentations and the technologies used for the obtainment of the purposes and desires of transformation of the body. In Sterlac's technological experiments, he uses subcutaneous prosthesis and third robotic arms controlled by the senses to challenge the sensorial traditions of the body and create a projected perceptive displacement. In the countless facial surgeries of the French artist Orlan, who, in a continuous somatic modification, aims a new vitality and experience. Or still putting ourselves in the work of art of Marina Abramovic, who experiments her own physical presence as a system of reality and perception enhanced by and for the artist.

Design is where the body is transformed

This digression opens horizons in the work of the contemporaneous designer continuous research work. I have insisted, in other essays, about the importance of our own, continuous, obsessive and permanent personal research. Maybe the research about the body and our own natural exigency of continuously producing and reproducing our body is a search that we may consider “necessarily common to all designers”, source of incomparable references and models. There are two specific motives due to which body and subject are considered in our designer profession. With the word “project” in many languages we understand an action programmatically determined to the transformation of the existing that can be

guided by the knowledge of an engineer, a software developer, an artist, an urbanist. Certainly, when we use the word “design” to replace the word “project”, we intend to give a particular connotation to this action. All of that has a link with the intentional relation between body and projecting subject (Chelaschi, 2008, 2010, 2014) that characterizes this way of acting. It is design when the transformation refers to a body, many bodies or to the relation between the body and a technology, an artifact, an interface.

The capacity of maintaining the body in the center of each meta-projectual and projectual speculation is a sign of the clarity of the objective and the comprehension that, throughout an act that we generically call as design, we never want just to obtain the form of a vase or a chair, a car or a clothe, a watch or a pipe, but always and only the form of a relation between a body and itself, between a body and other bodies for the mediation of these objectives. The transformed action of design passes through putting in the center the body and its transformation: otherwise, it is not design. Everything is more complicated in design due to a reason: in the design action there is another subject, beyond the ideal addressee, that is the author to whom the relation body-subject is presented completely, “firmly”, as we would say in soccer. The action of the designer as mediator of interests and knowledge (Celaschi, 2008) also contains a mediation with himself and that represents a substantial part of the act of projecting, in the sense of the contemporaneous design, because in every project the subjective character of the author must be present, in a relevant way.

To conclude, let's go again through the reasoning and try to highlight the parts that may, each one, open many other doors in the research over design and for design.

- There is a project that the human being follows, since always, in an intentional way, enjoying the best technologies available: it is the project of continuous transformation of the body.
- The use of our own body as raw material does not exclude the use of other substances and of technologically advanced processes, neither the adoption of absence of behavior (asceticism and renounce, for example).
- The continuous manipulation of our body offers, this way, a spectacular sample of models, forms, technologies, style and materials of stimulation to the creative activity of the contemporaneous designer.

A reserve to be continuously studied and managed in the systematic personal research of each one.

- In some phases of the history of the homo sapiens, we have seen the constant and predominant transference of such practices, of his own body, to the artificial artifacts. In other periods, has happened predominantly the opposite, when the human being preferred to transfer to the body only those technologies that were already mature in other sectors of the application.
- The project of intentional transformation of our own body, makes the subject a designer of himself, creating a singular situation of the type “we are all designers”, without necessarily having the cultural and technical instruments, and opens the doors to the professionalization of the transformation of the body to third people who become “creative operators of the body of others”. In some periods of the history, these subjects are considered marginal or peripheral figures by the society (of service), while in other phases they are considered referential creators and celebrated as really important fashion and costumes launchers, sometimes even as mediator priests between us and the gods.

Every design action, even when the intervention of the project does not take the nature of the body as raw material, puts the object to be projected in the center of the fundamental relation between body and mind, allowing the refinement of this relationship, be it with ourselves or in what concerns the others. To make design is to always keep man in the center of the project.

REFERENCES

CELASCHI, F. Atto culturale e design. Progetto e valorizzazione dei beni culturali. In: LUPO, E., PERENTE, M., *Il Sistema Design Italia per la valorizzazione dei beni culturali*. Milano: Poli.Design, 2009.

CELASCHI, F., CELI, M., MATA GARCÍA, L. The Extended Value of Design: An Advanced Design Perspective. In: *Design Management Journal*, 6(1), October 2011, pp. 6-15.

CELASCHI, F., DESERTI, A. *Design e innovazione. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata*. Roma: Carocci, 2007.

- CELASCHI, F. Design e identità: incentivo para o design contemporâneo. In: DE MORAES, D., KRUCKEN, L., REYES, P. (Org.). *Cadernos de Estudos Avançados em Design. Identidad*. Barbacena: EDUEMG, 2010, pp. 49-62.
- CELASCHI, F., FORMIA, E., LUPO, E. *From trans-disciplinarity to undisciplined design learning: innovating through/to disruption*. In: FORMIA, E. (ed.). *Innovation in Design Educatio*. Torino: Allemandi, 2012, pp. 370-388.
- CELASCHI, F. Il design come mediatore tra bisogni. In: GERMAK, C. (Org.). *Uomo al centro del progett*. Torino: Allemandi, 2008a, pp. 19-31.
- CELASCHI, F. *Il design come mediatore tra saperi*. In: GERMAK, C. (Org.). *Uomo al centro del progett*. Torino: Allemandi, 2008b, pp. 40-52.
- CELASCHI, F. Le culture del prodotto. In: CELI, M. (Org.). *AdvanceDesign – Visioni, percorsi e strumenti per predisporre all'innovazione continua*. Milano: Mc Graw Hill,, 2010, pp. 13-24.
- CELASCHI, F. Advanced design processes in some case studies from the contemporary art system: Delvoye, Fornasetti, Rist. In: *Strategic Design Research Journal*, 4(1), janeiro-abril 2011, pp. 1-4.
- FLUSSER, V. *Filosofia del design*. Milano: Bruno Mondadori, 2003.
- GIMBUTAS, M. *Kurgan*. Milano: Medusa, 2010.
- GIMBUTAS, M. *Le dee viventi*. Milano: Medusa, 2005.
- KUBLER, G. *La forma del tempo*. Torino: Einaudi, 1976.
- LÉVI-STRAUSS, C. *Il pensiero selvaggio*. Milano: Il saggiaiore, 1964.
- LIPS, J. *The origin of things, a cultural history of man*. London: G.C. Harrap e C,1949.
- MAEDA, J. *Le leggi della semplicità*. Milano: Bruno Mondadori, 2006.
- MALDONADO, T. *Il futuro della mdoernità*. Milano: Feltrinelli, 1987.
- MANZINI, E. *Artefatti*. Milano: Domus editore, 1990.
- PERNIOLA M. *I situazionisti*. Roma: Castelvecchi, 2005.
- SENNETT, R. *L'uomo artigiano*. Milano: Feltrinelli, 2013.
- SGALIPPA, G., CERESOLI, J. *Transdesign*. Milano: Tecniche Nuove, 2008.
- SIMONDON, G. *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo, 2007.
- VOLLI, U. *Il nuovo libro della comunicazione*. Milano: Il saggiaiore, 2010.



Cultural diversity: the challenges for the promotion and protection of the design field

José Márcio de Barros

Graduated in Social Sciences by the Minas Gerais Federal University (*Universidade Federal de Minas Gerais*), Master in Social Anthropology by the Campinas State University (*Universidade Estadual de Campinas*) and Doctor in Communication and Culture by the Rio de Janeiro Federal University (*Universidade Federal do Rio de Janeiro*). Professor of the Post-Graduation Program in Arts by the Minas Gerais State University. Invited professor of the Post-Graduation Program in Culture and Society by UFBA. Works in the area of Urban and Communication Anthropology, with emphasis in the topic of cultural identity, cultural politics, city and culture, cultural management, cultural diversity and mediation processes. Author of the book “Communication and Culture on contouring avenues” (*“Comunicação e Cultura nas avenidas de contorno”*) and organizer of the books “Cultural Diversity from protection to promotion” (*“Diversidade Cultural da proteção à promoção”*), “The Culture mediations” (*“As mediações da Cultura”*), “Think and Act with culture” (*“Pensar e Agir com a cultura”*), among others. Coordinates the Observatory of the Cultural Diversity and the Program Think and Act with Culture and integrates the Cultural Policies Study Network.

josemarciobarros@gmail.com

Introduction

The debate about the Cultural Diversity issue has a basic characteristic: its complexity. For complexity we understand the recognition of two basic attitudes. The first one, the critic and the refusal of the “paradigm of simplification” and the adoption of one “paradigm of complexity”, such as Edgard Morin (2002) defines it. For this thinker, for centuries science and the scholar institution have built and disseminated a model of knowledge marked by the beginning of the non-contradiction, by the belief in the univocal casualty, by time-linear perspectives and conceptions, by the applicability of exclusive processes of knowledge validation and, consequently, by the denial of other models of knowledge and other rationalities. Such manner of conceiving and practicing knowledge affected not only science, but also the work organization and the world vision of the “common” subjects. In second place, the adoption of a “complexity paradigm”, capable of deconstructing the simplification and substituting its perverse effects throughout an attitude of collation between unity, multiplicity and circularity.

It is about reflecting throughout dialogicity (recognition that what is real is built, altered and regenerated throughout principles and contrary forces) and throughout recursion (recognition that the causes act over the effects and vice-versa). It is about facing the challenge of building a multi-dimensional and trans-disciplinary science (MORIN, 2002), able to recognize, protect and promote the cultural diversity.

Such perspective helps us think the contemporary world, recognizing its desultory and fragmented constitution, marked by relationships each time more hybrid and deterritorialised, without however reproducing a certain technological determinism and a cultural pessimism that only sees the perversity of globalization, not recognizing its possibilities. (MARTIN-BARBERO, 2014). The contemporary context reunites dimensions that have been excluding before, such as the pairs difference and integration, global and local, territory and virtual world... generating, as Ortiz (1997) reminds us, the impression of a schizophrenic world, one time postmodern and multi-faced, the other time uniform and homogeneous everywhere. The effects of the globalization processes affect in a different way different societies and social groups.

To think the cultural diversity is, therefore, the challenge of understanding how, despite the hegemonic processes in the economy

and politics fields, we continue or not as producers of differences, re-affirming the traditions and identities and inaugurating new symbolic arrangements. It is necessary to alert, however, about the risks that a consciousness that is more and more planetary about the importance of diversity, may be trivialized and mercantiled, due to the globalization of exchange and the speculation of our differences.

Cultural diversity

Cultural diversity is many times taken in a reductionist way, as a conjunct of natural characteristics of the forms of life and cultural manifestations. Such romantic and idealist perspective prevents us from adopting a more critic view, that considers cultural diversity a socio-political dynamic of integration between the different ones, as the following FIG. 1 shows:

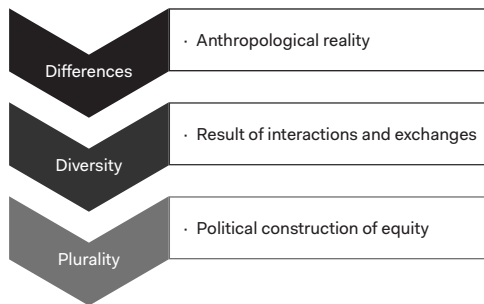


FIGURE 1 – Dynamics of the interaction in cultural.

If the cultural diversity is, from the anthropological point of view, the richest patrimony of humanity, it also constitutes one of its greatest challenges. In the perspective of the post-evolutionary theories, the diversity is affirmed as positive and integrating reality, capable of proving how differences and similarities constitute a complex human engineering: throughout a phenomenal biological unity, so many and so dynamic differences have been produced. There stands the problem of the reduction that an exclusively celebrative perspective of the diversity brings us. It ignores the challenges and the possibilities of living with and throughout

the differences by reducing the vision of diversity simply to the celebration of our identity and ethnical differences.

If on one hand the cultural diversity inaugurates processes of exchange and dialogue since every culture has its own richness that may be shared with other cultures, on the other hand the cultural diversity is the origin of many conflicts, accentuating our differences instead of getting us closer as equals. (UNESCO, 2010) One of the greatest challenges of the public politics for its protection and promotion is, precisely, showing that it can be beneficial for all and not a threat for their relations and interests.

Under this perspective, cultural diversity must be understood as a deliberated political, economical and pedagogic project, directed to the construction of an intercultural dialogue. For that to happen, two dimensions are essential: a) it is necessary to understand how cultures relate and what values are shared between them; and b) to consider that cultures are dynamic, what gives them a creative and innovative potential.

As Bernard (2008) alerts us, it is necessary to not loose of sight that cultural diversity, differently from biodiversity, does not renovate itself naturally. Besides that, it is dynamic and needs to be thought with the conjugation of protection and promotion. As such, cultural diversity involves a conjunct of tensions and cannot be thought as a harmonic mosaic of differences.

We perceive, this way, that the intercultural dialogue is never given, but it is in constant construction. However, the processes of economic and political domination and the reinforcement of the cultural stereotypes limit this process, since highlighting the differences can constitute in a tactic of accentuating the intolerance and the prejudice. For the dialogue to happen, it is essential that exist relations of equity among the different ones, in a way of allowing the interactions and exchanges. For that, it is essential to have a communicative action, capable of re-doing in a democratic and open way the disputes of the senses and the dynamic of re-signification. This action that assumes exchanges and interactions, should not be taken as attenuation of identities, but as a means of enriching the cultural references.

Cultural diversity always calls for dialogue, exchange and mutual respect and does not only conjugate in first person (I), but with the conjugation of you and we. With Rosângela Corrêa (s.d.) we have learned that we need the governmental and non-governmental engagement to

guarantee a tridimensional dialogue. In a first dimension, it is about a multicultural dialogue, of identity affirmation, that helps us to discover the face of our own culture reflected in another culture. In a second intercultural dimension, clearly favored by the development of transportations and communication and by the economical globalization, where the different ones hybridize. And in a third level, the transcultural dialogue, that refers to the openness of all cultures to what crosses and surpasses them. Here, throughout differences, universality is recognized (BARROS, 2013). In this sense, the protection and the promotion of cultural diversity requires a strong formative component, to guarantee the rise of citizen who are willing to reaffirm their identities, but also to recognize the other in an open and dialogic way.

The contemporary cultural experience is marked by the displacement, by the mixture, by the hybridism. This way, protecting and promoting the diversity is stimulating the relationship among people in dynamic processes of actualization and change and not the conservation of the past. Therefore the necessity that public politics directed to cultural diversity contribute to the circulation and plurality of ideas. It is more and more necessary to articulate the diversity protection, specially the ones of cultural practices and expressions, with the promotion especially sensible to changes.

According to UNESCO (2010) some urgencies appear in this process of protection and promotion. Considering that peoples do not limit themselves to medias, but express world visions, identities and values, the disappearance of linguistic models puts cultural diversity in serious risk. The education, taken as a condition for the individuals to be in the world, require the production of intercultural competences, that allow us to live together with – and not despite of – our cultural differences. The articulation between creativity and market, expression of the innovation forms that cross the spectrum of human activity, must also be seen as essential sources for cultural diversity.

If from the improvement of technologies of information and communication, the circulation of cultural goods and services throughout the world has become more possible, the deriving exchanges are under the domain of a few countries and of a few globalized companies. Such situation generates a perverse unbalance in the exchanges and in the regional, national and international commerce of cultural goods, what reinforces

the necessity of understanding cultural diversity as a political project from an anthropologic reality, with the objective of constructing social equality and justice with and throughout differences.

For that, the promotion and the guarantee of the human rights and the complete exercise of fundamental freedoms need to be ensured to all individuals. Besides that, this articulation must consider the existence of new models of creation, production, circulation and consumption of cultural goods that no longer fit in the equation center and periphery, in the opposition popular and erudite, or traditional and contemporary. We are living the rise of new models, more circular and collaborative, and consequently more horizontal and open. In sum, the cultural diversity allied to the perspective of human development occurs when it expresses 4 important characteristics: *sustainability*, understood beyond budgetary issues as a capacity of articulation between past, present and the perspective of the future, considering, this way, all the dimensions of the social sphere and its implications in social reality. The *balance* between the logics of symbolism and the market reasons. Relating them in a productive, creative and respectful way is an important aspect in the comprehension of the role of culture in the economical sphere and in the creation of development opportunities. The *reduction of inequalities* and the guarantee of *democratic models of decision* are configured as two other aspects of this equation.

The challenges for design field

We saw up to here that cultural diversity is, simultaneously, the richest patrimony of humanity and one of its greatest challenges. Results from this perspective the awareness of the need of going beyond the celebration of our differences. In a first instance, diversity must be a deliberated project to build the intercultural dialogue. In second place, cultural diversity demands new models of cooperation and exchange of values, processes and cultural products. In third place, protection and promotion require a strong formation component to guarantee the emerging of citizen willing to reaffirm their identity, but also to recognize the other in an open and dialogic way.

Now it is time to ask: what challenges do these issues bring to the design field?

The sure thing is that the simple tolerance with our differences, the celebration of our singularities throughout festivities calendars and its reduction to anthropologically eccentric raw material do not configure as a conjunct of sufficient actions so design effectively promotes cultural diversity.

It is necessary to go beyond and convoke ethical and not only esthetic commitments, to guarantee that design, throughout its double capacity of innovation and identity preservation, contributes decisively for us to continue to be different. Besides that, how can we learn to be different from the abundance of differences? And how to transform such experience in a plural way of existing?

Design is a potency of activation of traditional and contemporary senses, and expresses a capacity of creating, transforming and reproducing tangible and intangible objects. It is notorious the role assumed by design as a creative, symbolic and material process that affects and is affected by life in community. The raw material of design is the cultural symbolic dimension and the particular meanings it has and puts into action for each individual and for the different social groups. From that emerge different, dynamic and complex processes of integrations and negotiations of senses that configure the core of cultural diversity.

A challenge given to design is to perceive the different realities, needs and cultural possibilities to break with the instrumentalist and reductionist vision of culture.

I take a risk by affirming that the design model that better protects and promotes cultural diversity is the one that is constituted through networks of sharing, capable of substituting hierarchy with horizontality; of potentiating the emerging of new talents and values; of fomenting innovation and creativity and of reuniting different people who impact common objectives and methods.

On the other hand, the design sensible to cultural diversity must assume a tridimensional perspective of culture (FIG. 2), where the symbolic dimension expresses ways of living, doing and creating that inaugurate references and identities; the citizen dimension, that expresses the culture as a fundamental right of creation, fruition, diffusion, identity, cooperation and participation; and the economical dimension, responsible for the production of material wealth.

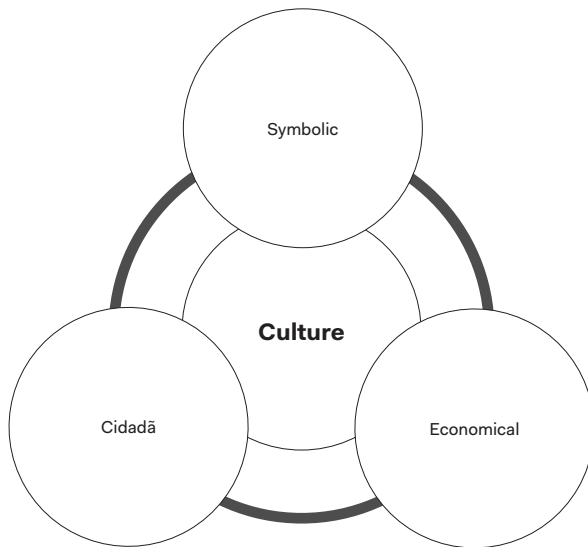


FIGURE 2 – Tridimensional perspective of culture

These three dimensions cannot be taken as natural and of spontaneous articulation, since they are the result of our exchanges and experiences. They depend on the systems of production, reproduction and circulation of the symbolic goods that feed design.

With Bondía (2002) I think about a design of open experiences, which overcomes the excess of information and the lack of senses, since information is not configured as experience. A design open to the intercultural dialogue, that goes beyond the knowledge of differences, result of the basic capacity of seeing the other, of the cognitive flexibility, of the empathy construction, of the humbleness and hospitality with who are near and far.

A design that overcomes the excess of opinion and that anchors itself in the experience of knowledge committed to citizenship. A design that gives and shares sensibility and experience.

REFERENCES

- BARROS, J. M. Cultura, mudança e transformação: a diversidade cultural e os desafios de desenvolvimento e inclusão. In: *Anais do III Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*, Bahia, 2007.
- BARROS, J. M. Mediação, formação, educação: duas aproximações e algumas proposições, *Revista Observatório Itaú Cultural – OIC*, n. 15 (dez. 2013/maio 2014). São Paulo: Itaú Cultural, 2013, p. 8-14.
- BERNARD, F. A convenção sobre a diversidade cultural espera para ser colocada em prática. In: BARROS, J. M. (Org). *Diversidade Cultural – da proteção à promoção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 45 -61.
- BONDÍA, J. L. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, Jan/Fev/Mar/Abr 2002, n. 19, p. 20-28.
- CORRÊA, R. A. *Educar para a diferença*. (s.d.). Disponível em: <http://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/>.
- IANNI, O. *A sociedade global*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 1993.
- MARTÍN-BARBERO, J. Diversidade em convergência. *Revista Matrizes*, v. 8, n, 2 jul./dez. 2014. São Paulo, p. 15-33.
- MORIN, E. O método Vol. 5. *A humanidade da humanidade*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- ONO, M M. Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização. *Revista Design em foco*, ed. 1, n. 1, dezembro, 2014.
- ORTIZ, R. Diversidade cultural e cosmopolitismo. In. *La dimensión cultural y educativa de la integración regional: situaciones y perspectivas en el Mercosur*. Uruguai, 1997.
- UNESCO. *Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*, 2010, Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>. Acesso em 24 out. 2015.



Eco, Kant and the Platypus: reflections about design in global culture

Dijon De Moraes

PhD in Design by the *Politecnico di Milano*, with research of post-doctorate in the same institute. Due to the conjunct of his practical and theoretic work, has obtained recognition in Brazil and abroad. He is the author of the awarded books: *Limites do Design*; *Análise do design brasileiro*; and *Metaprojeto: o design do design*; among others. Current Rector of the *Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG*; Leader of the Research Group in Theory and Culture in CNPq (*Grupo de Pesquisa Teoria e Cultura*); Coordinator of the Center of Design Studies, Theory, Culture and Research (Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design) and Editor of the *Collection of Advanced Studies in Design* of EdUEMG (*CADERNOS de Estudos Avançados em Design*).

dijon.moraes@uemg.br

Introduction: Design and Global Culture

The Italian scholar Andrea Branzi, in the premise of his instigating book *Fragile and Diffuse Modernity: the world of project in the beginning of the 20th century* (*Modernidade frágil e difusa: o mundo do projeto no início do século XX*) (BRANZI, 2006), certifies us that the simple manner of distributing and/or composing the rocks in a wall may be interpreted as a cultural gesture.

This seems to us to be true, since this way we know a part of the form of being and acting of different peoples (ancient and current ones) around the world, with their habits and different cultures, that nowadays are in an intense process of constant hybridization, throughout the accelerated phenomenon of globalization. Inside this optic, we may then bring to light and take as reference among the ancient people the example of the solid Chinese culture, throughout the edification of its famous protecting walls (where it is estimated that around 1 million of workers have worked to put it together), the inventive power and the constructive art of the roman people throughout the suspended aqueducts in the form of arcs that exist up to today (the biggest ones of them reach 90kms of extension), and the proportion and the formal balance of the Greek constructions and works that had as reference the geometry and the mathematics, always in the search for the perfect form and the ideal symmetry. In resume, the walls reflect the bellicose spirit of the ancient Chinese people, the aqueducts reflect the Roman practical and objective way of living and the Greek works reflect the perfect proportion. All of that is shown to us, inside of the Branzi logic, as a manifestation and/or gesture of cultural expression of those peoples.

Actually, the continuous process of interaction and integration that humanity has always gone through from ancient times until now, highlighting the acceleration that occurred since the Modern era of the 20th century up to the globalization of the 90's, started to question the precise definition of homogeneous cultural references, eminently autochthon and of local references, opening space for a constant contamination and hybridization of heterogeneous cultures never seen before, promoting and proportionating as a consequence new forms of constant fluidity and connections that have determined the complexity that is now present in the design culture.

All that made design, among interactions, connections, multiple hybridizations and heterogeneities, easily present in the global model, suffer contaminations not always positive and evolutionary. But in the contrary, all that made it promote disconnected and discontinuous relations, exposing its fragile epistemological and phenomenological inheritance, as an independent field, as design theory of knowledge and significance.

The semiotician Umberto Eco, in one of his magnum lectures in the design doctorate program in Politecnico di Milano, in 2001, surprised everyone with his affirmative and provocative sentence: “you designers have lost and are still losing the capacity of communicating”; and to sustain his affirmations, he passed a sequence of precise examples:

In the old days, a simple sign in the form of steps continuously going up had the capacity of communicating us that there was a stair to go up. Nowadays, when we enter an elevator all covered in monochromatic stainless steel, we do not find easily the commands of use and orientation to go up. In the same logic, in the old days the faucets easily communicated their perceptive judgment and almost demanded me to turn them. Today, there are no longer the manips of the faucets and the users must interpret, by themselves, the use of this product. In those two cases, what would allow me to perceive and interpret the information of going up? Or turning? (ECO, 2001).

And Eco completes: “Technology has evolved, but the designers have not accompanied it with new forms of communicating”.

In this sense and according to Eco, “no matter what is the weight of our cultural system, there is always something in the continuum of acquired experiences that puts limits to our forms and ways of perceptions and interpretations”. We cannot underestimate and in the contrary we should highlight that the excess of information, for example the ones galore available in the medias via internet (social frames), even if organized, generates difficulty of interaction and interpretation by the user, compromising, by its time, the desired meaning or perceptive judgment that must be present in the relationship between user and product.

Equally, a product without the single presence (perceptive nihilism) of a significance system or semantic language also makes difficult its perception and/or fruition by the user and, still according to Eco:

We must be capable of producing a perceptive judgment. However, we understand as complex act an interpretation of the sensible data, where memory and culture interfere and that is concluded in the comprehension of the nature of the objects [...] Such perceptions can be distinguished in sensations, that simply modify the state of the subject and the subjective forms of knowledge [...] The perceptive judgments are inferior logic activities that create a subjective world of personal knowledge [...] To unify representations in the consciousness is to think and judge. Judgments are rules a priori (ECO, 2008, p. 60–61).

In fact, today the context of use of a product no longer configures as a uniform entity of precise and singular contents, but as a conjunct of global information (micro-contexts) from different sources and different styles that almost always are opposed to the dynamics of the local cultural repertoire, creating, then, “cultural resistances or impertinences” in their interpretations.

When considered, the Cognitive Type must make part of the conditions for its perceptions, those that Gibson denominates affordances – to afford (consent, allow) – and that Luis Prieto would call “pertinences”. This way, we recognize a “chair” because it is an object that allows us to sit down, a “bottle” because it is an object that allows us to contain and pour liquid substances. It is instinctive to recognize as a possible chair a “tree trunk” instead of a “column”, due to the size of our legs and the fact that we are more comfortable putting our feet on the ground (ECO, 2008, p. 137).

It is interesting to notice that the fact that the function of a product stops being communicated in a tangible way, gives us new keys of reading and cognitive interpretations, becoming one more immaterial component to be considered for the projectual culture. In this sense, the concept of affordance, preconized by Gibson in the end of the 70’s, gains space again, as being “an invitation for use” (GIBSON, 1977) for a re-elaboration of the concept later developed by Norman (2004), throughout the concept that emphasizes more “the emotional perceptive side of the objects”. This new possibility of interpretation amplifies, as a consequence, the focus of the product to the system of products and from the micro to the

macro-environment, as well as amplifies its possibilities of use and the sensations perceived in a broader level, as Eco affirms:

On the contrary, to categorize a knife, a spoon and a fork among the silverware, or a chair and a closet among the furniture of the house, we must prescind these morphologic pertinences and also consider the more generic functions, such as the manipulation of food and the decoration of the domestic environment (ECO, 2008, p.137).

It occurs, nevertheless, that with the appearance of the global market, the product tends to receive more and more elements and signs, from diverse heterogenic culture, not always with an easy hybridization, finally promoting different esthetic languages of difficult perception in the aspect of use and semantic interpretation.

Eco, Kant and the Platypus

As known, the platypus is a very odd animal in nature. It seems to be conceived to challenge any possibility of morphological and scientific classification or even to confuse the popular perception.

The platypus lives on earth and in water, its size is around fifty centimeters, it weights approximately two kilograms, its body is covered with fur although it lives more in water, it does not have a defined neck and it has a tail like a beaver; it has a beak like a duck and the male ones have a spur for defense. The female ones oddly put eggs, but breast-feed their babies as mammals. The platypus is, therefore, a mix of many other animals or it can even be considered a hybrid animal.

Eco himself senses that the Australian peoples, when seeing the platypus for the first time in the 18th century (around 1799), when the naturalist philosopher Immanuel Kant had already concluded practically all his works, questioned what was that animal, a beaver... a duck... a fish... a sea animal... a terrestrial animal... The platypus was, therefore, an animal that would escape from any perceptive scheme known up to then – who could have imagined the possibility of uniting a duck’s beak and a beaver’s tail? Who would imagine the possibility of existing bird elements in a quadruped body? Umberto Eco, in his essay “Kant and the Platypus”, made the following reflection: how would Kant classify it?

Let's imagine what would have happened if Kant had found a platypus. Would he have had the intuition of a multiplicity of traces that allowed him to build a perceptive scheme as an autonomous being, not moved by external forces, that exhibited a coordination of its own movements, an organic and functional relation between beak (that allows it to get food), legs (that allow it to swim), head, trunk and tail (ECO, 2008, p.74).

In fact, it is Eco himself who tells that when in 1799 a platypus stuffed specimen was examined for the first time in England by a community of naturalists, they did not believe what they saw. So it is true, that some of them insinuated that it was a joke of a taxidermist colleague. A *sui generis* animal, with a triple nature, that has morphological traces of a fish, a bird and a quadruped. According to Eco, “to interpret anything as if it were in a certain way is to advance a hypothesis” (ECO, 2008, p.74). It is worth observing that this would be the typical situation of who sees for the first time a platypus, a swimming thing that has beak and fur.

For Eco, if Kant had had the possibility of observing a platypus (its morphology, use and customs), like happened afterwards, in two successive centuries, he would have probably got to the same conclusion as Stephen J. Gould, who narrates:

This animal does not represent a wrong attempt of nature to produce something better, but a design's masterpiece, an incredible example of environmental adaptation, that allowed a mammal to survive and prosper in the rivers. Its fur seems to be made to protect it from the cold water, it regulates its own body temperature, all its morphology is in a way that it can dive in water and find food even with eyes and ears closed, its front legs allow it to swim and the back ones together with the tail work as a helm, the famous front spurs allow it to compete with other males in the time of reproduction. The platypus shows an original structure, perfectly designed for the scope it has been destined to. (GOULD apud ECO, 2008, p. 74-75).

If we analyze that in the design bias, considering the aspects and the functional conditionings of the products' project, we can recognize that the platypus fulfills well its role and responds with precision to the

challenges put by the environment (or environments) to which it has been conceived, that is: it has been destined to live in the water and on earth (amphibious), because the design of its beak serves to fish little fishes and crustaceans in water and also to eat insects and worms on earth. Its legs are projected in such a way that the back ones are more adapted to earth and the front ones, due to a greater salience of the web, are destined for when it is in water (they fold when it is walking on firm earth). In the same way, its big tail serves as helm to guide it in its long plunges in rivers and lakes, besides working as a reservoir of body fat. The females put eggs on land, in nests especially built by them, but strangely breast-feed their babies (they are egg-mammals), despite not having very salient breasts, but abdominal pores and furrows that fulfill well the role of mammal glands. Its body, like the ones of the beavers, dogs and bears, is covered by a dense pelage that forms an isolating layer of air to keep the body overheated. The male ones have spurs, like the roosters, in the ankles, which produce a type of poison for their defense. The eyes have a fine membrane, like double cones, that close when they are diving, what other mammals do not have. For a greater protection, in land as well as in water, like the females' breasts, the males' testicles are internal. In terms of "problem resolution" that a product has to respond technically and functionally, we have no doubts that the platypus corresponds very well to the challenges presented as conditionings of a good design script. We may say that in an individualized and segmented way, the platypus "design", in the technical, objective and functional bias, was able to solve all the conditionings put as challenge for its survival on earth as well as in water.

However, when we analyze it under other design aspects, like the esthetic and semantic components and the perceptive judgment, the platypus "project" becomes questionable and very defective. Inside Eco's optics, previously presented, about the perceptive value, communication, interface and products use (affordances and pertinences), the platypus is far from being an example of good design. In the contrary, it shows serious difficulties of communication and interpretation by its interlocutor, and that is true even for specialist designers and scholars. The excess of hybridism present in so small physical space, like happened with the platypus, that has a fifty centimeter size, provides, consequently, an excessive quantity of information from different sources and even unused ones, making complex the possibility of concentration of elements and

formal esthetic traces of birds, mammals, amphibious and reptiles at the same time. All these elements used simultaneously generate, finally, rumors instead of esthetic-formal balance of easy absorption and clear understanding.

The platypus products

From the beginning of the 20th century and with the reality of the strongly established globalization (as a real possibility of interaction and interconnection among peoples), we have watched a process of strong dialogue between different customs and cultures like never before. This fact brought to the design culture new and constant information in a continuous process of permanent ebullition that gave, by its time, new possibilities and new concepts for the conception of industrial products.

The easy circulation of information and the interpretative freedom of the designers and the manufacturers in the current era made the ancient projectual concepts and conditionings, traditionally established by and inherent to design practice, be extended in a wider manner in what concerns the interpretation, leaving to second plan solid references present then in the projectual culture as esthetic and formal balance, perceptive and semantic judgment, value of use, meaning and significance as intrinsic value of the product, among many other references. We could also highlight the socio-environmental issues and the conscious use of the planet's natural resources.

This projectual interpretative freedom, practiced today in the culture of contemporary design, provided the appearance of esthetic, formal and technological hybridisms, that many times have been facilitated by the great possibility of technological offers that allow us today to condense in a same product many functions and exploratory possibilities of use, not always necessary or with a doubtful importance for the users. Many of them appear covered by multiple typologies of use that many times are empty in meaning and make difficult or impede a perfect interaction with the product.

Equally, that also occurs today in the formal esthetic field of the objects, in which we receive constant offers of esthetic languages from diverse proveniences and origins, that once applied in the same product do not give us an immediate, clear, uniform and homogeneous

interpretation, but in the contrary, transmits us perceptive rumors in what concerns its use and esthetic aspect. The so called hybrid products, due to their technological and/or formal excesses, when they show multiple and heterogeneous functions and esthetics, reflect a face of globalization that tends to minimize the local culture, putting in conflict the styles and customs established in regional territories.

As a way of exemplifying this fact, I have kept a curious custom (also a type of research) of collecting from the places I go the little spoons or coffee mixers that are available in the counters of coffee shops to sweeten the coffee. The difficulty I always find (and I think the others users also do) consists on understanding what part of the mixer I must hold and which one I should use to mix and sweeten the coffee, since the majority of these products do not communicate immediately their use. Therefore, there are no elements in these coffee mixers that allow me to make a perceptive judgment about their use and they do not even communicate a clear message for their proper interaction. They are products without an interface reference, without meaning and significance, because in this case the user can make any use of them. In this pretentious collection of mine (I have already catalogued 35 different models) of coffee mixers that have been collected from different parts of the world, there are straightened, curved, flat, opaque, transparent, plastic, wood, acrylic and metal products. They come from Europe, America, Africa and Asia, but the majority of them (around 90%), regardless their origin, have the same dysfunction: the deficiency in communicating their use to us. In that line of reasoning, the semiotician Salvatore Zingale affirms:

Design has been considered in what concerns mental attitude, as the capacity of acting over a reality in an interpretative way, aiming to operate in that reality a transformation that will harmonize the acquaintanceship between the natural and artificial environment and us (ZINGALE, 2012, p. 22).

This design capacity of acting on a reality in an interpretative way is not present in many other existing products, and it is worth to highlight here one of them. It is about the TV remote controls that have countless commands, clearly unnecessary. A big scope of remote controls available today in the global market present a deficiency of communication in what

concerns their use and interactivity. Contrary to the previous example of the coffee mixer, the TV remote controls present an unexplainable quantity of functions that tend to get us confused in the search for selecting the desired option, showing a true barrier for the complete use of the product. The technological hybridism existing in the TV remote controls offers us an exaggerated quantity of options, when we actually want to basically use a few and simple routine functions such as turn on, turn off, change channels, and turn the volume up and down. The same way, certain cellphones have recently also entered the category of serious candidates of platypus products, because their excess of functions get them far away from their main objective (being a mobile phone), by providing us infinite other functions, many of which are dismissible.

To be a candidate to a platypus product, there is still the category of those objects that do not make use of technological and informative hybridisms, but of formal hybridism. They are products that mix different esthetic guidelines, which result transmits us esthetic incoherence and formal unbalance. These products create tensions when putting together elements that do not dialogue esthetically among them, finally generating esthetic rumors that compromise the whole. Many of the platypus products, conceived to reach the global market, use cultural styles and elements from different countries, but end up compromising and devaluating the product as a whole, be it in what concerns its concept, or in what concerns its esthetics. In this sense, many products, artifacts, objects and utensils of the new industrialized countries, particularly convenient from Asia, are today the biggest representatives of platypus products on the planet.

Conclusion

The maxim present in the beginning of this article – that affirms that the simple manner of distributing and/or compounding the stones in a wall may be understood as a cultural gesture – makes us reflect about the contamination (in the positive and negative sense) occurred from the globalization phenomenon to the local culture. With the diffuse reality of interaction and inter-connection between peoples in the global arena, the way of being and thinking the market has significantly changed.

Nowadays, after almost twenty years from the consolidation of the globalization phenomenon and the entrance in the new millennium, we

could then question about some issues left open: what local cultural references may be used today in the construction of modern walls? What signs and meanings, local and global, have been considered for the conception of new products destined to the global market?

Would be, finally, the platypus example the model of hybrid design to be considered by the producers and designers for the global products? What is the destiny of contemporary design when facing the free circulation of information, received almost instantaneously, from all over the world?

How will happen the hybrid design before projectual challenges such as perceptive judgment, communication, semantics, sensations, affordances, pertinences and interfaces inside of the hybrid and multiple culture of global reference? Will the platypus design be avoided or will it be the model to be followed for the future of products in the global market?

REFERENCES

- BRANZI, A. *Modernità debole e diffusa: il mondo del progetto all'inizio del XXI secolo*. Milano: Skira, 2006.
- CICLO DI CONFERENZE IN DESIGN. Milano, marzo 2002. *XIV Ciclo di Dottorato*. Politecnico di Milano – Di.Tec. Programma di Dottorato di Ricerca, PhD in Design. Umberto Eco – Opening Lecture.
- ECO, U. *Kant e L'Ornitorinco*. Milano: Bompiani, 2008.
- GIBSON, J. The theory of affordances. In: SHAW, R.; BRANSFORD, J. *Perceiving, acting and knowing: towards and ecological psychology*. New York: Wiley and Sons, 1977.
- MORAES, D. D. *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher, 2010.
- NORMAN, D. *Emotional design: perché amiamo (o odiamo) gli oggetti della vita quotidiana*. Milano: Apogeo, 2004.
- ZINGALE, S. *Interpretazione e progetto: semiótica dell'inventiva*. Milano: Franco Angeli, 2012.

Para obter mais informações sobre outros títulos da EdUEMG, visite o site <http://eduemg.uemg.br>

For more information about other titles of EdUEMG, visit the website <http://eduemg.uemg.br>

Este livro foi composto pela EdUEMG e impresso pela gráfica e editora O Lutador, em sistema offset em setembro de 2016. O papel do miolo é o AP 75g/m², capa em Supremo 250g/m². As faces tipográficas são a Arnhem, de Fred Smeijers; a Fakt, de Thomas Thiemich; e a Archer, da Hoefler & Frere-Jones.

This book was composed by EdUEMG and printed by the printer and publisher O Lutador, in offset in September 2016. The main pages were printed in AP paper 75g/m², cover in Supremo 250g/m². The typefaces are Arnhem, by Fred Smeijers; Fakt, by Thomas Thiemich; and Archer, by Hoefler & Frere-Jones.

Os Cadernos de Estudos Avançados em Design integram o conjunto de publicações do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design (Centro T&C Design) da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED-UEMG).

The Collection of Advanced Studies in Design integrates the set of publications of the Centre for Studies, Theory, Culture and Research in Design (Centro T&C Design) of the School of Design of the Minas Gerais State University (ED-UEMG).

| REALIZAÇÃO *Realization*

ESCOLA DE
DESIGN



ISDi Instituto
Superior
de Diseño

Centro de Estudos, Teoria,
Cultura e Pesquisa em Design

| APOIO *Support*

ESCOLA DE
DESIGN



Programa de Pós-Graduação
em Design



FADECIT.
FUNDAÇÃO DE APOIO E DESENVOLVIMENTO
DA EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
MINAS GERAIS

ISBN 978-856257863-2



9 788562 578632