

Carolina Ganem
Natalia Daher

Medioambiente, cultura material y diseño:

escenarios posibles a partir del análisis
de lo mimético y lo inédito en diseño

El objetivo es comprender las relaciones que articulan la producción de la cultura material y su impacto en el mundo que nos rodea. De allí, surge la hipótesis de que toda producción del hombre porta en forma tácita o explícita referentes culturales (inéditos o miméticos). En una primera instancia se reflexiona desde el punto de vista antropológico acerca de la cultura y nuestra vivencia de los objetos cotidianos. En una segunda instancia, se explora desde el punto de vista del diseño la relación con lo inédito y mimético en cultura. Finalmente, se proponen escenarios posibles que permitan prolongar el tiempo que se mantienen en uso los objetos en atención al cuidado del medioambiente.

PALABRAS CLAVE: MEDIOAMBIENTE, DISEÑO, INÉDITO, MIMÉTICO.

Environment, material culture and design: possible scenarios in mimetic and unprecedented design analyses

The objective is to understand the relationships that articulate material culture production and its impact in the surrounding world. The hypothesis is that all human production carries in a tacit or explicit manner cultural references (unprecedented or mimetic). First of all an anthropological consideration about culture and our experience with everyday objects is done. After that, the relationship between unprecedented and mimetic in culture is explored from design point of view. Finally, possible scenarios that could lengthen the time of use of objects regarding environmental care are proposed.

KEYWORDS: ENVIRONMENT, DESIGN, UNPRECEDENTED, MIMETIC.

Introducción

“El australopiteco ha sido el primero entre todos los seres aparecidos en este planeta que, moviéndose en un mundo de cosas que le eran extrañas, en cierto modo ha mirado en forma nueva un objeto, y lo ha interpretado como un instrumento. Ha hecho de él una prolongación de sus posibilidades naturales, le ha conferido una función, le ha imprimido una dirección. El australopiteco había encontrado una piedra y había inventado un arma. Por un momento había sabido ver la piedra aislada de su contexto natural, la había despojado de su naturaleza de piedra, la había integrado a un proyecto suyo propio; en sus manos la piedra se había convertido en un objeto artificial arrancado de la naturaleza circundante y llevado a otro orden; y a la vez la naturaleza había aumentado en algo, se había enriquecido con una nueva posibilidad. El australopiteco era, entonces, un hombre”. (Eco, U. et al. 1962: 11)

La Cultura Material se ocupa del análisis e interpretación de las ideas generatrices, de las acciones y de las producciones de los hombres que conforman el hábitat humano a través del tiempo y de sus recepciones individuales y socio-culturales, tanto en el aspecto utilitario como significativo y simbólico.

Dentro de estas producciones, podemos decir que el diseño es una manifestación cultural compleja: no es mera técnica, ni mera función, ni mera forma. El diseño es, además, una expresión de cada inspiración, de cada circunstancia, de cada época, de cada lugar, de cada cultura.

Conferimos una carga simbólica y significativa a los objetos que nos rodean más allá de su materialidad, por lo tanto podemos hablar de “idea de naturaleza” y de “idea de sociedad” siempre como una construcción cultural. Todo bien cultural, material o inmaterial es tal porque porta un sentido compartido por toda una comunidad, una significación de alcance social.

Asimismo, no puede haber significación posible sin un cierto grado de codificación que permita registrarla. Para vivir la cultura, disfrutarla o comprenderla, ponemos en acción una serie compleja de paradigmas o códigos, es decir, en la cultura hay reglas: la cultura misma es un sistema de reglas.

“El hombre, producto del universo, procede de sus leyes y ha creído leerlas; las ha formulado y erigido en un sistema coherente, estado de conocimiento racional sobre el que puede actuar, inventar y producir.” (Le Corbusier, 1962: 20).

Por lo tanto, las reglas que generan, dan origen y confieren permanencia o no a los objetos y mensajes que componen nuestra cultura material, son culturales en el sentido más profundo y radical del término.

Sólo es posible crear dentro del marco de una estructura cultural. Todo nuevo diseño va a encontrarse inserto en el conjunto de diseños e inventos previos que constituyen la cultura material. Para Fernando Martín Juez (2008):

“Un diseño puede ser original o la reproducción de un antecedente; puede ser exclusivo o de uso común, ejemplar único o numeroso; puede estar inspirado en un tema de la naturaleza o surgir de la mente de su creador y la comunidad a la que pertenece; puede gustarnos o no, ser adecuado o inútil complicado o sencillo, accesible o inalcanzable, especial para unos y común para otros. Como sea, un objeto siempre será la expresión legítima de un modo de vivir y de ver el mundo. [...] El objeto no es sólo materia

tangible o una forma más de manifestación física de la cultura; el diseño es también una creencia: un modo de vinculación intangible entre los miembros de la comunidad, entre sus deseos, su pasado y sus proyectos comunes”. (p.15)

Lo cierto es que los espacios que se habitan, los objetos que se manejan y consumen y los mensajes que se articulan, intercambian e interpretan, constituyen el todo indisociable sobre el que se escenifica la actividad humana, y ese es el amplio escenario de intervención del diseño.

La importancia del estudio de los objetos radica tanto en apreciar lo ilimitado en cuanto a la capacidad creadora del hombre, como en rescatar el rol indiscutible del diseño en la formación de la cultura actual. Si se comprende la cultura material, con una posición amplia y valorativa, se estará mejor capacitado para continuar el legado cultural del diseño.

Si la relación del hombre con la cultura es de carácter biunívoco, la relación del hombre con los objetos también lo es. No existen diseños creados por el hombre que no provengan y apunten a la cultura y no existe cultura en una sociedad sin producciones materiales significativas para el hombre.

Por los motivos expuestos, el objetivo de este trabajo se centra en comprender las relaciones que articulan la producción de la cultura material y su impacto en el mundo que nos rodea. De allí, surge la hipótesis de que toda producción del hombre porta en forma tácita o explícita referentes culturales (inéditos o miméticos).

Reflexiones desde el punto de vista antropológico acerca de la cultura y nuestra vivencia de los objetos cotidianos

Al estar inserto en la cultura, el hombre, no puede dejar de entender las cosas con referencia a otras, interrelacionadas en un sistema cultural. La manera en que unos elementos de este sistema han sido retenidos y otros excluidos permite concebir el sistema local como un conjunto de elecciones significativas, compatibles o incompatibles con otras elecciones, para cada sociedad o para cada período de su desarrollo.

Por lo tanto, toda aprehensión del mundo es artificial porque se produce en el seno de una cultura. La manera de interpretar la realidad se estructura a partir de experiencias pasadas, de conocimientos previos, de nuestras expectativas y estado de ánimo, entre otras muchas variables que afectan la percepción. El mundo que nos rodea depende de nuestra mirada que no puede dejar de contextualizarse en un sistema de espacio-tiempo. Una misma persona puede comprender un suceso de manera diversa en relación con el momento en el que lo percibe.

Para Paul Watzlawick (1981) “la presunta realidad exterior, objetiva y establecida, es abordada siempre con ciertos supuestos fundamentales que nosotros tenemos por aspectos *objetivos* de la realidad cuando en verdad son solo las consecuencias de nuestro modo de buscar la realidad”. En el mismo sentido, Judah Schwartz (1997) plantea que mientras aprehendemos la naturaleza por medio de nuestras percepciones, la comprendemos por medio de los conceptos y modelos explicativos que construimos con ellas.

Las representaciones de la realidad que elaboramos están apoyadas en codificaciones socialmente convalidadas que permiten la comunicación. Aprendemos a leer de acuerdo a ellas y a los valores que portan, y los *naturalizamos*, los hacemos propios, a tal punto que nos resulta difícil reconocerlos. Dichas representaciones están compuestas por una selección de aspectos que le resultan relevantes a ese individuo, y que en el conjunto de la sociedad constituyen el imaginario cultural colectivo de la misma.

De esta forma, puede afirmarse que toda producción del hombre porta en forma tácita o explícita referentes culturales.

Lo mimético y lo inédito como referentes culturales

La vida cotidiana, tal vez por obvia, no llama la atención hacia uno de los rasgos más elocuentes y conmovedores de lo humano: la convivencia continua e ininterrumpida con los objetos y la intrincada red de vínculos que con ellos establecemos.

Cualquier objeto, independientemente de su dimensión y número de componentes, puede ser comprendido sencillamente como un conjunto de áreas de pautas (Martín Juez, F., 2008: p15), que nos indican un propósito y prescriben una relación. Estas áreas de pautas establecen siempre arquetipos (modelos naturales y culturales) y metáforas.

Es necesario plantear ahora, cómo son los bienes culturales, materiales o inmateriales que el hombre crea. ¿Existe lo inédito en diseño? ¿Podemos plantear la innovación como pura creación humana? ¿Puede la imaginación, como construcción cultural, desligarse de la idea de naturaleza y las estructuras sociales a las que pertenece el diseñador?

El filósofo Immanuel Kant (1775), al referirse a “la imaginación como creadora de otra naturaleza a partir de la materia que la verdadera le provee” (p.372), termina implicando el concepto de imitación. (Cotofleac, 2009: p.1)

Asimismo, Michel Foucault (1975) sostiene que “la semejanza ha desarrollado un papel constructivo en el saber de la cultura occidental”. Dicha semejanza o mimesis debe entenderse como un concepto amplio, como guía para la interpretación simbólica de la cultura.

La norma más extendida, antigua y persistente, adoptada como canon en la creación y fruición del arte ha sido la *mimesis*, la imitación artística en primera instancia de fenómenos naturales, luego de procesos de la naturaleza, y más tarde de sentimientos y conceptos. En cualquier caso es un hecho que la norma-referente, pese a que ha ido evolucionando históricamente, se ha mostrado indispensable. Es sabido que las cosas ya conocidas proporcionan placer.

“Este *volver a ver* da cuerpo a las precogniciones, al imaginario de formas y colores, de símbolos y de asociaciones que ya teníamos *in mente*, ya que esta última no es una tabla rasa, sino justamente un *depósito* diversamente articulado”. (De Fusco, R. 2008: p.34)

Asimismo, es innegable que lo inédito también comporta una especie de placer y, especialmente en diseño, no existe proyecto que no prefigure algo inédito, que no intente dar respuesta a algo nuevo.

Si bien lo mimético, históricamente en el arte, ha sido mejor aceptado, en las disciplinas proyectuales lo inédito ha sido lo más deseado.

El diseño surge a partir de necesidades verificables o sentidas; estas necesidades han ido y van mutando a lo largo del tiempo y de cultura en cultura. El diseño intenta satisfacer estas nuevas necesidades y por lo tanto prefigura objetos o mensajes nuevos. Sin embargo el conocimiento previo que poseemos de nuestro entorno nos permite la resolución más adecuada de problemas a través de la inspiración en lo que nos ofrece por un lado la cultura y por otro lado la naturaleza.

La mixtura de lo mimético y de lo inédito en diseño se da cuando el proyectista utiliza formas o capacidades especiales de ciertos organismos naturales y/o artificiales para desarrollar proyectos novedosos. O cuando rescata hechos culturales relevantes y los adapta, por su capacidad comunicacional, a nuevos mensajes. Es patrimonio de la observación aguda del diseñador encontrar estas situaciones que satisfagan necesidades específicas actuales y conformen un todo original. (Ver Figuras 1 y 2).



Figura 1: Patas de rana / Fuente: Strathmore Papers (2000)



Figura 2: Bolsa de dormir / Fuente: Strathmore Papers (2000)

Para entender mejor la problemática de la semejanza en el diseño, se analizan dos grandes categorías miméticas que pueden concentrar la mayoría de los casos: la Mímesis por referente externo y la Mímesis por referente interno.

Siendo el diseño una producción cultural, cuando el mismo presenta una referencia evidente en la “idea de naturaleza” es cuando hablamos de mimesis por referente externo.

“El diseño halla en la naturaleza su materia: Los colores son dados antes de ser utilizados, y el vocabulario atestigua su carácter derivado hasta en la designación de los más sutiles matices: azul nocturno o azul petróleo; verde agua, verde jade; amarillo paja, amarillo limón; rojo cereza, etc. Dicho de otra manera no existen colores más que porque hay seres y objetos coloreados antes, y solo por abstracción pueden despegarse los colores de esos sustratos y tratarlos como términos de un sistema separado. Sin duda la cultura descubre a veces colores que no cree haberse apropiado de la naturaleza. Más justo fuera decir que los re-descubre, por ser la naturaleza desde ese punto de vista de una riqueza verdaderamente inextinguible”. (Lévi Strauss, C. 1964: p.28)

La inspiración también se encuentra en lo que Lévi Strauss (2012) denomina *experiencias listas*. Estas son situaciones de la vida cotidiana presentes en toda cultura

que funcionan de antecedente. Cuando objetos de una categoría merceológica son inspiración para objetos de otra categoría es cuando el referente externo es cultural. La cultura busca dentro del propio reservorio para encontrar algo inédito.

Por otro lado, el referente interno se remite cuando constituye estadios de la evolución de una determinada categoría de objeto. De acuerdo con De Fusco (2008):

“El automóvil, en sus primeros modelos, está concebido como un carruaje al que solo le faltan los caballos, pero no el recuerdo de las distintas tipologías, la bombilla “imita” la bujía, de la que conserva el nombre que indica su potencia”.

Para algunos autores, la invención de nuevos diseños solo se explica a través del desarrollo de objetos muy simples hacia aquellos más complejos, de manera que todo diseño podría explicarse a través de su desarrollo retrospectivo. La mimesis interna es claramente visible cuando el objeto presenta un componente histórico y muchas veces porta (ya sea en cuanto a lo funcional, estético o simbólico) la idea del objeto anterior que le dio origen. La relación se da mediante un vínculo con el objeto precedente más similar al sucesivo.

Escenarios posibles en atención al cuidado del medioambiente.

Un punto de partida para un camino que lleve a una relación positiva entre el hombre y su medioambiente, puede ser el de una reflexión actualizada sobre el significado del término “hacer”.

“El hombre proyecta y produce porque hacerlo forma parte de su naturaleza. [...] Todo lo que el hombre ha hecho, el proyectar y producir de generación en generación, las transformaciones generadas por esta actividad, la progresiva artificialización del ambiente derivado de ello, son consecuencias naturales de esta particularidad de la especie *Homo sapiens*. [...] El hombre posee otra particularidad: la de construir un sistema de significados en cuyo interior se sitúa la propia existencia y por lo tanto también su “hacer””. (Manzini, 1992: p.74).

Desde este punto de vista, se establece desde el “hacer” una relación entre lo inédito y lo mimético en diseño: en forma más o menos evidente, los referentes miméticos sostienen las nuevas producciones.

Ezio Manzini (1991) propone lo que parece un juego de palabras, pero que en realidad pone en evidencia la relación de la cultura en el “hacer” del diseño con los aportes desde y hacia la naturaleza, y por ende, en relación con el cuidado del medio ambiente:

“Desde siempre el hombre ha dirigido su mirada hacia la naturaleza para obtener imágenes, metáforas y analogías susceptibles de ser transferidas a su cultura [...], Intentemos ahora considerar la misma frase intercambiando los términos «naturaleza» y «cultura». El resultado es una nueva frase cuyos contenidos son también ampliamente compatibles: desde siempre el hombre ha dirigido su mirada hacia la naturaleza proyectando en ella imágenes, metáforas y analogías que emergían de la expresión artística y de la investigación filosófica”. (p.101)

A partir de pautas conocidas (mimético), al mirar distinto en el proceso del “hacer”, es posible encontrar soluciones proyectuales inéditas hacia el cuidado del medioambiente. De acuerdo con Thomas W. Higginson (1900) “La originalidad consiste sencillamente en mirar las cosas con ojos diferentes”. (Strathmore Papers, 2000: p.1)

En este sentido, y a partir de lo conocido, es que se plantea un nuevo escenario de reflexión: incorporar la cuarta dimensión del tiempo al análisis de la producción del hombre. Mientras más tiempo un objeto se encuentre en uso, más justificada habrá sido su existencia.

El rol del diseñador en este aspecto estará centrado en ofrecer producciones que satisfagan los tres aspectos del diseño: funcional, estético y simbólico. El objeto resultante debería provocar una empatía tal en ese usuario singular que lo hagan entrañable y casi indispensable. De esta forma, desde el diseño, se contribuirá a prolongar la permanencia en uso de los objetos en el tiempo y se evitará que dichas producciones sean rápidamente reemplazadas por la siguiente.

Dicha permanencia en el tiempo de un objeto cuyas cualidades profundas así lo permitan es un nuevo camino, una nueva mirada al racional enunciado de “menos es más”. Un objeto bueno vale entonces por muchos que no respondan desde el diseño a sus funciones esenciales. De esta forma no solo se atenderá al cuidado del medioambiente, sino también a la calidad de nuestra cultura material.

Conclusiones

En el presente trabajo se ha realizado un desarrollo teórico para comprender las relaciones que articulan la producción de la cultura material y su impacto en el mundo que nos rodea. Se ha demostrado que toda producción del hombre porta en forma tácita o explícita referentes culturales (inéditos o miméticos). Toda innovación, todo objeto nuevo porta algún tipo de referente interno o externo debido al propio ser del hombre. Por ese mismo motivo, las cosas ya conocidas proporcionan placer. Esta combinación de referentes, que puede llegar a varios estratos de complejidad y enriquecer así aún más la producción del hombre, está presente y es necesario que así sea en todas sus creaciones.

Por lo tanto, podemos concluir que el trabajo profundo sobre referentes culturales, como es el caso de lo inédito y lo mimético, fortalece la comprensión de las relaciones entre medioambiente, cultura material y diseño. Permite una nueva mirada a algo conocido. Lleva a reflexionar acerca del rol del diseñador y del impacto positivo (o no) que puede tener su producción en la sociedad y en el mundo que nos rodea.

El trabajo que se presenta se enmarca dentro del desarrollo del Proyecto Interno de Investigación de la FAD financiado por la SECTYP “Medioambiente, cultura material y diseño en la Era del Antropoceno”, en desarrollo durante los años 2013 y 2014.

Bibliografía

- COTOFLEAC, V. (2009). Kant. Arquitectura y mímesis. *A Parte Rei* nº 63. SERBAL.
- DE FUSCO, R. (2008). *El placer del arte. Comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño*. Barcelona: G.G.
- ECO, U.; ZORZOLI, G. B. (1962). Traducción R. Pentinalli. *Historia ilustrada de los inventos*. Buenos Aires: Compañía General Editora.
- FOUCAULT, M. (1975). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI. (14va Edición en español, 2006).
- KANT, I. (1975). *La crítica del juicio*. México: Editora Nacional.
- LE CORBUSIER, C. (1962). *La ciudad del futuro*. Buenos Aires: Editorial Infinito.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1964). *Mitológicas I. Lo crudo y lo cocido*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica. Traducción J. Almela. (3era. edición en español, 1982).
- LÉVI-STRAUSS, C. (2012). *La antropología frente a los problemas de mundo moderno*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- MANZINI, E. (1992). *Artefactos*. Buenos Aires: Celeste Ediciones.
- MANZINI, E. (1991). Physis y diseño. Interacciones entre naturaleza y cultura. *Revista Temas de Diseño*. Barcelona: ELISAVA Escola Superior de Disseny. Universitat Pompeu Fabra N° 5. Pp. 107-117.
- MARTÍN JUEZ, F. (2008). *Contribuciones para una antropología del diseño*. México: Gedisa.
- SCHWARTZ, J. (1997). *The right size byte: reflections of an educational software designer*. New York: Oxford University Press.
- Strathmore Papers (2000) *Original?*
- WATZLAWICK, P. (1981). *La realidad inventada*. Barcelona: Gedisa.

Carolina Ganem

Doctora Arquitecta por la ETSA Barcelona – Universidad Politécnica de Cataluña. Es Profesora Titular de la asignatura Introducción a la Cultura Material en la FAD–UNCUYO e Investigadora Adjunta del CONICET. Es miembro de la Comisión Directiva de la Asociación de Energías Renovables y Ambiente – ASADES. Tiene numerosas publicaciones en revistas nacionales e internacionales con referato y participa regularmente en congresos nacionales e internacionales con referato. Ha ejercido y ejerce el cargo de Investigadora principal de varios proyectos financiados por el FONCYT (ANPCYT) y por la SECTYP (UNCUYO). Dirigió entre 2013 y 2014 el Proyecto Interno de la FAD financiado por la SECTYP (UNCUYO): “Medioambiente, cultura material y diseño en la Era del Antropoceno”.

Natalia Daher

Diseñadora Industrial con Especialidad Gráfica egresada de la UNCUYO. Es Ayudante de Primera de la asignatura Introducción a la Cultura Material en la FAD–UNCUYO y dirige su propio Estudio de Diseño con importantes firmas en su cartera de clientes y participa regularmente en congresos nacionales e internacionales con referato. Es investigadora en formación y actualmente co-dirigió entre 2013 y 2014 el Proyecto Interno de la FAD financiado por la SECTYP (UNCUYO): “Medioambiente, cultura material y diseño en la Era del Antropoceno”.