

## **Apuntes para desarrollar una concepción filosófica del Diseño en Cuba.**

### **Lic. Betty Rodríguez Quevedo**

El Diseño ha sido identificado, según el libro de Flusser "Filosofía del diseño" como conspiración malévolamente en su concepción. En la sociedad moderna la producción material se concibe más racionalmente en función de la economía, la producción y la sociedad, lo cual ha generado a su vez, irracionalidad. La escuela de Frankfurt ha hecho estudios sobre la industria cultural y en ésta no escapa el diseño y las formas de alienación que se desprenden de su propia producción material y espiritual. Mas en Cuba se concibe esta actividad con objetivos sociales des-alienantes y en función de un desarrollo sostenible.

El presente trabajo se plantea realizar entonces un análisis teórico de las ideas que se desprenden de la producción industria cultural-diseño, y fundamentar cómo en nuestro país se concibe un diseño des-alienante en función del hombre y su relación bioética.

Para la elaboración del presente ensayo fue necesaria la utilización de teorías de poder y de hegemonía, trabajadas por los filósofos Michael Foucault y Antonio Gramsci. Y para los temas de Industria Cultural, textos de Theodor Adorno y Walter Benjamín. Además se utilizó el método sintético-analítico donde se reúnen racionalmente varios elementos dispersos en una nueva totalidad y el hipotético-deductivo de la Escuela Francesa de los Annales. También fue importante la observación de la moda cubana y la entrevista a sujetos portadores de la misma.

Palabras claves: filosofía, industria-cultural, alienación.

## **Notes for a philosophical conception about the Design in Cuba.**

### **Betty Rodríguez Quevedo**

The Design has been identified, according to Flusser's book "Philosophy of Design as a malevolent conspiracy in its conception. In modern society the material production is thought more rationally in terms of economy, production and society, which is, at the same time, irrational. The school of Frankfurt has studied the cultural industry. The design and the forms of alienation that come from the material and spiritual production are not out of that one. In Cuba however this is created and absorbed with-in the context of the social objectives and is focused on a sustainable development and a theoretical analysis of the ideas that come from the production of the design-cultural industry, In our country these kinds of designs are created for the human beings and their bio-ethical relationship. This paper's aim is to address some of these ideals and notions.

Key words: philosophy, cultural-industry, alienation.

La historia de la humanidad está matizada por el diseño, aun cuando este no existiera como profesión. El hombre ha trabajado su entorno y a él mismo, ofreciendo distintas visualidades según su época y grado de desarrollo. Ya a partir del siglo XX con un mayor dominio del entorno natural, de los recursos y las ideas, se gestó un saber científico, tecnológico, artístico, etcétera, que permitieron al hombre crear objetos no sólo desde una producción material que siempre existió, sino además desde una producción espiritual. El nacimiento del diseño, el pensar y el hacer, ofrecieron nuevos retos a la sociedad. El sentido racional de la producción caracterizó desde entonces a la sociedad contemporánea.

Muchas veces la profesión del diseño se ha comparado con la artística, pues en su momento algunos filósofos como Platón y Aristóteles creyeron que la producción de objetos de uso era compatible con la creación artística.<sup>1</sup> Más el arte asume el rol de satisfacción espiritual, y no de satisfacción de necesidades concretas, de “usos”. De la fusión de los principios forma y materia, surgieron los objetos; la forma sólo se hacía concreta con la materia y he aquí la idea del diseño: la concreción material de una forma pensada.<sup>2</sup> Se podría decir que el arte también lo es, pero éste guarda para sí el aura del cual hablara Walter Benjamín, su exclusividad espiritual.

Sin embargo, para el filósofo de la Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno, la Industria Cultural es la transformación de obras de arte en objetos al servicio de la comodidad. Y teniendo en cuenta su funcionalidad, se podría decir que su pilar fundamental es el diseño. Benjamín y Adorno asumen que la autonomía de las obras de arte se vio sumida a la Industria Cultural, a la producción de mercancías que también requirieron individualidad, exclusividad.

La propia originalidad de los objetos –aun producidos en masa- connota seguridad, confianza. Y esto viene dado en tanto el producto además de ser funcional, es portador de atributos ideológicos, valorativos. Poseer un teléfono móvil “Galaxi 5” no solo te provee de un medio para la comunicación, sino de un *status* basado en un mejor diseño, más sofisticado y obviamente más caro.

De ahí se puede derivar en los problemas éticos de la durabilidad y la intencionalidad de determinados productos, que es el soporte de la Industria Cultural. Según Adorno esta se encamina a la acumulación de productos triviales, o simple acaparamiento de bienes materiales, lejos de crear objetos para mejorar la calidad de vida de las sociedades. De hecho, Jean Baudrillard especifica cómo los objetos industriales llegan a ser el resultado de un “orden económico de producción, el cual, aunque produzca sin cesar, no puede sino producir objetos fragilizados, disfuncionales en parte, condenados a una muerte rápida, que de tal manera laboran por su destrucción al mismo tiempo que por su producción”.<sup>3</sup>

Para Theodor Adorno lo que publicita la Industria Cultural refuerza la explotación del YO, con su concentración de poder, donde se imponen los esquemas de pensar y hacer. Este pensamiento marxista había sido ya antes explicado por los fundadores de esta corriente cuando describen la actividad humana y su relación sujeto-objeto. Aquí

el producto (objeto subjetivo), se adueña del sujeto (objetivo) y he ahí una de las mayores manifestaciones de la alienación humana.

Mas todo producto es diseñado por el propio hombre, y por lo tanto el diseñador se convierte, según Vilem Flusser en:

"conspirador malicioso" que hace uso de "máquinas" (mecanismos) para engañar; engañar a la naturaleza, ya que las formas (ideas) se desfiguran, es decir se transforman.

Por lo tanto el diseño se convierte en el puente o lugar medio donde el arte (pensamiento valorativo) y la técnica (pensamiento científico) se unen dando lugar a la nueva cultura. Y esta nueva cultura consiste en convertirnos mediante engaños en artistas libres. Esto concluye en que todo depende del diseño.<sup>4</sup>

Y si todo depende del diseño y su concepción malévola, ¿dónde queda el sentido de la responsabilidad con la sociedad? Este juicio está dado también por el escenario en el que se mueve el mundo hoy con la globalización, la producción y el consumo acelerado, donde existe una intencionalidad en el hacer del diseñador. Mas esta disciplina no se engloba en un único Diseño, pues como existen variedad de países, así se aparecen tipos y problemas de Diseño.

En el artículo "Diseño. El objeto de la profesión", los MsC. Milvia Pérez y Sergio Luis Peña, proponen cuatro categorías descriptivas: los Problemas Profesionales, las Esferas de Actuación Profesional, los Modos de Actuación Profesional y los Campos de Acción Profesional.<sup>5</sup> Algunos de ellos varían según los países y por ello resulta importante conocer cuáles son los objetivos de éstos en Cuba.

Los autores del artículo mencionado se refieren a Los Problemas Profesionales como: Diseñar productos de Comunicación Visual, Diseñar productos Industriales, Evaluar, Investigar y Gestionar. Estos últimos dan una idea de cómo el diseño ha superado la simplicidad de mera elaboración de artículos, o habilidades plásticas, para indagar en problemáticas visuales a través de la investigación y la optimización del conocimiento estético. El diseño constituye, según Norberto Chávez, "una práctica heterogénea, una profesión plural en la que se conjuntan variantes técnicas, metodológicas, culturales y estilísticas".<sup>6</sup>

Uno de los objetos de la profesión que más importante resulta analizar es el de las Esferas de Actuación Profesional del Diseño, pues de ahí parte el discurso teórico sobre el cual se incide en la sociedad. A continuación se analizará cada una de estas esferas atendiendo lo explicado por los MsC. Milvia Pérez y Sergio L. Peña, y abordando el tema a partir de elementos teóricos.

La primera de las seis esferas es la *Esfera espacio*. Ésta según refieren los autores, está vinculada a los espacios interiores como los domésticos, sociales, laborales, hospitalarios, culturales, comerciales, etcétera. En Cuba, aunque no existen grandes industrias, aparece un sinnúmero de influencias estéticas expandidas por la Industria Cultural, y nuevas formas de asimilar estas tendencias llevadas al espacio cubano,

con sus peculiaridades y recursos disponibles. En el libro *Industria Cultural: de la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*, Jesús María Aguirre ofrece un concepto un tanto diferente al de Adorno sobre la Industria Cultural. Este declara que es “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y deslinda, finalmente, con una función de reproducción ideológica y social”.<sup>7</sup>

Entonces la creación de espacios se mueve también a partir de un trabajo creativo que dice y no sólo es función estética. Muchos errores se cometieron en la antigua U.R.S.S. precisamente desde el punto de vista del propio diseño. Hay quienes han llegado a decir que en la guerra de productos que formó parte de la Guerra Fría, la antigua Unión Soviética perdió no por el valor de uso de sus mercancías, sino por su mal acabado. Y es que marxismo tradicional vio en la separación teoría-praxis, el pensar y el hacer, la clave de la enajenación. Por lo tanto el arte debía estar en función de la actividad práctica, supeditada a ella. Es por ello que Adorno –pensador marxista– se opone tanto a la estética realista como a la idea del creador comprometido como único medio para asumir la responsabilidad social.

En los códigos actuales y no tan presentes, la imagen vende y actúa directamente en la psiquis humana. La creación de espacios sí debe aceptar entonces las nuevas tendencias, colores y modelos para los espacios interiores, siempre y cuando estos cumplan a su vez con una responsabilidad bioética. La comodidad también es fuente segura para el trabajo no alienante y sí responsable y creativo. Por supuesto, para que esto ocurra debe estar acompañado del desarrollo teórico del cual hablara Norberto Chávez.

Otra de las esferas de actuación profesional es la *Esfera Objeto*. En ella, según los autores, se centran:

proyectos relacionados con los productos que permiten al hombre realizar funciones como extensiones de sí mismo, artefactos que apoyan, facilitan y mejoran la calidad de vida, artículos de uso personal y social, de baja, media y alta complejidad técnica y con escala igual o menor que el ser humano.<sup>8</sup>

Aquí entra el vestuario, los juguetes, el mobiliario, los objetos decorativos, utilitarios, entre otros. En la ponencia *Las relaciones de poder en la moda producida o reproducida en Cuba*, se abordó el tema de cómo las prendas de vestir, al colocar imágenes, también son portadoras de mensajes muchas veces foráneos. Las subjetividades expresadas en la moda reorientan la acción del hombre. Los hace vulnerable ante una Industria Cultural que busca minimizar al YO y hacerlo objeto del producto. Las consecuencias derivadas del mercado, consisten principalmente, en que las personas no tienen a los objetos –sean útiles o decorativos–, sino que en la lógica de esta industria, son los objetos quienes tienen a las personas.

Por ello el diseñador en Cuba, además de poseer las habilidades comunes a todos los trabajadores de este campo como son detectar necesidades, evaluar la demanda y la

oferta, etcétera, -cuando se habla de consumo- se debe tener en cuenta que “hay que considerar todo lo relativo a la interacción del hombre con el producto para satisfacer sus necesidades, el entorno, las características físicas y ambientales en las que funcionará y los componentes que derivan de las particularidades socio-culturales del usuario y el contexto”.<sup>9</sup> Esto último muy importante en el caso cubano en tanto se busca un diseño por el bien social, para satisfacer las demandas necesarias y prioritarias en los campos de salud, educación, entre otros, que lejos de potenciar la alienación del hombre, busque la correspondencia con el desarrollo sostenible.

Para lograr esto es de suma importancia el desempeño del diseñador desde una postura ética donde imbrique en su quehacer los principios de *Humanismo, Economía y Sustentabilidad*.<sup>10</sup>

Las otras esferas de actuación: *Esfera Digital, Esfera Gráfica y Esfera Audiovisual*, se pueden analizar desde una misma concepción teórica en tanto su objetivo principal es comunicar. Pero, ¿comunicar qué? “El proceso de diseño no inicia en la búsqueda de una solución gráfica, al contrario, en muchos casos culmina en ella. En ocasiones ni siquiera es necesario realizar un producto tangible, sino cognitivo”.<sup>11</sup>

La Industria Cultural también emite mensajes, se sirve de los medios para inculcar el deseo en las masas, los patrones de vida, los usos y costumbres. Justamente ahí se encuentra uno de los medios más eficaces para transmitir ideología. En los espacios públicos se constituyen escenarios de grupos cívicos que no solo modelan un cartel, sino reproducen la mentalidad de lo expuesto, en las relaciones sociales cotidianas. El qué tener, cómo vivir, cómo actuar, va moldeando un “sentido común”, que Gramsci entendió como conciencia cotidiana, espontánea del mundo popular tradicional, propia del hombre medio, que se caracteriza por “el consumo acrítico de residuos de múltiples culturas y por tanto, un instrumento de dominación para el grupo hegemónico”.<sup>12</sup>

Para Michael Foucault -filósofo francés-, el poder no es sólo aquel que se implementa desde el Estado formal, de manera global y totalizadora, sino es sobre todo, un entramado estratégico que penetra en los entresijos de las diferentes estructuras sociales para condicionar al individuo. El poder no se lleva a cabo de una forma vertical desde una pirámide estatal jerarquizada, sino se constituye a lo largo de todo el tejido social, actuando como “conductor de conductas”.

De esta manera, los medios de comunicación: los carteles, gráficos y tipográficos, el sonido, la imagen en movimiento, la televisión, la publicidad, en fin, todos los medios masivos de comunicación, al actuar sin coacción y mediante elementos subliminales, producen subjetividades, y por tanto actúan directamente sobre el individuo, lo dirigen y orientan su acción.

Es por ello que hace falta el desarrollo teórico en los diseñadores, como mencionaba N. Chávez, pues se requiere de un profesional del diseño con elevada capacidad analítica y conciencia de trabajo interdisciplinaria. Por tal razón, entre los *Modos de Actuación Profesional del Diseño*, los autores del texto “Diseño. El objeto de la profesión”, mencionan: Diseñar, Evaluar, Investigar y Gestionar.

Sobre el Modo de actuación *Investigar* vale hacer una pausa en tanto ha sido quizás el menos aprehendido en el mundo de esta disciplina, sobre todo porque el objetivo principal siempre será Diseñar. Mas ya se ha ido tomando conciencia de su premura y en Cuba se habla de la necesidad de sistematizar conocimientos para generar una teoría de la profesión. Y es que los modelos se hacen precisamente para efectuar y comprender mejor las tareas concretas –el diseñar en sí-. Aunque parezca abstracto, siempre será un medio para la concreción.

Hacer una teoría del diseño es tarea bien compleja, implica la científicidad o no de la profesión, pero no cabe dudas que para llegar a soluciones perfectas o perfectibles, hace falta un “cómo”, una sistematización de métodos, comportamientos contextuales y lecturas interdisciplinarias, el manejo de las teorías de las ciencias sociales, para así construir un discurso propio y teórico del Diseño en Cuba.

### **Conclusiones**

El Diseño visto en la modernidad como creador de ilusiones y malicioso en su concepción alienante, sobre todo con la Industria Cultural, pasa por una serie de perspectivas que difiere según sus propósitos. Al realizarse en la Universidad del Diseño en Cuba un Objeto de la Profesión, se marcan las bases para comenzar a indagar y crear paulatinamente una teoría de la disciplina partiendo del conocimiento previo tanto en esta área profesional, como en las ciencias sociales.

Entender las dinámicas y el funcionamiento de las relaciones de poder que ejerce la Industria Cultural es una manera de contrarrestar los posibles efectos de tan compleja situación. Subvertir el orden es posible porque estas estrategias hegemónicas han actuado en espacios de la sociedad que pueden ser reversibles si se plantean objetivos sociales des-alienantes y en función de un desarrollo sostenible.

---

## Notas

<sup>1</sup> Ramírez, José Luis: “La teoría del diseño y el diseño de la teoría”, en *Astrágalo*, no. 6, abril 1997, p. 11.

<sup>2</sup> *Ibidem.*, p. 12.

<sup>3</sup> Jiménez Narváez, Luz María. Apuntes para una filosofía del diseño. En <http://www.apuntesparaunafilosofiadeldiseño/pdf>.

<sup>4</sup> Flusser, Vilem. ¿Sabes qué es?: Síntesis “Filosofía del diseño”. En <http://www.sabesquees.blogspot.com>

<sup>5</sup> Pérez, Milvia y Sergio L. Peña: “Diseño. El objeto de la profesión”, en *A3manos*, No. 1, 2015.

<sup>6</sup> <http://teoría-diseño.blogspot.com/2009/enfoques-constructivismo-vs-conductismo.html>

<sup>7</sup> Romero González, Elvira: “El concepto de la industria cultural de Theodor Adorno”, en <http://www.elvira-romero-el-concepto-de-la-industria-cultural.blogspot.com>

<sup>8</sup> Pérez, Milvia y Sergio L. Peña. Ob., cit., p. 14.

<sup>9</sup> *Ibidem.*, p. 18.

<sup>10</sup> En el artículo “Diseño. El objeto de la profesión”, los autores se refieren con Humanismo a considerar los acontecimientos políticos, económicos y sociales y actuar en correspondencia con ellos desde una postura ética. Con respecto a la Economía se refieren a la optimización de recursos y no por el mero hecho de ahorrar en el diseño, sino por la entrega de un producto de larga vida y no con obsolescencia programada. Por su lado la Sostenibilidad abarcaría la postura frente al medio ambiente, el satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las del futuro. Ver más en: *Ibidem.*, p. 19.

<sup>11</sup> <http://teoría-diseño.blogspot.com/2009/enfoques-constructivismo-vs-conductismo.html>

<sup>12</sup> Moreno Aragón, Jorge. *La Hegemonía Compartida: estrategia alternativa de consenso desde los espacios públicos para la comunicación del bien común*. Ponencia presentada en el Primer encuentro Regional Centroamericano de FELAFACS Sociedad, Democracia y Derecho a la Información.

## Bibliografía

Bonsiepe, G. *Las Siete Columnas del Diseño*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2000.

Flusser, Vilem. ¿Sabes qué es?: Síntesis “Filosofía del diseño”. En <http://www.sabesquees.blogspot.com>

Jiménez Narváez, Luz María. Apuntes para una filosofía del diseño. En <http://www.apuntesparaunafilosofiadeldiseño/pdf>.

Montaña J. Moll, I., *La gestión del Diseño en la empresa*. Fundación COTEC. Madrid, 2008.

Pérez, Milvia y Sergio L. Peña: “Diseño. El objeto de la profesión”, en *A3manos*, No. 1, 2015.

Moreno Aragón, Jorge. *La Hegemonía Compartida: estrategia alternativa de consenso desde los espacios públicos para la comunicación del bien común*. Ponencia presentada en el Primer encuentro Regional Centroamericano de FELAFACS Sociedad, Democracia y Derecho a la Información.

---

Ramírez, José Luis: “La teoría del diseño y el diseño de la teoría”, en *Astrágalo*, no. 6, abril 1997, p. 11.

Romero González, Elvira: “El concepto de la industria cultural de Theodor Adorno”, en <http://www.elvira-romero-el-concepto-de-la-industria-cultural.blogspot.com>