

CULTURA, SOCIEDAD Y DISEÑO... TAN COTIDIANO COMO SENTARSE

Laura de Miguel Álvarez
Silvia Nuere Menéndez-Pidal



CULTURA, SOCIEDAD Y DISEÑO...TAN COTIDIANO COMO SENTARSE***CULTURE, SOCIETY AND DESIGN ...AS USUAL AS SITTING***

Autoras:

Laura de Miguel Álvarez
Universidad Internacional de la Rioja.
laura.demiguel@unir.net

Silvia Nuere Menéndez-Pidal
Universidad Politécnica de Madrid
silvia.nuere@upm.es

Sumario: 1. Introducción. 2. Cultura, sociedad y diseño, en definitiva... la misma cosa. 2.1. Sociedad. Individuo. Cultura. 2.2. Deseo. Individuo. Emoción. 3. Diseño y cotidianeidad: Visibilizar la realidad. 3.1. Vida. Función. Utilidad. 3.2. Diseño. Experiencia. Recuerdo y Conciencia. 4. Reflexión final (conclusiones). Índice de referencias visuales. Bibliografía.

Citación: De Miguel Álvarez, L., Nuere Menéndez-Pidal, S.(2018). Cultura, Sociedad y Diseño...tan cotidiano como sentarse. *Revista Sonda: Investigación en Artes y Letras*, nº 7, pp. 139-152.

CULTURA, SOCIEDAD Y DISEÑO... TAN COTIDIANO COMO SENTARSE

CULTURE, SOCIETY AND DESIGN ...AS USUAL AS SITTING

Laura de Miguel Álvarez · Silvia Nuere Menéndez-Pidal

Universidad Internacional de la Rioja · Universidad Politécnica de Madrid
laura.demiguel@unir.net / dibujo.csdmm@upm.es · silvia.nuere@upm.es

Resumen

El diseño y la cultura son dos conceptos que han ido avanzando de la mano a lo largo de la historia; el diseño como esa capacidad que tiene el ser humano para idear y realizar aquellos objetos que le hacen la vida más agradable y la cultura como ese lugar de encuentro entre seres humanos, escenario perfecto para buscar sinergias y avanzar.

La sociedad, marco de referencia donde las acciones toman forma, condiciona y moldea a las personas, que, si bien anhelan una identidad propia, se ven continuamente condicionados por el Otro entrando una y otra vez en procesos de imitación.

Y finalmente, la silla, elemento esencial de nuestra cultura, nos ilustra en cada momento el discurso haciendo referencia a nuestras inquietudes, anhelos, acciones en consonancia constantemente con las acciones cotidianas del ser humano. La silla, ese elemento que facilita la actitud de parar, descansar y reflexionar, supone también en una dimensión metafórica, la socialización, la soledad, el trabajo, en definitiva, el eje principal que reúne nuestro pasado, presente y futuro. Y en este texto es el hilo conductor que evidencia en imágenes la relación entre la Cultura, la Sociedad y el Diseño.

Abstract

Design and culture are two concepts that have been advancing hand in hand throughout history; the design as that capacity that the human being has to devise and realize those objects that make life more pleasant and the culture as that place of encounter between human beings, perfect scenario to look for

synergies and advance.

Society, a frame of reference where actions take shape, conditions and molds people, who, while yearning for their own identity, are continually conditioned by the Other, entering again and again into processes of imitation. And finally, the chair, an essential element of our culture, illustrates in each moment the speech making reference to our concerns, desires, actions in constant consonance with the daily actions of the human being.

The chair, that element that facilitates the attitude of stopping, resting and reflecting, also assumes a metaphorical dimension, socialization, loneliness, and work, in short, the main axis that brings together our past, present and future. And in this text the chair is the common thread that shows in images the relationship between Culture, Society and Design.

Palabras clave: Diseño, Cultura, Sociedad.

Key Words: Design, Culture, Society.

1. INTRODUCCIÓN

Nuestra historia como colegas de profesión comenzó hace más de 10 años en una asignatura compartida por tres profesores, Dibujo del natural, que se impartía para arquitectos. Y la vida nos ha traído hasta hoy (Fig.1):

Laura de Miguel en la ESIT (Escuela Superior de



Figura 1.

Ingeniería y Tecnología) de la UNIR (Universidad Internacional de la Rioja) y en el CSDMM (Centro Superior de Diseño de Moda) de la UPM (Universidad Politécnica de Madrid), manteniendo su espíritu inquieto por muchos temas de interés como son la educación, las relaciones personales, el arte, la creatividad, etc. Y Silvia Nuere, profesora titular de la UPM en la Escuela de Ingeniería y Diseño Industrial (ETSIDI). Imparte docencia en diferentes áreas de conocimiento (bellas artes, arquitectura y diseño industrial) buscando siempre la unión y sinergias entre ambas.

2. CULTURA, SOCIEDAD Y DISEÑO, EN DEFINITIVA... LA MISMA COSA

La silla, elemento fundamental de la actividad humana y que a lo largo de los años ha ido cobrando diferentes valores, discursos e intereses por aquello que nos preocupa en cada momento, supone el objeto que hemos elegido para ilustrar los diferentes conceptos que se presentan en este texto. Aunque nuestra intención no es que sólo los ilustre, sino que también los complete.

Reflexionando sobre los conceptos Diseño y Cultura, es fácil llegar a la conclusión de que forman parte de un todo, llegando incluso a poder ser valorados como la misma cosa. Basándonos en la definición que la RAE aporta sobre “cosa” (Fig.2):

1. f. Lo que tiene entidad, ya sea corporal o espiritual, natural o artificial, concreta, abstracta o virtual. Trataremos ahora de poner sobre la mesa cuestiones

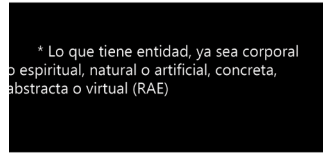


Figura 2.

que, seguro que todos sabemos, pero sobre las que pocas veces nos paramos a pensar los académicos.

2.1. Sociedad. Individuo. Cultura

El ser humano forma parte de una sociedad con la que actúa e interactúa. En este sentido son importantes los conceptos de área cultural, institución, identidad y procesos de imitación. Una sociedad ES en un tiempo y en un espacio. Y tiene una gran capacidad adaptativa gracias a su evolución continua, pero el conjunto incide en el individuo en dos niveles: domesticándolo y reprimiendo sus instintos.

El artista chino Ai Weiwei (2013), reclama su cultura en contra de la invasión de las costumbres occidentales. Su instalación hace referencia al uso de las sillas occidentales que se están imponiendo frente a los tradicionales taburetes chinos (Fig.3).

Es sencillo aceptar la idea de que la cultura humana



Figura 3.



Figura 4.

es consecuencia del sistema nervioso del ser humano. Sistema nervioso como extensión de aquellas contradicciones propias de la interior de nuestro cráneo y que son resultado a la vez de nuestra herencia social, sentimientos y actitudes que plasmanos por las conductas bajo las cuales vivimos cultural o individualmente.

El artista Ali Gulec (2013) dice sobre su obra, basada eminentemente en ilustraciones y fotomontajes de cráneos, que “a la gente le gustan mis cráneos porque representan las contradicciones entre la vida y la muerte”. Es tal vez esta una de las máximas paradojas de nuestro interior a partir de la que giran muchas de nuestras aspiraciones, contradicciones y anhelos (“en el momento en el que naces empiezas a morir”, “Ser el más rico del cementerio”, *Carpe Diem*, etc.).

El individuo y la sociedad mantienen una relación muy estrecha (Fig.5), aunque son entes independientes, pero no podemos olvidar que la cultura, reflejo de una sociedad, está impregnada de los conocimientos de ésta. Así han de enfrentarse por fuerza los procesos evolutivos del individuo y de la cultura



Figura 5.



Figura 6.

(motivaciones, sentimientos, personalidades...)

El ser humano finalmente puede ser juzgado por lo que hace, lo que posee y cómo lo utiliza. Por medio de estos elementos el sujeto adquiere una identidad, que, si bien no es exactamente o realmente la que posee por naturaleza, es aquella con la que le gustaría identificarse y ser identificado.

Como se aprecia en la figura 6, el cuerpo del hombre intenta adaptarse al espacio que le rodea, a los objetos que crea, a fin de fundirse con ellos, pues necesita esa auto identificación con aquello que posee o desea.

La Cultura proporciona al individuo: aspiración a la felicidad “egoísta” y el anhelo a fundirse con los demás.

A través de personajes conocidos se crean tentaciones que nos provocan un anhelo de asemejarse a una personalidad concreta (Fig.7).

El individuo y la sociedad debían ser considerados como dos personalidades diferentes que actuaban el



Figura 7.



Figura 8.

uno sobre el otro (efecto de causalidad doble). En los estudios de Kardiner (1975), el “yo” aparecía entonces como la suma total de todos los procesos adaptativos, como frontera entre el exterior y el interior y su función principal era la de adaptarse al mundo social vivido.

Para Kardiner, que estudió psiquiatría y psicoanálisis, especializándose en las relaciones entre cultura y personalidad, conocer una cultura era extraer los sentidos de las informaciones sobre las prácticas, creencias y costumbres englobándolas como un todo (Fig.8).

Antes se daba preferencia a unos aspectos culturales que primaban sobre todos los demás, donde cualquier objeto añadido no era otra cosa que un dife-

renciador de clases, hoy, cualquier objeto, cualquier detalle por mínimo que sea sirve para calificar y caracterizar una sociedad, un grupo o incluso, y cada vez más, un individuo.

Incluso estamos en un momento en el que estos valores se ponen en entredicho por el movimiento de la educación disruptiva y la necesidad de adaptar la base de una sociedad (cultura), a como es dicha educación, a lo que ES dicha sociedad (Fig.9 y Fig.10). Si desde nuestro punto de vista se está llevando por los terrenos adecuados esta reivindicación, o no, no es el foco sobre el que queremos debatir en esta ocasión. Pero al menos, creemos que merece la pena enunciarlo.

Dorfles (1974), crítico de arte, pintor y filósofo italiano especializado también en psiquiatría, tenía razón entonces al decir que la crítica de la cultura de masas (Fig.11) no debía conducir a perder de vista aquéllas (éstas) nuevas fuerzas humanas, estéticamente y moralmente creadoras, cuya alegría de



Figura 9.



Figura 10.



Figura 11.

vivir y cuya nostalgia estallan por entre las redes del convencionalismo atestiguando la existencia de tensiones y pulsiones profundas bajo la cubierta de la civilización mecanizada y estandarizada.

2.2. Deseo. Individuo. Emoción

La escisión entre los valores individuales y colectivos, entre moral y ética social, es uno de los aspectos más inquietantes de la crisis del hombre contemporáneo. Al concluir el debate sobre la cultura dividida, Preti (1974), filósofo italiano, planteaba que la



Figura 12.



Figura 13.

cultura ya no debía limitarse a “explicar al mundo” (Fig.12), si no que se debería limitar a cambiarlo (Fig.13).

Gaudin (1990) hablaba de una sociedad holística a la que se refería Dumont donde cada miembro existe solidariamente con los otros, como parte y no como un todo. Pero el progreso técnico va asegurando al individuo, poco a poco, el control de la naturaleza, provocando un movimiento de emancipación del individuo hacia un imparable potencial de innovación y dinamismo (Fig.14).



Figura 14.

Laura de Miguel Álvarez · Silvia Nuere Menéndez-Pidal



Figura 15.

En este panorama, en el que el pulso del deseo del cambio está presente en todas las acciones en las que la sociedad se expresa con aparente libertad, la difusión de los avances y de la ciencia difunden un pálido reflejo de la cultura creadora.

Desde sus orígenes el ser humano ha buscado dominar la naturaleza y utilizarla en su beneficio, proceso que ha sido posible gracias al avance tecnológico, convirtiendo las materias primas en objetos de uso cotidiano. El hombre sueña con mejorar su situación (Fig.15) y a través de sus inventos se adapta a su entorno, pues gracias a esta posibilidad entiende el mundo y lo intenta mejorar para adaptar el entorno a sus deseos (Fig.16)

Los cambios que provoca la aparición de nuevos materiales, de nuevos procedimientos de fabricación, nuevas maneras de entender la accesibilidad de los usuarios que se convierten cada vez más en auténticos expertos, es lo que da paso a los diseñadores a actuar en cada campo de especialización del Diseño. El ingeniero deja paso al diseñador vien-



Figura 16.

do que su patrimonio del saber se va alejando hacia otras especialidades encaminadas al alcance del producto final

3. DISEÑO Y COTIDIANEIDAD: VISIBILIZAR UNA REALIDAD

En definitiva, parece que hemos de considerar al diseño como un aspecto esencial en el mundo moderno ya que ésta es una de las características de lo humano.

Como afirma John Heskett (2005), en su libro “El diseño en la vida cotidiana”, el diseño es la capacidad humana para dar forma a nuestro entorno, para servir a nuestras necesidades y dar sentido a nuestras vidas.

Pero, como ya sabemos, necesitar algo puede provocar una dependencia al individuo que, si no es tomada en cuenta y, sobre todo, con medida, nos puede conducir a establecer una relación tóxica con el objeto que resuelve la necesidad y que, irremedia-



Figura 17.

blemente, nos puede generar nuevas necesidades y así recursivamente (Fig.17).

3.1. Vida. Función. Utilidad

El Diseño no sólo representa la realidad de nuestro presente, pues a menudo viaja en el tiempo para reinterpretarnos en un plano más emocional y sensible. Incluso dentro de su universo creativo, a menudo se recogen modas y/o tendencias para dar respuesta a una demanda que tenga la sociedad, que en muchos casos está relacionada con un sentimiento de anhelo, añoranza, melancolía de un tiempo pasado, que tal vez pudo ser mejor. Sin embargo, en algunos aspectos, ese resurgir del pasado hipotéticamente puede tener su origen en que pensemos que se nos está yendo de las manos la transformación digital, lo que a veces provoca cierto sentimiento de añoranza e, incluso, melancolía.

En la Figura 18 vemos el equipo del estudio de Charles y Ray Eames. En ella se muestran varias formas de sentarse, o no sentarse. Varias formas de ESTAR. Esto puede ser, de nuevo, la metáfora de cómo cada uno vivimos ese anhelo del pasado y su relación con nuestro presente. Hay muchas personas que miran constantemente al pasado y, otras en cambio, que no lo hacen “ni para coger carrerilla”.

De lo que no cabe duda es de que el tiempo es una variable que en asuntos de diseño provoca serios cambios en la mirada de los individuos y/o de la sociedad en su conjunto. Mirada que muchas veces avala el éxito de un diseño, como el caso de La silla Eames que es un diseño que tiene más de 50 años y su funcionalidad y comodidad siguen intactas.



Figura 18.



Figura 19.

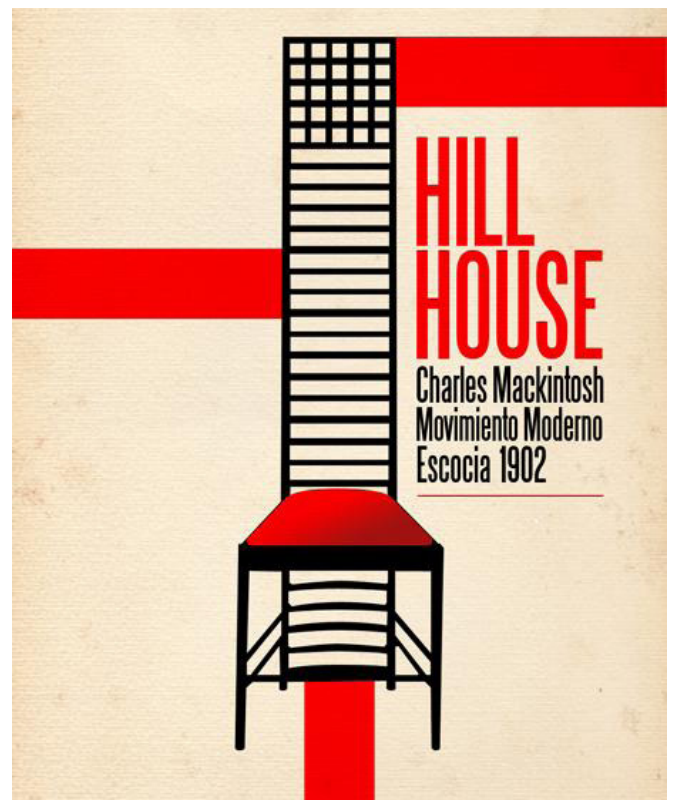


Figura 20.



Figura 21.

Para lidiar con esa dependencia, culturalmente, en un pasado (por el S.XVIII), se fueron generando remedios (Fig.19), para paliar el impacto de posesión y funcionalidad de las soluciones que a través del mundo del diseño se iban generando, tratando de dar cobertura a nuestras necesidades (Fig.20) y, a la vez, no permitiéndoles traspasar la barrera de su propia utilidad y acabar “corrompiendo” su esencia convirtiéndose en objetos de culto y deleite ornamental (Fig. 21).

El diseño, entre otras cosas, buscaba y busca la satisfacción bien material, bien emocional del ser humano. Pero, a lo largo de la historia, el diseño ha ido sumando nuevas tendencias a las ya existentes a lo largo del tiempo y nosotros lo hemos ido adaptando a los cambios que como sociedad hemos ido experimentando (Fig.22).

En el Siglo XX se generó un profundo cuerpo teórico sobre el diseño, considerando tanto el arte como la artesanía, valga citar la Bauhaus (1919-1933).



Figura 22.

Precisamente, con la intención de acercar y relacionar los procesos de generación de proyectos en áreas como la arquitectura, la artesanía, el arte y el diseño, la Bauhaus trató de liberar de la “arrogancia” que dividía a artesanos y a artistas para empezar a construir juntos. Pero aún así, algunas de sus influencias con el ejemplo que tenemos en la imagen de la Figura 21, muestran que se seguía manteniendo cierto halo de elitismo en el diseño al que solo unos pocos podían acceder, más allá de ser ese objeto de culto del que hemos hablado anteriormente.

Las nuevas tecnologías han ido marcando un antes y un después en el avance hacia los productos personalizados (Fig.23 y Fig.24). Productos basados en la conducta de los usuarios, pero siempre considerándolos como un grupo al que dirigir el diseño. El significado de los objetos, los valores precisos que se les asignan, suele variar considerablemente entre las distintas culturas. Esto plantea importantes cuestiones sobre cómo éstas desarrollan pautas de conducta que se codifican como reglas o normas, en la medida en que cada cultura expresa los valores con su propio estilo.

El diseño ahora se adapta, pero siempre el usuario se ha adaptado al diseño o ha forzado su adaptación. Sólo era cuestión de tiempo que llegase la aceptación inevitable de estandarizar dicho engranaje.

Valorando la cultura, que también engloba al Di-



Figura 23.



Figura 25.



Figura 24.



Figura 26.

seño, ésta se sitúa como la constructora de potenciales valores funcionales, que facilita la vida de las personas. Pero habrá que esperar hasta un presente cercano para darnos cuenta de que, ya desde antaño, la funcionalidad y comodidad eran aspectos relevantes que tomar en serio en el diseño, por ejemplo, de productos (Fig.25 y Fig.26).

3.2. Diseño. Experiencia. Recuerdo y Conciencia

El concepto de Diseño Centrado en el Usuario (DCU o UCD del inglés User Centered Design) surgió en una publicación que recopilaba diferentes artículos. Se trata de un concepto orientado sobre todo al sistema de diseños informáticos donde se busca que el diseño responda a las necesidades reales de sus usuarios finales.

Otro término a tener en cuenta en este sentido es la usabilidad como cualidad de los productos para ser más sencillos en su manejo.

La cuestión es que hoy no se trata en primera instancia de diseñar lo que la marca desea poner a la venta, si no, primero entender las necesidades y los intereses del usuario para realizar productos entendibles, utilizables para que sean usables y SENCILLOS para los individuos, tratando de que no se conviertan en una ironía en sí mismos (Fig.27).

Los productos deben ser agradables y se necesita satisfacer aspectos de ingeniería, fabricación y ergonomía,

para poner la atención en el total de la experiencia, lo que significa la estética de la forma y la cualidad de la interacción.

Como el ejemplo de la figura 28, aunque visualmente parezca algo incómodo de usar, la interacción y usabilidad de estos productos se impone, incluso, a la estética (que en primera instancia generaría rechazo).

El objetivo del DCU es mejorar el entendimiento de las personas sobre lo que se puede hacer. La interacción conduce hacia principios de psicología, diseño, arte y emoción; y, en este sentido, el diseño de experiencia es la práctica de diseñar productos, procesos, servicios, eventos y entornos con el foco puesto en la calidad y disfrute de una experiencia total.

Con la Figura 29, queremos hacer un guiño de nuevo hacia la capacidad de comunicación y de proyección empática (por decirlo de algún modo) que tienen los objetos, aportando un mensaje directo al corazón de los espectadores si relacionan su apariencia con su esencia. Como por ejemplo en la figura 29, una silla gigante colocada en Ginebra, que es un monumento que simboliza el rechazo de las minas antipersona y las bombas de racimo. Este mensaje puede ser entendido gracias a la empatía que provoca la simbiosis que hoy en día necesitamos tener con los objetos cotidianos (parecido a lo que sucede cuando nos referimos a los teléfonos



Figura 27.



Figura 28.



Figura 29.

móviles en cuanto a la batería: estoy sin batería...no tengo cobertura, refiriéndonos al estado de dichos objetos en primera persona).

4. REFLEXIÓN FINAL (CONCLUSIONES)

Si partimos de la idea de que diseñamos mayoritariamente para el ser humano, tengamos pues en cuenta otros aspectos tan necesarios como imprescindibles, que son aquéllos relacionados con la economía, la sociología, la psicología o la estética. No es únicamente una cuestión de uso, de funcionalidad,

si no, una cuestión de sensaciones tanto a nivel individual como también a nivel grupal, puesto que el ser humano forma parte de un grupo integrado en una sociedad a la que pertenece y con un bagaje cultural que le condiciona. No sólo se diseñan objetos, con ellos se diseñan emociones (Fig.30).

Recuperar los valores individuales, propios y singulares a alcanzar en todas las áreas de Diseño es, y a modo de metáfora, como el diseño reponsivo, aquél que en las interfaces multiplataformas se adapta al dispositivo y al uso y al manejo que el usuario vaya a hacer de una app.

En este sentido, se habla mucho del diseño de Experiencia de Usuario (User Experience), pero varios colegas del ámbito nos comentan siempre que la experiencia no se diseña, pero sí los mecanismos que la pueden provocar.

Por eso el diseño ha de tener en cuenta factores de satisfacción, interacción y usabilidad para provocar una experiencia memorable, ya que no siempre vamos a estar en condiciones de poder pasar por alto la incomodidad de una silla con un tamaño inapropiado, aunque, como queda claro, suficiente para estar SENTADOS (Fig.31).



Figura 30.

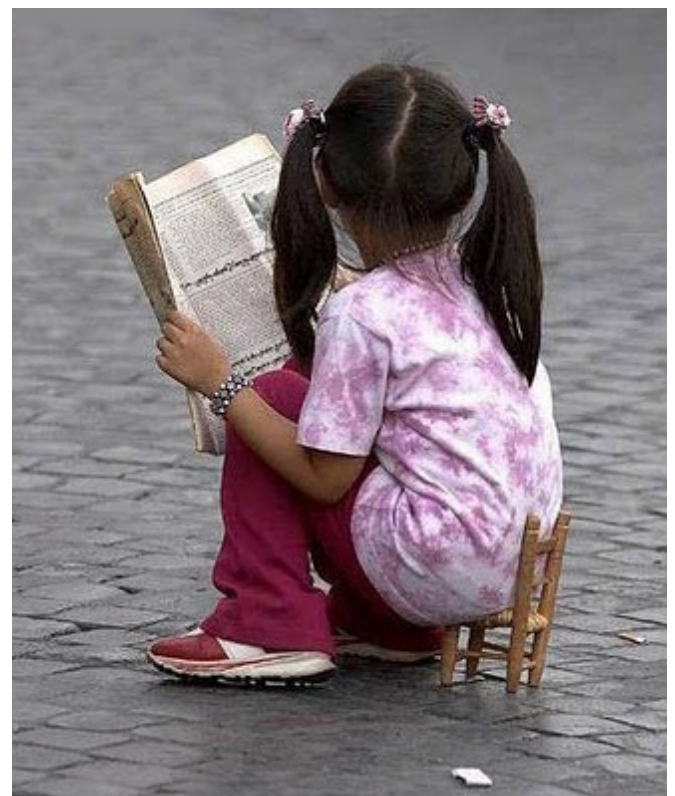


Figura 31.

ÍNDICE DE REFERENCIAS VISUALES

Figura 01: 2018, Portada: Presentación visual de las autoras. Elaboración propia.

Figura 02: 2018, Apoyo visual al texto. Elaboración propia.

Figura 03: Weiwei, 2013, Instalación Bang. Recuperado en <http://arte-actual.blogspot.com/2013/>

Figura 04: Gule, 2013, Obra Calaveras. Recuperado en <https://imged.es/aluminio-dibond-room-skull-ali-gulec-19617435.html>

Figura 05: Ferrer, 2015, Obra Ironías sobre la evolución de las especies. Recuperado en <https://www.lanimbofabrique.com/producto/un-desayuno-para-dar-forma-a-los-suenos/>

Figura 06: Munari, McLean, Spinoza, 2014, Photoperformances. Recuperado en <http://www.leopoldlambert.net/2014/12/04/for-an-ethics-of-the-viscous-body-too-much-magazine-2014/>

Figura 07: 1972, Frame película Cabaret. Recuperado en <http://mickou.info/121212-liza-minnelli-cabaret-chair.html>

Figura 08: 1859, Silla Thonet. Recuperado en <https://decoracion.tendencias.com/carpinteria/la-silla-thonet-el-primer-mueble-de-diseno-industrial>

Figura 09: Fotografía del Salón Antigua Escuela de Ciencias Químicas. Recuperado en <http://patrona-tofq.org.mx/antecedentes/>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Dorfles, G. (1974). *Las oscilaciones del gusto*. Barcelona: Lumen.

Freud, S. (1988). *El Malestar en la cultura*. Madrid: Alianza.

Gaudin, T. (1990). *2100 Récit du prochain siècle*. Paris: Payot.

Hassan-Montero, Y. y Ortega-Santamaría, S. (2009). *Informe APEI sobre Usabilidad*. Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información.

Heskett, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona: Gustavo Gili.

Kardiner, A. (1975). *El individuo y su sociedad. La psicodinámica de la organización Social primitiva*. Méjico: Fondo de cultura Económica.

Norman, D. (2013). *The Design of everyday things*. New York: Basic Books.

Preti, G. (1974). *Retórica e Lógica. Le due culture*. Torino: Einaudi.

Sánchez, J. (2011). *En busca del Diseño Centrado en el Usuario (DCU): definiciones, técnicas y una propuesta*. En: *No Solo Usabilidad*, nº 10, 2011.