

AUTOPOIESIS

DISEÑO DE UNA PERMEABILIDAD SELECTIVA



AUTOR (ES)

Carlos Andrés Martínez Jáuregui

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

CARRERA DISEÑO INDUSTRIAL

BOGOTÁ

2012

AUTOPOIESIS

DISEÑO DE UNA PERMEABILIDAD SELECTIVA



AUTOR (ES)

Carlos Andrés Martínez Jáuregui

Presentado para optar al título de diseñador industrial

DIRECTOR (ES)

Carlos Otálora

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

CARRERA DISEÑO INDUSTRIAL

BOGOTÁ

2012

Artículo 23 de la Resolución N° 13 de Julio de 1946.

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velará por qué no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y por que las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

ÍNDICE

RESUMEN	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
JUSTIFICACIÓN	18
ESTADO DEL ARTE	20
MARCO TEÓRICO	
1.LO REAL NO SE DA SIN LA VIRTUALIDAD DE LAS IMÁGENES MENTALES	23
1.1 <i>El cuerpo ya no cabe en su propio cuerpo</i>	26
1.2 <i>Cuerpos Fragmentados</i>	30
2.NEURONAS ESPEJO – REFLEJO IMPERFECTO	31
HIPOTESIS	34
OBJETIVOS	35
ENFOQUE METODOLÓGICO	36
METODOLOGIA	37
BIBLIOGRAFIA	40
ANEXOS	41

RESUMEN

En el presente proyecto se desarrolla el problema de la ortopedia social entendida esta como la coacción hacia el individuo que se evidencia en la sociedad contemporánea a partir de las restricciones del deseo en el cuerpo, mediante la imposición de una forma ideológica capitalista que busca la negación constante del cuerpo y la masificación de los individuos; se propone una ruta de escape a partir del diseño de una indumentaria que reivindica la esencia del cuerpo y del ser; con el fin de ampliar la comunicación entre unos y otros a partir de una configuración interna dejando en segundo plano las imposiciones creadas por carcasas exteriores que cohiben el hacer humano. Replanteando la concepción de belleza y la forma de interacción para llegar a un nuevo tipo de realidad que ha sido negada desde lo artificial.

"El cuerpo humano entra en un mecanismo de poder que lo explora, lo desarticula y lo recompone. Una "anatomía política", que es igualmente una "mecánica del poder" está naciendo; define cómo se puede hacer presa en el cuerpo de los demás, no simplemente para que ellos hagan lo que se desea, sino para que operen como quiere, con las técnicas, según la rapidez y la eficacia que se determina. La disciplina fabrica así cuerpos sometidos y ejercitados, cuerpos 'dóciles'".

Michel Foucault

Vigilar y Castigar

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según la génesis somos seres sin rastro, sin lugar sin ningún don en particular, con el fin de encontrarse a uno mismo, ser su propio escultor, y forjarse a la forma que uno prefiera. Plástico, modelable, inacabado, versátil, el ser humano se ha configurado de maneras diversas a través de las historias y las geografías. Pero han sido las sociedades basadas en la economía capitalista desarrolladas en el mundo occidental durante los últimos tres siglos las que inventaron la gama más amplia de técnicas para modelar cuerpos y subjetividades.

Así que vivimos en una ciudad ajustada de forma precisa a los seres humanos, el edificio, la calle, el automóvil, la ropa, la comida. Cada uno de esos elementos gira narcisamente alrededor de nosotros. Se desconoce casi por completo el estado natural de la materia, siempre transformándola y procesándola, llegando a una artificialidad casi absoluta, todo lo que nos rodea está manipulado por el mismo ser humano. Creamos artefactos para moldear el mundo a nuestro provecho, tenemos que procesar todo lo complejo, todo lo que no es humano, lo modificamos a nuestra forma, la otredad de la materia nos atemoriza, nos saca de nuestra zona de confort, nos hace sentir humanos.

Por lo tanto habitamos un mundo completamente sesgado y manipulado por la humanidad, el hombre con poder. Estamos condicionados a vivir esta

artificialidad, estamos bajo un analgésico ideológico que con el tiempo tiene que aumentar su dosis. Cuanto más masivamente se difunde en más inoperante se convierte. Se necesita exagerar constantemente la dosis y la presentación, por lo tanto las herramientas del consumo y la publicidad se convierten en un virus en constante mutación que se resiste a los intentos de acabarlo, siempre encuentra la manera de invadir nuestro organismo individual y social. (Foucault, 1979)

A este propósito basta con recordar los diversos excesos del nazismo, no solo en los hechos documentados posteriormente, sino a partir del nacimiento del mismo estado fascista y el estallido de la guerra, la configuración ideológica del estado totalitario alemán se puede evidenciar en la propaganda política y la publicidad en pro de esta ideología en la película de 1936 *El triunfo de la Voluntad* de Leni Riefenstall, película de propaganda política que muestra constantemente el apego de las masas hacia el partido Nacional Socialista.

Aquí se evidencia lo ya mencionado respecto a la capacidad de las ideologías, y específicamente de la ideología del consumo que penetra de forma eficiente los grupos que la interiorizan inconscientemente hasta ser completamente absorbido por la masa carente de racionalidad a causa de dicha ideología.

En este sentido a partir de la masificación del consumo se deriva también la construcción de una realidad ficticia o virtual creada para las masas irracionales; estamos en un gran concurso de Tele realidad donde se nos generan una gran cantidad de situaciones artificiales, con unas reglas de juego

impuestas según las conveniencias del sistema, con un objetivo subjetivo y efímero, donde se nos exige mantener una audiencia, un rating. (Bauman, 2005) Esto puede ser ejemplificado a partir de la película del director Peter Weir *The Truman Show*, donde esta situación es llevada al extremo enfatizando la necesidad de conservar los roles que se espera sean cumplidos por cada individuo, dándole la ilusión a cada uno de que su actuar en la sociedad hace parte de un gran engranaje, rueda dentada, y que sin sus acciones correctas este engranaje se detendría, entonces cada día se nos enseña y se nos hace crear nuevos éxitos con los que no sabemos qué hacer, metas dudosas compuestas por carreras de obstáculos infinitas, donde la única forma de parar es la muerte misma. (Foucault, 1990)

Así la interiorización y aceptación de la ideología del consumo, no solo se basa en la masificación del individuo, sino que también en la creación de un destino y un lugar inamovible para todos los seres humanos. Todo se encuentra ya predeterminado con el fin de otorgar cierta comodidad y evitar que estos continúe expandiéndose y evolucionando como un virus que se rehúsa a morir

Es entonces a partir de esta artificialidad mencionada que surge la pregunta de ¿Cómo adaptarnos al mundo para que nos configuremos como auto constructores de nuestra propia realidad a partir de la interioridad de nuestro propio cuerpo?

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiene una serie de características específicas que le otorgan una relevancia especial. Se desarrollará a partir de la corriente estética, la cual en este caso implica una ruta de diseño construida a partir de la reflexividad. En este sentido este proyecto permite generar conciencia y detenerse frente a una realidad que se mueve de forma veloz y revisar el sistema que se considera como correcto, permanente e inamovible; así que se generan múltiples campos de acción para el diseño a partir de una concepción del mundo en movimiento y constante cambio. Otorgándole a la interioridad de los individuos y las sociedades un espacio más relevante en contraposición a la exterioridad en la que se vienen desarrollando las diferentes disciplinas del conocimiento.

En este sentido se reivindica el cuerpo físico humano como el único mecanismo que poseemos para conocer el mundo ya que no existe ningún método para disgregar la conciencia humana del cuerpo, nacemos y morimos con él. Las ciudades contemporáneas que habitamos están omitiendo la gran importancia expuesta anteriormente y lo están introduciendo en una carcasa artificial que lo limita y sesga el conocimiento que podemos tener unos de otros.

La indumentaria concebida como el conjunto de elementos que protegen y adornan la corporeidad humana; ha sido configurada tradicionalmente como algo externo que cubre el organismo; en este proyecto se quiere plantear una

idea inversa a la mencionada, en la cual a partir del cuerpo humano se crea la indumentaria como una extensión más verídica y significativa de este a partir de la interioridad misma y no el exterior *ortopedizante*, siendo el cuerpo humano el creador de su propia forma de protección sin necesidad de recurrir a elementos moldeados por lo foráneo.

ESTADO DEL ARTE

Se está generando una macro tendencia a nivel mundial, *Living Design*; que fue propuesta por la WGSN que es una red global de investigación que estudia el comportamiento global cultural para pronosticar tendencias en diversas categorías de producto. Esta macro tendencia consiste en la reformulación de la rigidez de los objetos así como el cambio del lenguaje para que sea cada vez más humano y cercano a los individuos, dándoles vida propia mediante la adquisición de características animales y humanas; explorando desde la ciencia el potencial global entre las especies y su relación con la tecnología.



Hafsteinn juliussón, *growing-jewelry*, 2010

Imagen tomada del sitio: www.hafsteinnjuliussón.com/growing-jewelry/

En el marco del Living Design existe una rama llamada *Wonder Lab* que se constituye como la mezcla de la ciencia con el diseño. Está configurado por tres ramas. La primera consiste en La ciencia del lujo, en la cual la ciencia se convierte en inspiración y herramienta para el desarrollo de productos

convirtiéndose en una nueva frontera del lujo. En segundo lugar está la inspiración corporal en la cual la ciencia médica permite a creativos y diseñadores explorar el cuerpo humano y descubrir su belleza en lo menos esperado. Por último se encuentra la Bio psicodelia en donde la ciencia y la creatividad se combinan para crear una nueva estética basada en la ciencia ficción y las formas que se encuentran en toda la configuración biológica de los seres.

En este contexto se encuentra Lucy Mc Rae, una artista y diseñadora australiana, que a partir de su fascinación con el cuerpo y su formación como bailarina creó una profesión única, *Arquitecta del Cuerpo*; en la cual el cuerpo humano es convertido en lienzo en donde se crean proyectos que unifican el mundo de la escultura, la arquitectura, la ciencia y el diseño para manipular la estructura natural del cuerpo creando nuevas formas anatómicas.

El cuerpo humano se convierte entonces en un punto de confluencia de distintos mundos, con lo cual se crean nuevos cuerpos imperfectos, a través de un realismo visceral que se ha convertido en su insignia.

Un ejemplo de uno de sus proyectos es *Swallowable parfum*, que consiste en una capsula cosmética que le permite a la piel humana expulsar una esencia genéticamente única que revela quiénes somos y como construimos nuestras identidades. Cuando la cápsula ha sido absorbida la piel se convierte en un atomizador. Una segunda piel biológicamente mejorada se sintetiza

directamente desde procesos naturales del cuerpo, redefiniendo el rol de la piel.

La potencia de la esencia emanada depende de cada individuo, el clima en el que se encuentra, el estrés, el ejercicio o la excitación sexual. Este proyecto se desarrolla en un marco científico en el cual el cuerpo es considerado como la frontera final en el avance tecnológico y donde se intenta llegar a un estado de armonía natural recogiendo las formas de comunicación animales y la individualidad. (Rae, 2011)



Lucy Mcrae, *Swallowable Parfum - A new cycle of evolution*, 2011

Imagen tomada del sitio: <http://www.lucymcrae.net/>

MARCO TEÓRICO

1. LO REAL NO SE DA SIN LA VIRTUALIDAD DE LAS IMÁGENES MENTALES

La sociedad en que vivimos moldea el deseo y lo hace artificial a fin de quitarle la individualidad a los sujetos y de ese modo normalizar las poblaciones; se busca tener un control social y así volverlo también un blanco de la producción, sacar provecho de este marketing y unirnos en el sistema de producción en la gran fábrica que habitamos. Nos generan patrones casi inevitables de evadir, y estamos en un constante intento y búsqueda de esa idealización establecida. (Foucault)

Hoy el dominio de lo real está invadido por el culto al performance y al elemento publicitario con el fin de introducir productos lisos, eficaces y perfectos que modifican la percepción. Nos dirigimos hacia un darwinismo de la imagen: las más sofisticadas y las más "performantes" amenazan a las otras, a las que pasan por "subdesarrolladas", entonces se genera una lucha de fuerzas en el campo de las imágenes, donde las más exclusivas se empiezan degradar frente a la perpetua evolución de las percepciones de la imagen y la transformación de la exclusividad de las mismas, como lo que ocurre con la Mona Lisa de Leonardo Da Vinci que en un principio se encontraba relegada a las alas dominantes del arte, considerada como un elemento de exclusividad, pero que con el tiempo sin dejar de lado su

importancia para la historia del arte, ha mutado de diferentes formas y ha adquirido nuevos significados.

Somos seres virtualizados, siempre buscando la manera de salir de nuestro cuerpo, y estar en múltiples planos. La televisión, el internet, el celular entre otros, son herramientas creadas por el hombre y para el hombre, para poder hacernos salir de una primera "realidad" colectiva ya creada, y llegar a otro estado de realidad, igual de manipulada y cruda, pero con la facultad de que nunca es la misma, siempre transformándose y seduciéndonos. Otra manera de percepción, así la gente que mira la misma emisión de televisión, por ejemplo, comparte el mismo gran ojo colectivo. Como lo que sucede con la opinión pública, que está determinada a partir de la edición de la realidad que hacen los medios de comunicación para que los ciudadanos tomen partido de un lado u otro con respecto a la conveniencia del statu quo. Lo ocurrido el 11 de Septiembre de 2001 donde las torres gemelas en Nueva York fueron derribadas por dos aviones piloteados por extremistas se convirtió en un hecho memorable para la gente en todo el planeta, gracias a la labor de los medios que se encargaron de editar la realidad frente a estos hechos con el fin de generar zozobra y hacer que la población mundial tomara partido frente a una guerra que se estaba gestando en el mundo árabe, que se convirtió en el enemigo del mundo y de la libertad.

Es una cosmovisión regida por la imagen, definiendo nociones comunes que se aplican a todos los campos de la vida, desde la política, la economía o la

ciencia hasta la religión, la moral o la filosofía. Vivimos en un mar de imágenes desde que nos despertamos hasta que nos dormimos, incluso sin salir de la casa. Con solo encender la televisión o preparar el desayuno, encontramos gran cantidad de imágenes presentes en los anuncios y programas, hasta en los envases de cereal, la leche, la mantequilla, y ni que decir si encendemos la computadora e ingresamos a Internet. Estas imágenes son parte de una realidad que se repite día a día, por lo que se vuelven casi imperceptibles ante nuestros ojos y cerebro pero registrándose como realidades concretas y establecidas. Así que estas están tan interiorizadas solo basta ver un anuncio rojo con blanco y una silueta de una botella para saber que se trata de Coca-Cola, sin que sea necesario leerlo.

Existen a nuestro alrededor tal cantidad de imágenes que representan un mundo que ha sido interiorizado y que significan la supuesta libertad de elección en el mundo del consumo creando la ilusión del espacio infinito, olvidando la inevitable finitud de los sistemas creados por el ser humano. Ejemplificando lo anterior como las infinitas posibilidades ofrecidas por la sistematización de la sociedad se observa en el caso del maíz de Estados Unidos ilustrado en el documental *Food inc* de Robert Kenner quien cuenta la situación de la producción y distribución del maíz que es el principal producto de Estados Unidos, que a causa de las necesidades económicas propias del país el estado ha impulsado industrias que hacen productos que inevitablemente contienen porcentajes de maíz. Entonces los consumidores van al supermercado y compran productos aparentemente muy diferentes y

con contenidos distintos pero que contribuyen a que la gente consuma el maíz que se pretende comercializar. (Kenner, 2008). En este sentido todo es una gran fachada, todo se encuentra planeado paso por paso para ofrecer la ilusión de la libertad de decisión pero que en realidad conduce a alcanzar los fines de mayor conveniencia para el poder establecido.

1.1 *El cuerpo ya no cabe en su propio cuerpo*

La posibilidad dada de poder entenderse fuera de esta carnalidad, y concebir una realidad fuera del cuerpo y la materialidad, adquiere nuevas velocidades, conquista nuevos espacios, nos hace sentir inmortales capaces de transformarnos y mutar. “El cuerpo contemporáneo es como una llama. Con frecuencia es minúscula, asilado, separado, casi inmóvil. Más tarde, sale fuera de sí mismo intensificado.... Luego regresa, transformados en una esfera casi privada, a veces aquí, a veces en todas partes, a veces en sí mismo, a veces mezclado.” (Lévy), pero dicho viaje esta en parte guiado por el consumo de manera muy sutil pero certera, claramente esa sutilidad envuelta en el artificio. Y una vez más caemos en el juego, en esa sistematización.

En ese sentido la sistematización de la sociedad a partir de los medios converge con el aumento de la velocidad de las comunicaciones y de este modo se acortan distancias. Esa experiencia de interminable velocidad que se siente a partir de algo relativamente intangible, obliga inevitablemente que el cuerpo físico se convierta en algo carente ya que la vida en el mundo real no cuenta con las opciones que ofrece el mundo virtual. Y de este modo la propia

materialidad corporal se transforma en una prisión para las aparentemente infinitas posibilidades de este medio de transformación. La posibilidad de estar en constante comunicación con los otros estén cerca o lejos a partir de los elementos electrónicos y la tecnología permite que estemos en múltiples planos que la realidad no nos permite y por lo tanto aumenta la velocidad y se acortan las distancias con lo cual se tiene una sensación de estrechez del mundo que nos circunda.

Estamos en una dominación de espectro completo, la materialidad y la virtualidad están bajo una misma línea, la manipulación del deseo, reflejado en el consumo, este construido como la nueva manera de encierro, está cediendo lugar al hombre endeudado de la sociedad contemporánea. El consumidor feliz enceguecido por la imagen, poseedor de tarjetas bancarias, de crédito y debito, que ofrecen acceso a los más diversos bienes y servicios por medio de contraseñas en sistemas digitales, está condenado a la deuda perpetúa, que se erige como un dispositivo emblemático de la sociedad de control.

Se impone el cuerpo consumido como nueva ruta para el control social, una ruta en búsqueda de la estandarización, que a través de las marcas, que nos llevan a consumir valores como “dinamismo, elegancia, potencia, esparcimiento, virilidad, feminidad, edad, refinamiento, seguridad, naturalidad” (lipovetsky) y una gran cantidad de imágenes e imaginarios, que falsamente nos dan la opción de elección entre un abanico de objetos y servicios,

obligándonos a informarnos, para así escoger y afirmar nuestra preferencia subjetiva. Pero a través de su artificio no vemos que todas las opciones que se nos ofrecen apuntan hacia un mismo objetivo.

Es una nueva lógica de poder, como una estructura social de segregación y estratificación, así pues que nunca se consume un cuerpo por sí mismo o por su valor de uso, sino en razón a su valor de cambio. Hay que reconocer en el consumo un instrumento de la jerarquización social.

Es una economía frívola que ha quebrantado las normas de comportamiento tradicionales, ha generalizado nuestra curiosidad, democratizado el gusto y nuestra fascinación por lo nuevo aumentando el dominio de la sociedad sobre el sujeto: “El dominio de la sociedad sobre el individuo es mayor de lo que ha sido nunca... Ya no hay oposición entre la vida privada y la vida pública, entre la necesidades sociales y la necesidades individuales” (lipovetsky); esta fascinación nos impulsa por sí misma el gusto por lo diferente, dejando de lado lo repetitivo de la cotidianidad para preferir y desear lo cambiante.

El culto a la novedad estimula el sentimiento de ser una persona independiente, libre de elegir, que no se rige por la opinión colectiva del pasado, sino a partir de su razón y sus sentimientos propios, estos moldeados previamente por la sociedad de control. Tenemos tan arraigadas esas determinaciones que ya son parte de nosotros, nos identificamos con esos ideales, estamos programados; nos sentimos libres, pero siempre obedeciendo de manera directa o indirecta al sistema, se demuestra el miedo

al pecado. Pecar frente a la moralidad estructurada por el consumo contemporáneo.

Esta dominación se debe a las tecnologías del yo, “que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta, o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad” (Foucault). Esta dominación instaurada por la renuncia a sí mismo y la obediencia al sistema, volviendo pecaminoso todo lo que se encuentre fuera y en contra de él. Esto se logra por la verbalización del yo, todo lo que hacemos o pensamos se tiene que contar y exteriorizar “todos los pensamientos a nuestro director, obedecer a nuestro maestro en todo, comprometernos a una verbalización permanente de todos nuestros pensamientos” (Foucault).

El mayor canal de difusión de dicha dominación es la publicidad, que exalta la sorpresa y lo inesperado buscando la originalidad a cualquier precio, el cambio permanente y lo efímero. Se trata de una comunicación de exceso controlado, donde gran parte de su discurso se pondera en el juego y el humor. Convierten los productos en seres vivientes, en estrellas, crean marcas-persona que le dan a los objetos una personalidad para que se facilite el proceso de identificación y así poder virtualizarnos en ellos, y dejarnos llevar por la seducción que suspende la leyes de lo real y lo racional, dejando a un lado lo serio de la vida, nos sumerge en un festival de artificios.

1.2 Cuerpos Fragmentados

Una vez más nos sentimos como cuerpos fragmentados, carentes e incompletos, para tener en una sensación constante de extrañamiento para que dicho artificio se dé, la publicidad y el consumo no cese y el sistema capitalista siga creciendo y su nueva frívola técnica de control, tenga algo con que sorprendernos. Bajo miles de medios y técnicas deconstruimos, construimos, remodelamos y modificamos nuestro cuerpo y nuestro pensar, body building, cirugía plástica. Todos los artilugios que se inventa la ciencia moderna como las fajas para tener una cintura delgada, los dentífricos para tener una sonrisa más bella, todo para diferenciarnos de la animalidad inherente a los seres humanos y para intentar alcanzar una idealización impuesta por una sociedad consumista que nos vuelve dependientes a la artificiosidad del mundo contemporáneo, lo cual nos debilita y nos vuelve vulnerables hacia el exterior.

La remodelación de la que es objeto el cuerpo a partir del consumo, se centra en la exteriorización constante del yo, evitando la posibilidad de la construcción de un mundo interior propio. Por lo tanto el sistema domestica al ser humano, canalizando y utilizando las facultades naturales del mismo hasta hacerlo un ente en su lucha contra la “adversidad” del entorno. Pero el ser humano es ya negado en su animalidad específica, reducido a una condición sin forma propia, confinado en un angosto espacio urbano. Somos cuerpos dóciles que se manipulan, a los cuales se les da forma ,que se educan, a partir

de la vigilancia, la normalización, la exclusión, la clasificación, la distribución, la individualización y la totalización.

Deformamos nuestro cuerpo hasta el punto de desconocernos a nosotros mismos, nuevos rostros, y nuevos pensamientos, estamos bajo una ortopedia social que nos deshumaniza y nos saca de nosotros mismos, nos pone en un plano de divinidad, de Super Star's. Nos vemos sometidos bajo molduras y férulas que giran alrededor de "villas suntuosas, galas, recepciones mundanas, amores efímeros, vida de placer, vestuarios excéntricos" (lipovetsky G. , 2004), disfrazando por completo el instinto animal que hay en nosotros. Dicha doctrina se presenta a una velocidad que es imposible de asimilar por completo, somos fragmentos de información levemente interpretada, estamos en una reinvención constante del cuerpo "una reencarnación, una multiplicación, una vectorización, una heterogénesis de lo humano" (lipovetsky G. , 2004).

2. NEURONAS ESPEJO – REFLEJO IMPERFECTO

La realidad se autodefine a partir de representaciones que banalizan la información, quitándole peso para así ser más fácil de digerir y asimilar, una realidad Kitsch. Entonces si el ser humano se construye a partir de referentes y de experiencias biológicamente descritas como neuronas espejo, que permiten conocer y ser a través de la encarnación de los cuerpos que constituyen realidad a partir de lo creado por el poder, el resultado es un

reflejo imperfecto y distorsionado. Vivimos y somos una hiperrealidad "experimentamos la realidad a través de la ayuda de otros". (Cassirer)

Tal es el caso de las "neuronas-espejo" del cerebro, que nos obligan a repensar la manera cómo podemos (con)sentir y (con)vivir en nosotros mismos al mismo tiempo, los movimientos, acciones corporales, sentimientos y acciones de otras personas, nos permiten vivir la experiencia del otro como si fuera nuestra propia experiencia, estableciendo así una base sólida para la 'empatía'. "Somos criaturas sociales. Nuestra supervivencia depende de entender las acciones, intenciones y emociones de los demás. Las neuronas espejo nos permiten entender la mente de los demás, no sólo a través de un razonamiento conceptual sino mediante la simulación directa. Sintiendo, no pensando". (Rizzolatti)

La teoría de la simulación como ya había sido planteada anteriormente es el eje central de dicha condición, interpretamos las acciones de otros a través de la simulación (o representación). Las neuronas espejo están implicadas en esta comprensión de las intenciones, en la imitación, en la empatía, y, por tanto, son la clave del comportamiento social de los individuos. Es un gen que proviene del mono (macaco) que se activa no sólo cuando el individuo realiza acciones motoras dirigidas a una meta, sino, también cuando dicho individuo meramente observa cómo alguien (otro mono, o un humano) realiza una misma acción.

Y de esa primitiva e instintiva acción, todo este sistema capitalista del consumo y la publicidad basan su forma de actuar sobre nosotros, se nos generan modelos de ser y de actuar a través de un impecable artificio, concreto y simple; al que es casi imposible evadir, lo imitamos y adoptamos su punto de vista, que el otro supone como propio a nuestra realidad. Información sin peso “light”, fácil de digerir, lo que conlleva a vivir a una realidad bastante depurada y filtrada con una densidad leve. Estamos atrapados en una compleja simulación donde todo está moldeado según convención del poder, la información que nos llega a través de los medios es moldeada y depurada, para así generarnos un contexto y una situación en la cual vivir, una razón porque habitar en esta prefabricada realidad.

Es una realidad Kitsch que pretende ser lo que no es, simula y trivializa lo que se pretende ser o lo que se desea imitar, es la negación de lo inaceptable de la condición humana. Nos vemos influenciados por esta fuerte presión que ejerce el “Kitsch” sobre nosotros. Por ejemplo, hemos estereotipado la belleza de las mujeres y hombres, en figuras perfectas, con buenos modales y que no escapen a los cánones establecidos socialmente. Esta manipulación de la belleza es completamente “Kitsch”, ya que acepta una figura estéticamente perfecta y deja de lado a la persona como tal. La trascendencia emocional y espiritual de los sujetos están sometidas a la preferencia que socialmente se le da a un cuerpo, que termina siendo solamente un objeto social.

HIPOTESIS

En la búsqueda de la satisfacción humana, estamos siempre en el exterior. Es posible que al explorar nuestro interior alcancemos un estado de armonía con nosotros mismos que nos permita autorealizarnos. A partir de esta armonía se crean nuevos códigos de belleza que permiten colonizar nuevos territorios de la intimidad humana compuesta por capas tan amplias y extensas como el universo mismo, iniciando un proceso de re significación del cuerpo que le otorgue nuevos códigos al mismo. Al dar inicio a una nueva noción del cuerpo, entendiéndolo como un sistema, es posible que los individuos adquieran una concepción global de los otros sistemas que los rodean, para configurar una relación más armónica con el exterior. Crear una cartografía única que proviene solo del humano mismo, es posible separarnos de los procesos de masificación a los cuales hemos estado sujetos por las industrias que constriñen la expresión corporal, imponiendo elementos que encierran la esencia de la particularidad.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar a través de la corriente estética un punto de encuentro, donde se realice un proceso de adaptación de la indumentaria al cuerpo humano con el fin de poner en evidencia la ortopedia social, basada en el rompimiento de la relación del individuo con el exterior

Objetivos específicos

- Establecer una concepción del sujeto como un individuo con capacidad de autoconstrucción lejos de la masificación del sistema.
- Aportar a la simbología de la belleza abriendo un nuevo camino con respecto a los cánones establecidos tradicionalmente.
- Generar una nueva cartografía corporal que le dé otra lectura al significado del cuerpo.
- Crear un sistema basado en la ortopedia mediante la cual aflore información oculta en el cuerpo humano.

ENFOQUE METODOLÓGICO

La presente investigación será realizada a partir de dos enfoques metodológicos. El primero es concerniente a la investigación sobre el diseño, realizada a partir de una disciplina que la potencializa, la estética, para crear un conocimiento sobre los seres humanos que constituye una configuración global de los mismos. Por lo tanto lo más relevante de este proceso, además de la creación de producto, es la reflexión acerca de la condición humana y la coerción que se ejerce desde el exterior a la expresión corporal de los individuos.

A partir de lo anterior es relevante la inclusión del segundo enfoque, *Design Thinking*. Este consiste en la definición de una metodología de resolución de problemas con la cual se detectan y descubren nuevas oportunidades tales como soluciones, estrategias y productos (<http://wwff.thespacer.net/blog/Sp/del-user-center-design-al-design-thinking/>). Esta rama de la investigación aboga por la observación como mecanismo de respuesta a las preguntas sobre las necesidades planteadas, con el fin de encontrar diversos caminos para resolver estos problemas y así elegir una ruta que intente tomar lo más relevante de cada solución. De este modo este método plantea la innovación en cualquier campo de investigación; con lo cual crea un proceso de creación de conocimiento amplio e interminable al cual pueden acceder diversas personas desde diferentes perspectivas y disciplinas.

METODOLOGIA

El proceso de investigación del proyecto se desarrolla en varias etapas:

1. Realizar un análisis de la forma de construcción del ser humano en la sociedad contemporánea con el fin de encontrar una ruta de escape a la regulación extrema. De este análisis surge el concepto de Autopoiesis.
2. Definir una necesidad que consiste en descubrir una forma de autodefinirnos a partir del interior. De este modo se plantea la pregunta problema definida en este texto en el Planteamiento del Problema.
3. A través de un análisis de la autopoiesis se define que el lugar de acción más cercano para esta es el cuerpo, y lo que mantiene una mayor cercanía con él es la indumentaria; por lo tanto es redefinido el significado de la prenda que ya no solo viste sino que también hace una descripción creada desde el mismo cuerpo considerado este como un objeto espontaneo e incierto.
4. A partir de la autopoiesis se definen conceptos que deben ser superados para alcanzar la solución. Los conceptos son los siguientes:
 - a. Ortopedia Social: Con el fin de subvertir este concepto, se crea un sistema que en este caso es la indumentaria para poner en evidencia la ortopedia a la cual estamos sujetos en la sociedad contemporánea.

- b. Belleza: Mediante la modificación de algunos elementos y algunas formas de mostrar el cuerpo, se llega a un punto en el cual se crean nuevas lecturas del concepto de belleza que lo amplifican.
 - c. Cartografía corporal: A partir de las formas que se crean desde la indumentaria, la cual contiene materiales sensibles a la información oculta en el cuerpo, es evidenciada información relegada por otros métodos de ver el cuerpo; se genera un nuevo mapeo corporal lo cual implica una nueva lectura del mismo.
 - d. Masificación: Acudir a la individualidad de los seres humanos como ruta de escape a la masificación de la cual somos víctimas en un sistema que niega la capacidad de crear nuestra propia realidad, apelando a que a partir de la creación de un producto cada individuo genera formas únicas que expresan una información específica.
5. El punto de encuentro de estos elementos es la indumentaria. Serán creadas prendas hechas con un material sensible al PH del cuerpo. Se desarrollan dos procesos paralelos:
- a. Estudio del PH del cuerpo: para este proceso se recolecta información acerca de las características del PH y los alimentos que deben consumirse para hacer el cuerpo más ácido o más alcalino.
 - b. Desarrollo de la pieza tecnológica: Esto consiste en buscar la forma de crear una tela que responda al PH corporal. Para esto se deben

hacer pruebas en diferentes tipos de sustrato empezando desde el papel de medición del PH (tornasol).

6. Diseñar piezas a partir de la estética de la ortopedia con el fin de poner en evidencia el sistema en el que estamos sumergidos.
7. Confeccionar cada prenda y hacer pruebas que determinen la funcionalidad de estas con respecto a los objetivos propuestos.
8. Generar una identidad de marca que exalte la poética de la ropa y la ironía que se plantea en la creación e la misma.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2005). *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*. Buenos Aires: Paidós.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, M. (2004). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. 33, reprint
- Lévy, P. (1994). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. París: La Découverte.
- Sibila, P. (2002). *El Hombre post orgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Deleuze, G. (1988). *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. España: Pre-textos
- Virilio, P. (1997). *El ciberespacio la política de lo peor*. España: Teorema
- Habermas, H. (2002). *El futuro de la naturaleza humana ¿Hacia una eugenesia liberal?* Barcelona :Paidós Ibérica
- Bryans Turner, *Los avances en la teoría del cuerpo*.
- Amparo Sevilla, *Cuerpo Consumo y placer*
- Pau Alsina , *Organicidades : arte ,cuerpo , tecnología*
- Rae, L. M. (2011). <http://swallowableparfum.com/>. Recuperado el 9 de Septiembre de 2012, de <http://swallowableparfum.com/>
- Hart, H (1997). *Química orgánica*. McGraw-Hill.
- Skoog, D. (2005) *Fundamentos de Química Analítica*. Thomson

ANEXOS



SWALLOWABLE PARFUM

Lucy Mcrae

August 2011 Swallowable Parfum is an artistic provocation developed alongside synthetic biologist Sharef Mansy, that provokes entirely new ground in the science of human instinct. This cosmetic capsule works from the inside out; fragrance molecules are excreted through the skin's surface during perspiration, leaving droplets on the skin that emanate a unique odor. Once absorbed, the capsule enables the skin to become a platform, an atomizer, a biologically enhanced second skin synthesized directly from the natural processes of the body. The potency of scent is determined by each individual's acclimatization to temperatures; to stress, exercise or sexual arousal. Swallowable Parfum signals a new cycle of evolution, enabling human skin to emit a genetically unique scent about who we are and how we perform our identities

swallowableparfum.com



(IN)VISIBLE MEMBRANE

Sonja Bäumel

The (In)visible membrane confronts scientific data and methods with fashion design in order to find a balance between individual identity and the surrounding local environment. By doing so, I want to create a new second living layer on our body based on the interaction between individuals and the surrounding.

<http://www.sonjabaemel.at/projects/invisible-membrane>







