

Notas

01. <https://en.wikipedia.org/wiki/Sausage>.

02. En aras de la comprensión intercultural, Anthony Bourdain fue pionero en la desmitificación de las aprensiones y prejuicios principalmente anglosajones-occidentales hacia las culturas alimenticias “desconocidas” del resto del mundo.

03. En sentido estricto, habría que incluir como procesos la pulverización de pesticidas, el encerrado de cítricos o la radiación de verduras. No obstante, por el bien de este ensayo, tomemos la integridad formal de un objeto como el criterio para esta simple clasificación.

04. Entre los orígenes de los dulces de pequeño tamaño se encuentran los llamados “pralinés”, inventados según Josef Loderbauer por el cocinero de César de Choiseul, primer duque de Choiseul, conde de Hostel, conde de Plessi-Praslin, vizconde de Saint-Jean (1598-1675), *Das Konditorbuch in Lernfeldern*, Verlag Handwerk und Technik, Hamburgo 2009. Entre las primeras chocolatinas inglesas se encuentran las ideadas por Joseph Fry y su hijo en torno a 1847, y la chocolatina de John Cadbury, de 1849; frutos de la colonización y la industrialización. Una de las chocolatinas más populares, la de la marca Mars, contiene un 59,9 % de azúcar.

05. <https://www.common-dreams.org/views/2017/07/24/how-food-and-drug-companies-ensure-we-get-sick-and-they-make-money> y otros muchos informes.

06. Schlosser, Eric, *Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal*, Houghton Mifflin, Nueva York 2001.

07. Sharon, Ilan, “Phoenician and Greek Ashlar Construction Techniques at Tel Dor, Israel”, *Bulletin of the American Schools of Oriental Research*, n. 267, 1987, 21–42. Sharon afirma que la construcción de sillares y muros rellenos con escombros se llevaba a cabo ya en el siglo X a.C.

08. Los antiguos romanos llamaban a estos tipos de construcción de muros *opus caementicium* y *opus incertum*.

09. Aunque requerían una calidad de rendimiento especial para edificios altos, los elementos del revestimiento de la Torre Grenfell de Londres carecían de ella, lo que tuvo trágicas consecuencias. Hoy en día, no sólo en Gran Bretaña, todavía existen muchos rascacielos que están revestidos con sistemas peligrosos.

10. La arquitectura moderna se extiende más allá de los paradigmas ortodoxos desde la Bauhaus hasta el estilo internacional.

11. Caucho sintético, espuma (celular) u hormigón celular (el mismo principio de producción, pero señalado dos veces por Meyer), resina sintética, madera sintética y viscosa.

12. “Edificio” Hannes Meyer, trad. inglés en *Hannes Meyer: Buildings, projects and writings*, Claude Schnaidt, Verlag Arthur Niggli, Teufen, 1965, 95-97.

Imágenes

01. Exterior de la fundación Louis Vuitton, París 2006-2014, arquitectura de Frank O. Gehry, fotografía del autor, 2019.

02. Interior de la fundación Louis Vuitton, fotografía del autor, 2019.

03. “m&m, Kit Kat, Twix, Hershey’s, Snickers, mr. Goodbar, Butterfinger, Payday, Milky Way, Oreo, Mamba, Airheads ...”, fotografía del autor, 2019.

03

El animal que llevamos dentro

Erez Nevi Pana

La humanidad ha progresado mucho. Nuestra evolución evidencia un enorme poder y grandes avances. Entre el amplio espectro de logros humanos podemos citar los símbolos, las pinturas, el lenguaje, la escritura, la impresión, internet, la arquitectura y el diseño. Todos ellos son manifestaciones transformadoras de los avances intelectuales humanos, amplificadas por diferentes herramientas de comunicación que han unificado a los individuos bajo la etiqueta de cultura compartida. El diccionario de Cambridge define la cultura como “el modo de vida, especialmente las costumbres y creencias generales, de un grupo particular de personas en un momento determinado”, pero ¿realmente refleja la cultura actual mis valores y creencias más profundos?



El diseño, que tiene un impacto cultural inmenso, empezó a desarrollarse hace 3,3 millones de años, cuando los fabricantes de herramientas comenzaron a dar forma a las piedras para cortar y romper. Los primeros diseñadores demostraron una imaginación y una habilidad técnica fascinantes. En un periodo de dos millones de años, se alteró la forma de las piedras para llevar a cabo diferentes funciones. El diseño empezó a crecer y a desarrollarse como un lenguaje en una dimensión evolutiva, que sufre cambios en base a las necesidades de la humanidad. La pintura, seguida de la escritura, se utilizó como un medio para preservar la información (Avital 2010), como una unidad ampliada para el almacenamiento de datos, y desempeñó un papel significativo en la evolución humana con una amplia continuidad y un desarrollo gradual hacia la inteligencia artificial actual.

Los primeros fabricantes de herramientas demostraron una imaginación y unas habilidades técnica fascinantes, como demuestran los hallazgos de Lomekwi 3, un yacimiento en la zona occidental del lago Turkana (Kenia), que muestran el registro de la fabricación de herramientas a lo largo de unos 700.000 años (Hovers, 2015). La evolución de la fabricación de herramientas ha llevado a la evolución del pensamiento visual. El hombre ha llegado a manifestar grandes logros en la tecnología y la funcionalidad, pero también en la estética de los objetos diseñados. Caracterizados por los ornamentos o el minimalismo; por una exquisita artesanía o por la producción en masa mecanizada; deseables y de aspecto impecable, o aburridos y ásperos: los objetos se modificaban a menudo y el concepto de belleza seguía cambiando. El deseo de cambio surgió del hambre artística de fabricar y lograr lo que está fuera de nuestro alcance. Esta necesidad y curiosidad por lo nuevo forma parte de la inteligencia humana. Al igual que en otros reinos, los diseñadores se

mantuvieron en una búsqueda constante para encontrar alternativas a una realidad determinada, utilizando las tecnologías y desarrollando una cultura material para cumplir las características funcionales, y la belleza que alimenta el gusto del espectador.

La suposición de que los humanos eran la única especie que llevaba a cabo un uso extensivo de la tecnología basada en la piedra fue refutada hace mucho tiempo, puesto que se han desenterrado herramientas rudimentarias de piedra hechas por chimpancés en las selvas de Costa de Marfil, lo que demuestra que los chimpancés han estado usando herramientas de piedra durante al menos 4300 años y por lo que se concluye que los primates entraron en la Edad de Piedra. El uso de herramientas no significa que los primates sean únicos entre otros animales; los cuervos improvisan y enseñan a sus crías técnicas para fabricar herramientas con las que atrapar su comida. Sabemos que los elefantes, los insectos, los delfines, los pulpos y otros animales organizan su vida utilizando objetos como herramientas para facilitar su día a día. Los animales tienen cerebro y lo usan como nosotros, para experimentar el mundo, para pensar y sentir, para resolver problemas y asegurar su supervivencia (Morell, 2013). Su rango emocional también es más amplio de lo que se creía en un principio. Como nosotros, los animales tienen una vida mental, una personalidad, estados de ánimo; ríen y juegan, experimentan desde emociones simples como la tristeza y la felicidad hasta otras más complejas como los celos, la pena y la empatía; son conscientes de sus acciones e intenciones.

La existencia de la conciencia en las especies animales ha sido analizada por etólogos, investigadores de humanidades y profesionales de la psicología comparada. Las diferentes especies cuentan con niveles dispares de conciencia e inteligencia, un estado de conciencia de su entorno. Exhiben angustia y sensibilidad, conciencia y autoestima. Las vacas tienen acentos y dialectos regionales, los peces utilizan herramientas, las ovejas no olvidan una cara y pueden reconocerse entre sí y a los humanos por su rostro (Kendrick, et al., 2001). Los cerdos pueden reconocerse a sí mismos en un espejo, e interpretan la imagen reflejada utilizándola para encontrar alimentos ocultos (Broom *et al.*, 2009). Juegan a los videojuegos mejor que los chimpancés y son seres alegres, sociales y afectivos. Además de los pollos, cabras, búfalos de agua, patos, terneros, ciervos, caballos, perros, gatos, conejos y pavos, entre otros; todos ellos son animales conscientes que matamos para comer.

La incorporación de carne a la dieta humana ha tenido un impacto muy significativo en la relación hombre-animal. Huesos hallados en Etiopía evidenciaron que los primeros seres humanos que utilizaron herramientas y comieron carne fueron los *australopithecus afarensis*, y en 2010 se encontraron pruebas del consumo de tejidos animales mediante herramientas de piedra hace 3,39 millones de años en Dikika (Etiopía) (Hovers, 2015). El progreso de la humanidad está sujeto a la presencia de vida silvestre, y el consumo de carne dio lugar a la reducción del tiempo de forrajeo, que era fundamental para gestionar y mantener los niveles de energía. Como resultado, se disponía de tiempo para las relaciones sociales y la recopilación de información, así como para razonar y comprender. La matanza de animales y el consumo de carne se convirtieron en parte de la existencia humana y se desarrollaron diferentes tradiciones y prácticas relacionadas con este hecho: los animales trabajaban para las personas, se utilizaban para vestir y su sangre, huesos y piel se usaban en objetos diseñados.

Con el paso del tiempo, la noción de materialidad ha evolucionado desde la función pura hasta incluir la belleza y el tacto en la materia física. Hoy en día existe una variedad inconcebible de materiales y la tecnología desempeña un papel fundamental en la abundancia de materiales y productos que inundan el mercado: madera contrachapada, brocha de pintura, papel de lija, guantes de seguridad, corcho, latón, yeso, papel, cola de madera, esmalte, MDF, pigmento negro, molde de aluminio, película fotográfica, papel de inyección de tinta, hormigón celular, cartón, papel pintado, rodillos

de pintura, pintura con brillo, lápices de colores, tiza, cera de madera, lienzo, caucho, ciertos plásticos, seda, asfalto, encuadernación, etc. Todos ellos son productos y materiales comunes que pueden utilizarse en el proceso de diseño para dar forma al producto final. Todos y cada uno de los productos pueden contener ingredientes animales o pueden fabricarse a partir de componentes presentes en la naturaleza. Hoy en día, la gama de materiales que contienen ingredientes animales abarca mucho más que los productos animales comúnmente conocidos, como el cuero, el ante o la lana. Los ingredientes animales como el aglutinante de gelatina, la cola de hueso, el colágeno y el ácido esteárico, entre otros, se mezclan en materiales y productos que no reconocemos y que se relacionan con las prácticas estándar de la industria en las que los animales se convierten en carne y cuero. Diferentes industrias trabajan en armonía de tal manera que dos fabricantes distintos coexisten de manera mutuamente beneficiosa para maximizar los beneficios de una vaca, un cerdo o un pollo y similares. Las partes principales se utilizan para la alimentación, y el resto (sangre, huesos, grasa, piel y pelo) se recogen y se comercializan a través de diversas industrias.

El libro *PIG 05049* muestra un animal, compuesto por 185 productos diferentes, las partes del cerdo número 05049 (Meindersma, 2008), que "se encuentran en los lugares más diversos" como parte de los productos que encontramos a diario. La maximización de los beneficios tiene un impacto claro en el ciclo de vida y muerte del animal, en el que la rentabilidad y el fortalecimiento de la economía pasan por la explotación de un cerdo: se utiliza cada parte del animal. La viabilidad de los productos expuestos en el libro se basa en la lógica numérica por la que todos los productos mencionados se fabrican en cantidades mucho mayores. Como describió Verweij: "Se ha olvidado durante mucho tiempo que la escala de un cerdo es la escala a la que comerciamos. Esto se debe a que, a escala de un cerdo, no tiene sentido separar unos cuantos miligramos de pigmento negro, gelatina o colágeno. Solo tiene sentido si manejas decenas o cientos de cerdos cada día".

Los animales domesticados que se crían, se reproducen y luego se convierten en carne para esta industria multimillonaria también se utilizan en innumerables industrias más pequeñas que están interrelacionadas. Si apoyas a una de estas industrias, las apoyas a todas.

La mayoría de nosotros no creemos que sea correcto tratar de forma cruel a los animales, así que ¿por qué seguimos comprando productos animales y sosteniendo estas industrias? Hemos establecido una serie de mecanismos de justificación social y psicológica que permiten que las personas compasivas y humanas contribuyan y formen parte de prácticas inhumanas sin entender ni reconocer lo que hacemos. En su libro *Por qué amamos a los perros, nos comemos a los cerdos y nos vestimos con las vacas: una introducción al carnismo* (2011), la psicóloga social estadounidense Melanie Joy acuñó el término "carnismo" y lo describió del siguiente modo:

"El sistema de creencias y la psicología del consumo de carne... el carnismo es una de las muchas atrocidades, una de las muchas ideologías violentas que lamentablemente forman parte del legado humano (...) aunque la experiencia de cada conjunto de víctimas siempre será algo único, las ideologías en sí son similares. La mentalidad que permite este tipo de violencia es la misma. Es la mentalidad de dominación y sometimiento, de privilegio y opresión, de convertir a alguien en algo, de reducir la vida a una unidad de producción".

Joy argumenta que la defensa principal del carnismo es la negación, que se expresa por la cualidad de ser imposible de ver: el factor de invisibilidad. Según Carol J. Adams, escritora estadounidense, feminista y defensora de los derechos de los animales, "Si el problema es invisible, entonces existirá invisibilidad ética". Una de las formas de evitar que algo sea visible es no ponerle nombre; "si no lo nombramos, no podemos pensar en ello. No podemos hablar de ello, ni refutarlo, ni cuestionarlo". Otro aspecto de la invisibilidad del carnismo es mantener a las víctimas ocultas, fuera de la vista, fuera de

la conciencia pública El primer paso para cambiar, como indica Joy, es ser consciente de la existencia del sistema y salir de él, porque sin conciencia nunca habrá una elección libre real.

Para ayudar a concienciar, los diseñadores deberían analizar la realidad más allá de la que se ve; con su belleza y su fealdad, con nuestros triunfos y fracasos. Cientos de millones de animales de granja se sacrifican cada día en todo el mundo, y los números siguen aumentando. La expresión de una postura ética hacia estos animales empezó a ampliarse y a vincularse con productos no incluidos en la dieta. Un estilo de vida ético que se corresponde con el consumo en su conjunto ha surgido y se ha desarrollado en base a una concepción básica y lógica: si no es ético comer un animal, no es ético llevarlo puesto o sentarse en él. No obstante, necesitamos seguir avanzando e impulsar el debate hacia nuevos ideales que se correspondan con una sociedad verdaderamente civilizada y humana, que rechace los "somníferos morales" para poder abrazar el diseño limpio. Deberíamos despertar voluntariamente y avanzar hacia un futuro ético en el que nuestra cultura sea consciente y las industrias que la sustenten estén ligadas a nuestros valores más profundos. Como diseñador y como ser humano, quiero trabajar y vivir en una sociedad civilizada genuina, que se libere de la ignorancia y el especismo; es un gran desafío contener al animal que llevamos dentro, pero es un desafío noble. Debemos mantenernos centrados y recordar que nuestra realidad va en consonancia con nuestras elecciones; la moral de los diseñadores contemporáneos es fundamental, pero eres tú quien debe establecerla y expresarla.

En el "clima" actual, el papel del diseñador no puede limitarse ni adherirse solo a la etapa de resolución de problemas. Debemos estar en sintonía con la naturaleza y predecir los desafíos futuros para ir unos pasos por delante de ellos. Debemos trabajar desde un enfoque crítico, visionario y holístico. Tenemos la capacidad de orientar a la humanidad hacia un aura de grandeza y una conciencia progresiva. Para ello, debemos reconocer que todo y todos estamos interconectados; debemos pensar con una mentalidad unificadora que abarque todas las formas animadas e inanimadas. Desde un punto de vista holístico, los diseñadores deberían añadir a su libro de principios la reutilización de materiales, la reducción del consumo, el comercio justo, el cultivo orgánico y las políticas de residuos que sanarán la tierra, el océano, el aire y el sistema social en el que se apoya nuestro mundo. Así como nuestra ética médica se estableció después de la Segunda Guerra Mundial, existe la necesidad de crear una construcción filosófica ligada a los principios morales en el campo del diseño. Nuestros conceptos deben sumergirse en mayores profundidades y aspirar a reformular la mentalidad de las próximas generaciones, a reformar el mundo material y revelar la armonía en la que debería existir el diseño. El diseño debe luchar contra la ignorancia y la brutalidad, y aspirar a una mayor conciencia y armonía. Ya no es una cuestión de evolución, sino de supervivencia. (...)

Erez Nevi Pana

Erez Nevi Pana (1983) es un explorador que utiliza el diseño como herramienta para investigar fenómenos a través de la experimentación material. Nevi Pana obtuvo su licenciatura en diseño del Holon Institute of Technology y una maestría de la Design Academy Eindhoven, donde su tesis se centró en la recristalización de la sal. En 2015, Nevi Pana formó "La Terrasse" en Eindhoven como una plataforma para que diseñadores, artistas, escritores y pensadores trabajen en estrecha colaboración, compartan sus pensamientos y realicen sus visiones. El Design Museum Holon adquirió recientemente dos de las obras de Nevi Pana desarrolladas a partir de una mezcla de material orgánico de tierra y hongos para su colección permanente, además de tres piezas de sal de su exposición individual en el museo. Nevi Pana practica la investigación y el diseño en todo el mundo como estudiante de doctorado que investiga el tema del diseño vegano.

E-Mail: ereznevipana@gmail.com