

Un aporte de Fritz Jahr al Diseño Industrial*

Fritz Jahr Contribution To Industrial Design

Contribuição De Fritz Jahr Ao Design Industrial

Luis Felipe Ramírez Gil**

Resumen

El propósito de este artículo es identificar los aportes que la obra de Fritz Jahr, padre del término bioética, puede brindar a la construcción de la dimensión bioética en el Diseño Industrial. Gracias a la reciente exhumación de la obra de Jahr liderada por Hans Martin-Sass y traducida al español por la Universidad de Buenos Aires, se realizó una revisión hermenéutica de los principales escritos del pastor protestante con el fin relacionar su contenido con algunas coyunturas que el diseño industrial debe enfrentar cuando aborda el tema de la vida desde la perspectiva bioética.

Palabras clave: Bioética, Diseño Industrial, imperativo bioético, egoísmo, altruismo, técnica, muerte, comunicación.

Abstract

The purpose of this manuscript is to identify Fritz Jahr's, father of the term bioethics, contributions to the construction of bioethics dimension in Industrial Design. Thanks to the recent exhumation of the work of Jahr led by Hans Martin Sass and translated into Spanish by the University of Buenos Aires, a hermeneutics review of the main writings of the protestant pastor was conducted to relate its content with some situations that industrial design must face when addressing the issue of life from the perspective of bioethics.

Key words: Bioethics, Industrial Design, bioethical imperative, selfishness, altruism, technique, death, communication.

Resumo

O objetivo deste artigo é identificar as contribuições de Fritz Jahr, pai do termo bioética, à construção da dimensão bioética no Design Industrial. Graças à recente exumação do trabalho de Jahr, liderado por Hans Martin Sass e traduzido para o espanhol pela Universidade de Buenos Aires, uma análise hermenéutica dos principais trabalhos do pastor protestante foi realizada a fim de relacionar seu conteúdo com algumas situações que o design industrial pode enfrentar ao abordar a questão da vida a partir da perspectiva bioética.

Palavras-chave: Bioética, Design Industrial, imperativo bioético, egoísmo, altruísmo, técnica, morte, comunicação.

* Este artículo de reflexión contiene los hallazgos de la investigación llevada a cabo por el autor sobre los escritos de Fritz Jahr y su aportes desde la bioética al diseño industrial. Recibido el 28 de enero de 2016, aprobado el 4 de junio de 2016.

** Profesor del posgrado de Gerencia de Diseño de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Diseñador Industrial, especialista en Docencia Universitaria, magister en Bioética y estudiante del Doctorado en Bioética de la Universidad El Bosque; profesor asociado de la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación y del Departamento de Bioética de la Universidad El Bosque, Bogotá. Correo: ramirezfelipe@unbosque.edu.co

Introducción

Los puentes que se deben tender entre disciplinas, para la consideración adecuada de la vida en general, son una prioridad contemporánea en la que la bioética desarrolla un papel importante. En el caso del Diseño Industrial, ya no se trata de seguir una tendencia, sino de una necesidad. Este proceso debe vincular los hechos fundamentales del recorrido histórico de la bioética, rico en personajes y conocimientos.

La historia de la bioética reconoce a Fritz Jahr como el personaje que acuñó el término «bioética» en su famoso artículo de 1927 *Bio-Ethik: Eine Umschau über die ethischen Beziehungen des Menschen zu Tier und Pflanze* (Bio-ética: una perspectiva de las relaciones éticas de los seres humanos con los animales y las plantas; véase Jahr, 2013). No obstante, el aporte de Jahr a la bioética contemporánea va mucho más allá de la construcción de un término.

Para una profesión que recientemente se acerca a la bioética, como es el caso del diseño industrial, es importante nutrir sus problemáticas con la obra de Jahr, que a pesar de haberse escrito a inicios del siglo veinte, sigue estando vigente. La presente investigación ha identificado, para su relación con el diseño industrial, algunos temas claves en los diferentes escritos de Jahr: el imperativo bioético, el problema de la técnica, la relación entre egoísmo y altruismo, la muerte y la comunicación. Cada uno de ellos se aborda con la intención de decantar el pensamiento del autor en la gestión del diseño industrial, cuando este aborda el tema de la vida.

1. METODOLOGÍA

Por medio de una revisión hermenéutica de algunos escritos de Fritz Jahr, y teniendo identifi-

cadas una serie de categorías analíticas propias del diseño industrial, se realizó una relación entre dos contenidos para obtener un resultado reflexivo, que permite comprender algunos aportes del pensador alemán a las coyunturas con las que el diseño industrial debe convivir.

2. RESULTADOS

El reconocimiento que adeuda la bioética contemporánea a Fritz Jahr debe superarse con la participación de profesiones que tradicionalmente no han contemplado la gestión bioética en su gestión, y darse desde regiones que no estén permeadas tan intensamente por la bioética anglosajona, como es el caso del diseño industrial y latinoamericana. La indagación y reflexión que se exponen a continuación están orientadas por esta intención.

2.1 SOBRE LA OBRA DE FRITZ JAHR

Al hacer un recuento histórico de la obra de Jahr, se debe tener en cuenta que se trata de escritos cortos pero con contenidos profundos. De lo que hoy se conoce, el primero de ellos fue escrito en 1926. Tiene como título *Der Tonsatz als Unterrichtsmethode* (La composición musical como método de enseñanza) (citado por Fariña, Lima & Baudii, 2013). En su faceta de educador, Jahr tuvo contacto con niños pequeños durante el periodo comprendido entre los años 1924 y 1925, tal como lo mencionan Fariña, Lima y Baudii (2013, p. 1), investigadores de la Universidad de Buenos Aires, tiempo en el que exploró la música como herramienta de enseñanza. De este artículo se evidencia que «va delineando una concepción ética en diálogo permanente con fuentes de pintura, la literatura y fundamentalmente la música» (2013, p. 2). Desde esta tendencia artística de Jahr se puede iniciar la reflexión sobre los contenidos pertinentes para el Diseño Industrial, que comparte



con las artes plásticas un número de contenidos estéticos comunes.

Tal como lo menciona Hans-Martin Sass (2013, pp. 6-9), Jahr no vivió en un tiempo que estuviera maduro para la Bioética. Su gran legado, aparte de acuñar término, radica en dar la pauta que marcó desde el punto de vista metodológico y argumentativo «para una bioética del futuro que es integradora de los problemas del siglo veintiuno» (Sass, 2013, p. 7).

Su propuesta de un espacio para la bioética incluye un nuevo paradigma que se aleja de la racionalidad técnica y de las leyes de las buenas costumbres exclusivas entre los seres humanos, y se abre de manera inclusiva a otras categorías de vida.

2.2 ACERCA DEL DISEÑO INDUSTRIAL

Cuando se habla de diseño industrial, es importante entender de qué se trata. El ICSID (*International Council of Societies of Industrial Design*), organización mundial que reúne una serie de intereses globales del diseño industrial, menciona que:

Definición

Diseño es una actividad creativa cuya labor apunta a establecer las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios, y sus sistemas, en la totalidad de su ciclo de vida. Por lo tanto, diseño es el factor central de la humanización innovadora de tecnologías y el factor crucial del intercambio cultural y económico. (ICSID, s.f)

Al mencionar al diseño como factor estratégico del proceso tecnológico, la reflexión sobre la técnica aparece como una necesidad para el diseño. El artículo *Kind und Technik* (El niño y la técnica), publicado en 1933, se analiza más adelante con el interés de nutrir dicha necesidad de

reflexión con la voz y análisis de Jahr sobre el tema, sin perder de vista el uso en el proyecto de diseño de un conocimiento tecnológico fundamental, para lograr la anhelada innovación que todo acto creativo persigue.

Para el análisis de los rasgos distintivos del concepto diseño industrial, se toma la siguiente definición: «Por diseño industrial podemos entender toda actividad que tiende a transformar en un producto industrial de posible fabricación las ideas para la satisfacción de determinadas necesidades de un grupo» (Löbach, 1981, p. 14). Esta conceptualización parte de las necesidades de un grupo que deben ser satisfechas. Es conveniente mencionar que no se centra en los humanos, sino que deja el panorama abierto a toda la vida en general.

Al hablar del interés del diseño por la vida, se retorna a lo mencionado por el ICSID como complemento a lo ya mencionado:

Misión

El diseño busca descubrir y evaluar relaciones estructurales, organizativas, funcionales, expresivas y económicas, con el propósito de:

- Mejorar la sostenibilidad global y la protección del medio ambiente (ética global).
- Brindar beneficios y libertad a toda la comunidad humana, individual y colectiva.
- Los usuarios finales, productores y protagonistas del mercado (ética social).
- Apoyar la diversidad cultural, a pesar de la globalización del mundo (ética cultural).

- Dar a los productos, servicios y sistemas, aquellas formas que son expresivas (semiología) y coherentes con (estética) su propia complejidad.

Diseño atañe a productos, servicios y sistemas concebidos con herramientas, organizaciones y la lógica introducidas por la industrialización, no sólo producidas por procesos en serie. El adjetivo «industrial» puesto a diseño, debe relacionarse con el término industria o en su significado como sector productivo o en su antiguo significado de «actividad industrial».

Por lo tanto, el diseño es una actividad que involucra un amplio espectro de profesiones en la que productos, servicios, gráficos, interiores y arquitectura, todas participan. En conjunto, estas actividades deben mejorar—al unísono con otras profesiones afines—el valor de la vida.

De esta manera, el término diseñador se refiere a una persona que practica una profesión intelectual, y no simplemente un intercambio comercial o servicio para una empresa. (ICSID, s.f)

El interés final de todo proyecto de diseño es el valor de la vida misma. Cómo respetar la utilización de medios para una finalidad específica sin perder la capacidad de discernir cuáles de ellos son fines en sí mismos, debe ser una constante preocupación.

2.3 EL IMPERATIVO BIOÉTICO DE JAHR Y EL DISEÑO INDUSTRIAL

En el artículo de Fritz Jahr *Tierschutz und Ethik in ihren Beziehungen zueinander* (La protección animal y la ética) (véase Jahr, 2013b) publicado en 1928, el autor formula su imperativo bioético, que menciona: «¡Respetar todo ser viviente, incluyendo a los animales, como un fin en sí mismo, y trátalos, de ser posible, como tales!»

(Jahr, 2013b, p. 31). El estilo de vida que tienen los humanos debe enriquecerse de este postulado. Es evidente que los impactos contemporáneos sobre la vida, tanto positivos como negativos, tienen su origen en gran medida en las actividades humanas. Es importante resaltar que muchas de estas se hacen con la responsabilidad que amerita el caso, pero algunas carecen de toda consideración por la compasión, la cual para Jahr «se presenta como un fenómeno empírico del alma humana» (Jahr, 2013b, p. 31).

Si se experimenta la compasión hacia los animales y plantas, muy probablemente se expresará eso mismo hacia los seres humanos, de manera más plena y directa, y «él o ella también encontrará esta santidad en los seres humanos más pobre y en los más insignificante, los elevará y no los reducirá a una clase social, a un grupo de interés, un partido u otras formas particulares» (Jahr, 2013b, p. 29). El diseño industrial ha sido por excelencia una especialidad antropocéntrica. En la gestión de un proyecto de diseño, al hablar de usuario de producto, de antemano se entiende que es un ser humano, hombre, adulto, sin ninguna discapacidad, quien por lo general no pertenece a ninguna minoría étnica. Sobre este tipo de prejuicios, el diseñador podría reflexionar gracias a la compasión que menciona Jahr.

En estos temas de la vida falta un gran conocimiento que permita desarrollar una actitud apropiada que, como se dijo, es empírica y debe complementarse de manera racional. El conocimiento es importante ya que «uno de los principales objetivos del movimiento de protección animal es promocionar ese conocimiento y mejorar la comprensión que tenemos de la naturaleza, promoviendo una toma de conciencia, ampliándola y profundizándola» (Jahr, 2013b, p. 29). El conocimiento del diseñador en este sentido resulta muy precario. El desarrollo

de capacidades que permitan realizar proyectos en los que se respete la vida como un fin en sí mismo depende de conocer la naturaleza y poder respetarla y, por qué no, mejorar su calidad de vida por medio de la gestión integral de un producto industrial.

Bien lo mencionaba Van Rensselaer Potter en su libro *Bioethics Bridge To The Future* (1971, p. 3) que la ciencia de la supervivencia, llámese bioética, se cimienta en la unión del conocimiento biológico y los valores humanos. No se trata solamente de incluir módulos de biología y ética en los programas de pregrado y posgrado y educación continua. Es, en cambio, desarrollar de manera creativa puentes de flujo de información entre la gestión de los proyectos de diseño industrial con la bioética, ya que estos contenidos son herramientas de creatividad que con el tiempo edifican la actitud correcta para el anhelado respeto por el valor de la vida terrícola, en todas sus categorías.

2.4 EGOÍSMO Y ALTRUISMO: REFLEXIÓN DE LAS ACTITUDES DEL DISEÑADOR INDUSTRIAL

Los cambios sociales e individuales que conlleven la evolución de cualquier cultura están influenciados por dos temas muy importantes en la ética; «la posición egoísta o egocéntrica, y la posición altruista, también llamada sentido de justicia, compasión, piedad, o amor, etc.» (véase Jahr, 2013d). El Diseño Industrial no escapa a esta temática, pues en su ámbito particular, ambas posiciones se ven representadas por en el gran ego de los diseñadores y creadores de un lado, y por la capacidad por entender las necesidades de una sociedad para que sean satisfechas por medio de productos industriales, de otro lado.

La actitud con la que un ser humano vive su vida y rutina, desempeña sus actividades, tra-

ta a sus semejantes, enfrenta sus dificultades, entre otras situaciones, es fundamental en la calidad de trato que da a los medios que utiliza y la pertinencia de los fines que persigue. La actitud egocéntrica, tal como lo menciona Jahr, es originalmente un impulso intuitivo e instintivo. En una situación donde la vida está en juego, la actitud humana es innata en términos de supervivencia, y luego, «deviene una forma de pensamiento lógico consciente» (Jahr, 2013d, p. 41). En el caso de animales y plantas, el funcionamiento es totalmente instintivo.

«¿Acaso no es el impulso del hombre de negocios vencer a su enemigo o al menos ser igualmente exitoso; y sus asuntos con sus clientes sirven el mismo propósito?» (Jahr, 2013d, p. 42) se pregunta Jahr. En el mundo de los negocios, el mundo en que se mueve el diseñador, la actitud creativa es sinónimo de egoísmo. La razón es muy simple: para ser original se debe ser egoísta. La creatividad conlleva sorpresa y por lo general se debe superar a otro creativo en su propuesta. Siguiendo la pregunta de Jahr, los clientes, que en la óptica del diseñador pueden ser consumidores o usuarios, deben ser cautivados con una buena dosis de actitud egoísta. Si no fuese así, los diseñadores no serían diseñadores, ya que para sorprender creativamente a la audiencia se requiere de cierta dosis de egoísmo.

El uso de la actitud egocéntrica es importante para la creación y el desarrollo de la civilización, tal como concluye Jahr. Y es evidente que el diseño avanza también gracias a esta actitud. El problema se presenta cuando no se tienen en cuenta las consecuencias del egoísmo exagerado, ya que se subestima la existencia del altruismo. Así como la actitud egocéntrica tiene un porcentaje de instinto, sería ilógico «no reconocer que exista un altruismo que se presenta como un don natural de la vida del alma

humana» (Jahr, 2013d, p. 42). De no reconocer que la naturaleza humana tiene un balance, y en este caso lo dado psicológicamente en forma de amor, justicia, empatía o como se quiera llamar, como lo expresa Jahr, negaríamos toda posibilidad al altruismo.

El diseñador es altruista en cierta medida, como ya se comentó. El altruismo emerge cuando el egoísmo se autodestruye. Para estructurar su ejercicio creativo, el diseñador debe combinar ambas actitudes. Es evidente que es muy complicado evidenciar la combinación de estos dos polos de actitud, pero una vez lo ordinario se convierta en extraordinario, la conciencia que se tenga de la actitud altruista en el diseñador en combinación con su egoísmo, puede dar posibilidades de mejor desempeño proyectual.

De acuerdo a lo mencionado, egoísmo y altruismo no son necesariamente adversarios éticos incompatible, de acuerdo con Jahr (2013d, p. 44). Hay que superar el estigma social que tiene el egoísmo. Todo gira en torno a cómo utilizamos el derecho a ejercer el egoísmo, ya que es una tendencia natural del hombre, como ya se mencionó. El diseñador debe entender el uso de su egoísmo y ejercer su derecho a esta actitud con responsabilidad. Si se respeta de manera razonable (respeto por la originalidad, la orientación hacia la innovación, la consideración correcta del valor de la vida, la práctica de la identidad personal y colectiva, la armonía con los ecosistemas), «entonces funcionara de manera solidaria en grandes círculos y será –al menos en sus consecuencias– altruista» (Jahr, 2013, p. 46).

2.5 LA TÉCNICA EN EL DISEÑO INDUSTRIAL

En su artículo de 1933 titulado *Kind und Technik* (El niño y la técnica), Jahr se pregunta si el

niño de hoy es realmente técnicamente maduro. Este cuestionamiento lo realiza a propósito de un artículo de O. Craemer sobre «La gratitud de la niñez» en el que se mencionan dos características de la juventud: la ausencia de historia y la aptitud técnica y el talento.

Utilizando como hecho tecnológico la fotografía, que para la fecha de publicación ya era una invención tecnológica de dominio público, Jahr menciona que la comprensión de la niñez acerca de la tecnología fotográfica se aleja mucho de entender su funcionamiento. Jahr acepta que la niñez no debe cargar con todo el detalle del conocimiento tecnológico, pero sugiere que la generación actual no supera la aptitud técnica de aquella de las generaciones previas.

El diseño como eslabón fundamental para la humanización de la tecnología debe reflexionar sobre la cultura material de la cual es creador. Basta con revisar la cantidad de productos con una alta carga tecnológica que son lanzados al mercado diariamente. Si en tiempos de Jahr esa cadencia era notable, en el siglo XXI, el ritmo del impacto tecnológico es abrumador y la comprensión del mismo desborda hasta la memoria misma. ¿Cómo se puede entender la brecha que, diseñada por el diseño industrial y alimentada por el sistema tecno científico, se abre más cada día?

Jahr continua reflexionando sobre un punto clave de este tema: la gran superficialidad que los jóvenes tienen respecto de los objetos tecnológicos y el peligro que esto conlleva. Si tomamos como ejemplo contemporáneo el celular, vemos que la convergencia de principios tecnológicos en este pequeño dispositivo es brillante. En un comienzo, inicios de los años noventa, solo se trataba de un teléfono portátil, pero se fue agrandando su portafolio de servicios: asistente digital, reproductor de música, cámara digital, navegador para la red; los servicios que

presta son innumerables y todos los días un mismo aparato se puede actualizar con cientos de posibilidades. ¿A dónde esta llevando a la juventud esta cadencia técnica?

El peligro que evidencia Jahr es la exagerada confianza en sí mismo: «se sienten maduros antes de tiempo, lo saben todo, desairando todos los puntos de vista anticuados de sus padres» (2013e, p. 53), y de acuerdo con esto «cuando no se entiende nada, se abre la boca más fácilmente» (2013e, p. 53). La comprensión tecnológica sigue siendo muy baja, no se reflexiona sobre la tecnología, simplemente se consume.

La observación de Jahr en torno a la labor de los padres en función del entendimiento tecnológico de sus hijos, sugiere que los padres han olvidado cómo en tiempo de su niñez jugaban con toda una variedad de tecnología que podían comprender mejor; había una comprensión tecnológica mayor que la de sus hijos. De esto nace la responsabilidad de los padres, que incluso sin comprender el desarrollo tecnológico presente, sí deben inculcar en sus hijos la actitud correcta para asimilar, consumir y entender la tecnología contemporánea.

Ante estos sucesos ¿cuál es el papel de la bioética? La vida humana es impactada, para bien y para mal, por la tecnología y las disciplinas que le sirven de puente de comunicación con su audiencia, como es el caso del diseño industrial. Estos impactos deben considerarse en forma proactiva y no reactiva. Es evidente que el diseñador no tiene la cultura de evaluar las consecuencias de sus diseño de manera profunda. Los productos industriales deben incluir una reflexión moral antes de ser lanzados y debe ser promovida en espacios de diálogo bioético, más aún cuando no se trata del diseñador únicamente sino de un grupo de

intereses que pueden desbordar fácilmente las nobles intenciones de un creativo.

Finalmente, Jahr se pregunta: «¿Y dónde se encuentra la moral en estas consideraciones?» (Jahr, 2013e, p. 55). Menciona que la supuesta educación técnica superior adquirida por el niño sobre el adulto no puede desencadenar una transmutación en su relación y que toda medida educativa que se base en este supuesto está equivocada. Esto abre un espacio notable al diseño y a la bioética como fuentes de conocimiento: el primero, con la responsabilidad de acompañar sus creaciones de la reflexión prudente de las consecuencias de su innovación, donde este es un proceso que se debe dar públicamente. La segunda, en anticiparse a los hechos tecnológicos cumplidos, ya que el impacto inicial ya ha tenido su espacio de accionar libremente. Hay que recordar que «la esencia de la técnica no es, en absoluto, algo técnico» (Heidegger, 1994, p. 9).

2.6 LA MUERTE, JAHR Y EL DISEÑO INDUSTRIAL

Para la bioética clínica la muerte es un suceso cotidiano. Pero esta muerte es antropocéntrica: los que mueren son seres humanos. En el diseño industrial, la muerte es algo lejano. Su apreciación es como la que puede tener cualquier persona: sucederá tarde o temprano. No obstante, es interesante ver cómo la consideración de la muerte en un proyecto de diseño de un producto industrial no tiene que ver solo con los humanos. Gracias a que un producto no solo se diseña, sino que se produce, comercializa, usa y se desecha, la relación no solo es con la vida humana sino con más categorías de la vida terrícola. El concepto de Ciclo de Vida del Producto completo (CVP) (véase Rizo & Navarro, 2002, p. 111) contempla el diseño de producto y diseño de procesos, cuyas especificaciones logradas van a ser utilizadas por diferentes ac-

tores a lo largo del ciclo completo. Estos actores van desde los diseñadores, pasando por los productores, comercializadores, consumidores, usuarios, recicladores, entre otros. Todos ellos tienen un diálogo con diferentes categorías de vida no solo humana.

En su artículo de 1928 *Der Tod und die Tiere. Eine Betrachtung zum 5 Gebot* (La muerte y los animales: a la luz del quinto mandamiento), Jahr habla del quinto mandamiento cristiano «no matarás» como aquel que no prohíbe explícitamente el asesinato solo de seres humanos, aunque la interpretación normal que se hace sobre el tema se reduce a la muerte humana. El ser humano, en su lucha por la vida, ha tenido como necesidad matar animales, por ejemplo. Como lo menciona el pastor protestante, es utópico pensar que «no matarás» se puede extender a todas estas situaciones. Las actividades humanas no tienen como objetivo principal el amor ni la compasión, «sino por la lucha con aquellos que compiten con nosotros» (Jahr, 2013a, pp. 24-27). Esto es natural, como ya se habló en el aparte dedicado a describir egoísmo y altruismo.

Como lo menciona Sherwin Nuland (2004, p. 143), la muerte, más que un momento específico, es un proceso en el cual cada parte del organismo vivo muere a su propio ritmo. La muerte no es únicamente paro del corazón. Y cuando ese proceso se complejiza, al extremo de que la muerte puede ser aquella que corresponde a un sistema, sus partes también mueren a ritmos y momentos diferentes.

La gestión de producto afecta en ciertas fases a la vida humana, por ejemplo, en el uso del producto. Sin embargo, al producirlo y desecharlo, otras categorías de vida se ven impactadas y comprometidas. Surge la pregunta *¿al extremo de matarlas?* Si la muerte se considera en los tiempos propios de una sala de urgencias de

un hospital, tal vez no. Pero si se considera la muerte en todos sus posibles ritmos, muy probablemente sí. El cigarrillo es un producto industrial; nadie se muere por fumar un cigarrillo. Algunos no mueren de cáncer de pulmón al cabo de «usar» cigarrillos durante toda su vida. Pero lo normal es que un fumador pueda desarrollar enfermedades relacionadas con el consumo de tabaco que lo pueden llevar a la muerte. En otro sentido, la producción de productos de asbesto cemento puede llevar a desarrollar patologías en los operarios que los producen; estos no mueren generalmente en la línea de producción, sino en sus espacios *íntimos y privados luego de un tiempo de haber participado en la industria*. En ambos ejemplos expuestos, la muerte es un ente invisible pero implacable. Al diseñador de cigarrillos o tejas de asbesto le debe preocupar este tema, no solo por su porción de responsabilidad, sino por lo evidente de las consecuencias que un producto puede tener en términos de muerte.

2.7 COMUNICACIÓN, BIOÉTICA Y DISEÑO

La ignorancia social acerca de muchas temáticas que deberían tener un mínimo conocimiento público y popular se ha convertido en una carencia de la que muchos se han aprovechado. La temática de la bioética no escapa a esta realidad. En el escrito de 1928 *Soziale und sexuelle Ethik in der Tageszeitung* (*Ética social y ética sexual en la prensa*) se dice que «Toda reflexión ética obtiene un propósito real, sólo cuando el trabajo ha sido realizado, ya sea teórica o prácticamente» (Jahr, 2013c, pp. 33-36). Y esta realización está ligada a que se registre y se comunique a una audiencia que requiere de este conocimiento.

En el caso de la bioética, hay una intención inercial de publicar sucesos que son importantes de compartir. Pero generalmente su mensaje

llega solamente a una audiencia especializada. En la época en la que vivió Jahr, los medios de comunicación social eran los medios escritos y la radio. En el caso de los escritos primaban la prensa y los libros. Menciona que en el caso de la prensa profesional (caso de bioética) esta tiene la gran ventaja de «abrir sus páginas exclusivamente a las controversias de los problemas éticos, siendo más o menos independientes de los que se mantienen neutrales e incluso hostiles hacia este tipo de preocupaciones» (Jahr, 2013c, p. 33). Pero a la gran masa no les llega el mensaje, y una gran ventaja se convierte en deficiencia. En el caso de los libros es incluso mayor este fenómeno.

Para mayor claridad sobre este tema, se recuerda lo mencionado por Héctor Ciapuscio, en su libro *Dédalo, tecnología y ética* (2006, p. 31) acerca de una encuesta que se realizó en Inglaterra acerca de cómo sería el *ranking* de las invenciones logradas por los ingleses en los tiempos modernos. El primer lugar lo obtuvo la bicicleta por encima de invenciones tan notables como la generación de energía, el motor jet, la estructura del ADN. El análisis de este resultado se centró en la ignorancia que tiene la gente acerca del conocimiento que afecta sus vidas diariamente pero no se socializa. La bicicleta es de dominio público, mientras que los otros temas no lo son.

La información esclarecedora en el caso del diseño es muy escasa. El conocimiento se transmite solo por medio de la publicidad, el servicio al cliente y el uso de los productos. Las publicaciones de diseño industrial con contenido pertinentes son una parte *ínfima* del cúmulo de información que el gran público debería conocer. En tiempos de Jahr los medios disponibles eran la prensa, la radios y los libros. Hoy es la televisión, los medios interactivos como la internet (web 1, 2, y 3; la web informativa, las redes sociales y los dispositivos móviles)

entre otros, que permiten una gran difusión de contenidos importantes de diseño. Y como dice Jahr, «la relación entre prensa y ética debe ser, en cualquier caso, fuertemente remarcada» (Jahr, 2013c, p. 33). El diseño no puede ser la excepción.

2.8 DISCUSIÓN

La vida y obra de Jahr es notable desde cualquier punto de vista. No solo como personaje que acuña el término «bioética», sino por su gran aporte, por medio de la reflexión, acerca de los problemas contemporáneos que la vida terrestre enfrenta cotidianamente. Como lo evidencia el recorrido realizado, los aportes de Jahr al diseño industrial son provechosos para comprender como la gestión creativa e innovadora de la profesión debe estar acompañada por la reflexión que la bioética de Jahr ofrece. Uno de los retos que se presenta con esta reflexión es cómo vincular este aporte a la gestión cotidiana de la profesión, no solo por parte de los diseñadores, sino también por la cadena de valor que su gestión profesional impacta. Por otra parte, es necesario reconocer desde la bioética el impacto que genera el olvido de la obra de Jahr y su imperativo bioético. Se deja de lado, de manera increíble, un gran aporte al futuro de la labor impuesta a la bioética por las coyunturas contemporáneas.

3. CONCLUSIONES

La validez de las reflexiones de Fritz Jahr, proyectadas al siglo XXI, permiten al diseño industrial desarrollar un serie de postulados para establecer bases sólidas en la construcción de su sistema de valores en relación con la vida. Como todo visionario, se adelantó a su tiempo. Es interesante que una persona que vivió en los albores del nacional socialismo pudiera desarrollar los cimientos de la bioética contemporánea. Allí donde está el abismo se encuentra el

camino a terreno seguro. El paralelo que existe entre él y Potter es notable; la construcción del conocimiento de la naturaleza por parte de la especie humana para su respeto gracias al desarrollo de sus valores.

En los escritos analizados se tratan temas fundamentales del impacto de la actividad humana a nivel cultural, social y economía sobre la vida en general y en particular sobre los animales y las plantas. El llamado a ampliar la mirada más allá de un clásico antropocentrismo es el mayor aporte que el diseño industrial puede tomar de la obra de Jahr. En su imperativo bioético se encuentra un poder creativo para construir caminos de innovación en la ejecución de proyectos de diseño basados en el respeto por la vida. La profundidad de su propuesta por el respeto por la vida animal y vegetal es tan lúcida, que al apropiarnos esta consideración, la gran beneficiada es la vida humana. Es el retorno de una buena inversión.

Su conocimiento de la naturaleza humana (egoísmo y altruismo) es tan elemental que explica de manera notable el proceso creativo de un diseñador en términos de actitudes. No hace falta dar complicadas explicaciones para conocer la esencia de las actitudes del diseñador. Sin proponérselo, Jahr es un brillante experto en términos de los procesos emocionales de un diseñador. De igual manera, el entendimiento de temas como la repercusión de la técnica en las actividades humanas permiten al diseño entender cómo sus procesos afectan a las personas que usan, disfrutan y, sobre todo, aprenden gracias al consumo de productos industriales.

La cultura de diseño se enriquece de la obra de Jahr por medio de la consideración de la vida y los impactos positivos y negativos que su labor conlleva. Es importante dialogar con los pilares del pasado, sobre todo para una profesión que

siempre está pensando en el futuro y para la cual la vida es el centro de su gestión.

Bibliografía

1. Ciapuscio, H. (2006). *Dédalo, tecnología y ética*. Buenos Aires: Eudeba.
2. Löbach, B. (1981). *Diseño Industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
3. Heidegger, M. (1994). *Conferencias y artículos*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
4. Van Hooft, S. (2004). *Life, Death and Subjectivity*. Amsterdam: Rodopi.
5. ICSID. Definición de diseño [en línea]. [Citado 19 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>
6. Fariña, J., Lima, N., & Badii, I. (2013). Editorial: Bioética y arte antes del nazismo. Fritz Jahr entre 1924 y 1933. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*, abril 2013, 8(2),1-5. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>
7. Jahr, F. (2013). Bio-Ethik: Eine Umschau über die ethischen Beziehungen des Menschen zu Tier und Pflanze [en línea]. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*. Abril 2013, 8(2), 18-23 [citado 15 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>
8. Jahr, F. (2013a). Der Tod und die Tiere. Eine Betrachtung zum 5 Gebot. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*, abril 2013, 8(2), 24-27 [citado 15 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>
9. Jahr, F. (2013b). Tierschutz und Ethik in ihren Beziehungen zueinander. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*, abril 2013, 8(2), 28-32 [citado 15 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>
10. Jahr, F. (2013c). *Soziale und sexuelle Ethik in der Tageszeitung* [en línea]. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*, abril 2013, 8(2), 33-36 [citado 15 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>
11. Jahr Fritz. (2013d). Zwei ethische Grundprobleme in ihrem Gegensatz und in ihrer Vereinigung im sozialen Leben. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*, abril 2013, 8(2),



- 41-46 [citado 15 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>
12. Jahr, F. (2013e). Kind und Technik. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*, abril 2013, 8(2), 52-55 [citado 15 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>
13. Potter, V. R. (1971). *Bioethics Bridge to the future*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
14. Rizo, S. & Navarro, T. (2002). *Ecodiseño*. Valencia: Editorial de la UPV.
15. Sass, H-M. (2013). Prologo: el significado de Fritz Jahr para la cultura y la bioética en el siglo XXI. *Aesthetika Revista Internacional sobre Subjetividad, Política y Arte*, abril 2013, 8(2), 6-9 [citado 15 octubre 2013]. Recuperado de: <http://www.aesthetika.org>