

Lo Bello de las Cosas. Materiales para una estética del diseño

Gustavo Gili: Barcelona, 2007

El Deseo de las Mañanas. Merleau-Ponty y el Diseño

Fátima Pombo/invierno 2006

Antes de empezar

Los objetos carecen de misterio cuando nos arrojan la verdad a la cara, cuando hacen coincidir aquello que se siente con lo que se sabe. Son objetos que han perdido ese *jah!* de las cosas. La cultura japonesa insiste en que el ser humano sólo puede sentirse satisfecho consigo mismo en los instantes en los que capta ese *jah!* de las cosas y del tiempo. Hay momentos que no tienen una explicación racional y que se distinguen entre sí porque también nos afectan de una manera distinta. ¿Cómo vivir despojado de todas las cosas, si las cosas pueden constituir encuentros extraordinarios con ilusiones tan liberadoras? Un ser humano sin cosas depende de un destino atrozmente interior y solitario. No sé si puede seguir llamándose humano un destino así. Por otro lado, si el día a día estuviese regido únicamente por el *jah!* de las cosas sería insoportable. Necesitamos cosas discretas que funcionen, que sean amigables, que una vez adquiridas puedan ser utilizadas sin “complicaciones emocionales.” El diseño tiene la responsabilidad y versatilidad de diseñar con sentido y ofrecer belleza a través de las cosas cotidianas.

Hace unos días estuve en una casa con una decoración muy austera y con poco color, que no pertenecía a una época demasiado definida, en fin... pálida y poco atractiva. Las cosas parecían limitarse a su función primitiva, no despertaban ningún entusiasmo. Lo que teníamos que hacer allí no requería mucho tiempo. Estábamos a punto de marcharnos cuando de repente me fijé en una mecedora de madera y cuero marrón. La mecedora me hizo acordarme de una escena indeterminada de una película indeterminada en la que una mujer se sienta en la terraza de gruesos listones de madera y empieza a mecerse sin que se pueda saber qué piensa, qué siente o qué está mirando. Lo único que vemos es como la mujer se mece, el resto hay que adivinarlo. La mecedora era de Costa Rica. Al final, aquella casa tenía una *Gioconda*. Pedí quedarme

allí hasta que los demás volviesen. De repente sentí la necesidad de visitar mis cajas negras meciéndome en el bienestar de ese artefacto maternal.

Empezar

Las mañanas son el comienzo de un nuevo día; al menos en cada despertar existe la esperanza de que se puede empezar, de que es posible dejar atrás lo que era el ayer antes de que nos durmiésemos. El sueño tiene esa cualidad de cerrar un día y abrir otro. El sueño es un estrecho camino de paso donde se mueven el olvido o el deseo. *Duerme, que mañana será otro día y las cosas te van a parecer distintas*. Probablemente todos hayamos oído o proferido alguna vez esta tranquilizadora afirmación llena de buena voluntad. Cioran, que padeció insomnios terribles, tiene muy clara la importancia de dormir: “El extraordinario fenómeno del insomnio hace que no exista la discontinuidad. El sueño interrumpe un proceso [...] El tipo que se levanta por la mañana después de una noche de sueño tiene la ilusión de comenzar algo. Pero, si estás en vela toda la noche, no empiezas nada.” [Cioran, 1996, 225] Por experiencia propia sabemos que si las mañanas traen consigo la esperanza, también traen la duda. Hay cosas que van a realizarse y otras que no. El paso de las horas del día supone tomar decisiones constantemente. Sin embargo, las mañanas son como la infancia, un período en el que todo parece posible.

El hombre es carne y hueso, sangre y nervios, un pequeño mundo mortal que no quiere morir y por ello inventa medios para detener la vorágine del tiempo. “¡Qué haya belleza!” Schiller considera en la carta 18 que a través de la belleza “el hombre sensible se ve guiado hacia la forma y al pensamiento [...] el hombre espiritual se ve reconducido hacia la materia y el mundo de los sentidos.” [Schiller, 1994, 69] ¿Qué poderes descubre Schiller en la belleza para conferirle tales efectos curativos en el individuo?

La belleza es una fuerza anímica, una condición necesaria para la humanidad. Existen el fuego, el aire, el agua, la tierra... y la belleza que convierte en resplandeciente lo que es telúrico y en etéreo lo que es pesado, al menos de forma provisional. Es difícil lograr definir la belleza. A través de esa definición podríamos meditar sobre el estado de las cosas y sobre la condición óptica del ser humano. Schiller no nos abandona en esa aflicción y dice que debemos buscar el ideal de belleza “por la misma vía a través de la que satisfacemos nuestro impulso lúdico.” [1994, 64] No voy a continuar con la interpretación del pensamiento schilleriano, porque he escogido a Merleau-Ponty para que me guíe, aunque la transposición al plano antropológico que realiza Schiller del

sistema reflexivo-formal de belleza de Kant sea muy productiva en el caso de una sociedad cultural que reflexiona acerca de la formación estética del individuo (*ästhetischer Staat*, según Schiller.)

Voy a partir de la hipótesis de que el impulso lúdico conduce a la búsqueda de soluciones envolventes y emocionantes que no tienen que resultar necesariamente arrebatadoras o inolvidables; a veces es suficiente que durante unos instantes nos trasladen a un mundo con otros detalles y otras impresiones. La conciencia de la carencia y la conciencia de la muerte son dos determinantes poderosos de la actividad humana, especialmente de la creativa. La crisis del ser humano es también la crisis de su finitud y la impotencia para acceder a la realización de todos sus deseos. La actividad creativa constituye una actualización de esa conciencia. La conciencia de ser es la conciencia de no ser suficiente; la conciencia del tiempo es la conciencia del ser que quiere realizarse y que se realiza a través de los objetos que lo muestran; el ser que tiene necesidad de crear formas. Pero si el artista se trasciende en el objeto producido (el poeta tiene que negarse para sobrevivir en el poema; el poeta deja su vida para presentar a los demás una vida que vivir), el diseñador desarrolla su actividad teniendo en cuenta una acción dirigida a lo cotidiano. Es verdad que el diseñador también puede ser un artista, pero creo que no puede disfrutar simultáneamente de esa condición “ontológica.” Yves Zimmermann, al analizar conceptos como diseño, diseñadores y objetos de diseño, llega a la conclusión de que la dificultad para encontrar criterios que posibiliten la valoración del contenido de esos conceptos lleva a que, de forma equivocada, a veces se apliquen los mismos criterios que se aplican al mundo de las bellas artes. Para Zimmermann, esa aproximación conduce a una distorsión de la propia naturaleza del diseño, que podría evitarse si el diseñador tuviese presente que el objetivo fundamental de su actividad es la solución de problemas concretos a partir de la finalidad del uso, de la utilidad. El diseño es una actividad regida por un uso mínimo del *dibujo* y guiada por el designio supremo de la *usabilidad* y utilidad de los objetos. Zimmerman refuerza su postura considerando que los “caprichos artísticos” del diseñador distorsionan la inteligibilidad y *usabilidad* de los proyectos. El rallador es un ejemplo de objeto cuya perfección en el uso lo convierte en algo tan discreto que prácticamente es ignorado como objeto de diseño. Este objeto hace patente que “cuanto menos diseño (en el sentido en el que normalmente se entiende este término) se interponga entre el objeto y sus usos, mejor funcionará y mayor será su utilidad [...] El objeto se explica por sí mismo, el designio se ha hecho evidente, visible, precisamente a

través del diseño. [...] La *usabilidad* de este objeto es total. Es perfecto.” [Zimmermann, 1998, 120-121]

Hablando del libro *Arte ¿? Diseño*, que editó Anna Calvera, la autora afirma que “sin una partícula copulativa en el título, la pregunta por la relación entre el arte y el diseño sólo puede responderla cada lector. Al final y extrapolando un concepto propio de la teoría del arte, puede muy bien ocurrir que sólo la “voluntad de diseño” sea un criterio de discriminación válido ante los innumerables artículos, actitudes proyectuales, campos profesionales y maneras de diseñar que existen y conviven en la realidad cotidiana actual.” [Calvera, 2003, 14] “La voluntad de diseño” me remite a una pregunta de Nelson Goodman: “¿Cuándo existe arte?” llevada al mundo del diseño. Así pues: *¿Cuándo existe diseño?* Existen circunstancias que son comunes al artista, al diseñador y al individuo en general: el deseo, la duda, el mundo.

La propuesta del *pluralismo* de Goodman en el arte, la ciencia, la filosofía e incluso en la vida cotidiana es construir mundos, crear mundos. *Construir y crear mundos* en contra de lo predeterminado fuera del sujeto, autor por derecho propio de esa construcción. Se trata de *mundos* y no del mundo; de la construcción en plural, de la construcción en función de una variedad y de un pluralismo que exige versiones y visiones que no siempre son compatibles, que no siempre son correctas o verdaderas, habitadas por sistemas simbólicos, capaces de funcionar en *versiones-del-mundo* diferenciadas. Construcción, porque existen mundos dados, que no han sido creados por un demiurgo. Todos los mundos son construidos a partir de otros mundos construidos antes por otros. Todo lo que tenemos son versiones de distintas clases: de representación, perceptivas, descriptivas, artísticas, filosóficas, científicas o familiares.

Maurice Merleau-Ponty, filósofo que ha inspirado el tono de *El Deseo de las Mañanas*, defiende que el sujeto individual, por el hecho de estar en el mundo, busca el sentido de la existencia; un sentido que no puede separarse del sentido que atribuye a las cosas (artefactos, objetos). Por eso, el campo de los fenómenos (de aquello que aparece) es tan importante y, por eso también, el pensamiento no es más que hacer que la experiencia se convierta en algo lúcido. Si se aplica la terminología de Goodman a la tesis de Merleau-Ponty, dar sentido es construir una versión-del-mundo que puede ser particular o tener un carácter más universal. Si interpretamos a Merleau-Ponty podemos considerar que por el hecho de estar en el mundo, el hombre desarrolla una experiencia que oscila entre el deseo y el significado: el placer de la experiencia del cuerpo es inseparable de la experiencia del mundo y esta experiencia tiene implicaciones interpretativas y prácticas

(de *praxis*.) La emoción y el intelecto están siempre implicados en un compromiso orgánico y espiritual incesante, y todo gesto (no sólo el artístico) puede ser una toma de conciencia crítica sobre el mundo en el que estamos instalados. “Vivimos entre objetos contruidos por los hombres, entre utensilios, en las casas, en las calles, en las ciudades, y la mayor parte del tiempo sólo los vemos a través de aquellas acciones humanas de las que ellos pueden ser el punto de aplicación. Nos acostumbramos a pensar que todo eso existe necesariamente y que es inexorable.” [Merleau-Ponty, 1996, 28]

Sabemos que los objetos técnicos manifiestan una objetivación del mundo, son intermediarios entre el sujeto y el mundo y (al menos) es la eficacia la que los mueve; sirven a una acción que tiene fines utilitarios específicos; pretenden ser soluciones y no problemas. Dentro del contexto del diseño, proyectar “es siempre fruto de un designio, de una intención”, afirma Zimmermann [1998, 12] y prosigue: “el uso, la utilidad de un objeto es, pues, la meta a la que debe aspirar todo proyecto de diseño. Por lo tanto, el designio debe guiar el acto de diseñar en orden a la *usabilidad* y debe convertirse en un criterio fundamental para medir cualquier decisión que se tome en el proceso de proyectar. Todo objeto debe pasar por la prueba de la verdad del uso.” [1998, 114]

Zimmermann orienta su reflexión en el sentido de justificar que el carácter, la “verdad” del objeto, se distingue por su funcionalidad, por el hecho de resolver un problema concreto y determinado. Un objeto debe mostrarse a sí mismo y auto-explicarse sin ambigüedad. Pero sabemos, y el primero en saberlo es Yves Zimmermann, que el sujeto es un ser perceptivo, que la percepción (que se da en un horizonte determinado) y el conocimiento, como las elecciones y las decisiones, no se definen sólo por la eficacia. Si partimos de esta premisa es posible justificar el cruce entre fenomenología y hermenéutica. En cuanto fenómeno que es posible interpretar, el objeto de diseño no es inocente y porta, además de todo el elenco de funciones mencionadas, un *significado en blanco*. El significado en blanco del que hablo es aquel que no se puede objetivar ni prever, porque es atribuido por cada sujeto a partir de su propio campo de subjetividad. La cosa existe también con y a través de esa interpretación. El significado en blanco de la cosa es el significado que, después de realizadas todas las funciones, todavía permite que el sujeto establezca un sentido para sí mismo, que no es el sentido del mundo-verdad de los metafísicos, ni tampoco el mundo funcional de los pragmáticos.

¿Cómo diseñar un despertador capaz de cumplir con su función de sacarnos del confortable mundo de los sueños y que nos recuerda que existe una realidad que nos

espera (o que no podemos evitar) sin que nos den ganas de arrojarlo contra la pared?
¿De qué forma integra el diseñador el deseo, la duda, el mundo en el proyecto?

Todo sucede en el espíritu

El artista nos presta los ojos para que veamos el mundo; esta es una hermosa afirmación de Schopenhauer. ¿Sólo el artista? Bien, el artista es también un falsificador del mundo y de la vida real ya que los convierte en irreales; es un demiurgo revelador de fuerzas ocultas, porque el arte es un ponerse a pensar y contiene cualidades de las que carece la visión del mundo de la experiencia vulgar. Cuando las cosas entran en relación con el individuo se convierten en campo de su experiencia y lo unen a un espacio y a un tiempo. En algunas ocasiones, los objetos mueven y conmueven, ayudan a los individuos a situarse fuera y dentro de sí mismos. Un objeto es la posibilidad de una experiencia y, por lo tanto, los objetos de diseño también tienen ese designio.

Norman Potter interpreta la unión entre diseño y arte desde el punto de vista de la utilización de la libertad de creación: “cuanto mayor es la libertad de movimiento estético y sensorial dentro de una gama de posibilidades de diseño, más cerca parece estar el resultado de aquello que ofrece la práctica de las bellas artes. Cuanto menor es la libertad, más se aproxima el diseño a las ciencias y a aquellos campos donde la percepción de la *opción* estética es verdaderamente marginal.” [Potter, 1999, 14]

La experiencia de un objeto (estética o de otro tipo) se desencadena a través de la experiencia de la forma. Vamos a abstraernos de la experiencia estética de los objetos de arte y a abstraernos de la formulación de las teorías sobre la belleza para situarnos en la estética de lo cotidiano, que es aquella que se vive en la experiencia cotidiana de los objetos. El diseño tiene a su alcance la posibilidad de integrar la función estética en la existencia y liberar a la existencia del sometimiento a la estricta función material y utilitaria. Desde el principio, los objetos que son utilizados en el trabajo cotidiano tienen asociados otros valores (míticos, religiosos, políticos, mágicos, estéticos) que han permitido la diferenciación cultural y la afirmación de la identidad de las comunidades. El diseño tiene la posibilidad de acabar con el sacerdocio estético y de acercarlo a la vida. El diseño tiene la posibilidad de *estetizar* el mundo, no mediante el ornamento o haciéndolo más bello, sino promoviendo una relación más auténtica (menos alienada) con el artefacto, en la que puede incluirse el ornamento. En un artículo titulado “*Wie kommt ein funktionalistischer Designer zum Thema Ornament?*”, Richard Fischer defiende que el ornamento desencadena una serie de sensaciones que desempeñan

funciones importantes en dos tramos del proyecto: en el nivel relacional de representación de las funciones prácticas (el lenguaje del ornamento es simbólico) y en el nivel emocional de representación de las funciones decorativas (el lenguaje del ornamento es afectivo). El ornamento establece una conexión entre la razón y la emoción, amplía la naturaleza emocional de los afectos y, por lo tanto, acerca el artefacto al mundo de referencias de cada uno. [Fischer, 2000]

Los argumentos estrictamente funcionales se encuentran actualmente cada vez más lejos de desempeñar un papel persuasor primordial en la adquisición de objetos. Se habla del carácter simbólico de los objetos orientados a la función práctica, refiriéndose a que ya no se bastan por sí mismos. Los objetos son extensiones del cuerpo y del espíritu de sus usuarios y, por ello, desempeñan importantes funciones de representación de la identidad. Los objetos se justifican por la necesidad (el deseo), cuya satisfacción parece ser más psíquica que física. La publicidad, al construir escenarios de estilo de vida, crea y alimenta poderosos mecanismos de representación que vehicula a través de las marcas. Pero diseñar una nueva panoplia de objetos que promuevan nuevos ideales no es suficiente para organizar una sociedad nueva y para configurar una nueva estética. Cuando el individuo construye cosas, cuando trabaja para comprar cosas, cuando utiliza cosas, puede convertirse en una cosa entre cosas. ¿Cómo protegerse de algún modo de la reificación, de la distorsión del deseo (la pulsión de la vida y el cambio) en un factor de repetición y desorientación?

Le Douce de Cézanne [Merleau-Ponty, 1966] nos remite a la libertad del acto de pensar y de sentir como vía efectiva de tocar el mundo sin convertirnos en cautivos de la glorificación de la imagen de uno mismo y de los otros. Un breve repaso de las últimas contribuciones del científico António Damásio sobre el dominio neurológico de la actividad cerebral nos hace preguntarnos acerca de aquello que en el ser humano se encuentra condicionado por la historia de sus experiencias emocionales (de la que ciertos objetos y acontecimientos son particularmente responsables) y del margen que tiene el ser humano para cambiar su destino emocional y, por lo tanto, existencial. Según Damásio, el ser humano se distingue por su inteligencia, y su inteligencia está informada por la experiencia emocional. Las decisiones del individuo están muy influenciadas por su experiencia lejana y por la experiencia cercana, y esa influencia forma parte de la forma en la que el individuo percibe la realidad, creándose a partir de ella una tercera percepción que origina el conocimiento del individuo a través de sí mismo, como si asistiese a una representación de sí mismo. La conciencia está dividida

en dos escenarios que condicionan y orientan las decisiones: el lugar de la identidad, constituido por recuerdos selectivos que relacionan al yo con el mundo; y el lugar de los proyectos, creado a partir del presente, que se dirige al futuro de los presentes próximos e interactúa con las experiencias nuevas.

Para Damásio, la subjetividad aparece cuando el cerebro, además de producir las imágenes de un objeto y las imágenes de respuesta del organismo a ese objeto, produce un tercer tipo de imágenes, que corresponden a la observación del organismo durante el acto de comprender y responder a ese objeto; como si el sujeto recrease un punto de vista exterior a sí mismo: el propio sujeto asistiendo a una escena protagonizada por él mismo. La subjetividad aparece en la última fase de conocimiento. La concepción de una realidad futura, su previsión, se deriva de un proceso subjetivo, de nuestra acción intelectual, crea además una imagen del objeto y de nuestro organismo en relación con el objeto, una percepción distanciada de esa escena. Es posible que del mismo modo que los dos ojos, actuando de forma conjunta, revelan un tercer tipo de percepción distinta a la de cada uno de los ojos por separado, también el *yo(self)* adquiere un conocimiento perceptivo nuevo, siempre y cuando la percepción del objeto coincida con la percepción del individuo con relación al objeto, produciéndose una especie de tridimensionalidad perceptiva en la que el individuo pasa a verse en esa “película” y a comprender el fenómeno. Al crear esta tercera representación, el individuo refleja sobre sí mismo lo que está viendo. Este distanciamiento reflexivo puede que esté presente en el origen de esa característica forma humana de ver más allá de los sistemas que condicionan al hombre, “adivinando”, “deseando”, “reconociendo” otras posibilidades. Este dispositivo de nivel variable, de proyección de un sentimiento visual hasta que es posible comunicarlo a través del lenguaje, se encuentra a medio camino entre el *yo (self)* impreciso y el *yo (self)* consciente. No existe inteligencia sin emoción, ya que el deseo constituye una condición previa a cualquier proceso cognitivo, aunque el procesamiento deductivo lógico y espontáneo opere a una velocidad superior a la de la inteligencia emocional. No existe cuerpo sin cabeza, ni cabeza sin cuerpo, como no existe cognición sin emoción en los individuos considerados normales. Cuando el individuo toma decisiones, recurre a un conocimiento anterior marcado por la memoria emocional; afronta cada nuevo problema resolviéndolo más deprisa de lo que exigiría la previsión de todas las posibilidades combinatorias. En cada uno de nosotros existe un sistema instantáneo de orientación al tomar una decisión que se ha ido construyendo individualmente a lo largo de nuestra existencia a través del sufrimiento y el placer de

las experiencias relacionales y que constituye una matriz dinámica (porque está adquiriendo siempre contornos informativos nuevos) a partir de la cual se toman decisiones y se diferencian los individuos.

¿Acaso es el diseñador un demiurgo de la vida cotidiana?

Caminar en el mundo

“Nuestro corazón late para conducirnos a las profundidades... Esas extrañezas se convierten en... realidades... Porque en lugar de limitarse a una restitución de intensidad variable de lo visible, incorporan también una parte de lo invisible, de lo percibido de forma oculta”. Esta afirmación de Paul Klee citada por Merleau-Ponty [1964^a, 85] nos lleva directamente al centro de nuestra argumentación. Merleau-Ponty no encontró una salida en el plano de la percepción. Al ocuparse de la percepción, el filósofo reconoce que como experiencia primordial, la percepción manifiesta una constitución precognitiva, una conexión entre esencia y existencia que no puede “pre-suponerse”. Existe un pacto originario del que surge el sentido que al relacionar a un sujeto (definido como cuerpo propio) y un mundo (definido como fondo u horizonte) no deja de situarlos en una posición antagónica, porque sujeto y mundo se dan en una correlación constante. Cuando en la *Phénoménologie de la Perception* el filósofo hace de la percepción un acontecimiento inaugural, puesto que despoja a la conciencia de su poder de construcción o constitución y la coloca en la vida perceptiva, preguntando qué somos antes de pasar a la reflexión, purificando la mirada nublada por el saber occidental (es preciso “hacer aparecer el mundo tal y como es antes de cualquier regreso a nosotros mismos” [Merleau-Ponty, 1945, XI]), se topa con una opacidad que le inclina a una vía de la que *Le Visible et l’Invisible*¹ es un testimonio. Este cambio de orientación hace posible incorporar aspectos que no forman parte del dominio de la percepción. En la medida en que el pensamiento se orienta hacia la ontología, y debido a la necesidad de la fenomenología de trascenderse en la ontología, el filósofo parece más interesado por la dimensión de la ausencia, por la cara “invisible” de la visibilidad. Para Merleau-Ponty el ser es un ser primitivo, la esencia salvaje que es también el mundo percibido, *Lebenswelt*, el dominio de todas nuestras experiencias vividas. Merleau-Ponty quiere

¹ Claude Lefort emprendió la publicación póstuma de esta obra, que el autor no pudo concluir, a partir de las numerosas “notas de trabajo” y de un anexo que parece referirse a la primera redacción del tercer subcapítulo del primer capítulo titulado “Interrogación e intuición”. Esta producción del filósofo, desarrollada en apenas dos años, fue trágicamente interrumpida por su muerte repentina en mayo de 1961.

recuperar la esfera de lo vivido, de lo existencial, de aquello que Husserl denominó como *Lebenswelt*, *Urheimat*, donde se fundamenta toda actividad donadora de sentido (*Sinnggebung*). El mundo no puede estar sometido a una conciencia pura. Se trata de colocar al mundo como fuente prioritaria de la que brota la significación. Para Goodman es absurdo hablar de una realidad autónoma, que existe por sí misma, independiente de la construcción de las distintas versiones del mundo. Esta afirmación constituye precisamente una de las tesis que caracterizan al *irrealismo* de Goodman, sustentado por la idea de que las percepciones, los datos, la materia, las experiencias y los hechos se relacionan necesariamente con los sistemas de los que forman parte, que siempre son contruidos, nunca dados; la construcción de los sistemas se corresponde a la construcción de las realidades. Las versiones no son sino sistemas de símbolos que categorizan, clasifican y ordenan los respectivos referentes; es decir, disponen y determinan las condiciones para la individualización de los objetos.

Merleau-Ponty cree que al dar preferencia a una cosa a través de nuestra mirada, esa cosa se hiperboliza y el resto de las cosas retroceden, se convierten en horizonte, aunque conserven la posibilidad de convertirse en objeto de “mi mirada”.² Es posible argumentar que los objetos técnicos parecen manifestar una objetivación del mundo. Desde el punto de vista de la eficacia, son intermediarios entre el sujeto y el mundo,

² En la obra *L’Oeil et l’Esprit*, el filósofo insiste constantemente en la importancia fundamental de la pintura [...] “que contribuye a definir nuestro acceso al ser” [1964^a,42]. La pintura restituye toda la pureza que el pensamiento científico y objetivador elimina de la visión. El pintor tiene una visión desinteresada, se deja revestir por las cosas, y en la medida en que es habitante del mundo, traduce su involucramiento en la pintura. En el ensayo *Le Doute de Cézanne*, el filósofo pasa de la entidad “pintor” a un pintor muy específico (Paul Cézanne), que quiso unir arte y vida utilizando la inteligencia para organizar en la obra lo que el era dado a través de las sensaciones. “Cézanne no creyó tener que escoger entre sensación y pensamiento, o entre el caos y el orden. [...] Es este mundo primordial el que quiso pintar Cézanne y esta es la razón por la que sus cuadros dan la impresión de naturaleza en su estado original, mientras que las fotografías de esos mismos paisajes sugieren el trabajo del hombre, sus comodidades, su significativa presencia” [Merleau-Ponty, 1966, 23]. El pintor no está frente a las cosas para conceptualizarlas, nace con ellas, porque es parte de la carne del mundo. Merleau-Ponty, al buscar una definición propia para la carne (término nuevo para designar al Ser) se aleja de los conceptos metafísicos tradicionales: la carne no es la materia, no es el espíritu, no es una sustancia, es el “viejo término de elemento, en el sentido en que lo empleamos para hablar del agua, del aire, de la tierra, del fuego”. [Merleau-Ponty, 1964, 184].

sirven a una acción con fines utilitarios específicos (un objeto técnico puede transformarse en un objeto de uso, encontrando su fin inmediato en una aplicación utilitaria, del mismo modo que el objeto utilitario puede convertirse en un objeto estético). Un objeto puede simbolizar cosas distintas en tiempos distintos. Los objetos pertenecen simultáneamente a un *Zeitgeist*, a una concepción del mundo, a un horizonte relacional, a un movimiento supraestructural que trasciende a la obra, a un estilo de vida, y participan en su metamorfosis. “El arte, la música, el teatro, el cine, la moda o la arquitectura ofrecen al diseñador estímulos variados para el estudio del espíritu de la época. Las relaciones entre arquitectura y diseño, el campo de acción entre las artes plásticas y las artes aplicadas, o las posibilidades de aplicación de los nuevos métodos y tecnologías son buenos ejemplos de ello.” [Bürdek, 1994, 152]. Esta afirmación nos remite al ámbito de los efectos de la obra de diseño, al ámbito de su significado en blanco: las libertades que sugiere y desencadena.

¿Acaso es el diseñador un intérprete de mirada curiosa y pensamiento perspicaz?

El deseo de belleza

¿Qué hay debajo de la máscara humana? ¿Una máscara, otra y otra? ¿Existe algo debajo de las máscaras?

La esencia del individuo se encuentra en el fin de su historia, y me da la sensación de que Sartre tenía mucha razón cuando proclamaba que la existencia precede a la esencia. Al lado del cómo soy, de las referencias de quién soy, se desarrolla el deseo de lo que quiero hacer o de lo que quiero ser, en un movimiento dinámico de reafirmación permanente de la realidad que nos envuelve. El individuo se va construyendo a cada momento.

¿Qué condiciones tiene la belleza para definir un sentimiento cotidiano a través de la manipulación y de la contemplación de los objetos? ¿De qué forma trabaja el diseñador la memoria, la herencia (¿la supera?, ¿la integra?)? ¿Tiene interés el diseñador por diseñar cosas que perduren como aquellas que recordamos? Al diseñar objetos, el diseñador proyecta mundos. Los objetos forman parte del individuo y pueden revelar o no una intención estética. Las funciones simbólicas, perceptivas y emotivas que los objetos tuvieron siempre adquieren actualmente una importancia que va mucho más allá de su funcionalidad. ¿Estamos ante una sociedad del espectáculo en la que somos actores, figurantes, público? ¿Quién la dirige? ¿Se trata sólo de la desmesura de una cultura material que hace ya mucho que borró las huellas de la naturaleza? Tal vez se

trate de una tenue línea que separa el ser sujeto del ser sujetado. Los objetos simbólicos son más humanos (objetos estéticos) que aquellos que se someten exclusivamente a un orden funcional optimizado (objetos estetizantes), ya que los primeros representan al individuo en su posibilidad histórica y cultural, contrariamente a los objetos funcionales que lo entienden como un devenir técnico, descontextualizado de la memoria de un tiempo. A través de los objetos damos cuenta de nuestra humanidad que desea, que piensa, que habla. El hombre se interroga sobre su destino, sus relaciones sociales y culturales a través de la relación con los objetos. La relación con ciertos objetos expresa realidades secretas del individuo (él mismo y su doble, el otro *sí mismo*), lo impensado, lo que se encuentra fuera de su auto-representación cognitiva. La crisis del ser humano es también una señal de su finitud, que exige hipótesis de expresión y alternativas y a la que quizá puedan dar respuesta, especialmente, las soluciones creativas e innovadoras.

La simbiosis de los artefactos con la vida les ha conferido el estatuto casi ontológico de “segunda piel”, y cuando los artefactos se vuelven inmateriales pierden la consistencia de la forma material de sentir el mundo, que pasa a manifestarse a través del simulacro. Actualmente, en plena operación cibernética, asistimos a la desaparición sistemática y progresiva de los portadores de información. En los mensajes electrónicos no existen vestigios del otro, a no ser en el contenido digitalizado del mensaje que desaparecerá si el soporte no se alimenta electrónicamente. Si desaparece el mensaje, acaba por desaparecer la memoria; si desaparece la memoria, desaparece la historia y la posibilidad de su arqueología. Sin registros materiales en la memoria activa apenas perdurarán los conceptos. La panoplia de objetos que constituían nuestro mundo parece quedar reducida gradualmente a nuestro cuerpo, lugar de encuentros, vehículo de ideas y soporte de memorias. De hecho, el régimen de movilidad al que estamos sujetos en la vida urbana contemporánea ha contribuido a la reducción física de los objetos de uso. Viajamos con el teléfono móvil y, en el caso de los más dependientes, también con el ordenador portátil. La memoria es un tema importante en la era de la desmaterialización del diseño y de la desmaterialización de los afectos. Los afectos se materializan en el cuerpo, en la casa, en las familias, en los objetos intercambiados.

Krippendorff opina que los objetos deben tener sentido para quien los utiliza [2000, 156-184]; el público raramente ve formas puras u objetos aislados; al contrario, les atribuye sentido integrándolos en un contexto que los relaciona con otras cosas, con experiencias personales, con la imaginación, con la representación, con el deseo. “*Lo que una cosa es para alguien se corresponde a la suma total de sus contextos*

imaginables”: [Krippendorff, 2000, 159]. Los diseñadores conscientes de la semántica del producto pueden articular finalidades y criterios bastante diferentes a los de aquellos que la ignoran.³ El autor presenta cuatro contextos en los que los objetos pueden tener un significado distinto y defiende que estos cuatro contextos “deben proporcionar conceptos fértiles a partir de los cuales puedan desarrollarse teorías de sentido eficaces para los diseñadores industriales [Krippendorff cita los diseñadores industriales]: el contexto operacional, el contexto sociolingüístico, el contexto genético y el contexto ecológico” [2000, 162]. En el ámbito de este texto nos interesa la tesis de que los individuos se rodean de artefactos, de cosas que tienen sentido para ellos, considerando que el “sentido” es el resultado de una relación construida cognitivamente a partir de relaciones “no cognitivas”.

¿Cómo es posible que el diseñador sea creador de un modo de vida, necesariamente de aquel que posee la virtualidad de ser el futuro?

La sucesión de los días

Los días se suceden. El ser humano, como ser-que-está-en-el-mundo, va construyendo relaciones también a partir del modo en el que se constituyen los objetos en su conciencia. Las cosas alteran el modo de percibir, de conocer, de sentir, de comunicar, de existir. *¿Cuándo es diseño?*

A lo largo de este texto se han propuesto cuatro temas, cada uno de ellos concluye con una pregunta a la que no se ha dado respuesta, dirigida a los diseñadores.

Recapitulando:

Tema: Comenzar. Pregunta: ¿Cómo integra el diseñador el deseo, la duda, el mundo en el proyecto?

En las sociedades del despilfarro se exaltan los códigos que apelan a la fruición: del tiempo, de los ambientes, de sí mismo, de los otros, de la cultura. La exaltación de esos valores de resonancia humanista no está separada de la presencia de artefactos asociados a la idea de fruición que buscan su venta, idea que se convierte en algo regulado y tan pragmático como cualquier otra función utilitaria. Cada época desarrolla un gusto

³ “The etymology of *design* goes back to the Latin *de+signare* and means making something, distinguishing it by a sign, giving it significance, designating its relation to other things, owners, users, or gods. Based on this original meaning, one could say: design is making sense (of things)” [La etimología de *diseño* se remonta al latín *de + signare*, y significa hacer algo, distinguirlo por una firma, darle significación; haciendo referencia a la relación con otras cosas, dueños, usuarios o dioses. Basándose en su significado original se podría decir: el diseño es dar sentido (a las cosas)] [Krippendorff, 2000, 156]

público, una moda, unos principios de proyección, de construcción. El artefacto participa del mundo del destinatario (*Umwelt*) y él mismo es un mundo (*ein Welt*). Un objeto no es sólo un objeto funcional; es un acontecimiento, un suceso (*ein Ereignis*), un silencio que hay que llenar, un sentimiento que hay que descubrir. Un objeto manifiesta siempre algo del sujeto, ya sea de su creador, ya sea de aquel con el que éste se cruza; tiene un *pathos*, un significado en blanco, el significado imprevisible e imponderable que lleva consigo, los vestigios del deseo de un sujeto.

Bürdek admite que “las concepciones del producto se definen y desarrollan con relación a los modelos de vida específicos de los grupos de público más diversos” [Bürdek, 1994, 145]. Se trata de tener en cuenta la descripción del contenido de los objetos a proyectar. Las cuestiones de forma y contexto deben superponerse a los modelos formales de programación. La forma es una mirada del espíritu, puesto que no vive en la materia. Ya sea por necesidades mecánicas, ya sea por necesidades de orden intelectual, el hombre fabrica artefactos que pueblan la existencia. Cada generación fabrica sus artefactos. Para comprender la vida de las formas, quizá sea también necesario liberarnos de las viejas antinomias espíritu/materia, materia/forma, porque la materia o mejor dicho, las materias, son numerosas y complejas... interfieren según su “naturaleza” en la forma en la que se concretan. Hablar de la vida de las formas es evocar la idea de sucesión. El ser humano está abierto a los cambios y a los acuerdos, y la cultura no deja de ser un acto de incorporación progresiva de los acontecimientos (esperados e inesperados) que pueden producir una renovación de la posición del individuo respecto a sí mismo y a la comunidad. Un artefacto, en su intento de ensayar respuestas mediadoras a los eternos problemas de la humanidad, es simultáneamente icono y réquiem de una cultura. Es posible comprender el rediseño a través de la adecuación interpretativa de nuevos soportes materiales y de las nuevas tecnologías como respuesta a problemas antiguos.

La definición de un paradigma en el que el *creative thinking* (pensamiento creativo) pueda transformarse en *critical thinking* (pensamiento crítico) enfatiza el hecho de que el diseño y la teoría del diseño pueden establecer una relación cuya naturaleza participa en el desarrollo de la cultura del diseño como agente globalizador, pero también como marcador de identidades regionales; es decir, como parte que interviene en la aparición de paradigmas que sean capaces de integrar la diversidad de las referencias culturales.

Tema. Todo sucede en el espíritu. Pregunta: ¿Es el diseñador un demiurgo de la vida cotidiana?

Las cosas, los objetos, los artefactos penetran nuestra vida hasta lo más profundo, hasta el punto de que es imposible imaginar la vida sin esos compañeros cotidianos. Sería ingenuo considerarlos sólo como la manifestación de poder de una economía de mercado que para sobrevivir exige la rápida substitución del protagonismo de unos artefactos por el de otros. Por otro lado, diseñar una nueva panoplia de objetos no es suficiente para organizar una sociedad nueva y para configurar una estética nueva. Los artefactos no son neutros. Los artefactos definen paisajes contextuales, fomentan la información, la conformación, la personificación, la promesa, la libertad. “En nuestra vida, los objetos son mucho más que meras posesiones materiales. Nos hacen sentirnos orgullosos, no porque hagamos ostentación de nuestra riqueza o nivel social, sino por el sentido que dan a nuestra vida (...) Un objeto favorito es un símbolo que establece un marco positivo de referencia mental, un conjunto de recuerdos gratos o, a veces, la expresión de la propia identidad. Y a su vez, ese objeto guarda una historia, un recuerdo, una memoria y algo que nos une personalmente a ese objeto en particular, a esa cosa en particular” [Norman, 2005, 21]. Sin emociones, lo cotidiano no existe; el comportamiento está asociado al sistema emocional que, a su vez, interfiere en las decisiones que se toman a lo largo del día. “En la década de 1980, cuando escribí el libro *The Design of Everyday Things*, no tuve en cuenta las emociones. En aquellas páginas abordé de un modo lógico y desapasionado los temas de la utilidad y la *usabilidad*, de la función y la forma, [...] Pero ahora, en este nuevo libro, he cambiado de opinión. ¿Por qué?, se pregunta el lector. En parte debido a los recientes avances científicos que se han dado en la comprensión de nuestro cerebro y de la profunda relación que existe entre las emociones y la cognición. Actualmente, como científicos, comprendemos la importancia y el valor de las emociones en la vida cotidiana. No hay duda de que la utilidad y la *usabilidad* son importantes, pero si se las priva de la diversión y el placer, de la alegría y el entusiasmo o de la exaltación y, realmente, también de la inquietud y la rabia, del miedo y la ira, nuestra existencia estaría incompleta” [Norman, 2005, 23].

Esta reflexión que justifica la unión profunda entre emoción y cognición y, consiguientemente, entre usabilidad y belleza, no carece ciertamente de utilidad para la práctica del diseño.

Tema: Caminar por el mundo. Pregunta: ¿Es el diseñador un intérprete de mirada curiosa y pensamiento perspicaz?

En la interpretación existe algo de infinito y de supuesta renovación. Una interpretación significativa es activa, subjetiva, creativa y, por supuesto, implica esfuerzo. Esa es la fascinación de la forma y del pensamiento. Reflexionar es hacer rodar el “carrusel de las imágenes de la cosa” (Gilles Deleuze), pero también significa recuperar de ese carrusel las consecuencias de las imágenes y determinar las formas de abordarlas y de hacerlas aparecer. La expresión “esto quiere decir” participa de una contingencia ontológica que permite a cada uno de los enfoques la cualidad de inaugurar un sentido (¿una verdad?) y de aumentar el artificio; es decir, la cultura (un modo singular de decir).

Para Papanek, los diseñadores no deberían descuidar importantes conocimientos desarrollados en ámbitos disciplinares como la psiquiatría, la cultura histórica, la geografía humana, la filosofía, la arqueología..., en la medida en que esas disciplinas disponen de un conjunto extraordinario de informaciones sobre la forma de manifestarse estética y psicofisiológicamente de los individuos. [Papanek, 2000] Esa negligencia se da en dos grupos de diseñadores identificados por Papanek: el grupo de los diseñadores que pretenden volver a un proceso de diseño más sistemático, científico, previsible y compatible con el sistema de computación; y el grupo de diseñadores que se dejan llevar por las sensaciones, las intuiciones, los sentimientos, las revelaciones. Mientras que los primeros intentan racionalizar el diseño, convertirlo en algo “científico” a través de la aplicación de reglas, taxonomías y clasificaciones, los segundos caen en cierto romanticismo, pretendiendo responder de ese modo a las necesidades humanas.

A pesar de la dicotomía excesivamente antagónica de los caminos de la práctica del diseño que plantea Papanek, una especie de funcionalismo *high-tech*, lógico y frío y el denominado *seat-of-the-pants design*, lo importante ahora es subrayar la necesidad de que el diseñador tenga en cuenta las aportaciones de otras áreas de conocimiento para determinar su propio dominio. Y el mundo, el mundo.

Tema: El deseo de belleza. Pregunta: ¿Cómo es posible que el diseñador sea creador de un modo de vida, necesariamente de aquel que posee la virtualidad de ser el futuro?

Toda decisión sobre la forma implica un juicio estético, de gusto y, por consiguiente, de belleza. El individuo necesita belleza. Si el arte es capaz de reclamar lo sublime como aquello que conmueve (la belleza de lo sublime) lo bello puede inclinarse del lado de aquello que agrada (la belleza de lo agradable). Si se retomase la pregunta de Goodman

aplicada al diseño ¿cuándo existe diseño?, quizá sea posible una respuesta desde la interpretación: es diseño cuando se interpreta como forma de lo cotidiano. La ontología del diseño dependería igualmente de su práctica; es decir, de la confirmación del ser a través de la actualización de cada acto. Para demostrar el valor del diseño como fenómeno estético de gran implicación cultural sería necesaria una teoría estética que respondiese en dos sentidos: “por un lado, ante la práctica del *styling* y de todo lo que oliera a ornamento y función decorativa, o lo que es lo mismo, lo superfluo y superficial por naturaleza, que acaba siempre desembocando en lo artificioso; por otro lado, en tanto que arte popular, frente a una desculturizada, frívola y banal cultura de masas construida a base de productos de la industria cultural” [Calvera, 2003, 20]

Conforme a la belleza de lo agradable, el diseño, aún no siendo arte, incorpora la cualidad de lo estético, celebra lo cotidiano y la condición bella de los artefactos útiles.

Dagmar Steffen, cuando analiza el lenguaje de producto de dos sillas de Philippe Starck (la silla Louis XX y la silla Lord Yo), concluye que el diseñador, sin negar la funcionalidad, se interesa por alimentar el deseo de belleza de los consumidores. “Por lo menos algunos de sus diseños, como las sillas de plástico, los exprimidores de naranjas y los cepillos de dientes, se han fabricado en masa y de esa forma han estado disponibles a un precio que cualquiera puede pagar. Se crearon fundamentalmente por razones estéticas. Como sucede en parte con el nuevo diseño alemán, los productos Starck no negaron deliberadamente toda funcionalidad, sencillamente no la colocaron en primer lugar. Este hecho ha conducido algunas veces a productos que no resultan muy prácticos, pero eso no ha disminuido necesariamente su éxito en el mercado.” [Steffen, 1997, 27]

Si la estética de la belleza de lo sublime nos remite a la dimensión contemplativa de la existencia, la estética de la belleza de lo agradable (¿la estética del diseño?) nos remite a la praxis. La vocación estética del artefacto aproxima la cosa al arte y simultáneamente conserva su naturaleza funcional y *usabilidad*.

No tengo ninguna duda de que tiene que ser posible diseñar un despertador que nos despierte todas las mañanas y que en lugar de darnos ganas de arrojarlo contra la pared, nos estimule a comenzar un nuevo día.

Bibliografía

Bürdek, Bernhard [1994] *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial [Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung]*, trad. De Fernando V. López-Manzanares, Gustavo Gili, Barcelona.

Calvera, Anna (ed.) [2003] *Arte ¿? Diseño*, Gustavo Gili, Barcelona

Cioran, Emil [1996] *Conversaciones [Entretiens]*, trad. Carlos Manzano, Tusquets Editores, Barcelona.

Damásio, António [2000], *O Sentimento de Si. O Corpo, a Emoção e a Neurobiologia da Consciência. [The Feeling of What Happens]*, trad. P.E.A, Lisboa.

Fischer, Richard [2000] en *HFG Forum 17 (Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main)*, agosto, 18-21

Goodman, Nelson [1995] *Modos de fazer mundos [Ways of Worldmaking]* trad. António Duarte, Asa, Oporto.

Krippendorff, Klaus [2000] “On the essential contexts of artifacts or on the proposition that “Design is making sense (of things)”” en Victor Margolin, Richard Buchanan (ed.), *The Idea of Design*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 156-184.

Merleau-Ponty, Maurice [1968] *Phénoménologie de la Perception*, Gallimard, París.

Merleau-Ponty, Maurice [1966] *Sens et Non-Sens*, Nagel, París.

Merleau-Ponty, Maurice [1964] *Le Visible et l’Invisible*, Gallimard, París.

Merleau-Ponty, Maurice [1964a] *L’Oeil et l’Esprit*, Gallimard, París.

Norman, Donald [2005] *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos [Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things]*, trad. Ferran M. Ortí, Paidós, Barcelona.

Papanek, Víctor [2000] “The future isn’t what it used to be” en Victor Margolin, Richard Buchanan (ed.) *The Idea of Design*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 56-59.

Potter, Norman [1999] *Qué es un diseñador: cosa, lugares, mensajes [What is a designer: things, places, messages]* trad. Cruz Pardo Riaño, Paidós, Barcelona.

Schiller, Friedrich [1994] *Sobre a Educação Estética do Ser Humano numa série de Cartas e outros Textos [Über die ästhetische Erziehung des Menschen]*, trad. Teresa Rodrigues Cadete, I.N.C.M, Lisboa.

Steffen, Dagmar [1997] “Perspectives on the hermeneutic interpretation of design objects” en *Formdiskurs*, 3, II, 16-17.

Zimmermann, Yves [1998] *Del Diseño*, Gustavo Gili, Barcelona.

