

Manifiesto hacia un diseño emocional

Manuela Santoyo Bahamón

Tutora: Tània Costa
Màster Universitari de Recerca en Art i Disseny
Curs 2014/2015



EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona.
Adscrit a la UAB

MANIFIESTO HACIA UN DISEÑO EMOCIONAL

Manuela Santoyo Bahamón

Tutora: Tânia Costa

Máster Universitario
Investigación en arte y diseño
2014/2015



EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona.
Adscrit a la UAB

ÍNDICE

Introducción

Metodología

Objetivos

Justificación

Primera parte, Investigación teórica

1. EL CEREBRO QUE DESCONOCEMOS.....	11
1.1 Los componentes cerebrales y sus funciones.....	12
1.2 Mente y cuerpo.....	14
1.3 Una reflexión budista.....	18
2. LAS EMOCIONES Y SU INFLUENCIA DENTRO DEL DISEÑO.....	24
2.1 Emoción poética de los objetos.....	28
2.2 Principios para hacer diseño emocional.....	30
2.2.1 El error en la ingeniería Kansei.....	30
2.3 Diseñador activo y pasivo.....	32
3. DISEÑO EMOCIONAL COMO AGENTE EN LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL.....	36
3.1 La emoción como experiencia contra el estado emocional.....	36
3.2 Beneficios paradójicos.....	39
3.3 El alcance perceptivo del diseño.....	40
4. DISEÑO EN MOVIMIENTO: POÉTICO, EMOCIONAL E IRRESISTIBLE.....	45
4.1 Arte relacional y diseño social.....	45
4.2 Un diseño abierto.....	49
4.3 Modificar conductas, integrar culturas.....	54
5. ESTÉTICA DEL DISEÑO.....	58
5.1 Diseño indisciplinario.....	61
5.2 El usuario emancipado.....	63

Segunda parte, Intervención conceptual

6. INTERVENCIÓN TEÓRICA Y PRÁCTICA PARA EL DISEÑO.....	72
6.1 Un sistema de diseño tridimensional y equilibrado.....	74
6.2 Hacia un manifiesto en contra del método.....	77
6.2.1 Oposición a la metodología de diseño.....	80
6.3 El manifiesto.....	84
7. MANIFIESTO HACIA UN DISEÑO EMOCIONAL.....	86
7.1 El juego.....	88

Conclusiones

Bibliografía

Introducción

Si le propusiera al lector que experimente estar en el ahora muy seguramente creerá estar consciente de las cosas que está haciendo, leyendo; por ejemplo. Así mismo, al meditar la mayoría de veces creemos que se trata de estar en silencio e inmóvil, pero no entendemos lo que en realidad implica: meditar consiste en suspender todo pensamiento, en aquietar la mente y el cuerpo al mismo tiempo, en permitirle a nuestra mente tener un descanso de su ajetreada vida. Si consideramos los pensamientos como la labor que ésta ejerce, podemos comprender la explotación que sufre todos los días de la vida. Aún cuando soñamos está trabajando, no hay un solo momento del día en que la mente detenga su esfuerzo por funcionar adecuadamente. La meditación es un medio para permitirle un descanso, para reconocer su arduo trabajo y recompensarlo. Los resultados que media hora al día de meditación generan se hacen evidentes cuando disminuimos el agobio, estrés o ansiedad, cuando nuestro cuerpo se manifiesta a través de la mente, proporcionando estados de paz y tranquilidad. El equilibrio más placentero sucede cuando coordinamos cuerpo y mente, el mundo interior y exterior, y cuando poco a poco descubrimos los placeres de la vida en el ahora.

En el momento en que meditamos vivimos dentro de nosotros mismos, no a través de los demás, ni por las relaciones con el exterior ni por nuestros comportamientos. Teniendo la capacidad de experimentar lo que sucede cuando nos concentraremos en ser y estar en determinadas situaciones nos permite experimentarlas por lo que son intrínsecamente. Nos aleja de los pensamientos que no tienen relación con el presente, de las preocupaciones futuras o arrepentimientos pasados, nos sitúa en la relación que se genera entre nosotros y la experiencia misma. Por esta razón propuse antes al lector que experimentara este momento, no a través de las cosas que suceden a su alrededor sino en el acto de ser, en su cuerpo y su mente. Concentrarse en sus manos y en como fluye la sangre desde el dedo pulgar hasta el meñique, en su respiración y en como cada parte de su cuerpo se oxigena con cada inhalación y se relaja con cada exhalación, en los latidos de su corazón que con un momento de silencio interior se manifiestan.

Estos momentos de conciencia los podemos experimentar en pocas ocasiones, cuando el mundo nos lo permite. Si tomamos distancia con el exterior, con los objetos que vemos, podremos verlos desde otra perspectiva, desde un lugar desinteresado y de desconocimiento; y desligar nuestras necesidades de su forma. Si suspendemos la relación que tenemos con ellos a través de las acciones que nos facilitan, veremos que son solo objetos: materiales y figuras. Pero la cotidianidad no nos permite hacerlo, los objetos nunca serán ante nuestros ojos simple materia y figura, siempre estarán configurados bajo un significado que los hace más o menos atractivos, relevantes y necesarios. Estar en el mundo implica percibirlo y es esta relación entre objeto externo y ser, que nos permite sentir el mundo. El objeto es entonces, un medio para sentir el mundo.

Así planteo la relevancia del diseño en la actividad de ser, en las capacidades de hacernos más o menos conscientes del ahora y proporcionarnos herramientas para pensar, para emocionarnos y para sentir. El diseño es mucho más que una suma de contenidos estético formales, es una vía de percepción del mundo exterior. A lo largo del texto trato de desmenuzar conceptos que involucran psicología, filosofía y estética para configurar una visión del diseño que los integre, y así enfatizar la relevancia que supone diseñar a conciencia, utilizando las emociones como factor principal.

Para contribuir a la teoría del diseño propongo un manifiesto para que el diseñador tenga en cuenta en el momento de lucidez en que sus pensamientos se concretizan en forma, y diseña. Pienso que el acto de diseñar se ha tergiversado buscando abastecer el mercado y que los diseñadores se han olvidado de la relevancia que recae en sus manos. Tenemos la capacidad de suplir necesidades pero sobre todo de identificarlas, necesidades que otros creerán irrelevantes o inexistentes. Un diseñador no es quien modifica objetos sin transformar o trascender su contenido, es quien permanece inconforme ante la idea del mundo preestablecido; el mundo que Heidegger explica con claridad, en donde los objetos nos han sido arrojados y las interpretaciones pre configuradas. Los diseñadores tenemos la capacidad de expandir la percepción de los usuarios y proporcionar objetos que se salgan de lo pre establecido, permitiéndoles experimentar nuevas interpretaciones, asombrándoles con relaciones que nunca habían soñado tener con el mundo exterior. A esos diseños

que consisten en gran parte en detalles que transforman comportamientos de manera inconsciente, son los que distingo como diseños emocionales.

Metodología

Desde el momento en que trabajé sobre diseño emocional he tenido la indignación que me impulsó a escribir esta investigación. Nunca comprendí como un tema tan subjetivo tenía que abastecerse de pruebas tan racionales y carecer de un proceso más sensible y poético. Comencé entonces investigando y experimentando sobre el cerebro y las emociones, intentando llegar a una conclusión más precisa sobre los instrumentos necesarios para hacer diseño emocional. Estas aportaciones conforman la primera parte del trabajo, lo que denomino como investigación teórica; es la compilación de estudios sobre el comportamiento humano, sobre la relación entre el cuerpo y la mente. A medida que fui digiriendo tanta información sobre aspectos tan complejos, fui comprendiendo que la racionalidad no era la vía adecuada para definir una disciplina que contempla la creatividad en todas sus facetas. A lo largo del texto viajo entre disciplinas y conceptos que fueron llegando fortuitamente con la investigación precedente, que fueron estructurando paso a paso lo que finalizo con una manifestación que forme parte de la teoría del diseño.

La segunda parte del texto, lo que propongo como la intervención conceptual hacia el diseño, es la conclusión de lo que la primera, la experimentación en diversas áreas que estudian la relación de las emociones con el Ser, y el Ser con el mundo, me permitió alcanzar. Mi intervención dentro de la teoría del diseño se expresa con mayor profundidad en el manifiesto que propongo, evidencia en gran parte la inconformidad que siento con la disciplina que tanto me apasiona, razón por la cual siento necesidad de justificar y manifestar. La investigación teórica es la suma de aspectos tanto racionales como instintivos que se complementan entre sí y hacen más evidente la necesidad del manifiesto.

Es un proceso que espero encuentre el lector inacabado y abierto, para dar lugar a investigaciones futuras sobre el alcance del diseño y su influencia dentro de las experiencias emocionales. El manifiesto tan solo representa la indignación que siento ante el reducido reconocimiento que se le da al diseño en cuanto a sus capacidades transformativas, y es el inicio de lo que un mayor estudio sobre teoría de diseño

puede alcanzar, incitando a los diseñadores a ser más indisciplinados, abiertos, emocionales y conscientes a la hora de ejercer su profesión.

Objetivos

Objetivos generales:

Expandir la teoría del diseño y relacionarla con el ser humano más allá de las limitaciones de usuario y sus características físicas, implementando interferencias neurológicas y filosóficas para obtener una comprensión más amplia de las experiencias de los seres humanos por el mundo. Posicionar entonces al diseño como una disciplina que traspasa las fronteras que la misma ha establecido, y en el proceso de identificarlas, proponer erradicarlas.

Objetivos específicos:

Manifestar la incoherencia de las metodologías dentro del proceso creativo del diseño, en particular y como caso de estudio del diseño emocional, y proponer cambios de perspectiva hacia lo que implica ejercer dicha disciplina.

Viajar entre disciplinas y reconocer los valores que otros discursos puedan aportarle al diseño, apropiarlos y reconocer la fuerza que actividades interdisciplinares aportan a los procesos creativos.

Distinguir la relevancia de las emociones dentro de cualquier manifestación creativa, no como un valor agregado sino como un factor intrínseco y necesario.

Incitar tanto a diseñadores como a usuarios a ser disruptivos y a conocer otras formas de conciencia sobre sus actos dentro de un mundo previamente configurado.

Justificación

La ciencia se caracteriza por buscar una verdad absoluta. En este campo no caben los matices, su investigación debe siempre generar un resultado que verifique la hipótesis planteada. Para este caso se aplica una metodología de investigación cuantitativa, es decir, se analiza un proceso con un grupo muy amplio de casos de estudio (personas, animales, plantas...) que juntos puedan reunir las características necesarias para demostrar la validez o fallo de la hipótesis. Es un proceso objetivo, racional y estricto.

En el caso del diseño se puede decir que el método de investigación cuantitativo es apropiado para temas de ergonomía y de mercadeo quizás, sin embargo, su naturalidad reside en generar varias respuestas a una sola pregunta o problema. De entrada esto supone un conflicto con la metodología cuantitativa, permitiendo a la cualitativa entrar en acción. Ya no solo consiste en generar un artefacto funcional, estamos en el siglo que tiene todos los productos inimaginados para convivir en el mundo; ahora la función es llamar la atención, generar una atracción que va más allá de suplir la necesidad (o en dado caso generar nuevas necesidades), tocar un punto sensible en los consumidores para estimular el deseo de adquisición. Para este tipo de situaciones no podemos ser racionales, sí importa lo que una encuesta a cien mil personas nos diga (si vamos a hacer un estudio de mercadeo) pero importa más lo que diez de esas cien, sienten en realidad. Hay que acercarse a las emociones de las personas, conocer su trasfondo y hacer un estudio detallado sobre cada uno; ya no interesa que el primer impacto sea positivo para asegurar la compra del producto, lo relevante es saber el porqué y trabajar desde el núcleo de estos impulsos emocionales. Es el momento de intervenir con el diseño emocional.

Al diseño le ha costado mucho ser una disciplina, los primeros diseñadores que nunca serán menospreciados llamándolos de tal forma, pueden ser desde Thomas Edison con el telégrafo o el bombillo, Johannes Guttemberg con la imprenta, o hasta Arquímedes con su tornillo para sacar agua. Claro, a ellos se les llama inventores, palabra que ha quedado obsoleta a través de la historia, pues antes los productos innovadores provenían de un único genio inventor, ahora, cada día hay productos nuevos (no siempre innovadores) provenientes de diseñadores, ingenieros y muchas otras personas que juegan a inventar.

Supongo que el diseño empezó a tener relevancia cuando las otras disciplinas tomaron forma y la práctica de inventar quedó deambulando. El diseño en sí ha tenido una trayectoria interdisciplinaria considerándose como el toque estético de la ingeniería o la rama funcional del arte, pero ha necesitado tiempo y dedicación para ser respetado como tal. Ahora, quienes diseñamos sabemos lo rigurosa que es nuestra profesión; el hecho de ser 100% creativa aborda un abanico inmenso de aplicaciones y una extensa lista de resultados que surgen de una todavía más grande, de oportunidades. Esto implica que el diseño sea categorizado desde cualquier fase de su proceso: si encuentro que la función de una lámpara mejora, si quito su cobertura, o mejor aún, la reemplazo por otra que hice con retazos de papel, estaré ejerciendo

diseño. Esto es irrefutable, ya que el objetivo del diseño es generar cambios que mejoran la relación que tenemos con el mundo, y por ello es una disciplina tan amigable.

Pero hablar de diseño en su sentido más natural es reconocer que su ciclo de vida tiene una larga transcendencia que no termina con el producto final. Que implica factores contextuales, culturales y temporales en una perspectiva global, y otros más personales que involucran al diseñador. Sucede como en una obra de arte que trata de temas externos al artista como violencia, política, luz o perspectivas, pero su centro magnético es el mismo artista, quien bajo factores contextuales, culturales y temporales generó la curiosidad para crear la obra. Dentro de cualquier diseño hay algo personal del diseñador, llámese intención, inspiración, motivación o cualquier adjetivo similar. Es lo que hace único un diseño: lo emocional. El diseño emocional, sin embargo, no consiste en resaltar la emoción del diseñador sino evocar otras al usuario. Intenta despertar sentimientos por medio de objetos retóricos, composiciones gráficas que juegan con la teoría del color, por ejemplo, o campañas publicitarias BTL “below the line” que toquen un punto sensible en el receptor. Vale la pena aclarar que todos los resultados son una combinación entre las emociones tanto del diseñador como del consumidor; que es una relación de mutuo beneficio.

Es necesario investigar formas más actualizadas de las que se están ejerciendo para hacer diseño emocional, que involucren todos los factores mencionados antes, por parte del usuario y del diseñador. Estudiar sobre los estímulos que las generan para actuar sobre ellos desde un punto cero y plantear un mapa de controversias teniendo en cuenta todo lo que interfiere. Aplicar un método cualitativo para llevar a cabo el desarrollo de un diseño, en lugar de aplicar un diseño a una metodología cuantitativa, como sucede en uno de los ejemplos que expondré más adelante. Hacer una investigación con énfasis en la calidad implica dilatar el campo de estudio que se limita a una disciplina para, ya no indagar en ella hasta su lugar más recóndito, sino explorar relaciones con otros discursos provenientes de disciplinas ajenas a ella, generar nodos en conexiones interdisciplinares para encontrar resultados distintos, innovadores y creativos. Es por ejemplo, (y tratar de no ser muy literal por esto) tomar el área de la psicología y analizar lo que entiende por emoción, de igual forma con la filosofía o el arte. Pero no solo quedarse en la teoría que dichas ciencias proponen sino explorar ámbitos que trabajen las emociones en la práctica, como la cocina de

vanguardia, el cine o la literatura. Vale la pena saber desde territorios teóricos que es una emoción y desde los prácticos como se articula, para definir, si es posible, una metodología actual sobre el diseño emocional.

A finales del siglo pasado, “las emociones” se popularizaron como método para mejorar situaciones laborales y personales. El término *inteligencia emocional* ha intervenido en todo tipo de procesos de crecimiento interior: en áreas académicas se introdujo como una clase primordial para que los niños lograran manejar sus emociones y mejorar sus capacidades de aprendizaje; en empresas con énfasis en venta, es una innovadora estrategia para que en recursos humanos se clasifique al más capacitado, otras empresas lo utilizan como estrategia de mercadeo y comunicación. En la literatura, los libros de autoayuda y empoderamiento personal han tenido un apogeo inmenso en un público de distintas proveniencias, desde libros de economía hasta filosofía o marketing, cada uno con su dirección disciplinar definida pero utilizando las emociones como columna vertebral. Por alguna razón las emociones son factores fundamentales en todos los aspectos de nuestra vida, aprender a catalizarlas podría significar tener mejores relaciones sociales, aprender a tener más empatía y no sufrir por cosas insignificantes.

Para el diseño, utilizar las emociones como método para generar atracción y por tanto consumo, es sin duda una solución fructífera para vender, sin embargo vale la pena explorar el otro lado del diseño que a veces no se hace tan evidente. Esta disciplina es intrínsecamente una manera de solucionar la relación entre el objeto, contexto y ser humano, para hacer más placentera la vida de éste último. Si la actualidad nos demuestra que las emociones son un factor crucial del momento, deberíamos como diseñadores trabajar este aspecto, no tanto como estrategia de marketing sino como una mera necesidad que suplir. Desarrollar diseños cuya finalidad no sea atraer emocionalmente al usuario para garantizar su éxito comercial, sino proporcionarle ese estímulo de beneficio que la literatura, el cine y la institución académica ya están aplicando.

La diferencia entre investigar en arte o diseño a hacerlo en ciencia, reside básicamente en los objetivos de ambas. La ciencia busca respuestas ya sean positivas o negativas y las encuentra, en el ámbito artístico la investigación sirve más para generar nuevas formas de pensamiento, que sirvan para abrir la mente y posicionarse desde otras perspectivas. Ésta respuesta significaría el planteamiento de

una nueva hipótesis, quizás no solucione un problema específico pero genera conciencia sobre la inmensa posibilidad de abordarlos. El campo del arte extiende el área entre la pasividad y actividad, no proporciona un conocimiento en concreto sino que pone sobre la mesa las herramientas para que cada receptor descubra su camino hacia el conocimiento. El interés del arte no es capacitar a los individuos a entender de manera correcta la intención del artista, no es postular una respuesta a un enunciado, sino guiarlos hacia una reflexión sobre la reflexión del artista. Se trata de acompañar al receptor a un viaje estructurado por el pensamiento, a un conocimiento emergente y a disfrutar de éste proceso.

Aprovechando que el diseño puede estar suspendido sobre el hilo invisible entre la ciencia y el arte, sus formas de investigación pueden caer en la tentación de proponer un conocimiento procesado como lo hace la ciencia y olvidarse de su capacidad de inducir reflexión. Este viaje reflexivo en términos emocionales podría estar al nivel de momentos de iluminación, en donde el ser humano experiencia un pensamiento antes ajeno a él y lo hace propio, aclarando contenidos difusos en su mente. Estos momentos que la historia nos ha enseñado a valorar tanto; que la ciencia nos ha inducido a concretar por medio de la lógica, y la religión nos ha propuesto a seguir como propósito de vida, son momentos que experimentamos constantemente y manifestamos con emociones positivas. Cuando comprendemos situaciones, cuando a través de un medio nos emocionamos. Todas las formas de arte con mayor o menor contenido de lógica mueven ese interior emocional incontrolable. Las emociones son las manifestaciones del viaje que cruzamos desde el impacto cognitivo que nos produce el objeto de arte (estímulo emocional), hasta el proceso de pensamiento emergente que nos ha sido introducido a través de él (comportamiento).

Lo que siempre ha propuesto el arte es cuestionar las formas de ver; es por esto que la imagen artística toma un segundo plano en la relevancia de la obra. Los movimientos artísticos que han revolucionado el concepto de arte son aquellos que han trascendido las construcciones establecidas de arte y han cuestionado lo que significa ver, en lugar a cuestionar la mera imagen de representación. Estos medios buscan expandir la capacidad de percepción proporcionando metáforas para que el receptor utilice de acuerdo a sus necesidades y encamine un viaje condicionado por un pensamiento trascendental.



"Toda conciencia es conciencia de algo"
Maurice Merleau - Ponty

1. EL CEREBRO QUE DESCONOCEMOS

Cuando percibimos los objetos, la mayoría de veces los situamos desde un lugar exterior que se relaciona con nuestro cuerpo pero que no interviene en nuestra mente. Es difícil plantearse que las cosas que vemos conforman nuestra experiencia y tienen tanta influencia en nuestra mente como los propios sentimientos. Esto sucede porque tendemos a desligar el exterior al interior, lo intangible con lo etéreo, la mente con el cuerpo. Gracias a la neurociencia, y para beneficio de los más racionales, se ha identificado que no existe tal segregación, que es inútil hablar del cuerpo y la mente como dos sustancias separadas, cuando en realidad ambas conforman un único Ser, trabajan y funcionan una a través de la otra, son una unidad.

Esto ha sucedido en casi todas las culturas; la occidental nos ha enseñado a creer que somos cuerpo y alma, un testimonio que conduce a pensar que los sacrificios al cuerpo sirven para fortalecer el alma y que con una mirada romántica nos hace creer que todos somos iguales a pesar de manifestarnos en distintos cuerpos. Separar estas dos sustancias puede resultar conflictivo, ya que nos lleva a creer que nuestro cuerpo es tan solo un medio por el cual nuestro espíritu se manifiesta, y que cualquier alteración física queda plasmada en él sin penetrar la barrera invisible que recubre al alma.

El estudio moderno sobre neurociencia proporciona una perspectiva distinta hacia esta creencia. Desde una mirada científica explica el comportamiento relacionado con la mente de los seres humanos. Es un estudio detallado del cerebro, evidencia la relación directa entre el cuerpo y la mente, es una herramienta crucial para la investigación en la psicología y la implementación del psicoanálisis. A pesar de ser una ciencia moderna, ha tenido una relevancia significativa en otras disciplinas, atribuyéndoles un valor conceptual que antes carecían. Con la neurociencia se ha conseguido explicar tanto fenómenos de comportamiento en personas con lesiones neuronales (como es el caso de Pheneas Cage del que hablaré más adelante) como del comportamiento animal y la similitud que existe entre su toma de decisiones y la de los humanos. A partir de muchos casos y años de estudio, se empieza a entender situaciones antes inexplicables; cosas como la intuición, la capacidad de anticiparse a situaciones, los impulsos o cambios repentinos de comportamientos y muchas otras.

En una visión más general es entender los niveles inconscientes de nuestra toma de decisiones, significa un gran aporte a la psicología que conocemos hasta el día de hoy, pues hasta cierto punto dominarla nos permitiría utilizar ambos hemisferios del cerebro con igual motricidad.

Para el diseño, tomar conciencia de este tipo de conocimiento no solo implica conocer a fondo las voluntades de los usuarios y tomarlo como una herramienta para diseñar en torno a ellas, sino evolucionar en las capacidades del diseño dentro de nuestra mente, evitar quedarnos suspendidos en las capacidades dentro del mundo físico y transcender explorando un nivel que involucre tanto la mente como el cuerpo. Es responsabilidad del diseño no quedarse en la vaga manipulación de la mente de sus usuarios para cerciorar su éxito en el mercado, sino experimentar en las nuevas experiencias que con estos descubrimientos se puedan generar.

1.1 Los componentes cerebrales y sus funciones

A pesar de que nuestro cerebro tiene una estructura simétrica, las funciones que desarrolla se dividen entre el hemisferio izquierdo y derecho para dar cierto equilibrio en las tareas a desarrollar y así producir movimientos coordinados. Para cada movimiento alguno de los dos hemisferios tiene dominancia sobre él, por ejemplo, en la mayoría de los seres humanos el lenguaje se rige bajo estructuras del hemisferio izquierdo, y la motricidad de extremidades, el tronco y la cabeza, corresponde al derecho. En el caso de las emociones o “representaciones del espacio extrapersonal”¹ la dominancia se inclina hacia el lado derecho, significando que las representaciones del lado izquierdo son parciales y no están integradas al cuerpo. Existen casos de pacientes con lesiones en el hemisferio derecho que se diagnostican con anosognosia, y cuya capacidad para tomar decisiones sobre asuntos personales y sociales se ve gravemente afectada, algo que sucede también con pacientes con lesiones prefrontales, cuyas repercusiones son similares a los de anosognosia por la indiferencia que sienten sobre su estado de salud y una impresionante tolerancia al dolor. Pese a sus similitudes hay un cambio rotundo en la manifestación de las lesiones: para el paciente con lesión prefrontal sus capacidades motrices están intactas, parecen neurológicamente normales ya que el área afectada repercute solo en sus sentimientos y razonamientos, mientras que el de anosognosia manifiesta

¹ Antonio Damasio, *El error de descartes* (Barcelona: Crítica, 2010), 89.

incapacidades con notoriedad, lo que reduce su capacidad de interactuar en sociedad. Para ellos, la toma de decisiones también se ve afectada, pero lo más curioso es que son incapaces de darse cuenta de su enfermedad, lo que dificulta la posibilidad de ayudarlos con tratamientos puesto que en un principio no aceptan que están incapacitados.

La amígdala es uno de los componentes más importantes del sistema límbico.² Es la parte del cerebro que desempeña mayor influencia en las emociones, como han demostrado varios científicos como Joseph Le Doux. Una lesión en la amígdala significa un cambio rotundo en la personalidad, la incapacidad de tener emociones, como sucedió con una paciente de neurobiólogo Antonio Damasio, que generaba un rostro sin expresión, o como lo llamaba él: “neutro”. Tenía incapacidad para mover su cuerpo, podía hacer movimientos normales con brazos y manos pero siempre estaba en reposo. Nunca se enfadaba o demostraba la más mínima preocupación por su estado, no podía responder si se acordaba de alguna situación similar que hubiera tenido en el pasado o cosas sencillas como el nombre de su familia. Lo que sucedía dentro de su cerebro no era una incapacidad para expresarse sino que “realmente no tenía nada que decir”³ era una pasividad de razonamiento y pensamiento que reflejaba en su estado físico. Carecía de emociones.

Le Deoux proponía que la amígdala es la que define la preferencia que tienen ciertas personas por formas geométricas u orgánicas, y que es la que nos hace tanto entender una forma en el primer milisegundo en el que la percibimos, como decidir si nos gusta o no. Es nuestro inconsciente cognitivo, que no solo nos ayuda a captar una forma sino a otorgarle un juicio valorativo. Todo concluye en que nuestras emociones tienen una mente propia muy alejada de nuestra mente racional, y que muchas decisiones y gustos dependen de ella.⁴ Que nuestro lado sensible es irracional.

Dicho esto propongo que los diseñadores se cuestionen la relevancia de un proceso irracional dentro del proceso de diseño, de una exploración sensible que estimule la creatividad escondida dentro de los límites que la propia disciplina racional nos impone.

² Damasio, *El error de Descartes*, 92.

³ Ibidem, 96.

⁴ Daniel Goleman. *Emotional intelligence* (London: Batman Books, 1996) , 21.

1.2 Mente y cuerpo

Creemos que la personalidad es algo con lo que nacemos y no somos capaces de cambiar. Que a medida que crecemos se puede fortalecer o debilitar, pero en ningún caso podemos elegir. La neurobiología nos enseña que es cierto que no podemos modificarla de forma consciente pero que cualquier alteración en el cerebro afecta radicalmente nuestra forma de comportarnos. En un principio lo que evidencia es que el cuerpo físico y la mente no son tan ajenos entre sí.

El ser humano tiene dificultades para entender aspectos relacionados con la mente, lo intangible siempre resultará confuso pues somos seres racionales que buscamos respuesta a todo lo que no podemos ver. Resulta que la neurociencia nos permite ver lo que nunca hemos podido, darle un sentido a lo que siempre le atribuimos a la personalidad, sobretodo a entender que existen discapacidades emocionales que afectan directamente nuestra capacidad afectiva y decisiva.

El caso de los pacientes Phineas Gage y Elliot nos ayudará a entender todo esto. En el verano de 1848 ocurrió un accidente en la instalación de un ferrocarril en un pueblo por nueva Inglaterra. Gage era el director de obra, un hombre alto, fuerte y capaz, más eficiente que cualquier obrero a cargo. En un fugaz despiste por parte de Gage, mientras rellenaba una piedra con pólvora explosiva para luego sellarla a golpes con una barra de hierro de un metro de longitud, dos centímetros y medio de diámetro y cinco kilos y medio de peso, la pólvora estalló dejando paralizado a toda la cuadrilla y desconcertados por lo que vieron después: la barra de hierro había atravesado el cráneo de Gage, desde su mejilla izquierda hasta salir por la coronilla, y lo había dejado acostado a unos metros de distancia, pero sorprendentemente, consciente. Un caso médico famoso, no solo por la asombrosa sobrevivencia del paciente sino porque minutos después del accidente era capaz de hablar y relatar lo sucedido. Las repercusiones vinieron después, cuando a pesar de tener todos sentidos intactos, poder hablar y caminar sin ninguna discapacidad, su personalidad cambió rotundamente. Sus aspiraciones, gustos y antipatías eran otros; su carácter se había transformado, el cuerpo físico era el mismo pero el espíritu no.

Después del accidente, a pesar de tener todas las capacidades físicas para continuar con su trabajo, el cambio en su manera de ser, la incapacidad para involucrarse en sociedad, la constante falta de atención y toma de malas decisiones hicieron que

perdiera su trabajo y todo su entorno social. Su doctor de cabecera, John Harlow decía que era bueno a la hora de “encontrar siempre algo que no le convenía”⁵. Algo similar sucedió con el caso que Damasio denomina el Cage moderno, un paciente que desarrolló un tumor cerebral, Elliot, un señor casado, con un trabajo estable, inteligente y audaz. Después de la operación para quitarle el tumor, Elliot era otra persona: tenía una capacidad asombrosa para tomar las peores decisiones, su economía, relación con su mujer y amigos se derrumbó. Tenía, al igual que Cage, intactas sus capacidades motrices, su IQ seguía siendo el mismo por lo que no evidenciaba pérdida de inteligencia, pero su razonamiento no era el mismo.

En su libro *El error de Descartes*, Damasio explica detalladamente el estudio anatómico del cerebro, por medio de imágenes muestra las áreas afectadas en ambos casos, evidenciando entre otros, el lugar donde se sitúa la amígdala y su relevancia para el desarrollo de la personalidad. Lo que aprendemos de estos casos es que creemos tener la posibilidad de decidir y actuar en base a principios aprendidos, y si nada extraordinario ocurre así será la mayoría de veces. Sin embargo, existe una relación directa entre nuestro cerebro y personalidad, espíritu o como quiera denominarse ese éter que nos hace ser seres éticos y racionales. Los impulsos, intuiciones y razonamientos no suceden al azar, el cerebro tiene una implicación directa y concreta.

Si por ejemplo, alguna vez hemos creído tener un sexto sentido, intuición o capacidad de predicción es porque nuestro cerebro ha actuado tan rápido que no nos ha permitido ser conscientes de la relación que formuló. Cuando actuamos en base a los reflejos, nos agachamos, tapamos el rostro etc, es porque nuestros oídos u ojos han emitido una señal desde tálamo hasta la amígdala tan rápido que nos hace actuar sin saber porqué. Es una ruta entre trasmisores cerebrales fugaz para protegernos del peligro, algo que tenemos en común con todos los animales: el instinto. Pero esta extraña acción cerebral no solo ocurre con cosas provenientes de los sentidos, nuestra memoria se relaciona clandestinamente con ella, haciendo que situaciones actuales que tengan alguna mínima relación con un pasado del que no somos conscientes, sean tan relevantes que influyan dentro de nuestra toma de decisiones. Si por ejemplo, hemos tenido de muy pequeños malas experiencias que se relacionen

⁵ Damasio, *El error de Descartes*, 27

con las arañas, de adultos seremos intolerantes a ellas y tendremos una fobia inexplicable.

Este tipo de situaciones no se pueden controlar desde el afuera, nunca podríamos diseñar para evocar un recuerdo en concreto de un ser humano, cada receptor lo hará desde su interioridad y será tan propio y personal que ni el diseñador sabrá lo que su diseño evocó. Para lograr esto el diseñador deberá renunciar al saber, a las encuestas y a los estudios que verifican (de una forma algo dudosa) que el diseño cumple correctamente todas sus funciones. Creerá el diseñador que es una manera disparatada de diseñar, que todo tiene que suplir la necesidad por la que es propuesto y se debe poder verificar el grado de satisfacción del usuario. Ante esto yo le pregunto al diseñador si a este mundo consumista le queda alguna necesidad básica por suplir, que si mira a su alrededor no se siente saturado por tantos objetos que suplen todo tipo de necesidades físicas pero muy escasamente le generan curiosidad o emociones particulares. Le planteo la duda de si es necesario seguir diseñando los mismos objetos una y otra vez, agregando o sustrayendo elementos para que cambie su forma pero supliendo la misma necesidad. ¿No será más interesante aún desarrollar objetos que estimulen nuestra mente y cuerpo como una necesidad que no ha sido abarcada en su totalidad?

Existen muchos casos en donde el diseño no ha intervenido por su dificultad para explorar distintas situaciones humanas por posicionarse desde el saber intocable de la disciplina. Por ejemplo, se ha demostrado en estudios experimentales que los pacientes con lesiones cerebrales no tienen la capacidad de predicción que tiene un ser humano regular. Como mencione anteriormente, después de sus lesiones, los pacientes se vieron en la misma capacidad racional que antes; inteligencia, uso del lenguaje y motricidad física. La transformación en las manifestaciones emocionales provenientes de la amígdala no solo influyeron en sus personalidades (carentes de emoción) sino en el uso de una prospectiva a futuro. El estudio que se desarrolló mediante un juego de cartas y apuestas, confirmó que los pacientes lesionados eran incapaces de predecir lo que era bueno para después, y tomaron sus decisiones en base al momento presente. No podían prever los beneficios que una acción presente provocaría en el futuro y por eso tomaban siempre (en repetidas ocasiones y hasta meses después con el mismo juego) las peores decisiones. Sufrían de lo que Damasio

denomina “miopía para el futuro”. Este tipo de situaciones no han sido tocadas por diseñadores y es un campo de experimentación nuevo.

En otros experimentos desarrollados para medir el sentir de las emociones se les mostraba a los pacientes imágenes y videos sobre casos que regularmente generarían tristeza, ira, dolor y otras emociones negativas. Se midió por medio de exámenes sanguíneos y físicos el contenido emocional en los pacientes, y se concluyó que los lesionados no generaban estímulo alguno de precipitación. Incluso uno de los pacientes le comentó al doctor que sabía que debía sentir una emoción negativa pero que le resultaba imposible sentir algo al respecto. Lo interesante de los estudios a adultos con lesiones cerebrales, es que son conscientes que su capacidad emocional se ha visto modificada; su lógica intacta les dice que situaciones como las expuestas en el experimento deberían perturbarles y que en un momento previo a la lesión hubieran actuado distinto. De modo que el saber no implica necesariamente un sentir, que la lógica y la razón no influyen en los estímulos emocionales.⁶

El encuentro entre mente y cuerpo

¿Qué influye exactamente en los sentimientos? En el libro *The embodied mind* realizado por Francisco Varela, Evan Thompson y Eleanor Rosch, buscan darle respuesta a estas preguntas relacionadas con la experiencia y cognición. Hacen un paralelismo entre la cultura oriental y occidental y sus propuestas filosóficas hacia este tema, estudiando en detalle el budismo y su relación con la fenomenología expuesta por filósofos como Merleau-Ponty o Heidegger. Encontraron que lo que dice el budismo tiene una estrecha relación a la teoría expuesta en *fenomenología de la percepción* del filósofo francés. Lo que ambos afirman es que no se puede separar el cuerpo de la mente, el mundo de la experiencia; que todos los estados mentales están formados por una relación con algo en concreto, que se refieren a un contenido.

El problema que tenemos los seres humanos es que no logramos coordinar la mayoría de las veces el cuerpo y la mente, que no estamos conscientes de la relación entre ellos y actuamos en el mundo de forma “naïf”, ingenua. En las prácticas budistas se intenta generar conciencia sobre la presencia de la mente y del cuerpo

⁶ Damasio, *El error de Descartes*, 239

para tratar de coordinarlas. Meditar es precisamente eso; olvidarse de las cosas externas al cuerpo para poner el foco de atención en él y en la mente, generando una perspectiva alejada de las teorías y actitudes habituales para experimentar el ser en su estado más puro. Coordinar ambas cosas significa poder aquietar la mente mientras el cuerpo permanece también estático; resulta supremamente difícil alejar nuestras preocupaciones y pensamientos mientras estamos en silencio, quietos. Una de las prácticas para lograrlo es poner la atención en cosas concretas como la respiración, o utilizar mantras (palabras que se visualizan) y repetirlas constantemente. Esto lo denominan en el libro “Mindfulness” o “Awareness” que significa estar presente en mente y cuerpo dentro de una experiencia. “Embodied” explicaría el momento en el que el cuerpo y la mente se encuentran.

El diseño tiene el poder de modificar conductas, como veremos más adelante, y en lugar de llevar a los seres humanos a comportarse de manera compulsiva persuadiéndolos a comprar objetos inútiles pero atractivos, puede centrarse en reducir el estrés, que entre muchos otros es un problema tan presente en la actualidad, proporcionando objetos que ayuden a realizar estas prácticas de relajación budistas. El diseño podría ser una herramienta para experimentar el “Embodiment”, haciendo explícita la conexión entre cuerpo y mente, permitiendo sentir el equilibrio de estar consciente del ahora.

1.3 Una reflexión budista

Todos estos estudios que afirman la separación entre el cuerpo y el alma, la razón y la emoción, nos llevan a cuestionarnos varias cosas. Muchos pensarían que una emoción puede provenir por una alteración física: golpe, caricia etc. O al menos por un impulso racional: alguien muere o nace. Pero saber que nuestro sistema neuronal es el que dirige los estímulos y nos hace sentir de determinada manera, altera la lógica antes planteada. Creeríamos que nuestras emociones sobre la muerte de un ser querido siempre serán igual de desconsoladoras, que hemos sido criados de tal forma que nuestras decisiones las tomaremos siempre en base a cierta moral y principios, que no se nos ocurriría pensar que una alteración cerebral puede cambiarlo todo. Que aún teniendo las mismas capacidades racionales y físicas podemos sentir diferente. Con la neurociencia se evidencia que las percepciones se transforman de forma inconsciente, que lo que antes veías aterrador, ahora no te

impacta de ninguna manera. La cognición está entonces irrefutablemente ligada a patrones cerebrales.

Detallemos con más precisión que significa la ciencia cognitiva. Las raíces de esta nueva disciplina se sitúan entre 1943 a 1953 con el nombre de *cibernética*.⁷ Aunque el término está obsoleto en la actualidad, define los parámetros bajo los cuales se desarrolló la ciencia cognitiva. La intención del movimiento era crear una ciencia de la mente, sus fundadores querían formular una nueva investigación sobre el funcionamiento de la mente, ya no a cargo de los filósofos o psicólogos sino de mecanismos explícitos y formulas matemáticas. La razón de esta nueva forma de ver estructuras mentales nació por el desarrollo tecnológico que comenzó a crear maquinas auto pensantes, que bajo conexiones y sistemas lógicos cumplían funciones específicas. El término comenzó a evolucionar con la intervención de Warren McCulloch y su escrito de 1943 “*Un calculo lógico de ideas inmanentes en la actividad nerviosa*”⁸ en donde introdujo la filosofía y el empirismo para lo que llamaría una epistemología experimental. Después de 1953 la cibernética desvaneció junto con la muerte de sus fundadores pero la idea de que la mente se puede estructurar bajo un cálculo lógico continuó latente. Tres años más tarde se creó el cognitivismo con la idea clara de que la inteligencia se puede definir como operaciones de representaciones simbólicas. La cognición entonces sería el procesamiento de información como una operación simbólica, basada en la manipulación de símbolos y funcionando a través de dispositivos que puedan manipular dichos elementos funcionales. El sistema interactúa con la forma de estos símbolos mas no con su significado. Es la noción biológica en que el cerebro reconoce información visual desde la retina y lleva hasta neuronas específicas de la corteza cerebral para luego procesarla en otros estados del cerebro como categorización conceptual, asociaciones de memoria y eventualmente la acción.⁹ Los autores del libro citan a Freud quien afirmaba que nada podía afectar al comportamiento a menos de estar condicionado por medio de una representación. Su gran descubrimiento fue que no todas las representaciones eran conscientes y que ésta última era simbólica, intencional y representacional.

⁷ Varela F, Thompson E, Rosh E, *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*. (Massachusetts: MIT Press paperback 1996) , 37

⁸ Varela F, Thompson E, Rosh E, 38

⁹ Ibidem, 44

Esta representación simbólica capaz de modificar nuestras conductas es uno de los alcances de las prácticas artísticas; del diseño, la arquitectura, el cine, el arte... que presentándose ante nuestros sentidos logran estimular nuestro cerebro y generar algún tipo de emoción o conducta. Pero el diseño ha estado direccionado más hacia modificar la conducta, a veces sin saberlo, y se ha olvidado de su poder simbólico para estimular emociones. Como dicen los autores de *Embodied mind*, muchas de estas representaciones que condicionan comportamientos son inconscientes y por tanto simbólicas. Renunciamos a ser racionales y confiemos en nuestro sentido de la intuición, en improvisar y deambular entre disciplinas para intentar estimular el inconsciente que nos permite sentir el mundo desde la emoción.

Cada vez que preguntamos qué es mente o qué es cuerpo nos estamos excluyendo de la reflexión, convirtiéndola en una pregunta parcial y que puede generar respuestas basadas en una contradicción. Es un punto de vista que proviene de ninguna parte, “disembodied”. Si en cambio, incluimos el yo dentro de la pregunta se vuelve tan subjetiva que dejaría de dar respuesta a la reflexión que buscamos. Debemos renunciar a la idea de dar respuesta a algo en particular para dar lugar a una conexión entre la intención (mente) y el acto (cuerpo) de forma simultánea por medio de un acto de des-aprendizaje.

La contradicción que supone aislar la reflexión de la experiencia niega la coherencia de su contenido, ya que siempre que pensamos lo hacemos estando en una situación, un contexto y un mundo. No podemos separarnos de nuestro cuerpo y hacer caso omiso a las situaciones que modifican nuestra percepción en cada momento. No se puede aclamar a un yo independiente del mundo de las experiencias, David Hume renunció a la separación de la vida y la reflexión: “*Por mi parte, cuando entro íntimamente a lo que llamo yo mismo (my self) siempre caigo en alguna percepción en particular de otra cosa, de frío o calor, luz o sombra, amor u odio, dolor o placer. Nunca puedo encontrarme yo mismo sin alguna percepción, y nunca puedo observar nada más que la percepción.*”¹⁰ La tradición budista es la única que contempla esta contradicción aceptando que todo es transitorio por estar condicionado por nuestra experiencia. No tienen un concepto del yo/ego ya que solo se dedican a observar cada situación, sin la creencia de una personalidad mitificada y marginada del cuerpo, que puede anticiparse a situaciones y tener expectativas. A

¹⁰ Citado por Varela F, Thompson E, Rosh E, 59

medida que conocemos el mundo oriental entendemos porqué afirman que todo sufrimiento humano está ligado a idea del yo, del ego; que es esa separación entre nuestra alma y el ahora y que nos sitúa en un lugar y tiempo inexistente. Los budistas tienen una visión de lo que es la mente durante la experiencia, en lugar de pensar en el contenido del pensamiento se piensa en el proceso y la experiencia de pensar.

En el libro *The embodied mind* se categorizan cuatro aspectos que describen la experiencia dentro del budismo:

1. La Forma: Contexto físico, los seis sentidos (vista, gusto, tacto, olfato, oído y pensamiento). Todos los podemos percibir, percibimos los pensamientos a través de nuestra mente como lo hacemos con los objetos a través de nuestros ojos. Partimos de un observador del mundo, “disembodied” quien está consciente que no somos un cuerpo sino que disponemos de él, ya que podemos separar las cosas que nos son dadas de su contenido como forma independiente.¹¹
2. Los sentimientos o sensaciones: Sabemos que afectan a nuestro yo pero que son tan cambiantes que no lo determinan, no son nuestro yo.
3. Percepciones o impulsos: Emociones que nos causan objetos que percibimos, están condicionados por las situaciones que se nos plantean.
4. Formaciones disposicionales: Los pensamientos, las sensaciones, percepciones y actos. Lo que llamamos cognición en la ciencia cognitiva o personalidad en la psicología.
5. Conciencia: Contiene todas las categorías anteriores, es el proceso en el que la experiencia se encuentra con el sujeto que vive la experiencia y el objeto experienciado, es la relación que se forma entre ellos.

Reflexionar sobre la experiencia

El último enunciado sobre la conciencia implica que ésta depende siempre de un objeto de conciencia y una relación entre el sujeto, la experiencia y el objeto. Cada experiencia, definida por un objeto experimental diferente, es distinta a las que le preceden o le siguen, evidenciando que la conciencia no se puede tomar como un todo por estar segregada entre experiencias, y por lo tanto no puede ser contemplada como el yo. Para contemplar el ser podría hablarse de una propiedad emergente

¹¹ Ibidem, 64

constituida por distintos factores. Dicen los autores que Kant, en su *Critica de la Razón Pura* escribe: “*la conciencia del yo de acuerdo a las determinaciones de nuestro estado de percepción interior es puramente empírico, y siempre cambiante. No hay un yo acordado y permanente que pueda presentarse en el flujo de las apariencias interiores... Tiene que haber una condición que preceda todas las experiencias, y que haga posible la propia experiencia... Esta pura original y permanente conciencia Yo la llamo apercepción trascendental*”.¹² La apercepción dentro de nuestro contexto es la “Awareness”, la forma de estar presente en el proceso cognitivo, lo que nos hace tener sentido de la unidad e identidad a través del tiempo.

“Toda conciencia es conciencia de algo”¹³ dice Merleau- Ponty en su prólogo de la fenomenología de la percepción, “*por estar en el mundo estamos condenados al sentido; y no podemos hacer nada, no podemos decir nada que no tome un nombre en la historia.*” Lo que tenemos ahora, lo que podemos percibir, experimentar, es lo que podemos tomar como verdadero y sobre lo que podemos reflexionar. Esto teniendo en cuenta que la vida se ha regido por una secuencia de experiencias cambiantes, que todo tiene una historia que lo justifica. La fenomenología es la experimentación de esta verdad, que no proviene de un razonamiento sobre algo previo sino que se estructura por ella misma, es la misma estructura de pensamiento que fundamenta el “awareness” del budismo.

En el renacimiento el filósofo Michel de Montaigne hablaba sobre esto; en sus ensayos de miles de páginas sobre su yo, explica que no hay verdades sino momentos de claridad que pasan por respuestas y cita a uno de sus filósofos favoritos, Sextus Empiricus, quien invitaba a sus fieles lectores a “suspender el juicio” sobre todo en el mundo, excepto la experiencia de sus propios sentidos.¹⁴ Montaigne recurrió mucho a la filosofía griega, a Séneca y Platón dentro de sus explicaciones sobre la vida y el yo; tomaba la figura del escepticismo para suspender las creencias externas y situarse dentro de la experiencia que tenía en el momento de escribir.

¹² Citado por Varela F, Thompson E, Rosh E, 70

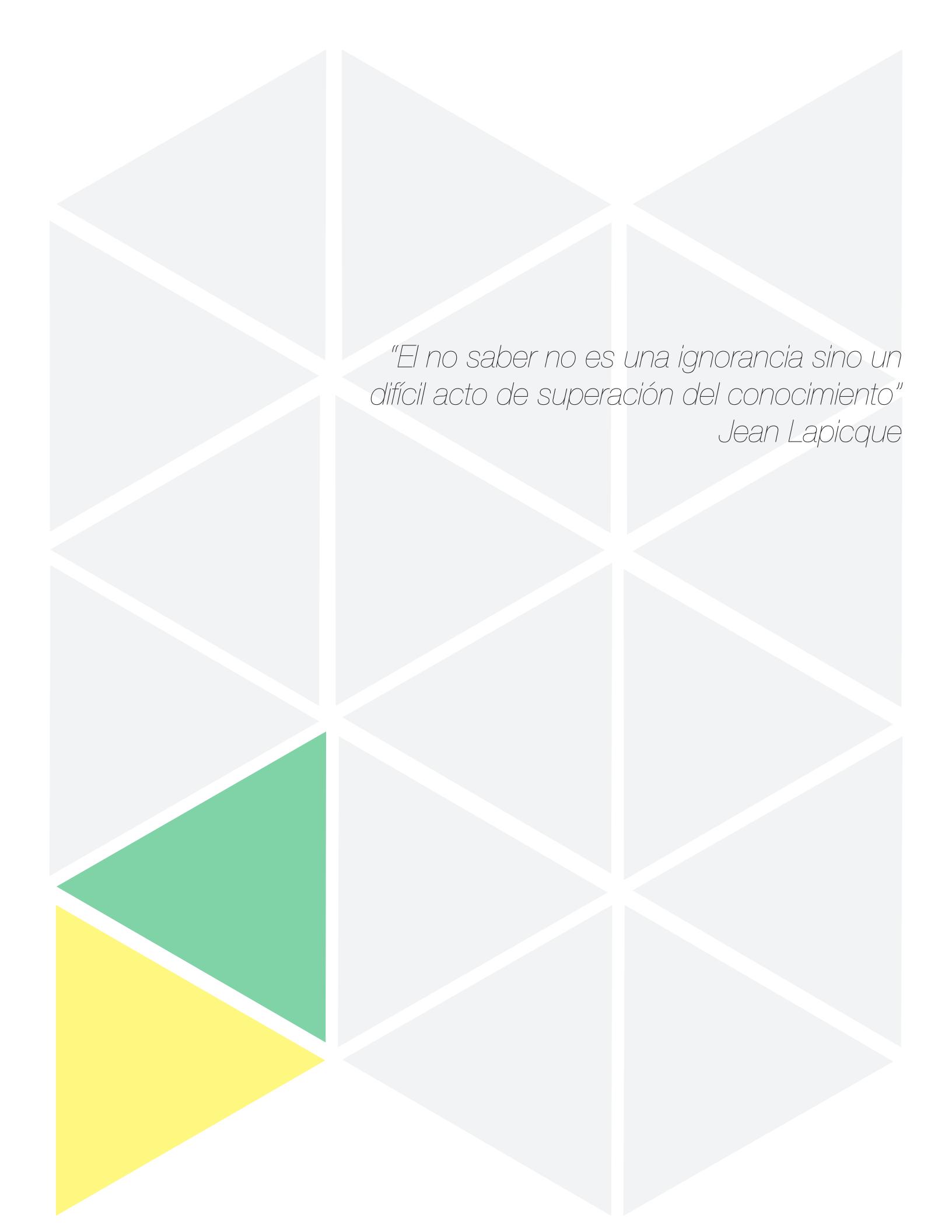
¹³ Michele Merleau-Ponty, *Fenomenología de la percepción* (Planeta Agostini : 1993, por la traducción de Ediciones Península de la edición Gallimard 1945), 17

¹⁴ Consultado en la revista The New Yorker, 2009

<http://www.newyorker.com/magazine/2009/09/07/me-myself-and-i>

Vemos que a lo largo de la historia el asunto de reflexionar sobre uno mismo ha tenido relevancia en distintas culturas y tiempos. Llamémoslo fenomenología, budismo, neurología cognitiva. Todos los hombres han reflexionado sobre sí mismos y han llegado a una conclusión muy concreta: la experiencia que suscita la situación que estamos viviendo condiciona nuestra mente y es transitoria, nuestro ser interior varía dependiendo la experiencia que vive y es imposible explicarlo como un todo sin contemplar las variantes que nuestro razonamiento no puede alcanzar. Si no podemos dar respuesta a nuestro ser desde una reflexión interior, menos podremos comprender la interioridad del Otro, y nos queda únicamente observar. Vivir nuestra relación con el mundo y con los demás, sentir nuestros cambios y contemplar los ajenos pero nunca pretendiendo darle una explicación totalitaria.

Con la neurociencia se reafirma esta incapacidad del ser de controlar sus emociones, difiere con la filosofía fenomenológica y budista en las metodologías utilizadas para el análisis pero se llega a una conclusión similar. Si necesitásemos una mirada racional para explicar la fenomenología, y teniendo en cuenta que nuestra cultura occidental se establece bajo parámetros racionales , podemos utilizar la neurociencia para explicar que físicamente cada mente es distinta a la otra, que a pesar de tener los mismos componentes, las experiencias (aprendizaje de un idioma, traumas psicológicos y cerebrales, etc...) son las que a medida que ocurren conforman nuestra mente, ese éter emergente e inexplicable. Y las experiencias se condicionan bajo parámetros representacionales, nosotros diseñadores somos quienes definimos nuestro entorno y con él los elementos que los seres humanos tomarán para su representación y concretarán en una experiencia, pero tenemos que comprender que somos seres también configurados bajo distintas experiencias que nos hace quienes somos, no como diseñadores sino como personas, con limitaciones, conocimientos y capacidades que podemos utilizar también como herramienta para ejercer la profesión, sin sentirnos culpables por no poner toda nuestra atención sobre los problemas ajenos a nosotros o pensar que estamos cayendo en una zona sensible de la ya se encarga el arte. Utilicemos todas las cartas sobre la mesa, seamos conscientes que es imposible separar nuestro ser íntimo con nuestro ser profesional, nuestro ser emocional con el racional y tomemos provecho de ambos para generar conexiones más fuertes entre el cuerpo y la mente.



"El no saber no es una ignorancia sino un difícil acto de superación del conocimiento"

Jean Lapicque

2. LAS EMOCIONES Y SU INFLUENCIA DENTRO DEL DISEÑO

Tendemos a creer que las emociones son subjetivas, que lo que sentimos lo designamos a una palabra que connota dicho sentimiento y es personal y subjetivo. Sin embargo, las emociones son de hecho las opiniones delimitadas por un lenguaje de lo que creemos sentir. “*Emoción es una extraña palabra. Casi todo el mundo piensa que entiende lo que significa hasta que intenta definirla. Es entonces cuando prácticamente nadie afirma ya entenderla*”¹⁵

Si pensamos por un segundo en como aprendimos lo que significa estar triste o feliz, nos daremos cuenta que (como todo en la vida) lo sabemos en tanto confiamos en nuestro alrededor. La sociedad nos enseñó a definir las palabras para cada objeto, y nos corrigió cuando lo utilizábamos mal, cuando por ejemplo, nos pegábamos y nos decían “no estés triste”, o nos divertíamos jugando y remarcaban lo felices que estábamos. Nadie a nuestro alrededor sabía en realidad como nos sentíamos, pero se fueron creando relaciones entre el lenguaje y nuestras emociones que enriquecían nuestra capacidad de expresión.

Aunque la cultura nos hace creer que nos expresamos correctamente, muchas veces sabemos que no existe una palabra cien por ciento adecuada para definir lo que sentimos. Esto sucede porque las emociones son estímulos subjetivos y nadie aparte del que siente puede recibir el mismo estímulo, o al menos comprobar que es el mismo. Distintos psicólogos han estudiado sobre lo que connotan las emociones en distintos idiomas y culturas. Se sabe por ejemplo, que los orientales sienten una emoción más negativa con la palabra “asco” que con la palabra “temor” y que en cambio en países occidentales la representación es contraria. Comparando estas connotaciones afirman que nunca se entenderá con la misma palabra los sentimientos subjetivos entre culturas, que lo que un sujeto siente está determinado por un aprendizaje verbal, y que tampoco existe un aprendizaje exacto de los significados de cada palabra.¹⁶

Las emociones entonces, son una idealización que nos ha instaurado la cultura sobre nuestros sentimientos. Dimensiones descriptivas; las pautas para expresar algo que creemos que todos sienten por igual. Lohart Schimdt, psicólogo alemán que realizó

¹⁵ Wegner y cols. (1962, p. 3) Citado por Lothar Schmidt- Atzert *Psicología de las emociones* (Barcelona: Herder 1985), 27

¹⁶ Lohart Schmidt, *psicología de las emociones*, (Barcelona: Herder 1985), 61

su investigación sobre emociones en los años ochentas, delimita tres tipos de reacciones emocionales: de comportamiento, vivencias subjetivas y reacciones fisiológicas.

El *Comportamiento emocional* se refiere a las reacciones que emite nuestro cuerpo en respuesta a una emoción. Son sobre todo situaciones que nos dan indicios para definir emociones, como sería el caso de una persona que está sufriendo de dolor porque se acaba de golpear con una mesa. Dentro de éste campo un factor crucial son las expresiones faciales, que se dejan interpretar como representaciones emocionales. En diseño gráfico hay trabajo dedicado a registrar los gestos que representan el dolor, y en los hospitales, por ejemplo en el Hospital infantil San Joan de Deu de Barcelona, tienen colgados estos gráficos para interpretar el grado de dolor de los niños, ya que ellos no lo saben precisar en palabras. El artista Bill Viola hizo una exposición el 2003 llamada “Las pasiones” en la que pasa a cámara lenta la expresividad facial de personas-actores delante de las diferentes pasiones y emociones humanas.

Las *emociones subjetivamente vivenciadas* son la designación del propio individuo hacia sus emociones. Cuando alguien dice estar aburrido o melancólico, es un “modo de encontrarse” delimitado por el lenguaje.

En cuanto a las *reacciones emocionales fisiológicas* son alteraciones en el estado natural del cuerpo en consecuencia a una situación que genera un estímulo emocional. Se puede manifestar desde un aumento en la presión cardíaca hasta una disminución del flujo sanguíneo. Para dichos estudios se requiere que la situación genere un estímulo emocional en la persona examinada, que implique un cambio en su estado emocional como puede ser la cercanía a un animal salvaje, y no sea una situación habitual como subir escaleras, ya que ambos casos pueden generar reacciones fisiológicas similares.

Los tres casos que evidencian la presencia de las emociones vienen con un conflicto que los acompaña. En principio, cada uno por separado puede emitir un resultado distinto, y aunque el estudio sea sobre la misma denominación de emoción, las reacciones se articulan con métodos distintos y no son complementarias entre sí.

Pueden de hecho generar contradicciones en el estudio de una misma situación.

El concepto de reacción fisiológica es el más conflictivo ya que no puede ser comprobado. La única forma de evidenciar una emoción es mediante la información subjetiva o la observación de un comportamiento determinado y aún así la limitación comunicativa impide llegar a un resultado con exactitud. Los estímulos que surgen con las reacciones fisiológicas no son emociones como tal. Son alteraciones en el cuerpo acompañadas de emociones que pueden ser observadas por reacciones físicas, pero es un resultado que se crea por asociaciones y que varía cada vez que se realiza con la misma persona incluso en la misma situación. Otro conflicto que supone es que cada persona reacciona fisiológicamente distinto a los demás. Con la aproximación a la neurociencia vimos que el cerebro se compone por aspectos neurológicos únicos que varían de acuerdo a las experiencias y alteraciones físicas. Esto significa que cada individuo responde distinto a cada situación y que aunque sientan la misma emoción su estado fisiológico puede emitir resultados opuestos, lo que impide que los estudios fisiológicos en donde se aproximan los resultados de un grupo extenso de personas sea correcto.

Sobre el comportamiento emocional y las expresiones faciales hay algo crucial que vale la pena mencionar. Estas reacciones surgen desde un individuo de forma involuntaria (o voluntaria en el caso de sonrisas falsas o “manipulaciones del cuerpo”), pero en realidad la emoción se debe buscar en el intérprete y no en el emisor, ya que el que percibe la expresión facial es quien denomina el tipo de emoción que se está sintiendo. Estas interpretaciones son subjetivas lo que supone siempre una fuente de error.¹⁷ Es claro también que cada persona tiene una facilidad mayor o menor de expresión facial, lo que facilita o dificulta la interpretación en determinadas personas. En los casos de estudio sobre el tema se han desarrollado tres dimensiones emocionales que son interpretadas por expresiones faciales: placer- displacer y activación. Estas son las tres emociones principales de las que derivan las otras cantidades de palabras que describen una emoción.

Lo único que se puede afirmar es que los experimentos han dado resultados con muchas variaciones, lo que significa que aunque es posible generar estimaciones aproximadas sobre la relación entre las reacciones emocionales y las emociones, no existe un método que pueda deducir el grado emocional verdadero que evoca una

¹⁷ Ibidem, 108

situación específica. Esto quiere decir que los estímulos podrían determinar la existencia de la emoción pero nunca su nivel cualitativo o su proveniencia.

Probablemente por medio de estímulos fisiológicos no podamos determinar el estado exacto de una emoción, y seguramente nunca podremos interpretar de manera correcta las expresiones faciales, o expresarnos de forma precisa. Tal vez el intento de saber con exactitud la emoción subjetiva ajena es simplemente un terreno indescifrable y ni siquiera valga la pena insistir en ello. Lo cierto es que el mundo está lleno de artefactos que nos hacen sentir, que podemos identificar situaciones que generen placer o displacer, y que nuestra naturaleza está en búsqueda de situaciones placenteras porque causan beneficios al cuerpo y a la mente.

Antonio Damasio nos explica de forma detallada el *error de Descartes*, nos introduce a un entendimiento completo del funcionamiento de las emociones; de la imposibilidad de separación entre el cuerpo y la mente. Explica como, tras una visión cartesiana, la medicina ha errado al evadir el funcionamiento del cerebro dentro de sus estudios científicos sobre el cuerpo. No se explica como la academia ha apartado el estudio psicológico para explicar fenómenos físicos, y como la cultura occidental ha comenzado a yuxtaponer estas dos disciplinas solo hasta la actualidad, mientras que culturas orientales han resuelto cuestiones médicas desde hace cientos de años. Para un reforzamiento de la racionalidad, se requiere poner en mayor consideración la vulnerabilidad del mundo interior.¹⁸

Para el diseño, llamarlo emocional va mucho más allá de lo que enseñan las metodologías para ejercerlo, si el lenguaje es un límite para conocer las emociones propias y ajenas, comunicarlas a través de lo que suscitó un diseño sería un método todavía más disperso. Lo que se conoce actualmente como diseño emocional, dentro de las pautas que establece la disciplina, se basa en el estudio fisiológico que emiten los diseños considerados como emocionales. Pero se les ha escapado reaccionar ante los fallos de estos estudios, no podemos designar un diseño emocional por las reacciones físicas que ha tenido el usuario al manipularlo, debemos en un principio crear con emoción para evocar desde el interior de cada receptor alguna manifestación emotiva, pero evitar atribuirle toda la responsabilidad a la morfología y componentes físicos del diseño como estímulos visuales, y olvidarnos del contenido

¹⁸ Damasio, *el error de descartes*, 283

manifiesto que nos hace realmente disfrutar de un producto. Posicionarnos desde la voluntad de desconocer y enfatizar en la improvisación, la duda, la retórica.

2.1 Emoción poética de los objetos

Teniendo en cuenta que nunca podremos descifrar el mundo interior ni eso que nos hace reaccionar para sentir una emoción, sería pertinente abarcar el concepto de fenomenología y buscar interiorizar en el espíritu de los artefactos para identificar el porqué nos apropiamos de ellos suscitando reacciones emocionales de apego, disgusto o aceptación.

Gaston Bachelard escribe *la poética del espacio*, un libro que expresa en palabras todo lo que sentimos acerca del espacio. Para hacer al libro digno de su nombre escribe con una delicadeza que nos hace sentir que leemos poesía, nos regala sus versos insinuándonos que nos apropiemos de ellos y los hagamos nuestros. Habla de literatura y espacio, pero le da al lector el impulso para conformar el texto a su medida, con su imaginación.

“La imagen poética toca profundidades antes de conmover superficies. Esta imagen que la lectura del poema nos ofrece, se hace verdaderamente nuestra. [...] La hemos recibido, pero tenemos la impresión de que hubiéramos podido crearla, que hubiéramos debido crearla [...] Nos expresa convirtiéndonos en lo que expresa. Aquí, la expresión crea ser.”¹⁹

Somos nuestras circunstancias, cada lector interpreta el texto y se lo apropiá con la interferencia de sus conocimientos para luego moldearlo a sus necesidades. Mi imaginación convierte las palabras en objetos y metaforiza la lectura poética a una usabilidad emancipada de los objetos. Retomaremos este término más adelante. Todos somos diseñadores, creamos un nuevo objeto en el momento que interactuamos con él, le damos vida y lo mejoramos sustancialmente. Lo que nos emociona de un objeto no son sus estructuras físicas que lo hacen más o menos funcional, es el espíritu que le atribuimos al leer su forma y entender su contenido. Hay que rendirnos ante la idea de succionar las emociones de los usuarios, dejar de pretender que las facilidades tecnológicas nos permiten saber exactamente lo que los

¹⁹ Gastón Bachelard, *La poética del espacio* (Buenos Aires: Fondo de cultura económica 2000), 12

usuarios sienten previamente a la creación de un diseño y dar lugar a la investigación sobre la percepción y las formas de experimentar el mundo.

Los objetos siempre han generado emociones porque hacen parte de nuestra experiencia por el mundo, no es una novedad que las cosas que percibimos nos emocionen, y por eso es un error llamar diseño emocional únicamente a los productos que han sido estudiados bajo las tecnologías que la modernidad permite. Por esto vale la pena introducir el término “diseño emocional” a todo tipo de representación que sea creada bajo la sensibilidad del ser humano que la creó y que su relación con el receptor se hace evidente y complementaria cuando éste hace uso de ella.

Basta de crear objetos indiferentes que según Bachelard están definidos por la realidad geométrica, y crear desde la intimidad para ascender a una realidad más elevada, que establezca una relación complementaria entre el diseñador y el usuario y convierta al usuario en creador, apropiándose del objeto y re definiéndolo en base a sus necesidades, con una metodología estructurada bajo sus experiencias. Para el filósofo, la esencia autónoma del arte (o bien podemos aplicar diseño) se considera espíritu de una fenomenología. Olvidemos nuestro saber sobre las reglamentaciones de ejercer una disciplina; “*los grandes éxitos artísticos son ajenos al oficio*”²⁰, y creemos desde el no saber experto para no ser indiferentes y despertar emociones.

Estas ideas poéticas sobre los objetos emocionales solo son un apoyo a lo que el estudio de Damasio y Schmidt sobre neurociencia y emociones nos indican: A pesar de estar todos los seres humanos cortados con la misma tijera y tener los mismos órganos que cumplen las mismas funciones, desde el momento en que nacemos (y quizás antes, desde el útero, propone Damasio) nuestras circunstancias nos condicionan convirtiéndonos en personas únicas en el mundo. Es irrelevante que nuestro cerebro este hecho con los mismos componentes, cualquier situación altera nuestra percepción y la recepción emocional que supone. Esto impide que podamos materializar lo intangible o hacer estimaciones sobre lo que es enteramente subjetivo, que no nos corresponde y que no podemos alcanzar. Podemos en cambio, situarnos desde una posición del afuera, fenomenológica.

²⁰ Ibidem, 26

2.2 Principios para hacer diseño emocional

¿Debemos entonces como diseñadores, renunciar a la idea de saber si un diseño ha generado emociones? Como primera medida deberíamos renunciar a la idea de saber. “*El no saber no es una ignorancia sino un difícil acto de superación del conocimiento. Solo a este precio una obra es, a cada instante, esa especie de comienzo puro que hace de su creación un ejercicio de libertad.*”²¹

Y para diseñar desde un comienzo vale la pena alejarse de todos los determinantes que nublan el camino hacia la creatividad, para encontrar la libertad de manifestación creativa que da lugar a la innovación y sin lugar a dudas, a despertar emociones. Solo desde una distancia entre la técnica y la intención puede resultar un diseño que emocione, como bien cita Bachelard a Jean L. Lapicque quien “*reclama del acto creador que le ofrezca tanta sorpresa como la vida.*”²²

Porque ningún diseño se ha creado sin intención del diseñador, y en todo caso si así lo fuera estaríamos hablando de objetos de oficio mas no de diseño, que fueron pensados para suplir una necesidad (porque es la razón de todo objeto) pero que carecen de valor estético, ergonómico o conceptual. Los artistas que han cambiado el mundo con sus creaciones han alcanzado un grado de innovación superior desobedeciendo todos los parámetros propuestos dentro de su disciplina, permitiendo que su vulnerabilidad interior se hiciera cargo de generar ideas que luego sus capacidades interpretativas formalizarían en artefactos. Es emocionante presenciar una situación en donde exista un artefacto con dichas características (por artefacto no solo me refiero a los objetos tangibles, sino a cualquier producción del hombre, desde objetos sonoros hasta textos o videos).

2.2.1 El error en la ingeniería Kansei

Teniendo presente esta idea de la intención como requerimiento principal en la creación de un diseño, expondré un ejemplo de una metodología de diseño emocional y su error dentro de la connotación de diseño.

El japonés Mitsuo Nagamachi en el año 1970 pensó descubrir la formula secreta para saber las voluntades subjetivas de los usuarios. Esto hoy en día, es una ciencia, una ingeniería y un diseño que denominó como *Kansei*. La palabra japonesa no tiene una

²¹ Jean Lapicque, citado por Gastón Bachelard, 26

²² Ibidem, 26

traducción exacta al español, puede significar sensibilidad o percepción sensible, es un estilo de vida oriental que el ingeniero con formación en psicología y medicina decidió aplicar a su disciplina. Simon Schütte lo define así: “*Kansei is an individual's subjective impression from a certain artifact, environment or situation using all the senses of sight, hearing, feeling, smell, taste and the sense of balance as well as recognition*”.²³ “Kansei es la impresión subjetiva de un individuo por un artefacto concreto, entorno o situación usando todos los sentidos: vista, oído, olor, gusto y el sentido del equilibrio de igual forma como el del reconocimiento”. La ingeniería Kansei ha tenido tanta fuerza que no solo se reconoce como un diseño y una ciencia, sino que en Japón es una disciplina que forma doctores especialistas en ella. Se ha hecho seguimientos a un aproximado de 300 empresas de automóviles, tiene clientes de finca raíz y hasta se ha involucrado con diseño de alimentos.

Después de reconocer por medios neuronales y filosóficos que es imposible tener certeza de las sensaciones subjetivas del Otro, podemos evidenciar el principal problema de esta ingeniería. Lo interesante es que con sus estudios logran definir aspectos formales de un objeto y garantizar una mayor atracción del usuario hacia el producto. Esta claro que funciona para estandarizar un producto dentro del mercado, y que adapta un producto existente a las percepciones cognitivas del usuario volviéndolo más exitoso. Esta metodología es utilizada principalmente para la industria automovilística, y funciona de esta manera: la compañía de automóviles pide asesoría para un producto que sacarán al mercado próximamente, o bien reconocen que uno de sus coches no se vende como esperaban y desean saber el problema desde una perspectiva kansei. Esta ciencia hace un estudio detallado de los componentes formales del auto como aspectos que componen un todo y cada uno por separado. Paralelamente estudian al usuario; las tendencias, el contexto y como factor diferencial su “subjetividad”. Determinan sus voluntades desde una fisiología cognitiva, si así se puede denominar, y generan los nuevos requerimientos formales del auto.

Ahora, ¿cómo logran extraer las impresiones subjetivas de los usuarios? Haciendo exámenes neuronales, utilizando lo que anteriormente detallamos como reacciones fisiológicas. Para determinar cosas más superficiales como qué color es más

²³Simon Schütte, *Engineering Emotional Values in ProductDesign: Kansei Engineering in Development*, (Linköping University: 2005)

llamativo para un coche, o si las formas geométricas generan un estímulo de precipitación mayor que las orgánicas, los estudios fisiológicos funcionan muy bien. La ingeniería kansei tiene todas las herramientas para mejorar un producto desde una neurociencia cognitiva, y es pionera en darle valor al poder inconsciente del cerebro. Pero por lo que me concierne al investigar sobre la disciplina del diseño me permite afirmar que no es diseño emocional.

Primero que todo, si vamos a atribuir la connotación diseño a algo en particular, esto debe ser la articulación de conceptos, conocimientos e intenciones que le dan forma a un artefacto para suplir una necesidad. Un diseño puede mutar, de hecho lo hace siempre, desde que es adquirido por alguien que lo apropiá y le da un espíritu. Es en este campo donde entra a tomar sentido la metodología kansei en cuanto a diseño, como una fase de actualización y rediseño, mas no como diseño integral.

2.3 Diseñador activo y pasivo

“¿Habrá que entender una doctrina por su contenido manifiesto o por la psicología del autor y los acontecimientos de su vida?” Merleau de Ponty.²⁴

La fenomenología nos enseña a percibir el contenido manifiesto y la psicología del autor, protagonistas en la pregunta planteada por Maurice Merleau de Ponty, como un todo. No podemos desligar una cosa de la otra por que se complementan entre sí, porque el contenido manifiesto de algo está condicionado por la intencionalidad del autor y éste mismo se transforma a medida que lo experimenta. Es esto lo que se vive a través de la meditación, el proceso de experimentar lo que ocurre cuando el cuerpo y la mente están en una misma sintonía. Es evitar que la mente esté a una revolución mayor que el cuerpo para coordinarlos y controlar los cambios emocionales repentinos que nos desestabilizan. No podemos controlar con nuestra mente lo que sentimos, pero podemos experimentar cada sensación con la misma tranquilidad siempre, acogiendo las sensaciones y percibiéndolas desde el cuerpo y la mente, observando lo que ocurre.

²⁴ Michele Merleau-Ponty, *Fenomenología de la percepción* (Planeta Agostini : 1993, por la traducción de Ediciones Península de la edición Gallimard 1945), 18

Transformemos la pregunta de Merleau de Ponty y planteémosla a la doctrina del diseño. No podemos entender el diseño solo por su contenido manifiesto: por su forma, función o significado, sin ligarlo a la intención del diseñador: a las situaciones que lo llevaron a tal resultado, a su experiencia como diseñador y como individuo, al instante creativo en que su mente y cuerpo se coordinaron para dar forma a un pensamiento. El objeto de diseño está irrefutablemente ligado al ser que lo creó, cuenta su historia. Ahora llegamos al otro lado de la historia; al receptor, quien bajo las mismas circunstancias fenomenológicas percibe, usa. El objeto de diseño se conforma entre su contenido como objeto material y el yo transitorio del diseñador que en ese momento permitió su creación. Pero en el momento en que el diseño es usado (y vale la pena sugerir que la intención del diseñador siempre está dirigida a esto) su autor cambia y por tanto su significado.

Parecerá ridículo pensar que un objeto creado por alguien pueda cambiar de autoría a menos que sea un hurto de algo que carece de una patente registrada. Resulta que como receptores estamos constantemente adaptando los significados a nuestro conocimiento, re-creamos todos los objetos que percibimos cuando interactuamos con ellos y eso nos hace diseñadores “pasivos”. Al igual como el diseñador crea en base a los agregados de su experiencia, el usuario usa de igual forma. No existe un mal usuario, solo una interpretación no prevista de alguien cuya situación lo hace actuar frente a este diseño específico de una manera específica. El mal usuario implica la mayor forma de mutación que recibe un objeto de diseño.

El momento en que nos apropiamos del objeto de diseño por mirarlo, tocarlo y hacer uso de él, le depositamos un grado de confianza o desconfianza que se transmite por medio de una emoción. Lo hacemos nuestro porque nos transmite algo y nosotros a él, porque desde su contenido manifiesto, desde el ser del diseñador y desde nuestro ser, se genera una composición única alrededor del objeto. Quizás la forma más placentera de percibir un objeto es cuando menos explícita es esta separación; cuando nos sentimos tan unidos al diseño que nos lo apropiamos, que lo sentimos como una extensión de nuestro cuerpo y mente; cuando nos atrae tanto que se nos olvida que no fue nuestro en un momento dado, y pensamos que bien podíamos haberlo creado nosotros. Un objeto de diseño que se establezca tan rotundamente en nuestra vida que no podamos imaginar la dura cotidianidad sin él, éste es un buen diseño. Es emocional, cobra vida.

El diseñador activo (quién es consciente que está ejerciendo diseño) tiene, a diferencia del pasivo (quién rediseña sin atribuirse tal acción a sí mismo) ciertas responsabilidades y deberes que limitan las posibilidades de acción que están latentes en la actividad del pasivo. Responsabilidades de suplir la necesidad por la que está ejerciendo diseño, de comunicación dentro de culturas y de aceptación dentro del mercado. Éste diseñador posiblemente ha posicionado éstos objetivos por encima de los que intrínsecos en él, los que permitieron que hiciera de esta disciplina su trabajo y forma de vida; la pasión por crear, por expresarse y facilitar situaciones ajena. Para un diseñador que comienza su vida profesional es difícil equilibrar ambos objetivos por la presión que ejerce el mundo capitalista sobre él, para posicionarse en el mundo del diseño sentirá necesario cumplir las peticiones estandarizadas de la sociedad siguiendo metodologías de reconocidos diseñadores. En el momento en que el diseñador madura, o se convierte en un diseñador reconocido, tiene la libertad de potencializar los objetivos personales, de seguir su pasión y crear bajo su sensibilidad como individuo en el mundo.

Un buen ejemplo lo evidencia el diseñador Philipe Stark, quién después de una larga carrera como diseñador industrial crea con la arbitrariedad de sus experiencias y las convierte en productos de uso diario. El famoso exprimidor de cítricos es de hecho un diseño que tiene una potencia emocional elevada tanto para él como para los usuarios. Para él por la misma creación que tomó lugar en un restaurante y fue bocetado sobre un mantel de papel, olvidando las reglas y metodologías racionales de su disciplina, y porque su forma hace referencia a un cohete por la afición que ha sentido desde niño por ellos. Y para los usuarios por el fortuito encuentro con una herramienta de cocina que se aleja de las convencionales. Otro artista reconocido que ha logrado trascender los reglamentos de su disciplina es el arquitecto Frank Gehry, quién también ha logrado experimentar por su reconocimiento a nivel global. Más adelante utilizaré uno de los términos que propone para traspasar convencionalidades, dando protagonismo a la improvisación en el proceso creativo.

Es difícil que un diseñador que apenas esté saliendo al mundo laboral pueda experimentar como estos grandes creativos lo han logrado hacer, pero se debería permitir de forma ordenada la inclusión de aspectos personales, de intuición e irregularidades dentro del proceso creativo y aprovechar la visión del mundo que

tienen estos diseñadores prematuros a quienes no se les han impuesto tantos límites a la hora de crear, y que probablemente tienen más facilidad para equilibrar sus responsabilidades como diseñador activo con las libertades que supone ser un diseñador pasivo.



*"Una cosa no es capaz de hacer feliz
a alguien, una actividad sí."*

Pieter Desmet

3. DISEÑO EMOCIONAL COMO AGENTE EN LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

“Una cosa no es capaz de hacer feliz a alguien, una actividad sí.”²⁵ Peter Desmet en una entrevista que recibe y a la que titulan: *Diseño para hacerte sentir feliz*. La materialidad de un producto solo corresponde al 10% de la felicidad que trasmite, dice Desmet, los diseñadores no deben diseñar problemas y crear objetos que a lo largo de una década como máximo perderán su valor para el usuario, deben pensar en términos de acciones y posibilidades. Dejar de pensar que con diseñar objetos se solucionarán los problemas de los seres humanos y buscar solucionarlos en base a experiencias satisfactorias que ayuden a construir un bienestar mental.

3.1 La emoción como experiencia contra el estado emocional

Jodi Forlizzi, Carl DiSalvo y Bruce Hannington escriben un artículo que reúne las bases del diseño emocional y la dirección que debería tener.²⁶ Analizando al filósofo Dewey, al científico cognitivo Carlson y al sociólogo Csikszentmihalyi, logran definir lo que sucede cuando un objeto emite emociones.

Dewey asevera que toda experiencia se centra en un objeto expresivo, estos objetos se experimentan dentro del mundo como un proceso que está siendo sostenido por una emoción, lo que lleva a que la capacidad que tienen los objetos en transmitir una emoción no recae en su atributo formal, no existe un objeto expresivo por sí solo, lo que hace es entrelazarse dentro de factores externos y actúa como medio para generar una emoción.

²⁵Entrevista a Peter Desmet por Michel Heesen, *Design to make you feel happy* (Barisco: Holanda 2012)

<http://studiolab.ide.tudelft.nl/diopd/wp-content/uploads/2012/03/TP.pdf>

²⁶ Carl DiSalvo, Bruce Hanington, and Jodi Forlizzi, *Design and emotion: An accessible framework of emotional experiences for new product conception* (USA: CRC Press, 2003) 251- 255

Existen dos respuestas emocionales que puede suscitar un diseño:

- Estado emocional: La respuesta descriptiva de una emoción, una activación en el sistema nervioso.
- Expresión emocional: Las respuestas que se refieren a experiencias pasadas.

La mirada cognitiva de Carlson dice que la emoción, y su influencia tanto positiva como negativa, “*traza la forma en como nos relacionamos con el estado del mundo real o imaginado*”. La emoción, por tanto, afecta la noción que tenemos del Ser. Pero el estado emocional es una respuesta instintiva y rápida, no requiere de una participación intelectual o cognitiva para construir la experiencia, por lo tanto no genera experiencias emocionales llenas de sentido y pueden pasar desapercibidas sin influir en la percepción y nuestra relación con el mundo. Los estados emocionales se dan por respuestas fisiológicas, los podemos medir y generar reglas y lógica para producir objetos estimulantes, como diseñadores debemos entonces considerar la experiencia emocional en lugar a los estados emocionales.

Csikszentmihalyi también categoriza los poderes emocionales que emiten los productos en tres fases:

- Productos que funcionan como estímulos para generar nuevas experiencias emocionales.
- Productos que funcionan para extender una experiencia emocional actual.
- Productos que funcionan para recordar una experiencia emocional ya vivida.

Dentro del mundo de los objetos encontramos los que cumplen una función específica que están regidos por una acción, los contemplativos como pueden ser libros, arte y fotografías, y los que estimulan nuestros sentidos, visual y auditivo cuyo fin es objetivar una emoción.

Pero dentro de estas clases de objetos que emiten emociones existe una segunda categorización que involucra la relación que se tiene entre el objeto y el ser humano. Por ser humano no solo me refiero al usuario, sino al creador y a las personas que son recordadas por dicho objeto. La artesanía, por ejemplo, tiene una virtud especial por

estar hecha por las manos de alguien, al usarlo le damos una connotación distinta que a la producción en masa, sentimos el trabajo de las manos de quien lo ha hecho, nos sentimos satisfechos por pagar algo que ha tenido un largo proceso de manufactura. Algo similar sucede con los significados que le otorgamos a objetos que cuentan una historia y se involucran en nuestra vida personal. Le damos un valor superior por relacionarlos con personas cercanas a nosotros y buscamos en ellos su longevidad; la capacidad para retener dentro de su forma el contenido simbólico de los recuerdos y sentimientos. Rituales como cuidar plantas se transforman en un apoderamiento de ideales personales, en ciertos objetos depositamos la responsabilidad de evidenciar nuestros valores ante la sociedad y ante nosotros mismos.

Las experiencias emocionales dependen de la relación entre el individuo y el entorno en donde ésta toma lugar. Los objetos funcionan como un estímulo para generar nuevas experiencias, extender las experiencias que se tienen en el instante, y revivir las que han tenido lugar en el pasado. Estos objetos tendrían que ser capaces de generar una experiencia satisfactoria haciendo que el usuario disfrute al usarlo, liberando atributos físicos, de estilo, utilidad y longevidad.

Debemos evitar pensar en el papel que tiene la emoción dentro de los productos y más bien concentrarnos en el papel de los productos dentro de nuestra vida emocional. Tomar los objetos como artefactos que están dados y nos hacen sentir el mundo, enfocar la influencia que generan en nuestra vida al ser experimentados y no al contrario, forzando que los objetos sean contenedores de experiencias emocionales. Cada situación hace reaccionar a cada individuo de forma particular, los artefactos solo se disponen ante el mundo sensible y se dejan sentir, son contenedores de múltiples percepciones y estímulos de infinitas experiencias que nadie nunca podrá predecir. Es inexplicable el surgimiento de las emociones, aceptemos la imposibilidad de conocer el mecanismo que las hace reaccionar y más bien aprovechemos su existencia y experimentemos su arbitrariedad con deleite. Todavía quedan aspectos inconclusos en este mundo racional, en lugar de tratar de descifrarlos tenemos la posibilidad de usarlos para nuestros beneficios.

3.2 Beneficios paradójicos

Retomando los estudios de Peter Desmet sobre los objetos emocionales, y adentrando su artículo *un modelo con múltiples capas de productos emocionales*²⁷ existen cuatro parámetros en el proceso para generar emociones:

- Evaluación: Para saber si un evento benefició o perjudicó al usuario en cierta situación, se evalúa de forma automática y racional los estímulos fisiológicos de los seres humanos. Lo que se deduce de dicha evaluación es que el evento por si solo no es el responsable que genera la emoción, es el significado que connota el evento el que emite una emoción benéfica, dañina o sin ninguna relevancia.
- Preocupación: Todos los productos que compramos lo hacemos para satisfacer algún tipo de preocupación. Si dichos objetos coinciden con ellas y las satisfacen generan emociones benéficas.
“Los eventos se constituyen con significado emocional solo dentro del contexto de nuestras preocupaciones”.
- Producto: Tenemos claro ya que las emociones son evocadas por la relación entre la persona que experimenta dicha emoción y el producto en particular que está siendo experimentado. Pero el producto no necesariamente tiene que ser un objeto físico; podemos emocionarnos con pensamientos, ideales, fantasías o eventos particulares, y en este caso el producto sería la persona que toma lugar en el pensamiento o el objeto de fantasía. Dentro de esta sección existe la emoción que ha sido estimulada por el objeto como producto y sus características físicas, y el objeto que representa una asociación o fantasía inducida por un producto, como puede suceder cuando nos emociona la idea de regalar un objeto. Este objeto es el estimulante de la emoción por la relación que nos ha hecho sentir hacia un evento determinado. Dentro de esta sub categoría las relaciones que se pueden generar son tanto anticipatorias como de retrospectiva, nos hace sentir bienestar por imaginar lo que sucederá al usar el objeto o nos recuerda una situación memorable.
- Emoción: Existen dos clases de estados emocionales que tienen lugar al percibir nuestro entorno. La mera emoción, que implica una sensación

²⁷ Pieter M.A Desmet, *a Multilayered Model of Product Emotions*, (Holanda: The design journal, In press 2003)

inmediata y el estado de ánimo, que tiene lugar cuando intervienen sentimientos en un periodo de tiempo más largo. Para Desmet, los estados de ánimo no son los que están dirigidos a un objeto en particular sino a el entorno en general de donde se lleva a cabo la emoción. Que los objetos tienen una influencia mucho más directa en nuestras emociones momentáneas y que los estados de ánimo tienen más capacidad de influir en nuestra percepción emotiva hacia un objeto que al contrario. Sin embargo afirma que las emociones si son muy fuertes pueden también alterar el estado de animo.

Los productos emocionales estarían enlistados dentro de cinco factores que denomina como: Instrumental (o conductual como denominaría Donald Norman en su libro *diseño emocional*), Estético (la atracción que genera por parte de cada individuo), social (el estatus que implica poseer dicho objeto), Sorpresa, y emociones de interés (o las que coinciden con alguna preocupación).

La conclusión de Desmet hacia donde que los diseñadores deberíamos dirigirnos es a crear no solo para generar emociones beneficiarias, sino paradójicas. Esto no significa que diseñemos para mártires o que dejemos de suplir las necesidades, sino que exploremos una nueva categorización de objetos únicos, ricos y sobretodo retadores. Como sucede con las películas que más emocionan, que muestran una realidad que por más cruda o fría que sea logra estimular nuestra mente y sorprendernos. Esos son los productos que van más allá de la belleza física y de generar una atracción inmediata que luego de un tiempo se volverá obsoleta, son los productos que penetran dentro de nuestra percepción hasta llegar a conformar una experiencia emocional.

3.3 El alcance perceptivo del diseño

El diseño tiene un poder mucho más grande del que imaginamos y del que se enlista dentro de las categorías que acabamos de ver. En una visión general lo que hace es generar percepciones; esta puede ser una observación muy vaga y valdría la pena explorarla más a fondo, pero si entendemos que las percepciones son producidas por la relación que tenemos con el mundo tangible, y el mundo tangible está constituido por espacios, objetos y signos, no sería del todo abstracto atribuirle tal función al diseño. Estamos en últimas, condicionados a percibir lo que el mundo nos arroja, lo que se nos presenta ante nuestros ojos. Los diseñadores, arquitectos artistas y todas

aquellas personas que crean objetos físicos están decidiendo por los receptores aquello que deben ver, están proponiendo los instrumentos que conforman la percepción de las personas. Es necesario aclarar que la percepción no está delimitada por lo que se nos presenta, nuestra cognición lo recibe y lo crea bajo sus parámetros personales y esto hace que cada individuo perciba las mismas cosas de distinta manera. No significa entonces que los diseñadores decidamos como vemos las cosas, que es lo que realmente importa, sino qué vemos. Tenemos el poder de construir los parámetros de la percepción pero no de intervenir en el proceso subjetivo que interpreta y hace agradable o no un objeto.

Este poder que le atribuyo al diseño se hace evidente a través de miles de ejemplos que han cambiado la manera en como percibimos el mundo en la historia. ¿Alguna vez nos detenemos a pensar en lo que hubiera sido de la humanidad sin la creación de la rueda, las armas o los teléfonos móviles? Seguramente sí, pero la pregunta en sí es obsoleta, nunca podremos saberlo y en realidad no nos interesa, lo que nos hace reflexionar es en el valor que tienen estos objetos y como han influido en la percepción que se tiene del mundo en la actualidad. De esta capacidad para generar percepciones es de la que el diseño debe preocuparse.

David Eagleman es un neurocientífico estadounidense quien desarrolló un método para expandir nuestra capacidad perceptiva. En una charla TEDx²⁸ en donde explica su proyecto introduce un término alemán para explicar las distintas capacidades perceptivas de cada ser vivo: el *Umwelt*. La traducción literal de la palabra es el entorno, pero *Umwelt* significa algo más allá que nuestro entorno físico; es la percepción de éste, lo que nuestros sentidos alcanzan a percibir del entorno. Cada ser vivo tiene un *Umwelt* distinto limitado por sus capacidades sensoriales; en el *Umwelt* de los perros el eje magnético es el olfato, para ellos reconocer cada espacio o acontecimiento por los olores que reciben es la forma en como se relacionan con el mundo. Nosotros nunca entenderíamos que significa tener este sentido tan agudo, razón por la cual no nos hace falta.

²⁸ Consultado en:

http://www.ted.com/talks/david_eagleman_can_we_create_new_senses_for_humans?language=en

Estos alcances perceptivos están delimitados por el *Umwelt*, pero ¿que sucedería si pudiéramos ampliar nuestro *Umwelt* para permitirnos experimentar otra forma de percepción del mundo? Esto es lo que la neurociencia y el diseño están logrando hacer. Eagleman y su equipo desarrollaron unos instrumentos capaces de transmitir datos entre sentidos. Mas específicamente son objetos que traspasan la información recibida desde un sentido a otro, haciendo que la información no quede delimitada por la capacidad del sentido y pueda experimentarse de otra forma. Uno de los objetos consiste en una pequeña tableta que se coloca debajo de la lengua y emite ciertos estímulos que el cerebro recibe y expone como manchas dentro el umbral de visión que refleja el cerebro. Significa que una persona ciega pueda ver por medio del gusto. Parece increíble que un objeto así pueda existir, no creeríamos que sin tener ojos podamos ver, pero lo que la neurociencia nos enseña es que el cerebro no está condicionado por medio el cuerpo, que la intuición, los reflejos y otras capacidades son una red de estímulos entre todos los sentidos que actúan de forma inconsciente y le responden al cerebro. Lo que el budismo, *el error de Descartes*, la inteligencia emocional y muchos otros estudios tienen en común es que todos afirman que ni el cerebro ni el cuerpo actúan por sí solos. El budismo cree en un sexto sentido que reúne estas capacidades que van más allá de lo que la ciencia puede demostrar, los meditadores pueden ir más allá de lo que sus límites sensoriales permiten, y paradójicamente no acentuando sus sentidos sino aquietándolos, dejando de ver, de tocar, degustar, oír y oler. Y los hace más conscientes de lo que muchos de nosotros estamos.

Otro ejemplo inspirador sobre como ampliar nuestra capacidad perceptiva se manifiesta en la historia de Daniel Kish²⁹, un hombre ejemplar que a pesar de quedar completamente ciego a los quince meses de edad, desarrolla su propio método de visión. El niño hiperactivo que al crecer no tuvo ninguna limitación por parte de su madre, comenzó a trepar árboles, montar en bicicleta y relacionarse dentro de la sociedad como una persona vidente. Su sentido de la vista no estaba delimitado por el órgano de sus ojos; su cerebro aprendió a expandir su corteza visual a través del sonido que producía con su lengua y que le daba los parámetros para construir la realidad. Un proceso como el que utilizan los murciélagos (de hecho su apodo es el

²⁹ Consultado en: <http://www.npr.org/programs/invisibilia/378577902/how-to-become-batman?showDate=2015-01-23>

hombre murciélagos “Batman”) que emiten sonidos para que el espacio refleje sus dimensiones por el eco que le devuelve: la ecolocación.

Nuestro cerebro es completamente capaz de ver sin visión, la corteza visual genera imágenes en todo momento que no tienen relación con lo que los ojos perciben, pero de todas formas las vemos. Podemos cerrar los ojos e imaginar, soñar, pensar en imágenes, pero nunca creemos que estas imágenes sean tan reales como las que vemos con los ojos abiertos. Más que darle importancia al cerebro y su capacidad perceptiva inagotable, la historia de Daniel trata de emitirnos un mensaje distinto: la relevancia en las expectativas que tenemos sobre nuestras capacidades. Sobrepasar las expectativas nos puede ayudar a lograr cosas que nunca imaginamos posibles, una limitación como la que le otorgamos a los ciegos al ayudarlos y restringirles la capacidad de explorar el mundo bajo sus percepciones puede implicar una física restricción al hacerlo. Creemos que nuestra percepción es la única posible porque hemos aprendido a vivir de tal forma, y cuando nos relacionamos con individuos distintos nos incomoda que no tengan nuestras mismas capacidades perceptivas y sentimos la responsabilidad de ayudarlos a vivir como nosotros lo hacemos. Sin el ejemplo de Daniel Kish o de David Eagleman nos sería difícil creer que un ciego pueda ver a través del sentido del tacto o del sonido.

No significa que debamos menospreciar nuestros sentidos sino estar conscientes de ellos y utilizarlos sin la ingenuidad de pensar que son solo un instrumento para actuar en el mundo. Sabemos que al disminuir uno de los sentidos los otros se agudizan para suplir el que está débil. Pasa con los discapacitados que si no pueden ver, el cuerpo se redescubre para oír y oler mejor, o que la historia nos cuenta historias increíbles como Beethoven, quien sin poder oír al final de su vida componía con la misma facilidad. Estos experimentos indican que lo que es realmente necesario es enseñarle al cerebro a utilizar los sentidos como nunca antes lo ha hecho, a generar otro tipo de relaciones sensoriales. No solo implica que en un futuro los ciegos podrán ver y los sordos oír, significa que la percepción que creemos tener es solo una pequeña parte de lo que podría ser. Que como bien dice la neurociencia solo utilizamos el 10% de nuestro cerebro.

El diseño si se propone, puede ayudar a expandir los niveles de percepción, a relacionarse con otras disciplinas para generar resultados de este tipo, que alteren la

forma en como vemos el mundo. Este nuevo objetivo del que debería apropiarse el diseño es lo que yo denomino diseño emocional o neurológico. Utilizar los sentidos para transformar la manera en como son experimentados, conocer el cerebro y su sintonía con el ser, la mente, lo subjetivo, para sorprenderlo mientras se relaciona con el mundo de forma inesperada.



"La poética de la obra abierta reside en promover en el intérprete actos de libertad consciente"

Umberto Eco

4. DISEÑO EN MOVIMIENTO: POÉTICO, EMOCIONAL E IRRESISTIBLE

No podemos negar la influencia que ha tenido la postmodernidad en las percepciones de los seres humanos. Una de las cosas más claras es que a medida que el mundo se actualiza, nuestros cerebros se actualizan con él, identificando los cambios que constantemente intervienen en nuestra relación con el mundo. En el área disciplinar la contemporaneidad ha generado una red de conexiones que da lugar a la interdisciplinariedad, permitiendo a áreas de distintas proveniencias mezclarse entre sí para proponer soluciones más fructíferas e inesperadas. El arte y el diseño son un claro ejemplo de esta nueva forma de cooperación entre disciplinas, mientras el pasado nos arrojaba una línea nítida que las separaba, el presente la desdibuja con sus nuevas capacidades de experimentación. Ahora lo que se consideraba como diseño puede estar determinado bajo la institución artística, y viceversa. Ya nadie se atreve a definir la diferencia entre ambas por la microscópica tela que las divide, es en todo caso una pelea perdida y poco interesante.

4.1 Arte relacional y diseño social

Después de vivir tantos conflictos políticos, pasar por incontables guerras (incluyendo dos mundiales) y millones de personas y ciudades destruidas, vemos cómo el mundo contemporáneo comienza a preocuparse por la sociedad, de tal manera que disciplinas como el arte y el diseño han cambiado sus métodos, objetivos y hasta han permitido la disminución de su autoría para dar lugar a una sociedad en progreso. Mientras antes los artistas se preocupaban por retratar una realidad a la perfección, intensificar la luz, o combinar perspectivas, el arte contemporáneo se preocupa en gran medida por integrar a la sociedad entre sí y con la obra. Con el diseño sucede algo similar; después de ser reconocido (y más difícil aún, respetado) dentro del mundo industrial y a veces artístico, disminuye la producción abundante que lo hizo popular, para responder a las demandas actuales reinventándose como diseño social y sostenible.

El juicio valorativo en el arte se ha visto condicionado a lo largo de la historia por temas de estética, de política y ética que cuestionan cada obra y la hacen menos o más válida. No solo los artistas expresan sus gustos estéticos o morales a través de formas físicas; en el momento en que el receptor juzga una obra, está aceptando o

rechazando la forma en que el artista se expresó. Esto lo hace en base a sus conocimientos que le imprimen cierto criterio. Por bien o mal que esté este juicio, están reorganizando, eliminando y quizás añadiendo elementos a la obra. Sin embargo, ni en la política ni en la estética hay una verdad absoluta, ambas están condicionadas por las experiencias y conocimientos del que juzga.

El arte participativo siempre se enmarca dentro del arte contemporáneo y se compara con otras obras de la misma escuela artística en lugar de hacerlo con obras más similares dentro del ámbito social. De todas formas, como sucede en obras sociales, el resultado es el mero proceso que ha permitido conectar gente y ser exitoso. Se redefine el arte como un producto terminado y expuesto para ser un proceso integrador de filosofías y valores éticos. En el año 1950 se crea el periódico S.I (Situacionistas Inter- nacionales)³⁰ grupo conformado por artistas y literatos de la post guerra liderado por Guy Debord y Gil Wolman, cuyo propósito era la transformación de la vida cotidiana. Para ellos, el propósito del arte no era la creación de objetos sino la crítica a la mercantilización de la existencia. Diez años más tarde, en Paris, se forma GRAV (Group Recherche d' Art Visuele) un grupo de dinámica internacional que, con fin de modificar la percepción del receptor, generaba entornos polisensoriales y esculturas cinéticas. Querían tomar enserio al receptor y liberarlo de la pasividad que se le imponía en el arte y en el mismo sistema de vida.

Con todos estos movimientos revolucionarios nace el arte relacional “un arte que toma por horizonte teórico la esfera de las relaciones humanas y su contexto social, más que la afirmación de un espacio simbólico, autónomo y privado.”³¹ No obstante, solemos pensar que estas formas de modernidad son las que han dado fuerza a las relaciones humanas generadas por el arte, sin reconocer que el arte siempre ha propuesto un espacio interactivo al estimular discusiones inmediatas e intercambio de pensamientos. Más que una forma de interacción entre espectadores, el arte relacional propone una interacción directa con la obra y el artista.

Mientras el mundo del arte trata de integrar a la sociedad con métodos interactivos, en el diseño existe una dualidad de opiniones en cuanto aleja o acerca las relaciones

³⁰ Claire Bishop, *ArtificialHells, Participatory art and thepolitics of spectatorship*. (Verso: 2012), 13

³¹Nicolas Bourriaud, *Estética Relacional*. (Barcelona: Adriana Hidalgo editora 2006)

humanas. Hay que tener en cuenta que en la actualidad se fabrican objetos que dispersan las relaciones a favor de hacer al individuo más independiente y necesitar cada vez menos a las personas y más a los objetos. La industrialización logró generar maquinas que sustituyeran el trabajo del hombre y revolucionó la industria acelerando todos los procesos. A partir de este movimiento las máquinas se volvieron indispensables para el trabajo, y con el tiempo, para el hombre. En la actualidad no podemos vivir un día sin nuestros objetos cotidianos, sin un timbre que nos despierte, sin un móvil que nos mantenga en contacto con el mundo, o la televisión que nos entretegna. Los no lugares se han estructurado por el flujo de personas que lo concurren sin tener una interacción entre ellas, por estar cada uno en su mundo, hablando por su celular, leyendo en su Tablet y oyendo música en su iPod, entre otras.

Estas formas de vivir actuales pueden parecer muy individualizadoras, pero mientras nos separan con los que nos cruzamos in situ, nos acercan a una red mucho más amplia de personas con las que probablemente nunca nos cruzaríamos. Existen formas para conectar con gente de tus mismos gustos musicales o tener una relación cercana con alguien que no viva en tu propio continente. Estas plataformas virtuales son la forma de diseño relacional más obvia. Sin embargo en el diseño, como sucede en el arte, siempre existió una manifestación relacional intensa. Mientras el arte generó discusiones, el diseño sirvió -y sirve- de puente entre las relaciones humanas. Las relaciones que entablamos se estructuran bajo una serie de acciones construidas la mayoría de las veces en torno a objetos. Gracias al desarrollo de los objetos podemos comer, ir a cine, hacer picnic, ir de viaje, comunicarnos, entender un entorno, en fin, todas las acciones que nos ayudan a establecer relaciones cercanas. Esta es la forma como el diseño ha manifestado su apoyo dentro de la sociedad, generando más que objetos, actividades. Proponiendo nuevas formas de interacción social, generando relaciones directas e indirectas entre culturas y dentro de ellas, uniendo a los individuos dentro de espacios de intereses compartidos, transportándolos de un lado a otro y haciéndoles pensar que poseen libre albedrío cuando en realidad se mueven de acuerdo a lo que los espacios y objetos han establecido previamente. El diseño es relacional desde su forma más primitiva, pero el siglo XX ha sentido el deber de ejercer un diseño implícitamente más social: el -valga la redundancia- diseño social.

Muchos diseñadores industriales critican con frecuencia esta nueva forma de hacer diseño. Es verdad que la industria fue la que les dio el nombre y abrió las puertas para que la disciplina tomara forma y se reconociera dentro del entorno económico; y que lo que precisamente rechaza el diseño social y las tendencias ecológicas y sostenibles, es la producción en masa de estos objetos industrializados que estimulan el consumismo. El diseñador debería cambiar la idea de que su éxito económico depende de la obsolescencia programada y de su competencia diseñística para estimular el deseo de compra de los usuarios. La necesidad que tiene el ser humano para relacionarse con el mundo y sus implicaciones problemáticas siempre estarán ahí, solo es necesario que un buen diseñador las identifique y solucione. Lo que propone el diseño social y ambiental no es trabajar sin cobrar, ni mucho menos. Es generar un diseño capaz de integrar sociedades -como sucede en el arte relacional- estimular servicios participativos, y dentro de otros, ser conscientes de materiales eco amigables que aunque sean más costosos la gente está dispuesta a pagar.

Lo que diferencia el arte relacional y el diseño participativo es cómo las personas se relacionan con cada uno de ellos. En el arte se genera lo interactivo, se discute, interviene y se participa con una obra artística, pero así el receptor sea objeto fundamental en ella y logre transformar su estado, la obra siempre estará configurada desde el lugar de poder institucional. Aunque la autoría este decayendo humildemente para dar lugar a obras anónimas o colectivas y así resaltar la intención más que al artista, el arte siempre estará regido bajo una institución que decidirá su lugar dentro de la disciplina. El diseño también se rige bajo un poder, pero cambia al ser operativo. Los usuarios modifican la función de un diseño constantemente: existen "malos usuarios" más que apropiados. La razón de un diseño es modifiable en términos de usabilidad, mientras que en el arte, la utilidad de una pieza será la intencionada por el autor por más interacciones que ésta haya tenido.

El arte participativo puede reparar el lazo social como afirma Bishop, pero es difícil ignorar la performatividad que indica que es una obra de arte y permanecer en ese entorno idílico de conexión social, que como toda obra, culmina en un tiempo determinado. El diseño es atemporal, no interesa tanto su producto final sino el proceso que queda latente para su rediseño. Permite su decodificación para generar nuevas propuestas sin importar quién o qué código se utilice. Tiene la capacidad de

configurar el estado idílico, y proponiendo transformaciones con el tiempo, evitar que se suspenda.

El arte relacional y el diseño social tienen dos cosas en común: la participación como actor protagonista y la época que los acompaña. No vale la pena adentrar en discusiones sobre lo que diferencia el arte con el diseño ni sus competencias o valores. Es interesante ver como han nacido dos tendencias contemporáneas entre sí y que cumplen el mismo objetivo a pesar de tener raíces tan dispersas. Que aunque hablamos en distintos idiomas, el tiempo siempre va a ser un factor de unión interdisciplinar.

Bajo mi punto de vista el diseño debe aprovechar su capacidad de variación para hacer diseños tan sociables que una comunidad pueda reappropriarlos en base a sus conocimientos y experiencias, y generar relaciones en torno a ellos. Ser tan abierto culturalmente que no rechace ninguna forma de comunicación y comprensión extraterritorial, y ser tan amigable que la presencia del diseñador pase desapercibida. El término diseño social es redundante y encasilla dentro de un altar idílico ese diseño que beneficia tanto a la sociedad, reconociendo cierta bondad por su poder de transformación, cuando siempre lo ha tenido pero no se le ha reconocido. Quizás los diseños que se hacen llamar de tal forma tienen objetivos mucho más claros de beneficio social que aquellos que no, y valdría la pena reconocer esta prioridad que está por encima de los beneficios económicos por los que la mayoría de diseñadores ejercen su profesión. No pretendo desvalorar este tipo de diseño, sino por el contrario, evidenciar la importancia de hacerlo tan obvio que su connotación sea innecesaria.

4.2 Un diseño abierto

“Una obra de arte es un objeto producido por un autor que organiza una trama de efectos comunicativos de modo que cada posible usuario pueda comprender (a través del juego de respuestas a la configuración de efectos sentido como estímulo por la sensibilidad y por la inteligencia) la obra misma, la forma originaria imaginada por el autor. En tal sentido, el autor produce una forma conclusa en sí misma con el deseo de que tal forma sea comprendida y disfrutada como él la ha producido; no obstante, en el acto de reacción a la trama de los estímulos y de comprensión de su relación,

cada usuario tiene una concreta situación existencial, una sensibilidad particularmente condicionada, determinada cultura, gustos, propensiones, prejuicios personales, de modo que la comprensión de la forma originaria se lleva a cabo según determinada perspectiva individual. En el fondo, la forma es estéticamente válida en la medida en que puede ser vista y comprendida según múltiples perspectivas, manifestando una riqueza de aspectos y de resonancias sin dejar nunca de ser ella misma.”³² Umberto Eco, *Obra abierta*.

Su obra, *Obra abierta* del escritor, filósofo, semiótico y crítico literato italiano Umberto Eco es, para ser más redundante, abierta. Para evidenciar de la mejor forma la coherencia en su texto aplicaré el término que el autor bien utiliza para el arte, y teniendo en cuenta que el diseño es una forma de arte, le daré un giro en su significado para que en lugar de hablar de literatura y obras de arte, se refiera al diseño. Lo interesante es que ni siquiera es necesario intercambiar las palabras arte por diseño, es tan sutil la escogencia del lenguaje que el término “obra” puede ser traducido a lenguajes de cualquier disciplina interesada, dentro del texto no solo expone la relevancia en una obra a ser abierta para que el receptor la finalice bajo sus perspectivas individuales, sino que nos brinda los parámetros para hacerlo con ella misma mientras la leemos. En su introducción comenta que al principio no quería titularla *Obra abierta* sino *La obra abierta*, y que fue un amigo suyo quien tan solo abrir una página le dijo que debía llamarse de tal forma. No hace explícita la razón de tal decisión pero al leerlo se evidencia que no está escribiendo sobre La obra abierta como algo ajeno a ella, sino que ella misma es una obra abierta, la inclusión del artículo connotaría un distanciamiento de su contenido y no sería explícito que esos mismos textos son tan abiertos como lo que describen. Sus líneas explican la poesía de las obras artísticas abiertas, no solo exponiendo las pautas que deben llevar a cabo dichas obras sino siendo las pautas, otorgándonos el placer de reconstruir su obra a medida que la leemos.

A continuación, dispondré de la obra de Eco como supongo esperó que hicieran sus lectores, “llevada a mi término en el mismo momento en que la gozo estéticamente”. Y mientras la gozo la estoy reviviendo desde mi perspectiva original, la estoy interpretando y al mismo tiempo ejecutando con los parámetros de mi experiencia y las capacidades interpretativas que me regala la obra. Cualquier obra, de hecho

³² Umberto Eco. *Obra abierta*, (Planeta De- Agostini, Barcelona: 1992), 33

cualquier situación se presta para una interpretación instantánea e intuitiva del receptor quien descompone la situación para recomponerla. No obstante, existen tipos de obras más abiertas en un sentido menos abstracto o metafórico, que presentan la posibilidad de descomposición de forma más clara y tangible. En estos casos la propia intención del autor es generar una obra inacabada para hacer explícito el acto creador del espectador (quien a medida que acaba la obra deja de tomar el rol de espectador para convertirse en artista). Esta intencionalidad del autor es desinteresada, el gran cambio que la contemporaneidad nos regala con estas nuevas experiencias artísticas es la dirección que toma el interés del autor. Ya no se trata de evidenciar las capacidades técnicas del artista sino en un acto de generosidad se trata de despertar las capacidades interpretativas e intelectuales del receptor. “*la poética de la obra abierta reside en promover en el intérprete actos de libertad consciente*”.

La obra abierta no solo implica un despertar del intérprete hacia su rol expectativo, lo que se genera al exigir de él cierto grado de iniciativa para proponer una respuesta libre, es sobretodo un acto de con-genialidad con el autor. En tanto positiva o negativa, la respuesta interpretativa se estructura siempre bajo un acto colaborador entre el receptor y el autor y cuyo mediador es la obra. Este proceso es altamente creativo, tanto por parte del autor como de quien lo recibe, pues la exigencia interpretativa implica un nivel imaginativo inagotable. “*la poética del asombro, del ingenio, de la metáfora, tiende en el fondo, más allá de su apariencia bizantina, a establecer esta tarea inventora del hombre nuevo que ve en la obra de arte no un objeto fundado en relaciones evidentes para gozarlo como hermoso, sino un misterio a investigar, una tarea a perseguir, un estímulo a la vivacidad de la imaginación*”.³³

Esta nueva forma de disfrutar una obra aparta el contenido morfológico y su connotación de belleza anticuada, para adentrar en el sentido estético real, tocando sensibilidades que van más allá de la atracción instantánea hacia un mundo de exploración perceptual desconocido y placentero. La exploración que exigen obras abiertas son individuales y cerradas, lo que estimula distintas ideas y vías de recreación que le dan una vida más amplia a la obra que la pretendida por el autor. Cuando existe una obra con tales capacidades de reinterpretación, cuando su contenido desborda los límites de la imaginación y permite una multiplicidad de

³³ Ibidem, 35

formas para ser comprendida, es cuando dice Eco, sucede una “*pura expresión de la personalidad*”. En ese momento, cuando una obra no derrocha todo su contenido sino que lo sugiere con sutileza, es cuando la interpretación se realiza con todas las aportaciones imaginativas del intérprete, cuando la carga emocional es la protagonista en la interfaz entre el autor, la obra y el receptor.

El diseño es quizás la forma de obra abierta más obvia; la intencionalidad del autor siempre está dirigida al receptor, aunque él no esté consciente de la variedad de interpretaciones que puede suponer su obra, es inevitable que la manera en como se presenta ante la sociedad (ya sea por la producción en serie, por el hecho de volverse una propiedad o por su fácil alcance) implica una interacción mucho más personal e íntima de lo que corresponde al arte. Seguramente el diseño carece de la barrera institucional del arte que pone límites entre el autor, la obra y el receptor, y esto hace que no nos sintamos tan ajenos e incómodos cuando usamos un producto. La superioridad intelectual que representa el arte, que sin duda es uno de los factores que nos atrae más a ella, no existe en el diseño. Dentro de nuestro sistema capitalista no cabe sentir ese respeto por los objetos de diseño que han tenido más relevancia en la historia, porque este mismo hecho es el que nos ha permitido acercarnos a ellos, porque los necesitamos en nuestro día a día. Los objetos de diseño de lujo, esos que miramos con distancia y respeto pueden ser tanto íconos, como objetos sobrevalorados, cuya admiración está constituida bajo estándares económicos pero no por su capacidad de suplir nuestras más básicas necesidades.

El hecho de que el objetivo principal de cualquier diseño sea ser manipulado por su intérprete, significa que todas las obras de diseño son explícitamente abiertas. Esto implica que cada objeto (teniendo en cuenta que a menos que sea una artesanía consta de millones de ejemplares) es interpretado por una cantidad infinita de percepciones. El diseñador, en lugar de tratar de anticiparse a estas percepciones para crear un objeto del gusto de todos los seres humanos, debería sugerir la exploración de interpretaciones y usos haciendo todavía más abierto su diseño. Abierto en un sentido menos tangible y más metafórico, lo contrario que Umberto Eco propone que suceda con las obras de arte. El diseño, aprovechando su ventaja de ser tan accesible y cercano a las personas, si logra estimular el nivel intelectual de interpretación que el arte domina, es un diseño poético, emocional e irresistible.

“Las construcciones alegóricas de las obras por parte de cada intérprete no están garantizados por ninguna enciclopedia, no le dan espacio al error.”

Las interpretaciones de los símbolos de diseño no agotan las posibilidades del objeto, éste permanece inagotable y abierto dentro de su ambigüedad. *“Debe fundar un mundo en la ambigüedad, en el sentido negativo por falta de centro de orientación como en el positivo por una continua revisión de valores y certezas”*.³⁴

Pero el diseño tiene una ventaja más que lo hace abierto; lo que denomina el autor *obra en movimiento*, eso que no solo está abierto para que los receptores terminen sino que permite su movimiento, es la transgresión amable de algo que está intencionado para cambiar. Estos objetos que le dan al usuario la libertad de disponer de su forma y modificarla de acuerdo a sus gustos y exigencias de uso.

Los objetos plegables, armarios con múltiples facetas, objetos cuya forma esconde soluciones a varias actividades. Existen entonces diversas formas para un objeto de presentarse abiertamente hacia los usuarios; desde la manera más tangible y evidente que serían estos objetos en movimiento hasta la metáfora de lo abierto, que invite al usuario a sacar propias conclusiones sobre su relación con el objeto y la manera en como deba usarlo y percibirlo.

Como diseñadores debemos evitar lo estático, aquello que permanece inmóvil ante nuestra perspectiva de un mundo que está en movimiento, su contenido ya no debe ser un facilitador de acciones representando una forma de recurso, debe proponer, estimular el cerebro que lo pide constantemente, dejar de dar sin recibir nada a cambio. El diseño contemporáneo no debe seguir supliendo las mismas necesidades que ya están atendidas, que hace mucho se fueron desarrollando y que hoy representa el consumismo. Hemos sobre producido los objetos que hace décadas se crearon para atender a una necesidad y que con el tiempo han trascendido en su forma pero no en su contenido. Muchos diseñadores han atendido a la forma cambiando detalles a un buen diseño que en su momento generó un beneficio satisfactorio pero que hoy estorba. Cada diseño es una representación de la cultura, la época y el entorno en donde tuvo lugar, rediseñar un objeto sin intervenir en su esencia, ignorando las circunstancias en las que fue creado, es juxtaponer problemas que se manifestarán eventualmente.

³⁴ Ibidem, 36

4.3 Modificar conductas, integrar culturas

“La antropología del diseño tiene como finalidad explorar lo que vincula lo humano con el objeto, aquello que guía la creación de las cosas, sus usos y el lugar que quedan en la memoria de la comunidad.[...] Ha de crear métodos para discutir sobre lo regular, lo común y lo extraño, lo sano y lo patológico, y que es producto de una manera de mirar y pensar el mundo: siempre situacional, dinámica y compleja.”³⁵

El objeto siempre ejercerá un uso que impone una manera de pensar, de actuar, de experimentar el mundo. Cada uno es singularizado en una historia que cuenta nuestras creencias, paradigmas y comportamientos, el diseñador define los modos de vinculación entre los miembros de una comunidad y la naturaleza, y estos a su vez restablecen la posición del diseñador como individuo. El diseño es mucho más complejo que crear objetos para suplir necesidades; él mismo es quien determina cuales son las necesidades a las que debemos atender.

La noción de necesidad la hemos vulgarizado a medida que surgen más formas de suplirlas, quizás es una forma de justificar la producción en masa de objetos banales, porque en realidad las necesidades básicas las suplimos hace mucho tiempo y escasamente necesitamos de objetos para suplirlas. La nutrición, el abrigo, la salud y el descanso son actividades que si lo pensamos no necesitan de mucho diseño, mientras podamos subsistir las necesidades básicas estarán cubiertas. La tecnología incrementa la rapidez, eficacia y divulgación de las formas de subsistencia, pero también crea, a medida que evoluciona, infinitos métodos y formas que suplen estas necesidades, evidenciando el poder creador del hombre para facilitar todas las circunstancias de la vida. Pero *las necesidades pueden ser “fácilmente satisfechas” o bien produciendo mucho, o bien deseando poco.* (Sahlins, 1977: 13-14)

Las nuevas necesidades, las tendencias, modas, o nuevos productos tecnológicos representan más que una manera para satisfacer una necesidad, la capacidad inventiva del ser humano; creamos no porque las personas lo necesiten sino porque sabemos como y podemos hacerlo. Estas destrezas nacen desde una cultura y están dirigidas hacia una comunidad, es allí donde reafirman sus capacidades para resolver

³⁵ Martín Juez, Fernando. *Contribuciones para una antropología del diseño* (Barcelona: Gedisa 2002) 23.

problemas específicos y a medida que evoluciona, generar otros. No se resuelven problemas de individuos específicos sino de comunidades enteras, de personas que comparten ideologías, creencias, costumbres. Solo dentro de una cultura y siendo parte de ella se pueden entender los problemas para solucionarlos, en cierta medida los diseñadores creamos para nosotros mismos, tratamos de resolver un problema que nos concierne porque sabemos el nivel satisfactorio que pueda implicar. Esto no significa que no podamos diseñar para otras culturas y para problemas ajenos, todo lo contrario, deberíamos expandir nuestra percepción individualista y egocéntrica para abarcar desde un territorio ajeno los problemas que surjan al untarnos de otras culturas. Deberíamos viajar, experimentar, cambiar nuestros hábitos por los de los demás, comunicarnos desde su territorio con las personas más adecuadas para decirnos sus preocupaciones, molestias y deseos.

La relevancia de un diseñador profesional recae en su capacidad para ver las cosas de otra manera. Tenemos la capacidad de identificar los problemas en todos los objetos que manipulamos, pero no para hacer un juicio de valor sobre ellos sino para imaginar una solución a su problema, pensando en cómo podría ejercer su función de una forma más eficiente. Si no solo aplicamos esta capacidad funcional y formal de ver objetos sino que la llevamos a un nivel intercultural bien desarrollado, surgirán nuevas formas de satisfacer a nuevos problemas. La manera más eficiente para estimular la creatividad es intercambiando ideas, creencias y percepciones. Me opongo a creer que el buen diseño y el único al que le debamos respeto es el proveniente de los países primermundistas, que bajo su larga historia desarrollando buenos diseños han impuesto su lugar en el mundo del diseño. Es innegable su capacidad para crear objetos que solucionan de la forma más simple y concreta sus problemas, pero por las características de sus necesidades nos olvidamos del otro lado del mundo, en donde incluso diseñadores no profesionales han recurrido a infinitos métodos de diseño propios para satisfacer sus problemas tan distintos.

El diseño debe entender su capacidad para modificar las conductas, las culturas y creencias, y utilizar su poder como una herramienta de transformación social. No debemos implementar diseños de un primer mundo regido por sus estructuras culturales y globalizarlo como una solución estandarizada a países menos desarrollados, debemos en cambio, intercambiar las formas de pensar entre ambos y compartir métodos que ayuden a solucionar los problemas innatos de dichas

comunidades. La antropología debe hacer parte del diseño contemporáneo y comenzar desde un estudio presencial e intercultural.

Y en el momento en que esto ocurra se debe analizar la manipulación por parte de los usuarios, que será tan distinta y enriquecedora que dará lugar una reinvención de los objetos previamente sesgados a la representación establecida por los “predicadores, educadores o vulgarizadores” como denomina Michel DeCerteau en su libro *La invención de lo cotidiano*.

Lo que plantea es que una representación formulada por una institución no puede analizarse por los mismos fabricantes sino por los practicantes que desconocen las reglas y formatos bajo los que fue creada, que el hecho de que dicha representación esté en circulación y en uso, no significa que la manipulación por parte de sus usuarios sea la correcta. Esto nos lleva a cuestionar la noción del uso correcto de los objetos, y replantearnos si el uso final que toma parte en la realización mas no en la competencia, es en todo caso el uso correcto, o si es válido el planteamiento de siempre sobre el mal usuario. Dice Michel De Certau que el acto de hablar no se reduce al conocimiento de la lengua.

Estamos condenados a recibir la información que unos pocos deciden mostrarnos, condenados al mundo fenomenológico que se nos presenta de una forma dada, pero tenemos la suficiente autoría para transformarla de acuerdo a nuestros intereses y reglas propias. Esto no significa que nuestra percepción y con ella nuestra forma íntima de actuar en el mundo sea inadecuada o errónea; es propia. La “economía cultural dominante” no concibe la capacidad de un usuario que trabaja artesanalmente en torno a sus conocimientos, de utilizar una representación estructurada bajo dicho expertismo y reinterpretarla, o bien dirían ellos: malinterpretarla. La representación tiene que estar abierta desde su creación a la metamorfosis infinita que sufrirá en su tiempo de vida. No se puede aplicar la noción de mal usuario o mal uso a lo inevitable en el objeto que ha sido creado para una comunidad. El número de individuos por comunidad representa la cantidad de cambios que ocurren en tan solo una de las etapas dentro de la infinita de transformaciones que genera cada individuo. Y esto solo refiriéndonos a un objeto singular.

La autoría del diseñador que desea evidenciar su genialidad por medio del diseño, debe ir desapareciendo para hacer más explícita la del usuario que hace suyo el diseño. Mientras la primera es intencional, la segunda es inevitable, como individuos actuamos bajo una estructura íntima y transformaremos, querámoslo o no, cada objeto o representación dada. Los creadores por el contrario, deben evitar posicionar su lugar de poder a través del objeto, dejando espacio para una metamorfosis. Esto no quiere decir que el creador no deba seguir sus instintos creativos y depositar en el objeto su esencia más pura, sino que en el proceso de diseño no reduzca las posibilidades de uso al objetivo en concreto por el que fue diseñado, obligando al usuario a no tener más remedio que usarlo de tal forma. De hecho mientras más intuitivo es el diseño, mientras más viajes ha tenido su contenido a través de la experiencia del autor, untándose de valores interdisciplinarios e interculturales, más abierto se vuelve al presentarse ante el receptor. El diseño no es una disciplina cerrada, actúa en todos los campos en donde un ser humano se relaciona con su entorno, así que en lugar de cerrarse ante las normativas que presenta la disciplina, al diseñador le conviene ser indisciplinado, abrirse a un mundo que le arroja conocimientos e inspiraciones en todas sus formas, solo es necesario estar consciente y despierto para reconocerlas.



"La emancipación por su parte, comienza cuando se cuestiona de nuevo la oposición entre el mirar y actuar"

Jaques Rancière

5. ESTÉTICA DEL DISEÑO

La experiencia estética según Hans Jauss es una actitud de goce hacia una comprensión de una obra de arte que incluye un efecto estético y una compresión receptiva. La comprensión significa el momento en que un acto se concretiza y cobra sentido, puede realizarse desde el acto de crear en donde este goce comprensivo se denomina efecto, y en el acto de percibir desde la perspectiva del receptor denominándose recepción. Es un acto cooperativo de goces entre posiciones, en donde cada uno goza de sí mismo a través del otro y por medio de un objeto ajeno.

Desde el ser creador la experiencia estética se reproduce al “*hacer aparecer el mundo como su propio mundo (poiesis)*”³⁶. Desde el ser que recibe consiste en descubrir nuevas posibilidades de percibir la verdad interior y exterior (aisthesis). Y en la experiencia intersubjetiva es el compromiso del juicio que la obra exige sobre sí misma (catarsis). No puede existir una experiencia sin la otra, están implícitas entre ellas dando y recibiendo momentáneamente.

En el diseño se ha dado relevancia a la experiencia entre la conciencia que recibe y el objeto que exige, su naturalidad reside en la concreción que hace de él la manipulación del receptor, limitando la experiencia estética que rodea a la comprensión del objeto a su mero uso. La pérdida de los factores restantes se manifiesta por la institución misma que le ha dado lugar al diseño: la sociedad industrial. Las actitudes consumistas que buscan satisfacer necesidades inventadas reducen la potencia estética experiencial que pueda suscitar un objeto, ya sea por la forma industrializada en como es producida una obra con potencialidad a ser poética –la reducción de la conciencia del creador como ser que hace aparecer su propio mundo en el mundo-, por la imposibilidad del receptor a redescubrir su percepción con objetos banales que obstruyen el reconocimiento de obras que despierten su verdad interior y exterior, o por el mismo objeto que al ser creado con arbitrariedad y de forma inconsciente no exige ningún compromiso sobre el juicio que debe suscitar de sí mismo.

³⁶ Jürgen Becker, *Jauss y Broges: sobre las relaciones entre la estética de la recepción y el postmodernismo* (Berlin: Freie Universität), 148
<http://www.borges.pitt.edu/sites/default/files/Becker%20r.pdf>

El consumismo es autosuficiente porque a medida que la industria produce, los usuarios consumen, mientras más objetos se sobre- producen más objetos se sobre-consumen, la demanda del mercado nunca va a dar abasto la producción mercantil y viceversa, es un círculo vicioso entre dos mandos de poder. Esta es posiblemente la diferencia entre el arte y el diseño y la razón por la que uno es estéticamente más potente que el otro. La facilidad adquisitiva le da al diseño menos relevancia en los tres actos de goce estético. El diseñador está forzado a crear necesidades más que solucionarlas, y el usuario a desvalorizar los actos de concreción que le proporciona un objeto y a desecharlo por la saturación que le impone el mercado. Lo que no comprende la industria del diseño es que la accesibilidad que proporciona no tiene porqué reducir la experiencia estética sino que tiene el poder de potencializarla, al hacer presente una manipulación libre y fluida. El objeto no solo exige un juicio sobre sí mismo sino un uso y una apropiación tangible. El usuario y el objeto están en un mismo nivel de intereses, y con ellos el diseñador.

El momento en que se goza estéticamente de un objeto en el diseño se denomina como interfaz. La interfaz es la presencia tanto del diseñador en el objeto y éste en el usuario como del usuario en el objeto y éste en el diseñador, es la concreción del objeto desde el entendimiento del usuario, la representación que tiene un objeto en el receptor y la concreción del efecto que causa la obra en el diseñador. La interfaz es la presencia de la poesisis, la aisthesis y la catarsis en un tiempo determinado.

Un diseño puesto en el mundo

Karl E. Weick escribe un capítulo del libro “*Managing as designing*”³⁷ que titula “*designing for Throwness*”, un concepto apropiado del filósofo M. Heidegger que posiciona al hombre como un Ser que ha sido arrojado a un mundo cuyas bases han sido establecidas previamente. Cada situación en la que debemos actuar está limitada bajo los parámetros situacionales que nos han sido dados, tenemos el mínimo control sobre nuestra interpretación del mundo porque las opciones ya se han configurado con anterioridad. Todos compartimos una misma sumisión hacia el mundo, lo comprendemos a medida que actuamos en él, sin categorizar o separar

³⁷ Editado por Richard J. Ronald Jr, y Fred Collopy, *Managing as Designing*, (Stanford Bussines Books: 2004), 74.

fenómenos sino viviéndolos, y a medida que vivimos “actuamos nuestro camino hacia la comprensión”.

La esencia de nuestra existencia es un subconjunto de las posibles opciones de expresión e interpretación que nos han sido dadas, y este subconjunto de posibilidades también está configurado por una red más amplia llamada “cultura, instituciones, socialización, hábitats y experiencias etiquetadas.” El diseño tiene la capacidad de articular este contexto que nos ha sido dado, diseñar estando conscientes de esta noción implicaría comenzar desde un principio con una suposición diferente del mundo, diseñar no como si tuviéramos una “pizarra en blanco” con todas las posibilidades para crear libremente, sino como si nos enfrentáramos a un mundo ya dado, sumiso y limitado, con respuestas ya dadas a preguntas no propuestas, que categorizan la forma de expresión e interpretación de cada ser humano. Los diseñadores tendrían la capacidad de expandir este mundo dado más que de reducirlo, al contrarrestar la situación determinada por una que implicara un grado más alto de improvisación y sorpresa, dado que los usuarios siempre serán capaces de asimilar nuevas propuestas y establecerlas dentro de lo que ya existe.

En el texto se expone un ejemplo con el concepto de “Barandillas” del arquitecto Frank Gehry. Estas barandillas como les llama, son detalles familiares que sitúan al receptor en un contexto en el que se siente más cómodo, aún siendo un espacio fuera de sus límites pre interpretados. De este modo las personas se aventurarán a salirse de las zonas de confort que le brinda el mundo al que han sido arrojados para adentrarse a una interpretación ajena. Incrementar las posibilidades y permitirnos escoger nuestras propias formas de interpretación al ser invitados a improvisar y a cuestionar lo que un espacio nos arroja, implica tomar el mundo bajo nuestros propios parámetros. Sugeridos, claro está, por las configuraciones predeterminadas, pero modificados por nuestra capacidad de estar conscientes de nuestras propias limitaciones al haber sido arrojados al mundo. Modificarlas solo con el hecho de saber que estamos limitados y con cuestionarnos aspectos íntimos del espacio, con la simple pregunta de ¿a qué nos lleva esto, o que significa?

Cuando un diseñador concretice este concepto de Heidegger, entenderá la importancia que tiene la improvisación para persuadir a sus usuarios a salirse de sus pre configuraciones que lo aprisionan dentro de su propio mundo.

5.1 Diseño indisciplinar

Jacques Rancière se justifica a sí mismo en su texto “*pensar entre disciplinas*” al replantear la manera en como emite un discurso filosófico por medio de una historia metafórica. Su texto descompone la estructura tesa de las disciplinas para evidenciar que no existe tal postura disciplinar que no intervenga con otras o utilice sus formas de conocimiento. Su reflexión reevalúa la noción de todo conocimiento y la ignorancia intrínseca que éste supone. Para empezar, introduce el término de estética que se ha banalizado tanto la actualidad: una dimensión estética no es la belleza que percibimos de un objeto en concreto, implica una reconfiguración de los conocimientos, una dimensión de ignorancia que divide lo que configura dicho conocimiento para evaluarlo desde una perspectiva desinteresada. El conocimiento, conformado por una idea y su práctica, por una experiencia sensible y su interpretación, puede alterar la capacidad de ser desinteresado y devaluar su juicio estético.

En otras palabras el hecho de estar implicados en un conocimiento sin poseer un grado de ignorancia nos vuelve ajenos a la capacidad de ver su valor real. Estamos sesgados por leyes sociológicas que nos imponen los juicios de gusto correspondientes a nuestras clases sociales; determinan la manera cómo debemos sentir o ser según nuestra condición dentro de la sociedad. Si somos parte de la experiencia que rodea un objeto, en tanto usuarios como diseñadores, no podemos situarnos ante él desde un juicio desinteresado sin estar conscientes del nivel de ignorancia que supondría. El valor estético no tiene relación con la funcionalidad, la forma o su posición dentro de un orden social. Es la división del conocimiento que permite interferir en la experiencia sensible para que el orden social, los gustos, las actitudes, los saberes e ilusiones entren en coalición de manera arbitraria y sin ninguna lógica preestablecida.

El pensamiento indisciplinado debe ser ignorante para borrar las barreras que sitúan a una disciplina como una serie de métodos apropiados a seguir y cuyo único fin es

delimitar las posiciones y determinar quién debe hacer qué, en una batalla entre igualdades y desigualdades. Los métodos, dice Rancière, son tan solo historias contadas, son armas que dibujan barreras en lugar de ser herramientas para borrarlas. Son una distribución de posiciones, una regulación de disensos en relación al orden ético, que determina qué tipo de condición le corresponde a qué tipo de pensamiento. Con la ignorancia y el conocimiento (aquel que es consciente de esta realidad, el verdadero y liberador) que toman lugar en una disciplina, reinventan las formas visibles, la experiencia sensible, y las formas de pensamiento que la envuelven. Esta forma de disciplina indisciplinar tiene la capacidad de reinventarse a sí misma, a los métodos que la restringen y la posicionan dentro de una lista de alcances y límites para llegar a lo que Rancière denomina *la poética de los saberes*, un discurso que reinterpreta las descripciones y los argumentos desde una igualdad y un lenguaje común, aquel que inventa objetos, historias y argumentos bajo una capacidad común e igualitaria.³⁸

La indisciplina corresponde a un re- conocimiento de la disciplina, el diseño siendo un área de conocimiento tan joven está escribiendo su historia y con ella componiéndose de metodologías sin dar abasto. Cada diseñador escribe su metodología como un tratado de normativas para que sus aprendices sigan. El error de proponer tantas metodologías que estructuran un camino recto y delimitan el conocimiento verdadero y libre, consiste en que cada una está creada bajo las experiencias vivenciales de su creador, pero en un área cuyo medio es la creatividad no hay espacio para la objetivación. Resulta forzado y contradictorio implementar maneras de ser creativo al individuo que intenta serlo, en cierto nivel limita sus capacidades del saber hacer y del saber pensar, tal como lo hace el conocimiento que proviene de la disciplina carente de ignorancia.

No pretendo desvalorizar las metodologías como medios para aprender a diseñar, solo evidenciar los límites que presentan al manifestarse como única vía hacia el conocimiento. Si buscamos la ignorancia a la hora de diseñar y nos situamos desde otra perspectiva del saber, seremos conscientes que hacer diseño no se reduce a los pocos que tenemos el título profesional que nos hace expertos, que el diseño es un ritual que todos los individuos practican en su cotidianidad. Diseñar implica re

³⁸ Jaques Rancière, *Thinking between disciplines* traducción de Jon Roffe (Parrhesia 2006, number 1-12)

significar, apropiarse, utilizar, descomponer, adicionar, combinar, sustraer, percibir. Que cada individuo diseña su entorno a su gusto, desde su individualidad y con la turbia presencia de la posición social que le indica como hacerlo. A menos que sea indisciplinado; es una postura que debe tomar tanto el diseñador como el usuario.

5.2 El usuario emancipado

*“La emancipación por su parte, comienza cuando se cuestiona de nuevo la oposición entre el mirar y actuar, cuando se comprende que las evidencias que estructuran de esa manera las relaciones mismas del decir, el ver y hacer, pertenecen a la estructura de la dominación y de la sujeción.”*³⁹ Jaques Rancière, El espectador emancipado.

En este texto, Rancière realiza una introducción hacia la forma establecida de conceptos que componen una obra de teatro. Conceptos que combinados se oponen entre sí y son los que determinan el acto de ir al teatro.

Oposición entre el espectador, el director y los actores. Oposición de conocimientos, de verdades, pasividades y otro tipo de relaciones entre los participantes que estructuran la manera tradicional de teatro.

El espectador emancipado propone una forma de activismo cultural, en donde la capacidad de liberación del arte, en este caso del teatro, está en manos de un intercambio de posturas, proponiendo un espectador que no se limite a ver sino a conocer, a descubrir lo que el director no quiere que vea para de esta forma ejercer controversias en la dinámica de lo supuesto.

Al principio del texto imaginamos ir a un teatro sin espectadores. Es irónico que nunca hayamos encontrado tanta relevancia al acto de ver, pensando siempre que los personajes en escena son quienes hacen la obra, cuando en realidad, sin receptor una obra pierde su sentido en la sociedad y se vuelve inexistente.

Esto sucede por sentirnos ajenos a lo que pasa mientras somos partícipes terciarios. Porque interpretamos nuestra pasividad como una forma de pasatiempo en donde somos los únicos beneficiarios, sin pensarla como un acto constructivo entre miradas, interpretaciones, comparaciones y juicios valorativos.

³⁹ Jaques Rancière, *El espectador emancipado* (Ellago Ediciones S.L: 2010), 19.
Traducción de Ariel Diron del título original *Le spectateur emancipé*. (La fabrique editions: 2008)

Para el actor, la desenvoltura del espectador a lo largo de una performance le ayuda a construir su capacidad performativa, para el director define su competencia directiva. Sin embargo, el acto constructivo no se limita por un intercambio de bienes entre los participantes, implica un poder de destrucción o aporte a la obra, y lo más interesante a mi modo de ver: un poder de intercambio de conocimientos.

La obra del espectador en proceso de emancipación sería como la del alumno conociendo el poder de su ignorancia en *El maestro ignorante*. Lo que éste rechaza es la “desigualdad de las inteligencias”, la manifestación de lo que Jacotot llama embrutecimiento; un desconocimiento de las distintas formas de inteligencia que hay entre seres humanos, en donde un alumno que ha recibido la educación de la experiencia, maneja signos y situaciones que cimentan una traducción de un saber que ha sido ya traducido por su maestro. Baudelaire decía que se debía ir al fondo de lo desconocido para encontrar algo nuevo, este desconocer es lo opuesto al embrutecimiento, algo que Nelson Goodman en su libro *Ways of World making* propondría como método para hacer mundos: construirlos a partir de otros preexistentes.

Hace falta un teatro sin espectadores. Que el receptor no sea externo a la acción, que no cumpla la función que le ha sido asignada como espectador, sino que haga parte del acto, transformando en propio algo que antes le era ajeno. Y no es necesario un acto de rebeldía para manifestar el saber de la inconciencia, el acto puede seguir siendo el mismo ante la sociedad, pero cambiará por siempre para el espectador emancipado. “*Ser espectador no es la condición pasiva que tendríamos que transformar en actividad. Es nuestra situación normal. [...] Lo que tenemos que hacer es reconocer el saber que pone en práctica el ignorante y la actividad propia del espectador.*”⁴⁰

⁴⁰Íbidem, 22.

Emancipación en el arte

La performance por ejemplo, es una forma emancipadora de espectador, en donde el artista invita al antes espectador a ser partícipe, elimina el fetichismo de objeto como obra de arte para dar lugar a la estética del acontecimiento y de la verdad. Invita tanto a los receptores de la obra a formar parte de ella manifestándose al activar su juicio intelectual, como al artista a involucrarse con los espectadores y generar un juego colaborativo de actitudes que crean la obra. La performance en donde Marina Abramovich después de rajar su estómago con una cuchilla en forma de estrella de seis puntas, se acuesta encima de cubos de hielo que forman una cruz y se deja quemar por un radiador, demuestra esta participación mental y físicamente activa del receptor, alcanzando el límite de lo que éste puede aguantar para finalmente intervenir en la obra retirándola de la cruz de hielo y aliviando el dolor que todos recibían de la performance.

Rhytm 0 es otra performance en la que la artista se vuelve vulnerable ante el receptor, buscando encontrar sus límites y alcances, exponiendo setenta y dos objetos y su cuerpo a la disposición absoluta de los receptores durante seis horas. Durante este tiempo ellos hicieron y deshicieron con el cuerpo de la artista, uno incluso llegó a ponerle un revólver cargado en su cuello, pretendiendo hacerla reaccionar ante él. La artista fue durante sus performances lo que un objeto emocional es ante su usuario: un ente vulnerable y dócil cuya simple intervención es tan potente que puede transformar la visión de la disciplina de donde proviene.

El poder del receptor cambia radicalmente cuando se le atribuye la posibilidad de inferir en una obra y ser partícipe. Aparece una vulnerabilidad en el arte que nunca antes había tenido, ahí, colgado en una pared de un museo como un objeto inalcanzable y poderoso. El receptor podía, bajo sus circunstancias, analizar lo que quisiera de las obras, mirarlas el tiempo que sintiera necesario, y juzgarlas dentro de su valoración de estética. El arte era autónomo, nunca se cuestionaba lo que se hallaba dentro de un museo (esa institución de poder artística y de culto que no permitía críticas oponentes). Con la performance no se perdió del todo la autoría, pero dio lugar a un espectador curioso con ganas de interferir en las obras y cuestionarse la idea de ser un espectador desinteresado⁴¹.

⁴¹Steven Wright. *Toward a lexicon of usership*. <http://museumarteutil.net/wp-content/uploads/2013/12/Toward-a-lexicon-of-usership.pdf>, 20

Me atrevo a decir que la soberanía del arte sobre los espectadores se difundió dentro del arte contemporáneo, en donde los espectadores ya no solo sienten atracción o disgusto ante una obra, sino que cuestionan su validez dentro del mundo del arte, sobre la relevancia de la técnica, sobre su contexto y más importante, sobre su relación con ella. El poder que ejerce la institución artística dentro del gremio sigue tan presente como siempre, de hecho más, ya que tiene la capacidad decisiva de, bajo ningún criterio técnico, determinar su validez y agregarle valor económico. Sin embargo, el espectador se cuestiona ahora cosas antes incuestionables, oímos constantemente la pregunta: ¿esto es arte? como una forma de burla hacia la carencia de competencia técnica del artista. Esto sucedió con auge con la performance y su espectador emancipado, pero la institución seguía ejerciendo poder. En el momento en que se descontextualiza el arte, desaparecen sus reglas que lo hacían autónomo (o encarcelado dentro de sus propias normas) ; cuando nadie nos indica que es arte, cuando no se da por sí mismo. Cuando por ejemplo, Banksy comenzó a graffitear las paredes en ciudades estadounidenses sin dejar rastro de autoría, resistiéndose al poder de la institución.

Esta forma de recepción rebelde y emancipada es valiosa no tanto por su capacidad de acción frente a la pasividad, sino por la interferencia de inteligencias que entran en juego para dar juicios de valor. El arte clásico no daba margen a críticas provenientes de distintas disciplinas, de distintas inteligencias. La actualidad permite que los espectadores traduzcan a su manera lo que perciben y los hace semejantes entre ellos por tener la capacidad de trazar caminos distintos mediante sus propios criterios. Ya no interesa que una disciplina se estructure bajo sus propias normas para ser autónoma, porque la única luz que podrá ver al final de ese túnel es la que la guiará hacia el mismo fin al que acaba de llegar. Si no nos mezclamos entre disciplinas y entre sus normas multifacéticas, no podremos ampliar el espectro de lo que somos capaces, e innovar.

Emancipación en el diseño

Cambiemos por un momento de disciplina, y teniendo en cuenta el cada vez más invisible umbral que existe entre ambas, hablemos de diseño. ¿Hay espacio para el usuario emancipado?

El diseño ha servido siempre como traductor entre el mundo de los objetos y los individuos, facilitando el desarrollo de nuestras capacidades en el mundo. El diseñador se ve como un inventor, pero lo que el usuario ignora es que éste no crea nada nuevo, pues el ser humano solo es capaz de hacer aparecer o hacer tangible algo latente, de igual forma a como la luz hace que las cosas estén presentes. Antes de un objeto está su necesidad, está, ante todo, el necesitado. Es una relación de cooperación como la del teatro y sus espectadores.

Lo que diferencia al espectador de un teatro con un usuario es que el segundo siempre ha tenido un grado de emancipación con los objetos. La cercanía que se tiene con los diseños y la capacidad de modificar su uso ha estado siempre disponible para los usuarios. El hecho de ser operativo y de instalarse en el ámbito de lo propio, le atribuye al producto aparentemente banal una capacidad de transformación individual y de paso único por el mundo.

El usuario emancipado tendría que saber esta relación de conveniencia en el momento en que interactúa con el producto, o más aún, saber que sus capacidades como usuario varían en tanto a su experiencia y desarrollo como consumidor, a su cultura y conocimientos. Pero como sucede en el espectador emancipado y en el maestro ignorante, la conciencia debe ser recíproca, tanto el espectador y el maestro, como el dramaturgo y el estudiante deben activar el saber que implica estar emancipado y aceptar distintas formas de inteligencia. De igual forma, el diseñador debe tener en cuenta las distintas maneras de uso (como manifestaciones de inteligencia) al diseñar. Un gran diseño sucede cuando éste se codifica tan abiertamente que sus usuarios puedan usarlo con el código que mejor se adapte a sus conocimientos. Los usuarios de un mismo diseño tienen algo en común, pero no reside en el mero uso correcto del artefacto sino en la manera singular que tiene cada uno de interactuar con él y decodificarlo a su manera.

Manifestaciones de emancipación

Quizás el arte es la disciplina que más se ha manifestado ante esta noción de emancipación, pero tal vez también es porque lo necesitaba. Otras disciplinas menos controversiales –o al menos eso parecen– permiten la interpretación libre de sus contenidos y posicionan al receptor desde un lugar de emancipación.

El cine por ejemplo es un contenedor de elementos libres para su reinterpretación, y por más críticas válidas que pueda tener una película, nuestro juicio interno le proporcionará la relevancia necesaria para intervenir en nuestra vida. Tiene el alcance suficiente para emitir un juicio arbitrario pero relevante. ¿Cómo nos volvemos receptores emancipados a través del cine? A continuación expondré un ejemplo que trasmitten en el canal de Radio de Estados Unidos *Radiolab*, sobre la influencia que las películas de Disney generaron en un ser humano.

Ron y Cornelia Suskind son los padres de Owen, un niño que a los tres años le diagnostican autismo, lo que implica la imposibilidad de relacionarse con el mundo exterior, imposibilidad de comunicarse, de entender y de actuar dentro de la sociedad. A medida que Owen crece, los padres intentan por todos los medios desencadenar a su hijo del sufrimiento de estar atrapado en su propio cuerpo. Una de las actividades que realizaban en familia era ver películas de Disney, una y otra vez hasta el momento en que Owen aprende a utilizar el control remoto y retroceder cuantas veces quisiera sus trozos favoritos de las películas. Todo cambia cuando comienza a repetir la palabra “Juicervose” de forma deliberada, y los padres tratando de comprenderlo piensan que intenta pedir zumo (*Juice* en inglés) cuando en realidad estaba repitiendo una frase de una de las películas. El padre, al caer en cuenta de la capacidad de su hijo de interpretar la película y apropiarse de sus frases, comienza un taller diario que consistía en ver distintas películas de Disney y jugar interpretando a los personajes. Al cabo de un tiempo, Owen comienza a comunicarse con sus padres por medio de los diálogos de las películas, y poco a poco desarrolla un método para comprender los comportamientos de los humanos en base a las películas (como cuando sucedían cosas malas con música de suspense y lágrimas, o cuando actuaban correctamente con expresiones de felicidad). La clave era que las películas podía retrocederlas las veces que quisiera, a su tiempo, modificando su incapacidad para comprender el mundo con agilidad. En la actualidad Owen tiene un nivel de autismo leve, y lo oímos decir que antes sentía que el mundo era quien no lo

comprendía a él, hasta que reinventó su forma de comunicación y se apropió de las películas animadas. La historia la cuentan los padres y el mismo Owen a través del podcast que titulan bajo el nombre: “Juicervose”.⁴²

Algo similar pasa con la literatura, ¿cuando fue la última vez que un poema se interpretó de forma literal?

*Eres tan sólo un sueño,
pero en ti sueña el mundo
y su mudez habla con tus palabras.

Rozo al tocar tu pecho
la eléctrica frontera de la vida,
la tiniebla de sangre
donde pacta la boca cruel y enamorada,
ávida aún de destruir lo que ama
y revivir lo que destruye,
con el mundo, impasible
y siempre idéntico a sí mismo,
porque no se detiene en ninguna forma
ni se demora sobre lo que engendra.*⁴³

Este fragmento de un poema de Octavio Paz, poeta Mexicano, alude a la poesía. Pero al leerlo posiblemente el lector no pensó en la poesía, o quizás sí, pero en todo caso lo hizo por un factor subjetivo que nada tendrá que ver con el que generó en Octavio Paz la urgencia de escribir las líneas. Esto es lo que le hace ser el único autor del poema, lo que hace también que cada lector de forma individual analice sus palabras y las componga en una sinfonía propia, aludiendo al objeto que evoque en él dicho sentimiento. La poesía no se lee palabra por palabra bajo la lógica de la literalidad, la poesía se interpreta y se imagina bajo los parámetros sensibles que la experiencia le regala al lector. Podemos estudiarla, analizar las intenciones del lector y buscar sus símiles, metáforas y retóricas, pero siempre encajará en nuestro pensamiento con una

⁴² Radiolab es un programa de radio producido en Nueva York por la estación de radio WNYC: <http://www.radiolab.org/story/juicervose/>

⁴³ Octavio Paz, *La poesía*. (México: 1940)

intención distinta. El acto de leer implica imaginar, y la imaginación es un acto creativo e individual, nada puede ser más propio y subjetivo que concretizar un texto, no hay mejor manera de emanciparse que leyendo poesía.

O quizás la hay, para quienes no son amantes de la poesía. En octubre del 2013 el artista conocido como Banksy, hizo una residencia artística en Nueva York, postulada y otorgada por y para si mismo, que consistía en exponer cada día durante diez días una obra suya en algún lugar de la ciudad. El artista daría pistas del lugar de cada obra a través su página web para que quienes quisieran verlas. La ciudad de Nueva York se enloqueció. Multitudes buscaban con desespero las obras del artista, ya fuera para hacer parte de ella, quizás tomarse una foto y seguir con la siguiente, o aún más interesante, para robarla (aunque quizás esa no es la palabra adecuada, pues sucedió dentro de un espacio público y solo fueron los primeros en llegar, o en todo caso en apropiársela). En un documental que hace HBO titulado *Banksy does New York*⁴⁴ se documenta no al artista exponiendo su obra, ni siquiera a la obra misma, sino a la reacción de los ciudadanos y la influencia que tuvieron en ellos las obras, y viceversa. En esta enorme ciudad abastecida de cambios culturales y económicos, personas de todas las proveniencias sociales se encontraron en las instalaciones de Banksy. Posiblemente muchos de ellos no hubieran ido nunca al lugar escogido por el artista a no ser por hacer parte de la residencia más misteriosa e incluyente que haya contado la historia de arte. Residentes de un barrio afortunado de Queens en donde se expuso una obra, cobraban a los visitantes por verla, otros directamente la extraían de la superficie donde fue creada para llevárselas a casa y luego venderlas por millones de dólares. Una cuestión del azar, si alguien resultaba estar cerca de la obra y tener la suficiente astucia y descaro, la hacía suya, sin nadie que le dijera lo contrario.

Esta obra, aparte de expresar incontables críticas hacia el mundo del arte como lo conocemos, es una obra que exige la emancipación del receptor. El hecho de hacer parte del universo del Graffiti, ayuda a recalcar la rebeldía que requiere dicha emancipación, pero no es lo único. Banksy emite un mensaje claro con cada obra, activa una sensibilidad en el receptor hacia la transformación social, es -como dicen algunos polítólogos- un activista político. Esta es la razón por la que genera tanta controversia y empatía con sus receptores que, a fin de cuentas, son quienes finalizan

⁴⁴ HBO documentary films, *Banksy does New York*, HBO, 2013
<https://www.youtube.com/watch?v=kzPGOCYET9Y>

su obra. Porque las obras de este artista británico expuestas en un museo, o pintadas sobre unos lienzos blancos para decorar una pared, no serían más que manifestaciones técnicas del graffiti, su trabajo debe estar sobre una superficie de concreto o ladrillo, manchadas del oxígeno de la ciudad y si fuera posible con orina de perro para densificar el dramatismo de la obra. Esto se hace evidente en el documental cuando en uno de los días la obra consiste en exponer un punto de exhibición con lienzos originales de Banksy, limpios, negro sobre blanco y de todos los tamaños a 60 dólares y es un total fiasco, no se vende casi nada.

Si no existiera el receptor que se toma la foto, que roba la obra o le pinta encima, la obra sería irrelevante. Este momento de irrupción total entre el receptor y la obra es el cimiento de la marca Banksy, y con ella la manifestación de un arte emancipador.



(Photo by Andrew Burton/Getty Images)

“El poder común a los espectadores no reside en su calidad de miembros de un cuerpo colectivo o en alguna forma específica de interactividad. Es el poder que tiene cada uno o cada una de traducir a su manera lo que el o ella percibe, de ligarlo a la aventura intelectual singular que los hace semejantes a cualquier otro en que dicha aventura no se parece a ninguna otra.”⁴⁵

⁴⁵Jaques Rancière, *El espectador emancipado*, 22



"El conocimiento es un océano, siempre en aumento, de alternativas incompatibles entre sí"

Paul Feyerabend

6. INTERVENCIÓN TEORICA Y PRÁCTICA PARA EL DISEÑO

El diseño suele trabajar en base a la teoría sistémica que afirma que un sistema es la interacción entre sus partes y que su relación es más compleja que la suma de ellas. Mi conocimiento sobre la teoría del diseño es que este estará estructurado siempre bajo un sistema sobre el mundo de los objetos; una interfaz, el ser humano y la máquina. Que como diseñadores debemos crear con un objetivo que esté determinado por la relación de estas partes como un todo y nunca caer en el error de trabajar cada una por separado. Esta teoría trata de eliminar toda singularización en el proceso de diseño para llegar a objetos funcionales dentro de este triángulo de intereses compartidos.

Diseñar es una profesión que se dirige hacia un fin material, que explora el mundo del afuera y lo condiciona, su objetivo es transformar la relación del ser humano con el entorno, proporcionando los materiales requeridos para dicha transformación. La disciplina sin embargo, cae en un abismo condicionado por su propio método. Su teoría está delimitada por las características de su objetivo, por la materialidad del afuera. Buscamos resolver los problemas que están latentes en el entorno estudiando el mismo entorno, sin tomar cierta perspectiva que nos enseñe los problemas que están escondidos en su estructura. Entonces diseñamos con arbitrariedad, proponiendo soluciones a problemas, sin resolver el problema que implica dicha solución, sin ir al fondo de todos los problemas que no está manifestado en el afuera.

Martin Heidegger explica la imposibilidad del distanciamiento entre el ser y el estar, porque al estar somos y no somos sin estar:

“Si se habla de hombre y espacio entonces parece como si el hombre estuviera en un lado y el espacio en otro. Pero el espacio no es ningún contrario para el hombre. Ni es un objeto exterior ni una vivencia interior. No hay hombre y además espacio; porque si yo digo “un hombre” pienso con esta palabra en aquél que es de una

*manera humana, esto es que habita, entonces tomo ya con el nombre “un hombre” la presencia de la cuatridad de las cosas”.*⁴⁶

No podemos separar dos aspectos por nuestra falta de conciencia cuando percibimos el mundo, al tener “Awareness” de la relación tan estrecha entre el ser y lo que es, (Dasein, Mit sein, in der Welt sein) y erradicar la red extensa que separa nuestro ser con el mundo que podemos tocar, tendremos más claridad del sistema que acuña el diseño e identificar el problema principal que supone: excluir el Ser dentro de aquello que es. Retomando, si el sistema de diseño incluye al ser humano (como usuario), a la máquina/ objeto y a la interfaz que se genera entre ambos, está juzgando un sistema sin incluir al que juzga dentro de él, al diseñador como Ser involucrado dentro del proceso de diseño.

El sistema en todo caso no debería reducirse a lo que sucede mientras se usa un objeto; éste no queda encapsulado dentro del triángulo bidimensional que se genera entre quien lo usa, lo usado y su interfaz, sino que abarca tiempos pasados, presentes y futuros. El creador en una primera instancia, su intencionalidad y su manera de Ser diseñador dentro del mundo, el usuario no solo como cuerpo con ciertas dimensiones y alcances que estudia la ergonomía, sino como Ser creador y emancipado capaz de diseñar –entrando aquí a ser diseñador en primera instancia y todo lo que implica-, el objeto que es en tanto es percibido (proporcionando múltiples variaciones de su relación con el mundo actual) y en tanto es creado con una intencionalidad, la interfaz en un tiempo presente y actualizado, y la interfaz en un tiempo futuro en donde el objeto permite su actualización después de haber sido actualizado previamente, o en otras palabras: “design after design”, diseñar abiertamente, previendo las soluciones que pueda resolver en el futuro imaginando el entorno y sus consecuencias.

Para hacer un diseño emocional, que cumpla con las características antes mencionadas y pueda servir como cimiento para transformar una percepción, debe actualizarse a sí mismo transformando su sistema bidimensional en uno tridimensional, con ocho caras que representan cada etapa de una de las partes que lo conforman, volviéndose entonces un sistema con estructura de octaedro, que

⁴⁶ Martin Heidegger, *Construir, habitar, pensar*. Conferencia pronunciada en 1951. *Obras completas*, XI, p. 629-30. Antecedentes de estas ideas, en apartados 22-24 de *El Ser y el Tiempo*

además de enfrentar entre sí las ocho caras que envuelven al diseño, es una figura que representa armonía y estabilidad, pues el punto de unión de ambas bases crea un campo estable por el equilibrio de los diferentes vectores que forman las ocho caras del poliedro. Es ahí donde este diseño tendría que estar suspendido, en la tensión magnética que sus partes le otorgan, y es ahí donde se evidencia que la relación entre las partes son las que conforman el todo, ya que sin su enfrentamiento la figura pierde balance y se des- configura. (Ver figura 2)

6.1 Un sistema de diseño tridimensional y equilibrado

Antes de apropiarme de la figura geométrica que encasilla el sistema de diseño que propongo, siento el deber de repasar su historia. El octaedro hace parte de los sólidos platónicos, sólidos cuyas caras son polígonos iguales entre sí, al igual que todos los ángulos generados. Se denominan así por el filósofo griego Platón quien fue el primero en estudiarlos. Sin embargo, se han encontrado piezas esculpidas con tales formas desde mil años antes, se creía con normalidad que eran talismanes o piedras mágicas, platón mismo llegó a definirlas como la morfología de los cinco elementos; el octaedro sería el que representaría el aire. Las propiedades de estos sólidos residen no únicamente en la igualdad de las caras sino en que cada vértice contiene el mismo número de caras y aristas, lo que hace que sean figuras simétricas en su totalidad. El centro de cada sólido es una forma equidistante a cada una de sus caras y vértices, pero si cada centro de cada cara de un poliedro se utiliza para generar la arista de un sólido, se generará otro sólido platónico cuyo centro volverá a ser la figura de la cual éste fue creado. Esto se denomina como la dualidad de los sólidos platónicos. (Ver figura 1) El octaedro simboliza la sabiduría, la integración y la “perfección de la materia por el espíritu”.⁴⁷

⁴⁷Término consultado en:

<http://www.pedagogia3000.info/web/boletin/Boletin10s2.htm>

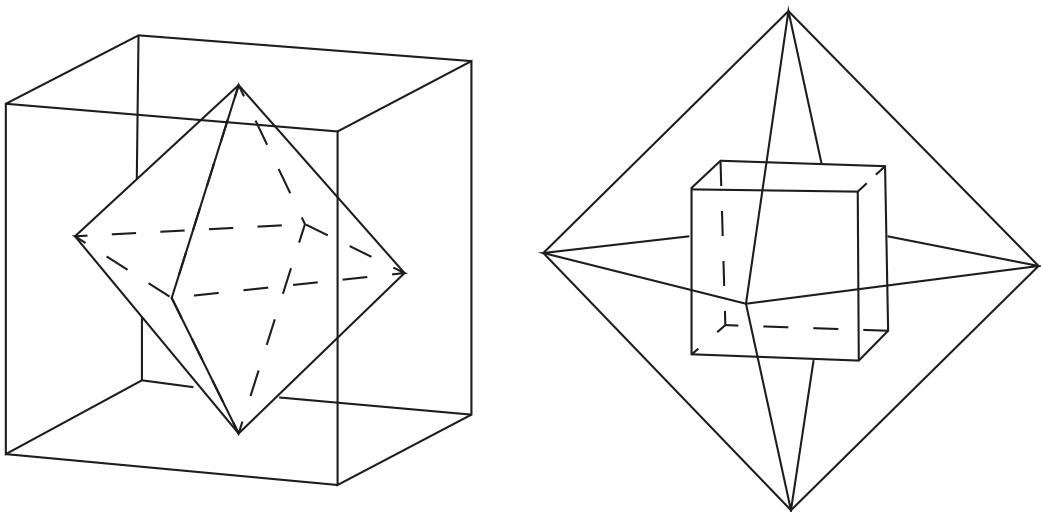


Figura 1

Quiero retomar un fragmento del segundo capítulo que habla sobre la fenomenología del diseño. Recordamos que es imposible desligar la esencia que despertó en el diseñador una intención para crear algo, que el objeto que crea es una extensión de su alma como un brazo lo es de nuestro cuerpo, y que el usuario al interactuar con el objeto está volviéndolo una extensión suya de igual forma como lo hizo el diseñador en primera instancia. “Quizás la forma más placentera de percibir un objeto es cuando menos explícita es esta separación; cuando nos sentimos tan unidos al diseño que nos lo apropiamos, que lo sentimos como una extensión de nuestro cuerpo y mente; cuando nos atrae tanto que se nos olvida que no fue nuestro en un momento dado, y pensamos que bien podíamos haberlo creado nosotros. Un objeto de diseño que se establezca tan rotundamente en nuestra vida que no podamos imaginar la dura cotidianidad sin él, éste es un buen diseño. Es emocional, cobra vida.”

Éste sistema de diseño está suspendido por la corriente que cada una de las ocho caras que se enfrentan tiran de él, el equilibrio de poderes que representa el poliedro entre el diseñador, el usuario, la interfaz y el objeto, es la representación de un diseño generoso que satisface a todo aquél que tenga una relación con él. Un diseño con carga emocional.



Figura 2

6.2 Hacia un manifiesto en contra del método

“Concebido de esta forma, el conocimiento no consiste en una serie de teorías autoconsistentes que tiende a converger en una perspectiva ideal; no consiste en un acercamiento gradual hacia la verdad. Por el contrario, el conocimiento es un océano, siempre en aumento, de alternativas incompatibles entre sí (y tal vez incommensurables); toda teoría particular, todo cuento de hadas, todo mito, forman parte del conjunto que obliga al resto a una articulación mayor, y todos ellos contribuyen, por medio de este proceso competitivo, al desarrollo de nuestro conocimiento.”⁴⁸Paul Feyerabend, tratado contra el método.

En el capítulo anterior hablo sobre la indisciplina y su importancia dentro del progreso de un área de conocimiento. Expongo la relevancia que le atribuyó Rancière por identificar que poseer un grado de desconocimiento y distanciamiento de una disciplina implica conocerla desde una perspectiva diferente. “Los métodos, dice Rancière, son tan solo historias contadas, son armas que dibujan barreras en lugar de ser herramientas para borrarlas. Son una distribución de posiciones, una regulación de disensos en relación al orden ético, que determina qué tipo de condición le corresponde a qué tipo de pensamiento”. En el texto de Paul Feyerabend, se pone sobre la superficie un argumento similar al de Rancière sobre la necesidad de viajar a través de distintos mundos para enriquecer el conocimiento del mundo en el que una disciplina toma lugar. En su texto dice: “el único principio que no inhibe el progreso es: todo sirve.”

Los argumentos que utiliza este autor están defendidos en su mayor parte por acontecimientos históricos que han demostrado su validez; en situaciones en donde personajes de gran importancia han procedido a alejarse de su propia disciplina para tomar conciencia de ella y proponer cambios relevantes.” La teoría cinética, teoría de la dispersión, estéreo química, teoría cuántica, o la emergencia gradual de la teoría ondulatoria de la luz, sólo ocurrieron o bien porque algunos pensadores decidieron no someterse a ciertas reglas ‘obvias’ o porque las violaron involuntariamente.”⁴⁹ Resulta evidente que esto suceda para que un descubrimiento de tal magnitud tome lugar en

⁴⁸ Paul Feyerabend, *Tratado contra el método* <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Feyerabend-Paul-Tratado-contra-el-m%C3%A9todo.pdf>, 3

⁴⁹ Ibidem

la historia, pues, sería de difícil alcance encontrar un problema a un aspecto que estudiemos diariamente, no podríamos descubrir nuevas formas de aplicaciones si siempre utilizamos las mismas para expresarnos dentro de la disciplina. En cualquier caso me atrevo a decir que es improbable, si no imposible, que podamos descubrir algo desde el interior de su área. Para intervenir con soluciones novedosas y relevantes, es necesario aplicar un criterio externo de crítica, construir un mundo alterno al actual para re descubrirlo, inventarnos si es necesario una realidad alterna que nos ayude a distinguir las alucinaciones que provoca nuestra realidad. ¿Quién podría establecer rotundamente que esta realidad es la correcta sin haber trascendido a otras? Este es el principal argumento que utiliza Feyerabend para evidenciar la relevancia que supone inventar un nuevo sistema conceptual que mantenga en suspenso y controversia los principios ya establecidos y que introduzca nuevas percepciones que no formen parte de la que nos ha sido dada.

Recordemos como Heidegger nos persuade a ser conscientes de esta situación al entender a los seres humanos como personas arrojadas en un mundo de limitaciones y configuraciones pre establecidas. Recordemos también el capítulo sobre *El alcance perceptivo del diseño*, en donde acuñamos el término *Umwelt* para definir este entorno que nos ha sido dado como seres humanos, un entorno delimitado por nuestras capacidades sensoriales que tenemos el poder de expandir y modificar con la voluntad de sobrepasar los límites de nuestros sentidos y ganarle a las representaciones que la experiencia nos ha heredado y que hemos tomado como la única y correcta manera de representación. Alcanzar esto, como nos enseña el libro “The embodied mind” citado en los primeros capítulos, se logra por medio de un simple acto de concretización, de conciencia o Awareness que nos permitirá comprender la relevancia de la indisciplina, que no es un error ir en contra de las reglas disciplinares sino quizás una oportunidad para encontrar nuevas vías hacia el conocimiento.

Creo necesario advertir que este acto de conciencia debe venir como un proceso de reducción fenomenológico más que como una propuesta de metodología, ya que de otra forma resultaría contradictorio. Los textos que he mencionado, al igual como el mismo escrito, sirven como “barandillas” hacia la emancipación del lector. Son una serie de metáforas que nos ayudan a construir nuevos conceptos para reconsiderar el

mundo desde otra perspectiva, o al menos para incitarnos a buscar nuevas percepciones.

Un texto en todo caso contiene dentro de su discurso un poder comunicativo evidente; las metáforas del lenguaje nos permiten construir nuevos conceptos mientras mantenemos latentes los antiguos, el discurso otorga una flexibilidad en el momento de concretización que el arte por sí solo carece, muchas veces necesitamos las barandillas del discurso escrito para comprender el significado de una obra de arte conceptual. El diseño no permite la inserción de esta herramienta, el contenido formal es la metáfora misma que comunica su concepto al tiempo que evidencia su función. Es una batalla perdida tratar de desligar ambos aspectos ya que el contenido manifiesto de un diseño es la relación entre su forma y significado, el uso de un objeto implica su concretización. Retomemos un fragmento de la estética del diseño: “la comprensión significa el momento en que un acto se concretiza y cobra sentido, puede realizarse desde el acto de crear en donde este goce comprensivo se denomina efecto, y en el acto de percibir desde la perspectiva del receptor denominándose recepción.”

A partir de esta idea me posiciono en contra de la museificación del diseño, pues la dinámica del diseño consiste en su uso, en concretizarlo, en convertir al usuario en un diseñador por proporcionarle la capacidad de manipularlo bajo su propio criterio experiencial. La dinámica del arte al igual que permite la herramienta textual para la comprensión de la obra, es en su mayor parte contemplativa. Encontramos extensas manifestaciones artísticas en donde el receptor hace parte tangible de la obra y cuya intervención es tan importante como la propia obra, si no más. Pero volver al arte manipulable o permitir la intervención del receptor es un progreso que ha tenido la historia del arte en el último siglo, y si en el arte ha sido un factor de progreso no sería conveniente quitárselo al diseño, pues es lo que lo hace ser en primera instancia. Un diseño difícilmente es creado sin una intención de contacto con el usuario, y no con esto quiero decir que no pueda existir un diseño que predomine en su función contemplativa, pero que dicha función ha sido intencionada para ser contemplada por el usuario quién podrá manipularlo y tener un acceso íntimo con el objeto de diseño.

6.2.1 Oposición a la metodología de diseño

Paul Feyerabend expone que una investigación comienza con la formulación de un problema para luego actuar en él, construyendo o de construyendo. Los niños, al contrario, usan las palabras, cambiándolas y combinándolas, jugando con ellas hasta llegar a un significado que había estado fuera de su alcance hasta ese momento. La idea de la libertad no se alcanza exponiendo sus connotaciones sino actuando en ella y viviéndola, al igual como puede suceder experimentando una situación contraria que nos haga reflexionar sobre su ausencia y con ella de su existencia. El proceso creativo de una idea, su comprensión y su formalización no pueden desligarse porque se complementan entre sí. Este proceso no podría estar definido bajo parámetros que lo guían hacia su realización porque el mismo proceso es el que contendrá las condiciones para establecer dichos parámetros. El único factor que impulsa el proceso es la intuición que activa la pasión para formular algo, esa conducta que nos lleva a cuestionarnos, a pensar de forma racional y concretizar una idea.

Las metodologías de diseño no reconocen la relevancia de la pasión o de la intención que está inscrita dentro del Ser que diseña, porque al intentar construir pasos a seguir, ignora la experiencia que cada diseñador tiene como ser humano y con ella sus alcances y limitaciones. Su esencia es de carácter objetivo, desligando al Ser que crea de su creación. Es necesario reconocer que muchos de los descubrimientos universales se han logrado por contraste más que por análisis, que para comprender una teoría es necesario contrastarla con otras que evidencien su error o resalten su veracidad y para esto es necesario aplicar una *metodología pluralista*:⁵⁰ una metodología que permita comparar teorías entre sí en lugar a compararlas con hechos o experiencias. Para alcanzar un conocimiento objetivo no se puede tratar una sola propuesta por sí misma sin compararla con otra de su misma índole, aplicar una metodología de diseño a un proceso de diseño que no provenga desde una metodología propia del diseñador, puede resultar contradictorio e incluso hipócrita. Los diseñadores tendrían a mi modo de ver, que actuar en base tanto a sus conocimientos como diseñadores, como a los conocimientos ajenos (desde otros diseñadores y desde otras disciplinas). Si utilizamos una metodología ajena deberíamos situarnos desde una perspectiva individual para que al contrastarlas o

⁵⁰ Ibidem, 4

compararlas puedan surgir nuevas formas de conocimiento, desde errores hasta oportunidades.

No obstante, hay que tratar de comparar una cantidad extensa de opiniones y evitar quedarse estático en una zona que proporcione más confort que incomodidad. La incomodidad nos permitirá tener momentos de lucidez, que hagan evidente el factor que nos hace experimentar tal molestia como estrategia para solucionarla. De todas formas, un proceso tan amplio no podría estar encasillado dentro del término metodología, es ante todo una capacidad de actuar en el mundo como ser consciente de las múltiples respuestas que están latentes en el mundo irregular, en la improvisación, la intuición, la influencia y la capacidad de viajar entre tiempos y conocimientos.

Llamar este proceso de tal forma estaría reduciéndolo al mismo factor que le corta las alas en un principio, la connotación de metodología implica un seguimiento de reglas, una constante en la forma de creación. Si aplicamos una metodología pluralista estaremos introduciendo dentro del marco disciplinar la posibilidad de viajar entre otras metodologías pero seguimos utilizando un concepto que delimita las posibilidades universales de conocimiento. Como bien dice Feyerabend, "*un conocimiento es un océano, siempre en aumento de alternativas incompatibles entre sí*". Cada creación proviene siempre de una inspiración conformada por un factor de tiempo y espacio que al encontrarse con la experiencia del autor despertaron en él la inquietud de crear. Así que por oposición a las metodologías no me refiero a estar en contra de seguir un ritmo y ciertas bases que ayuden a desatascar al diseñador dentro del hoyo negro que genera lo ya existente y alentarlo a innovar. Quiero mas bien exponer el argumento que posiciona a la metodología como el mismo hoyo negro que puede generar el estancamiento del diseñador si no se toma con más ligereza. Que podemos seguir pautas que inspiren pero no centrarnos en el círculo de cumplir estos pasos si no surgen desde una intención pasional y como un acto fluido.

Propongo entonces el renombramiento de esta acción en el diseño, para que su connotación no imponga restricciones en el diseñador sino aliente improvisaciones y a la búsqueda errores para encontrar la mejor solución. Propongo reconocer al diseñador como un Ser creador que necesita viajar entre tiempos y espacios, ser indisciplinado, abierto, intuitivo y consciente, que conciba al usuario como otro ser

creador y que anteponga la necesidad de estimular su emancipación antes de sobrecargarlo de más objetos de consumo.

La fuerza de la influencia

En lugar de establecer metodologías de otros autores como guías hacia nuestro propio proceso de diseño, propondré el término de la influencia como soporte de éste. Harold Bloom en su texto “*La ansiedad de la influencia, una teoría de la poesía*”⁵¹ manifiesta a través de textos poéticos la necesidad de la influencia en la poesía. Afirma que *el poeta estará siempre condenado a conocer sus anhelos a través de las conciencias de otros*, que lo que en el lector con una mirada crítica genera el placer en la lectura, en el poeta genera la ansiedad de *haber sido encontrado por poetas fuera de sí*. El poeta no solo descubre una frase o un texto sino que es descubierto por aquél, es un factor interno y externo que actúa dentro de él y provoca la vergüenza de la posible pérdida de su autonomía. Implica ser consciente que ha sido redescubierto por alguien más, o que ha descubierto a alguien más dentro de sí.

El uso del término en el principio de la historia de la poesía significaba *el poder sobre el otro*, luego pasó a ser *fluidez y un estado de emancipación o fuerza atraída desde las estrellas*. Sin duda el significado que a mi modo de ver resulta más poético es el que concibe a la influencia como “*un fluido etéreo que afecta nuestro carácter y destino, y que altera todas las cosas. Un poder –divino y moral-, un poder secreto*”. En todos los casos, se consideraba como un factor externo que transformaba el interior del individuo que había sido alterado. De hecho, Bloom nos invita a pensar en la influencia poética como un paso de individuos a través de estados mentales; “*los individuos pasan a través de estados de ser, y permanecen siempre siendo individuos, pero los estados de ser están siempre en proceso, cambiando. Y solo los estados han sido culpables, nunca los individuos.*” Estos “estados de ser” son las influencias que recibimos a lo largo de nuestro recorrido poético, “*es un regalo del espíritu que llega a nosotros solo a través de la perversidad del espíritu, de los estados*”.

Después de hacer un recorrido por este texto poético, podemos constatar que la relevancia de la influencia puede implicar tanto poder en un proceso de creación

⁵¹ Harold Bloom. *The anxiety of influence*, (Oxford University press: New York, 1997) 37- 41

como el que se le reconoce a una metodología. La diferencia entre ambas reside en la diversidad de su aplicación y uso deliberado, con la influencia, los diseñadores pueden inspirarse, variar de procedencias y aplicarlas dentro de su conocimiento. La influencia es un acto inevitable e inesperado entre el factor que influencia y el sujeto influenciado, puede surgir desde cualquier campo y con cualquier situación. La metodología sin embargo, impone un proceso de conocimiento y a menos que ésta sea pluralista no invita a viajar entre distintas procedencias.

Si comprendemos la relevancia de la influencia podemos extender las barreras que nos impone la metodología disciplinar, podemos atribuirle mayor relevancia a nuestro ser interior, a creer en el poder del instinto que nos regala la convergencia entre nuestra experiencia y el entorno, entre nuestro ser interior y el contexto en el cual éste toma lugar. Todo lo que hemos repasado hasta ahora, la búsqueda de la conciencia como diseñadores y seres humanos toma forma en este momento en que volvemos hacia nuestro interior para ser guiados hacia un conocimiento más fortuito. La neurociencia como aspecto científico irrefutable evidencia que no existe tal separación entre el cuerpo y la mente aunque sean entes distintos, que están condicionados entre sí. La fuerza inevitable de la influencia que nos arrastra hacia una expresión siempre cambiante de nuestro ser, es una fuerza similar a la que genera nuestra mente en el comportamiento del cuerpo, y viceversa.

Muchos nos ofuscamos por no tener la capacidad de desligar estos dos aspectos, intentamos que los sentimientos no afecten nuestro comportamiento tratando ser lo más racionales posibles a la hora de tomar decisiones. No obstante, la historia hace evidente que los seres humanos siempre han buscado el equilibrio entre ambas; desde el budismo hasta la filosofía y su similitud a través de David Hume, y el éxito que en los últimos años han tenido las prácticas orientales en el mundo occidental. Actuar siendo conscientes del inevitable arraigamiento entre el ser interior y el exterior podría ayudarnos a tomar decisiones más sabias, a ser más creativos. El progreso del diseño está en imitar siguiendo el instinto de cada diseñador, imitar como se plantea en el texto de Bloom; como un estado espiritual que llega a afectar temporalmente nuestro Ser y nos permite modificar nuestras creaciones hacia su destino más puro. Imitar en todas sus connotaciones: en inspirarse, en hacer justo lo contrario, en aumentar, en substraer, en elegir...

6.3 El manifiesto

Entiendo la dificultad de erradicar la inclusión de metodologías en diseño, y en muchos casos valoro su intervención para que empresas mantengan un ritmo de creación constante y ordenado, finalmente creamos para otros, no podemos poner toda la atención en nuestro ser interior porque desviaríamos el objetivo principal del diseño. Tenemos que descubrir las necesidades, investigar el campo de acción, planificar y ejecutar, y esto en todo caso es una metodología, sin embargo, en paralelo al sistema de diseño bidimensional que se concentra en el mundo exterior proveniente del cliente, debemos retomar un sistema tridimensional que involucre a los diseñadores como seres humanos. Tal refuerzo nos ayudará a evitar caer en la redundancia de crear necesidades y abastecer al mundo de las mismas soluciones pero con distintas morfologías.

Mi propuesta reside entonces en diseñar un manifiesto cuya función sea estimular emociones que influencien al diseñador, y que en dirección a crear diseños emocionales el manifiesto recuerde los aspectos más relevantes que olvidamos cuando nos encontramos frente a la pizarra en blanco, cuando estamos tan enfocados en cumplir la metodología que nos olvidamos de buscar soluciones en campos alternos. Los manifiestos fueron creados en la historia como “documentos escritos que hicieran pública una declaración de propósitos o doctrinas”⁵². Existen manifiestos propuestos en la política y en el arte, en el primer caso difundiendo estrategias de partidos o activistas, en el segundo caso reivindicando vanguardias y estableciendo las bases que lleva a cabo un nuevo movimiento. En el arte no necesariamente han sido escritos, ya que obras influyentes de cada escuela pueden reconocerse como símbolos que establecen las pautas de dicho movimiento. Picasso con su obra *Les damiselles d' Avignon* estableció la doctrina del cubismo, o *le Déjuner sur l'herbe* de Manet las del impresionismo. No obstante en el arte también se han escrito manifiestos como el Futurista de Filippo Tommaso Marinetti, quien sentó las bases del movimiento futurista y los precedentes de otras vanguardias como el manifiesto surrealista.⁵³

⁵² Término consultado en: www.definicion.de/manifiesto/

⁵³ Término consultado en: www.es.wikipedia.org/wiki/Manifiesto_futurista

Uno de los manifiestos que más me atraen en el ámbito del arte es el que fundaron los cineastas Lars Von Trier y Thomas Vinterberg hacia una nueva era del cine que no estuviera encasillada dentro de las capacidades económicas que supone el cine desde el siglo XX. Con sus “votos de castidad”, los directores buscaban erradicar cualquier uso de efectos especiales y tecnología de alto costo que según ellos, distanciaban a la audiencia por distraerlos con la sobreproducción. Con el cumplimiento de dicho manifiesto los directores estarían más enfocados en la historia de la película y en el desenvolvimiento de los actores que en la mera producción. Establecieron diez pautas para llevar a cabo a la hora de dirigir una película: (el manifiesto está expuesto en la página web de dogma95, junto con la lista de las películas que tuvieron lugar dentro del dogma y sus respectivas formas de contacto con la producción)⁵⁴

- El rodaje se debe hacer en una locación. Escenografías e indumentaria no se puede utilizar (en caso de ser necesaria para la historia se debe encontrar el lugar que las proporcione).
- El sonido nunca se debe producir aparte del que generan las imágenes y viceversa.
- La cámara debe ser sostenida por la mano del director. Los movimientos que produzca la mano son permitidos.
- La película debe ser a color, la iluminación especial no es permitida.
- Ningún trabajo óptico o filtros son permitidos.
- No debe contener acciones superficiales
- La alineación temporal o geográfica no es permitida.
- Películas de género no son aceptadas.
- El formato de la película debe ser Academy de 35 mm.
- No se debe poner al director en los créditos.
- Juro como director de abstenerme de mi gusto personal! No soy más un artista. Juro abstenerme de crear una “obra”, ya que observo el instante que es más importante que el todo. Mi mayor objetivo es forzar la verdad más allá de mis personajes y mis configuraciones. Juro hacerlo así sobre todo lo que corresponde disponible y el costo de cualquier buen gusto o consideraciones estéticas.

⁵⁴ Consultado en: <http://www.dogme95.dk/the-vow-of-chastity/>



*"Reclamo del acto creador que me
ofrezca tanta sorpresa como la vida"*
Jean Lapique



7. MANIFIESTO HACIA UN DISEÑO EMOCIONAL

Ahora bien, teniendo en cuenta que los manifiestos se han establecido para postular una posición que evidencie un cambio dentro de una disciplina y busquen explorar contenidos en dirección a su conocimiento, quiero proponerlo en el diseño como influencia emotiva, contrarrestando las metodologías que actualmente existen para desarrollar diseño emocional, como la ingeniería kansei y la metodología Premo que analizamos en los primeros capítulos. Para desarrollar el manifiesto es importante en primera instancia no postularlo como una serie de actos que se prohíben al diseñador, como sucede en Dogma95 o en los manifiestos escritos, para evitar caer en el mismo hoyo negro que presentan las metodologías, e intentar más bien, estimular en el diseñador el impulso para viajar entre conceptos y alcanzar una libertad mayor para explorar su creatividad.

Crearlo desde una forma que evidencie la imposibilidad de separar forma y sentido, cuerpo y mente, afuera y adentro, y cuya morfología sea el contenido manifiesto que justifique los motivos que despertaron en mí tal necesidad de proponer el manifiesto. Además de proponer palabras que estimulen dicho sentimiento, quiero proponer un diseño que haga evidente la relevancia de ser emocional, manifestándose tanto en su forma como en su concepto, en la unidad fortuita de ambas, o la imposibilidad cósmica de desligarlas. Utilizaré entonces la figura que planteo como propuesta sistemática para exponer el manifiesto. El octaedro simboliza como dije anteriormente la materialización del espíritu por la materia, es equilibrio cósmico configurado por sus partes que le entregan al todo tanto como le sustraen. Este todo que fue creado por la unión de sus partes que en este sistema de diseño se distribuyen entre el diseñador, el usuario, el objeto y la interfaz, es la única forma física que podría apropiarme para proponer el manifiesto. Tal como cada cara se enfrenta con la misma potencia y entrega con la misma generosidad, es como debe exponerse cada punto del manifiesto, evidenciando que deben trabajar juntos para cumplir su función o abstenerse a trabajar por separado.

Este manifiesto reunirá cada punto que expuse a través de este texto para tener en cuenta a la hora de diseñar y así intentar alcanzar un diseño con énfasis emocional.

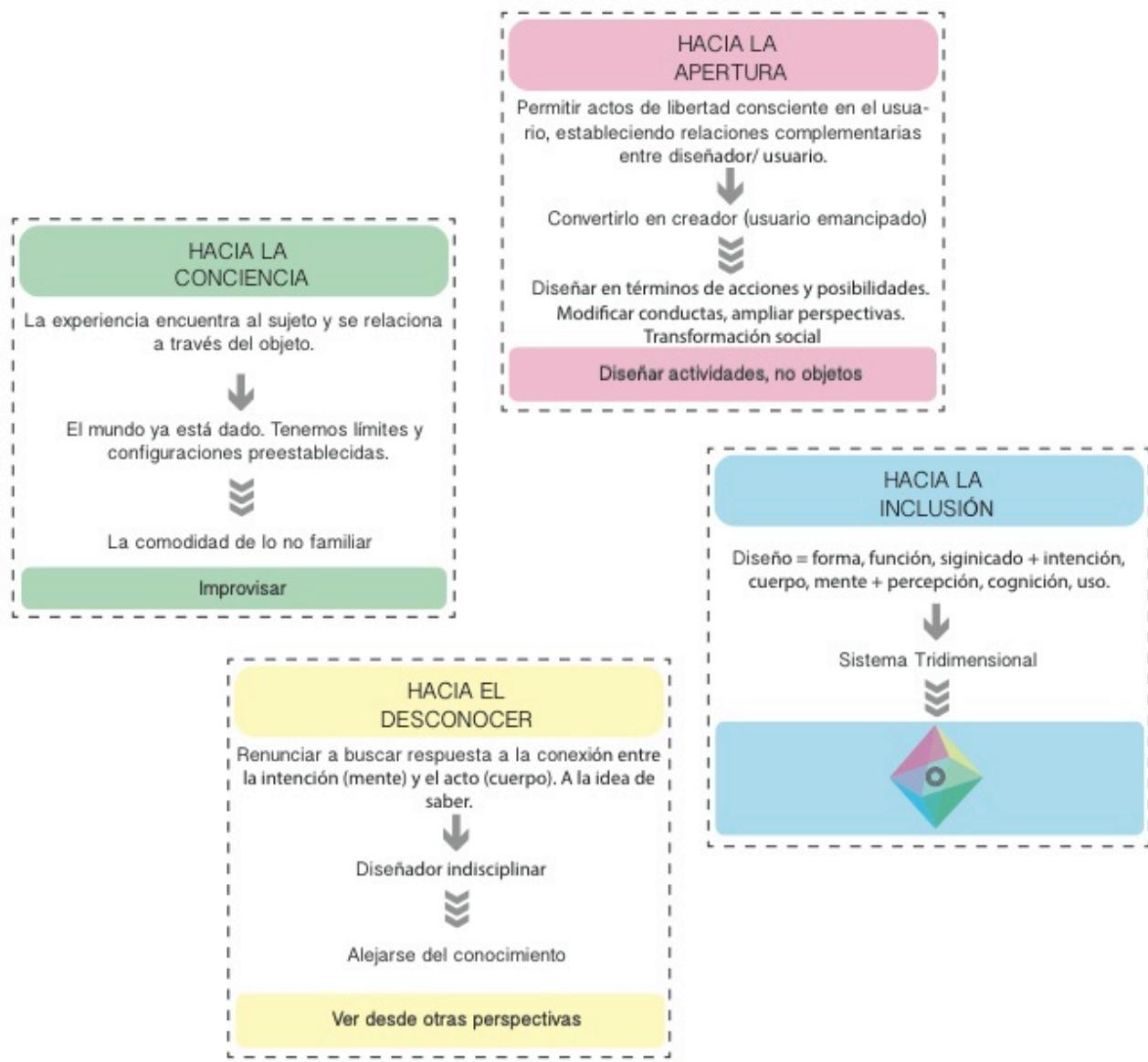


Figura 3

No pretendo desvalorizar las metodologías como métodos para aprender a diseñar, solo evidenciar los límites que presentan al manifestarse como única vía hacia el conocimiento. Si buscamos la ignorancia a la hora de diseñar y nos situamos desde otra perspectiva del saber, seremos conscientes que hacer diseño no se reduce a los pocos que tenemos el título profesional que nos hace expertos, que el diseño es un ritual que todos los individuos practican en su cotidianidad. Diseñar implica re significar, apropiarse, utilizar, descomponer, adicionar, combinar, sustraer, percibir.

Que cada individuo diseña su entorno a su gusto, desde su individualidad y con la turbia presencia de la posición social que le indica como hacerlo. A menos que sea indisciplinado; es una postura que debe tomar tanto el diseñador como el usuario.

7.1 El juego

Para estimular en el diseñador el impulso para viajar entre conceptos y alcanzar una libertad mayor para explorar su creatividad, propongo un juego en donde se presente el manifiesto, no como un texto escrito que el diseñador tenga que leer e interpretar, sino como un juego con el cuál interactuará y hará suyo. El objetivo del juego es la simple interacción que tenga el diseñador con los conceptos expuestos, la finalidad no se medirá por el resultado cuantitativo que representen los octaedros al completar el juego, sino por la exposición de estos cuatro conceptos como interferencia dentro del proceso de diseño, y que hacen presente la relevancia de un nivel teórico y conceptual del diseño dentro de cada mente creativa.

El juego consiste en escribir sobre cada cara de los poliedros que sean necesarios para cada diseñador, los puntos que se piden en el tablero que se muestra en la Figura 4. Así, con cada triángulo pediré que se escriba una sola palabra sobre cada cara, tal como sucede al hacer un mapa conceptual, un paso tan imprescindible en el proceso de diseño, para que a medida que se vayan ocupando las caras de los poliedros el diseñador las ensamble formando figuras distintas, cubriendo y resaltando caras con la arbitrariedad de la improvisación que permite su unión. Al terminar de llenar las caras y de ensamblarlas a gusto del diseñador, se generará un mapa conceptual tridimensional, en donde los conceptos aparecen en las caras y los enlaces se generan solos, con la intuición y la experiencia que ha permitido tal disposición. Lo interesante y diferente de este nuevo mapa es que la jerarquía y la selección pasan a ser irrelevantes, se mantiene un equilibrio entre los conceptos y se profundiza en la improvisación, el desconocimiento, la apertura y la inclusión.

Al terminar de unir las caras previamente escritas, se habrá generado una o varias figuras que al girar cambiarán siempre de contenido. Por un lado será un mapa conceptual muy distinto al que se generará si se mira desde el lado contrario, desde el frente, o desde arriba. El diseñador podrá generar una infinidad de relaciones entre los conceptos que escribió, no solo transformando las uniones sino posicionándose

desde otra perspectiva, lo que hará evidente uno de los puntos del manifiesto; hacia el desconocer, posicionarse desde otras perspectivas para ver el otro lado de la moneda; la realidad que nuestro expertismo nos oculta.

En cuanto a la apertura del juego, no solo se pretende que el diseñador escriba sobre cada cara lo que el tablero le solicita, sino que siendo un material en donde se puede escribir y borrar cuantas veces sea necesario, el diseñador podrá apropiarse del juego y proponer sus propias reglas, hacer uso de él bajo sus necesidades, y si es necesario dibujar, escribir o rayar sobre él. Si el tablero delimita sus posibilidades, el creador se verá forzado a inventar sus propias reglas, ser indisciplinado. El juego es entonces, (como bien connota su nombre) más que un objeto, una actividad.

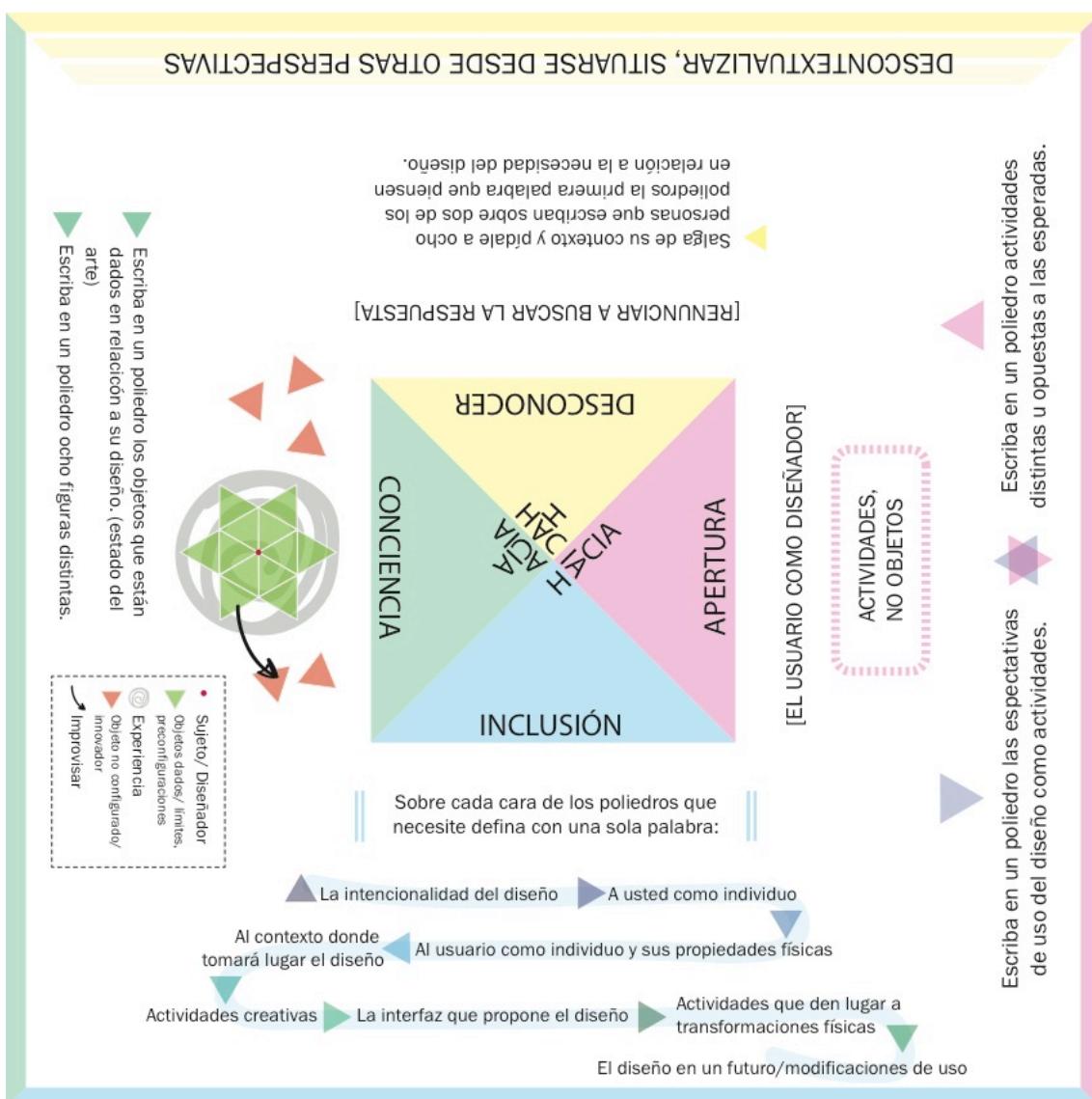


Figura 4

Conclusiones

Las prácticas de investigación concluyen en resultados fortuitos, y sin importar el fin al que llegue el proceso, genera algún tipo de conocimiento. Las investigaciones siempre implican un proceso de creatividad y un grado de emancipación; la curiosidad que genera investigar algo nace de una duda sobre el conocimiento actual de la disciplina que se investiga. La duda puede ser tanto negativa como positiva, puede generarse por la creencia de un alcance mayor del que se tiene actualmente por la disciplina, o por el escepticismo sobre teorías pre establecidas. El valor que recae sobre determinada investigación implica refutar creencias preestablecidas o propender nuevas sobre lo que ya se conoce. Ambos fines resultan importantes para la evolución de cualquier disciplina en la que se encasillen.

La investigaciones más recurrentes suceden en disciplinas científicas, donde los resultados se pueden verificar y generan un conocimiento objetivo en pro de la sociedad. Conocimientos que signifiquen evolución en el mundo tangible, que ayuden a erradicar enfermedades o curarlas, o conocer más a fondo los comportamientos humanos para educar mejores sociedades, por ejemplo. Pero, ¿que sucede con disciplinas cuyo resultado no implica una manifestación directa hacia la evolución humana? Espero no se descalifiquen como investigación igualmente relevante, por no ser intrínsecamente científicos. Los resultados conceptuales que se generen dentro de investigaciones provenientes del mundo del arte son también vías hacia la evolución humana, solo difieren en su presencia indirecta sobre la sociedad.

Uno de los resultados inesperados de mi trabajo fue evidenciar que la investigación puede provenir de cualquier recurso y plantear resultados que discrepen con la propia hipótesis planteada. Que es necesario abandonar las aspiraciones que se tienen en un principio para dar lugar a la interferencia de distintos conocimientos que cimienten nuevos y más potentes resultados. Mi intención al investigar sobre diseño emocional en un principio nunca fue negar la existencia del diseño emocional como una especialización dentro de la disciplina, reconociendo que todos los objetos contienen un grado de potencia emocional que se evidencia más o menos por la sensibilidad con la que fueron creados. Sin embargo, el rumbo que tomó el trabajo tras la investigación teórica fue iluminando esta nueva forma de reconocer los objetos como

artefactos sensibles que conforman nuestras experiencias y nos acompañan en la percepción del mundo a lo largo de nuestra vida. Plantear los objetos desde esta perspectiva me hizo tomar conciencia sobre su significado representacional, que configura el mundo, y conlleva una nueva visión sobre la relevancia de mi profesión como diseñadora industrial.

No pretendo generar la misma conciencia en los lectores y me abandono ante la idea de saberlo. El simple hecho de leer los argumentos basta para generar algún tipo de conciencia o conocimiento que por más irrelevante o inspirador que sea, tomará lugar en su propia experiencia como diseñador o mejor aún, como ser humano.

Bibliografía

Antonio Damasio, *El error de descartes* (Barcelona: Crítica, 2010)

Carl DiSalvo, Bruce Hanington, and Jodi Forlizzi, *Design and emotion: An accessible framework of emotional experiences for new product conception* (USA: CRC Press, 2003)

Claire Bishop, *ArtificialHells, Participatory art and the politics of spectatorship.* (Verso: 2012)

Daniel Goleman. *Emotional intelligence* (London: Batman Books, 1996)

Gastón Bachelard, *La poética del espacio* (Buenos Aires: Fondo de cultura económica 2000)

Harold Bloom. *The anxiety of influence*, (Oxford University press: New York, 1997)

Jaques Rancière, *Thinking between disciplines* traducción de Jon Roffe (Parrhesia 2006, number 1-12)

Jaques Rancière, *El espectador emancipado* (Ellago Ediciones S.L: 2010) Traducción de Ariel Diron del título original *Le spectateur emancipé*. (La fabrique editions: 2008)

Jürgen Becker, *Jauss y Broges: sobre las relaciones entre la estética de la recepción y el postmodernismo* (Berlin: Freie Universität)

Lochart Schmidt, *psicología de las emociones*, (Barcelona: Herder 1985)

Martin Heidegger, *Construir, habitar, pensar.* Conferencia pronunciada en 1951. *Obras completas*, XI. Antecedentes de estas ideas, en apartados 22-24 de *El Ser y el Tiempo* Michele Merleau-Ponty, *Fenomenología de la percepción* (Planeta Agostini : 1993, por la traducción de Ediciones Península de la edición Gallimard 1945)

Martín Juez, Fernando. *Contribuciones para una antropología del diseño* (Barcelona: Gedisa 2002)

Nicolas Bourriaud, *Estética Relacional.* (Barcelona: Adriana Hidalgo editora 2006)

Pieter M.A Desmet, *a Multilayered Model of Product Emotions*, (Holanda: The design journal, In press 2003)

Richard J, Ronald Jr, y Fred Collopy, *Managing as Designing*, (Stanford Bussines Books: 2004)

Octavio Paz, *La poesía.* (México: 1940)

Simon Schütte, *Engineering Emotional Values in ProductDesign: Kansei Engineering in Development*, (Linköping University: 2005)

Umberto Eco. *Obra abierta*, (Planeta De- Agostini, Barcelona: 1992)

Varela F, Thompson E, Rosch E, *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*. (Massachusetts: MIT Press paperback 1996)

Wegner y cols. (1962, p. 3) Citado por Lothar Schmidt- Atzert *Psicología de las emociones* (Barcelona: Herder 1985)

Enlaces a libros

Paul Feyerabend, *Tratado contra el método*: <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Feyerabend-Paul-Tratado-contra-el-m%C3%A9todo.pdf>,

Steven Wright. *Toward a lexicon of usership*: <http://museumarteutil.net/wp-content/uploads/2013/12/Toward-a-lexicon-of-usership.pdf>

Enlaces de interés

<http://www.borges.pitt.edu/sites/default/files/Becker%20r.pdf>

www.definicion.de/manifiesto/

<http://www.dogme95.dk/the-vow-of-chastity/>

<http://www.newyorker.com/magazine/2009/09/07/me-myself-and-i>

<http://www.npr.org/programs/invisibilia/378577902/how-to-become-batman?showDate=2015-01-23>

<http://www.pedagogia3000.info/web/boletin/Boletin10s2.htm>

<http://www.radiolab.org/story/juicervose/>

<http://studiolab.ide.tudelft.nl/diopd/wp-content/uploads/2012/03/TPP.pdf>

http://www.ted.com/talks/david_eagleman_can_we_create_new_senses_for_humans?language=en

www.es.wikipedia.org/wiki/Manifiesto_futurista

HBO documentary films, *Banksy does New York*, HBO, 2013
<https://www.youtube.com/watch?v=kzPGOCYET9Y>