

punto  
aparte



# ¿Cómo mueren los objetos?

ideas sobre la estética en el objeto de uso



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE COLOMBIA  
SEDE BOGOTÁ

David Esteban  
Rodríguez Villate

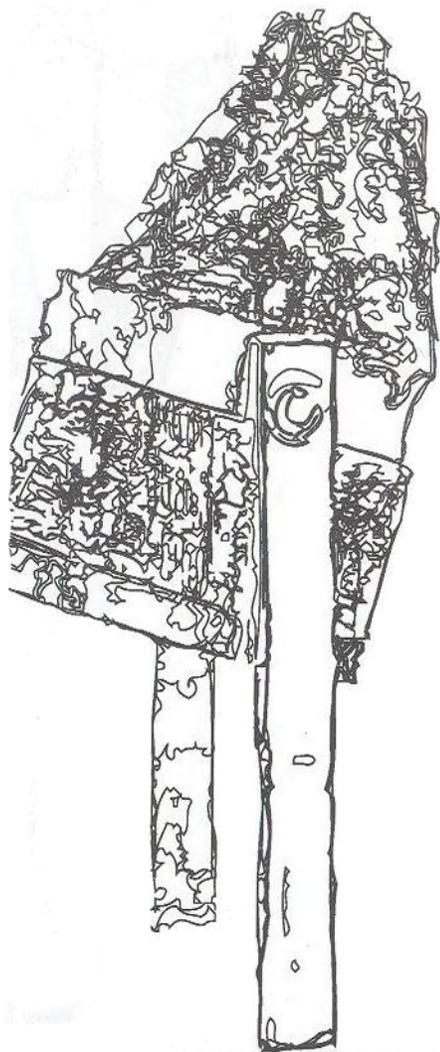
La capacidad estética del objeto de uso constituye un tema importante en la comprensión de los procesos del diseño industrial contemporáneo. Junto a esta capacidad se integran ideas como la experiencia estética, la cultura estética, la función estética del objeto y lo extraestético. Lo que se propone en este trabajo es llevar, a través de un lenguaje preciso, claro y articulado, una explicación y una lógica para aproximarse a las dinámicas del sistema socio-estético en el que se inscriben los objetos del diseño industrial. El objeto estético, como materialización de la propuesta del diseñador y síntesis de fenómenos socio-culturales, genera las preguntas que guían la reflexión para comprender los procesos socio-estéticos, que dan razón a la estética particular del objeto de uso y del diseño industrial.

A lo largo del trabajo se explica cómo lo estético ha dejado de ser exclusividad de la obra de arte, para convertirse en objeto de estudio y en componente fundamental de los ámbitos culturales de las ciudades. Frente a las contundentes dinámicas de los procesos etno-sociales, el diseñador debe resguardar toda su intención estética en la experiencia, es decir, en la experiencia estética, que junto a la experiencia de uso constituyen las experiencias fundamentales sobre las que se establece el proyecto de diseño contemporáneo.

Finalmente, el título resume uno de los más interesantes aportes del trabajo: el diseñador no puede limitarse a resolver ¿cómo nacen los objetos?, sino que debe cuestionarse a lo largo del proyecto —esto con el fin de proponer un objeto como miembro activo de la sociedad: ¿Cómo mueren los objetos?—.

#### **Colección Punto aparte**

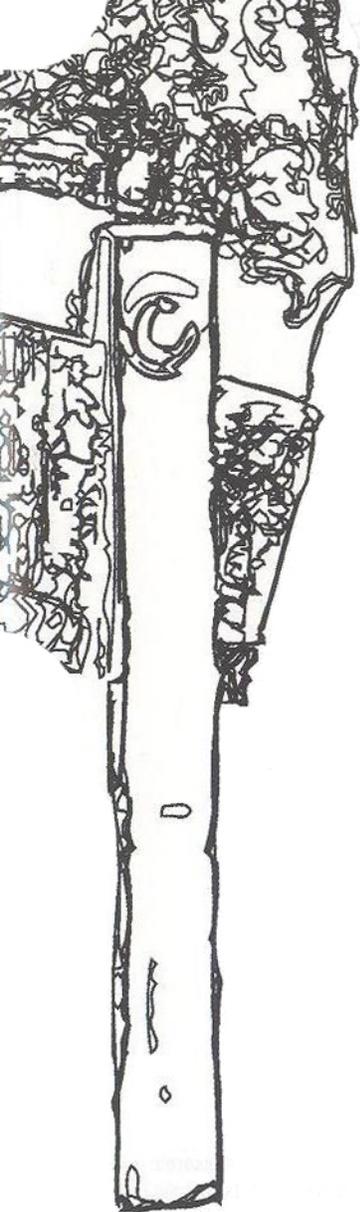
Punto aparte es la colección que abre la puerta a las publicaciones de las tesis de posgrado de la Facultad de Artes y en general del área de las Artes de la Universidad Nacional de Colombia, y cierra un ciclo que inicia con la consolidación de un amplio número de programas de posgrado en todas las áreas de estudio, desde variados programas de especialización y maestría hasta el doctorado en Arte y Arquitectura. Escribir para Punto aparte es entonces una posibilidad que tienen los estudiantes de los programas de posgrado de mostrar al público el trabajo que durante dos o más años han desarrollado a partir de sus reflexiones y del diálogo académico con profesores y estudiantes. Es una invitación a hacer parte de éste diálogo académico en el cual se debaten y argumentan muchos puntos de vista con el único objetivo de construir por medio del arte, una sociedad más igualitaria.



## ¿Cómo mueren los objetos?

ideas sobre la estética en el objeto de uso





## ¿Cómo mueren los objetos?

ideas sobre la estética en el objeto de uso

Donatario: CIDAR Forma 2007 art.

L- 2260

RE: 2209

DE

20.000.000

1/11/07

- © David Esteban Rodríguez Villate, 2006
- © Universidad Nacional de Colombia
- © Facultad de Artes. Sede Bogotá  
Colección "Punto aparte"  
Primera edición, abril de 2006  
ISBN 958-701-629-7  
Impreso y hecho en Colombia  
en los talleres de Procesos Gráficos Ltda.

Catalogación en la publicación Universidad Nacional de Colombia

Rodríguez Villate, David Esteban

¿Cómo mueren los objetos? : ideas sobre la estética en el objeto de uso / David Esteban Rodríguez Villate. -- Bogotá : Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes, 2006

xxx p. -- (Punto aparte)

ISBN : 958-701-629-7

1. Objetos (Filosofía) 2. Diseño industrial - Estética 3. Manufacturas - Estética

CDD-21 745.2 / 2006

**Tesis de Diseño Industrial. Director de tesis:** Ricardo Rivadeneira V. **Asesores:** Julio César Goyes, Andrés Sicard y Clara Perilla. **Diseño de identidad y carátula:** Camilo Páez. **Diseño:** Clara Forero. **Corrección de estilo:** Unibiblos.

La Facultad de Artes no se responsabiliza por las ideas emitidas por los autores.

Todos los derechos reservados.

Esta publicación no puede ser reproducida ni total ni parcialmente, ni entregada o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sin el permiso previo del autor.



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE COLOMBIA  
SEDE BOGOTÁ  
FACULTAD DE ARTES

## A la memoria del tiempo perdido

Introducción

Acción

El tiempo  
del

(19)

(14)

(10)

(12)

1994

199

1994

Presentación	[10]
Introducción	[14]
<b>Capítulo uno</b>	
La estética	[34]
El objeto asocial	[56]
<b>Capítulo dos</b>	
La cultura estética	[82]
El objeto apropiado	[102]
<b>Capítulo tres</b>	
El objeto estético	[142]
El objeto social	[160]
<b>Capítulo cuatro</b>	
Lo extraestético	[202]
El objeto socio-cultural	[214]
Bibliografía	[244]

## **Presentación**

*Ricardo Rivadeneira Velásquez\**

El trabajo de David Esteban Rodríguez (1980-) es un aporte a la reflexión teórica sobre el tema de la cultura material, sus imágenes y posibilidades estéticas. Las preguntas sobre la experiencia estética—adquieren hoy mucho interés, especialmente en una época en la que el mundo del Diseño Industrial experimenta un cambio de paradigma, un paso de la visión post-fordista instrumental, aquella en la que el problema de la creación de objetos y su producción era fundamental, hacia la comprensión de las obras de arte, los objetos de diseño y las mercancías en medio del “campo expandido”<sup>1</sup>. En medio de este escenario lo volátil, difuso, simultáneo y efímero se constituyen en los factores que, junto a la mediación masiva, determinan la complejidad de las experiencias sensibles contemporáneas.

Consciente de este hecho, el autor trata de apropiarse de un lenguaje cada vez más preciso, incluso construye una lógica para comprender y cartografiar su propio sistema conceptual. Según eso, estamos frente a un objeto de uso que reflexiona sobre la estética de los objetos de uso. Se trata entonces de una reflexión que trasciende las definiciones y se posa sobre los pliegues que dejan las relaciones lógicas entre cada uno de los conceptos y su manera de ilustrarlos.

En el sentido de la didáctica es importante decir que la redacción del texto ha pasado por varias etapas de construcción y reciclaje. Como director del trabajo he asumido este proyecto como un proceso donde mi responsabilidad trasciende al papel de editor, procurando siempre persuadir a que el autor y su material logren expresar las ideas de una manera clara, pero además en procura de obtener un objeto con un alto valor de uso y de cambio.

Quizá un aporte específico al contexto académico y comercial del Diseño es proponer que el proceso de redacción de texto no es una actividad exclusivamente intelectual, sino que a través de ella se ordenan las ideas y por ende se comprende mejor el mundo. Resultado de esta dinámica es la concepción

\* Profesor del Instituto de Investigaciones Estéticas, Universidad Nacional de Colombia. Director del trabajo de grado.

<sup>1</sup> Rosalind Krauss, *The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths*, MIT Press, 1986.

... Dame tiempo

Perdido

Que yo te devuelvo

*Real Time* (en tiempo real)

Que yo te devuelvo cualquier tiempo a tiempo

Y sin retrasos

Que yo te devuelvo cualquier cosa con tiempo.

David Rodriguez V.  
(Tiempo, fragmento)

**Presentación**

*Ricardo Rivadeneira Velásquez\**

El trabajo de David Esteban Rodríguez (1980- ) es un aporte a la reflexión teórica sobre el tema de la cultura material, sus imágenes y posibilidades estéticas. Las preguntas sobre la experiencia estética—adquieren hoy mucho interés, especialmente en una época en la que el mundo del Diseño Industrial experimenta un cambio de paradigma, un paso de la visión post-fordista instrumental, aquella en la que el problema de la creación de objetos y su producción era fundamental, hacia la comprensión de las obras de arte, los objetos de diseño y las mercancías en medio del “campo expandido”<sup>1</sup>. En medio de este escenario lo volátil, difuso, simultáneo y efímero se constituyen en los factores que, junto a la mediación masiva, determinan la complejidad de las experiencias sensibles contemporáneas.

Consciente de este hecho, el autor trata de apropiarse de un lenguaje cada vez más preciso, incluso construye una lógica para comprender y cartografiar su propio sistema conceptual. Según eso, estamos frente a un objeto de uso que reflexiona sobre la estética de los objetos de uso. Se trata entonces de una reflexión que trasciende las definiciones y se posa sobre los pliegues que dejan las relaciones lógicas entre cada uno de los conceptos y su manera de ilustrarlos.

En el sentido de la didáctica es importante decir que la redacción del texto ha pasado por varias etapas de construcción y reciclaje. Como director del trabajo he asumido este proyecto como un proceso donde mi responsabilidad trasciende al papel de editor, procurando siempre persuadir a que el autor y su material logren expresar las ideas de una manera clara, pero además en procura de obtener un objeto con un alto valor de uso y de cambio.

Quizá un aporte específico al contexto académico y comercial del Diseño es proponer que el proceso de redacción de texto no es una actividad exclusivamente intelectual, sino que a través de ella se ordenan las ideas y por ende se comprende mejor el mundo. Resultado de esta dinámica es la concepción

\* Profesor del Instituto de Investigaciones Estéticas, Universidad Nacional de Colombia. Director del trabajo de grado.

<sup>1</sup> Rosalind Krauss, *The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths*, MIT Press, 1986.

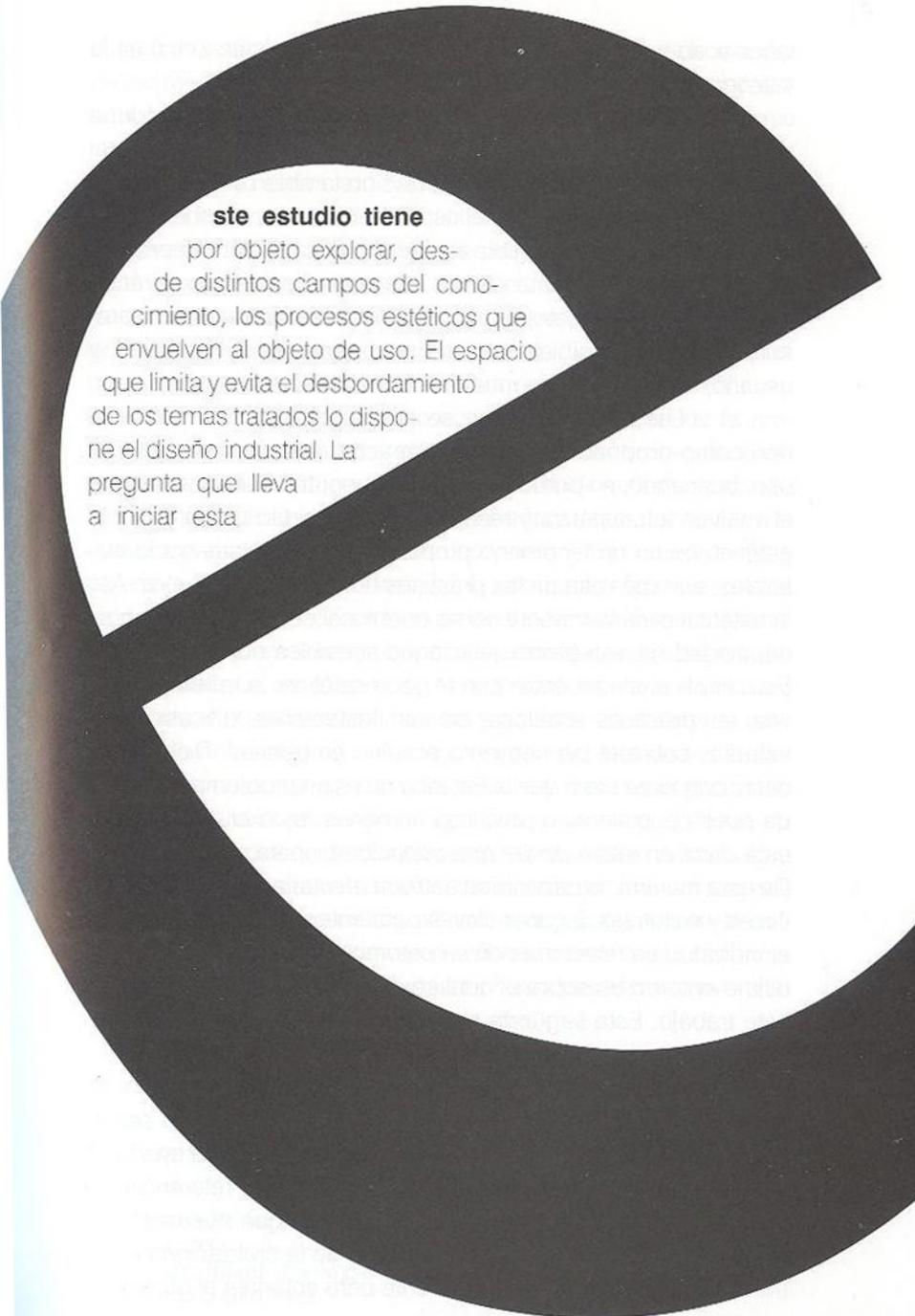
de un trabajo que recibe el reconocimiento de Laureado por la Universidad Nacional de Colombia y que termina siendo el primer libro escrito y publicado por un estudiante de la Carrera de Diseño Industrial.

*¿Cómo mueren los objetos?, ideas sobre la estética en el objeto de uso* se constituye en una prueba contundente de la importancia y los resultados que produce el estudio de la Teoría y la Historia en la Facultad de Artes. Esperamos que este documento motive a profesores y estudiantes a continuar investigando, escribiendo y trabajando por difundir sus ideas.

No sobra indicar que éste libro se constituye en un ítem importante para la Escuela de Diseño Industrial, que en asocio con el Instituto de Investigaciones Estéticas y el Instituto de Estudios en Comunicación IECO trata de prosperar con su área de Estudios Sociales y Culturales. El fortalecimiento de las relaciones entre estas instituciones se ha dado gracias a la gestión curiosa y constante que realizó David Rodríguez, especialmente cuando logro convocar a los profesores Julio César Goyes del IECO, Clara Inés Perilla y Andrés Sicard de la Escuela de Diseño Industrial a discutir, debatir y complementar sus ideas. Al respecto es mi deber indicar que la publicación de este libro es el resultado de una serie de nutridos encuentros entre el estudiante y sus evaluadores, a ellos es necesario agradecerles su compromiso con el proceso.

Finalmente es importante resaltar que este tipo de actividades de confrontación pública –hoy en extinción en la Universidad Nacional de Colombia– son una herramienta didáctica fundamental, un patrimonio de la Universidad y quizá una de las pocas posibilidades para la construcción de comunidad académica.

## [ Introducción



**ste estudio tiene**

por objeto explorar, desde distintos campos del conocimiento, los procesos estéticos que envuelven al objeto de uso. El espacio que limita y evita el desbordamiento de los temas tratados lo dispone el diseño industrial. La pregunta que lleva a iniciar esta

labor académica está dada en términos de indagar: ¿cuál es la estética que corresponde al diseño industrial?

El objeto de uso, en sentido universal, se transforma en protagonista del oficio del diseñador; es centro y perspectiva, no solo en su carácter de mediador, sino también en su carácter epistémico, simbólico y estético. Con esto se propone que el objeto es una praxis tangible de ideas, conocimiento, representaciones culturales e intenciones estéticas. Este último carácter o capacidad del objeto de provocar, establecer, mantener, procurar y atacar sensiblemente a un individuo (léase diseñador y usuario) es el motor que mueve esta empresa.

Las reflexiones que se presentan a continuación tienen como propósito enfrentar el carácter estético del objeto de uso; buscando, en primera instancia, superar las dicotomías que envuelven a la estética y recuperar la necesidad de entender lo estético como un fenómeno propio de las dinámicas socio-culturales, aun más allá de las prácticas humanas individuales. Así, la estética sería la manera como pueblos y culturas reafirman su capacidad de establecer relaciones sensibles con su entorno. Esto implica el encuentro con el goce estético, la reflexión estética, las prácticas estéticas, las manifestaciones, discusiones y estudios sobre el pensamiento estético en general. Dicho esto, debería quedar claro que la Estética no es un problema exclusivo de pueblos, culturas o prácticas humanas; su exclusividad solo está dada en razón de ser una capacidad innata al ser humano. De esta manera, la capacidad estética afectaría otras esferas sociales y culturales, lugares claves para entender la manera como el individuo se relaciona con su entorno natural y 'artificial'. Este último entorno es sobre el cual se establecen las reflexiones de este trabajo. Esta segunda naturaleza que constituye lo creado por el hombre, y que en el caso del diseño industrial es aún más específica; en tanto que lo que se presenta como resultado del oficio del diseñador, que aquí se le ha llamado objeto u objeto de uso, tiene particularidades históricas y sociales que ayudan a entender cuál es el objeto al que se está haciendo referencia. La creación de 'artefactos' utilitarios que satisfagan necesidades, ha estado presente junto al crecimiento de la civilización humana, sin embargo esto no es suficiente para entender al objeto del

diseño industrial. Es con el surgimiento de la cultura de masas, de los medios de producción industrializados y con la implementación de la tecnología en la vida cotidiana que empiezan a darse las pistas para seguir al objeto de uso que se trata en este estudio. Por eso no sería claro hablar de objetos de diseño industrial antes de la Revolución Industrial, de los fenómenos de masas, en general, antes de los cambios provocados en el siglo XIX, tanto en lo social, como en lo técnico y lo científico. Básicamente puede proponerse que el objeto del diseño industrial es aquel que se inscribe dentro de la dinámica de la 'unidad tripartita: producción, distribución y consumo', como señala Juan Acha<sup>2</sup>.

Es el **objeto estético** como materialización de la propuesta del diseñador y síntesis de fenómenos socio-culturales, el que genera las preguntas y guía el camino reflexivo hacia la comprensión de los procesos socio-estéticos que dan razón a la estética particular del objeto de uso y del diseño industrial. Este objeto que ha sabido sobrellevar la estrecha relación entre los fenómenos propios de una sociedad acelerada y mediatizada, que arrastra y envuelve sobre sus procesos casi todas las dependencias que establecen los hombres de la cultura de masas; en donde el objeto estético pareciera a veces que se pierde o se confunde entre objetos del consumo que no afectan las sensibilidades sino por el contrario las lesionan. Este es el escenario que enfrenta el objeto estético, que sobrevive cuando detrás de él existen intenciones de diseño con pretensiones estéticas y que se convierten en nuevas propuestas de objetos, no solo al colmar necesidades esenciales del individuo, sino también al colmar sus deseos y expectativas sensibles, que ante el 'alarmante crecimiento demográfico de objetos'<sup>3</sup> han pasado a convertirse en los espacios propicios para el diseño.

Este trabajo se desarrolla en dos partes: las reflexiones escritas sobre la experiencia estética en el objeto de uso, que a su vez se divide en cuatro partes: La Estética, La Cultura estética, El Objeto estético y Lo Extraestético; y por otro lado, las reflexiones

<sup>2</sup> Juan Acha, *Introducción a la Teoría de los Diseños*. México: Editorial Trillas, 1995.

<sup>3</sup> Andre Ricard, *Diseño ¿por qué?* Barcelona: Colección Punto y Línea Ed. Gustavo Gilli, 1982.

visuales sobre la experiencia estética en el objeto de uso que están amparadas en cuatro ideas alrededor del objeto: El Objeto asocial, El Objeto apropiado, El Objeto social y El Objeto socio-cultural, materializadas a través de la imagen fotográfica, como recurso de representación y exploración.

**La estética** (primera parte de la reflexión escrita) tiene por objeto aclarar las maneras como se entiende lo estético desde dos posturas de pensamiento: la modernista y la extramodernista. La primera se instaura en los inicios de la Modernidad (concepto de época histórico-cultural) y en el auge del pensamiento estético europeo; donde básicamente lo estético se centra en las manifestaciones artísticas y por ende –como la obra de arte– declara plena autonomía. La extramodernista intenta incluir las posturas pre y posmodernas, en general aquellas corrientes de pensamiento que entienden lo estético fuera de los límites de lo artístico, es decir, en las manifestaciones mágicas, religiosas, sociales y en general culturales. Visto este panorama, se intenta explicar la relación: estética y diseño desde la idea de experiencia. Desde allí, surge la necesidad de apoyar el discurso sobre dos conceptos que van creciendo en importancia a lo largo del texto: la experiencia estética y la experiencia de uso.

**La cultura estética** (segunda parte de la reflexión escrita) expone y aclara, guiado por la postura extramodernista de la estética, un concepto clave a la hora de comprender la estética en el objeto de uso desde la dinámica de lo cultural. Con esta idea se hace necesario integrar conceptos como los de 'hábitos estéticos', 'círculo estético', 'segmento estético', 'sensibilidad individual, colectiva, excepcional y cotidiana'. La cultura estética crece en importancia porque es este el lugar donde se explican los procesos estéticos del diseño industrial y, por ende, del objeto de uso.

**El objeto estético** (tercera parte de la reflexión escrita) tiene como propósito reflexionar sobre el objeto de uso desde la perspectiva del proceso de diseño. Constituye un intento por explicar los procesos estéticos desde las funciones o los ámbitos que caracterizan al objeto del diseño industrial. Se propone la **función estética** como aquel aspecto del objeto que media en la experiencia estética y de uso. Esta dada por la intención, significación y relación estética que propone el diseñador; es decir:

es la Estética explicada desde la responsabilidad que asume el diseñador en el desarrollo del proyecto.

Finalmente, **Lo extraestético** (cuarta parte de la reflexión escrita) propone ir sobre los ámbitos que rodean al objeto y que se salen de los límites de lo estético. Lo que no va de la experiencia sensible al conocimiento o a la memoria sino del conocimiento a la experiencia estética. Esto incluye una mirada sobre los contextos sociales, históricos y culturales que sirven de atmósfera a las manifestaciones, los procesos y el pensamiento estético. En conclusión, se propone al objeto como miembro activo de la sociedad, en su condición de 'ser social'. Esta es quizá la parte más compleja del estudio, pero la que crece en importancia porque de alguna manera deja preguntas abiertas al lector.

Las reflexiones visuales han sido ordenadas en razón de la manera como se fue aproximando al objeto estético. El **Objeto asocial** representa el punto de partida, allí la búsqueda se centra sobre un objeto sin contextos, en fondos blancos e inertes. La búsqueda dice poco pero deja una gran lección: este objeto 'flotante' no representa ni concentra los procesos estéticos y socio-estéticos sobre los que se ve envuelto el objeto de uso del diseño industrial. Así, la búsqueda lleva al **Objeto apropiado**, el cual conduce a explorar desde otras derivas, concretamente desde la obra de arte y la literatura; con obras plásticas y visuales como: *L'Hotel* (El Hotel) y *Relatos* de la artista francesa Sophie Calle; *Escenarios Domésticos* (exposición colectiva), y desde lo literario con las obras del escritor francés George Perec; *Especies de espacios* y *Un hombre que duerme*. Estas 'otras' miradas permiten sacudir la carga de un objeto que había sido mirado y explicado desde su condición asocial. La obra *L'Hotel* de Calle representa el encuentro con la valoración de la presencia del sujeto en la ausencia, en las marcas, en las huellas. Concentra la idea de que como acción activa la experiencia estética deja marcas sobre el escenario, sobre los objetos, sobre el sujeto, y estas marcas pueden reconsiderarse para ser objeto de estudio de la experiencia estética. Esta búsqueda desde el objeto apropiado se convierte en un encuentro con la ausencia, pero sobre todo con los rastros explícitos que ha dejado la experiencia estética

y de uso sobre el espacio y el tiempo del escenario<sup>4</sup> artificial de los objetos, nos lleva entonces a ir en búsqueda de estos rastros sobre un escenario específico como lo es la ciudad y con un protagonista rescatado como es el objeto de uso: esto constituye el momento del **objeto social**. Entre las vitrinas, sobre las calles, en el andén de todos los días empieza a buscarse un objeto que haya motivado una experiencia estética de cualquier tipo. Esta vez, a diferencia del objeto asocial, con un fondo atiborrado de situaciones y acontecimientos, con un atmósfera 'sucia' –si se quiere– pero sobre todo con un contexto socio-cultural propio y definido. El encuentro con este objeto social lleva a pensar que es este el objeto sobre el que debe indagarse para comprender los procesos estéticos del objeto de uso, que explicarán la estética que corresponde al diseño industrial. La ausencia del sujeto se ha aprehendido y el encuentro con las huellas de la experiencia estética aporta mucho a la reflexión visual. Sin embargo, es el momento en el que la imagen fotográfica comienza a cobrar vida propia, en tanto que su función estética a veces supera su función documental y textual. Los métodos y procedimientos de la etnografía visual (y performativa) ayudaron a aclarar el panorama y gracias a ellos se dió el encuentro con **el objeto socio-cultural**.

Este objeto –momento– concluye de manera acertada los recorridos y las búsquedas superadas, en tanto que no solo se limita a entender al objeto social, sino que pone las imágenes visuales en términos de ideas. Esto se hace explícito en los 'títulos' que se da a cada imagen, en el paso de la fotografía en blanco y negro a la de color, en la propuesta de acompañar a cada imagen de una idea reflexiva que la ligue a una intención. Esta reflexión visual se concentra en un tema y en un objeto: 'sobre la mesa'<sup>5</sup>, con esto se permite ver y entender comparativamente y sobre todo establecer la reflexión desde un objeto concreto y cotidiano para el escenario común de los individuos.

<sup>4</sup> Esta idea de escenario del objeto estético, se explica y explicita en el capítulo tercero de la reflexión escrita: El objeto estético.

<sup>5</sup> David Esteban Rodríguez, *Sobre la Mesa. Aproximación a la experiencia estética desde la imagen fotográfica*. (Trabajo de curso). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO), 2002. [En procesador de palabras]

Esta reflexión en torno al objeto socio-cultural es resultado de las otras búsquedas; así se encuentra superada la etapa donde el objeto se entendía tan solo en un escenario de fondos blancos, de lo asociar; de los rastros y de las huellas que ha dejado la experiencia estética y de uso, de la ausencia de un sujeto que se lee presentado o recordado, de la lucha con las funciones de la fotografía; finalmente representa el encuentro concluyente por encontrar desde la reflexión visual la comprensión de la estética en el objeto de uso. —

El recorrido hecho por la reflexión escrita y por las 'imágenes-acto', que constituyen la reflexión visual llevan a titular este estudio *¿cómo mueren los objetos?* (Las razones están lejos de una oposición o una ironía a la obra de Bruno Munari, *¿cómo nacen los objetos?*). ¿Qué representa para este estudio la muerte de los objetos? Resume básicamente el principal encuentro de las reflexiones, tanto la visual como la escrita. La estética del objeto de uso está mediada por los contextos socio-culturales, esto lleva a proponer que el diseñador en su carácter de creador no puede proyectar solamente 'cómo nace el objeto' sino que debe llegar a preguntarse y en lo posible a proyectar 'cómo viven los objetos' y en último término: 'cómo mueren los objetos'. Estos contextos socio-culturales y principalmente la experiencia estética como acto 'cocreador' del objeto llevan al diseñador actual a preocuparse por la manera como sus objetos llegarán a convertirse en miembros activos de una sociedad cambiante y en constante aceleración. En últimas, lo que se propone es ampliar la función del diseñador más allá del 'nacimiento' del objeto, hacia la vida social que este pueda llegar a tener. La respuesta congruente que el diseñador entregue a través de la forma inteligible y sensible del objeto es la manera como se resiste al choque con las fuerzas del contexto socio-cultural. El diseñador actual debe estar en capacidad de plantearse y resolver de alguna manera la 'vida y muerte' del objeto de uso.

## ANTECEDENTES

Dentro del proceso de estudio fue difícil encontrar antecedentes concretos. En primer lugar, porque la estética aun sigue siendo vista como exclusividad de lo artístico y la obra de

arte. Se hizo necesario transpolar y apropiarse de conceptos venidos desde otros campos, vale mencionar –sin restar importancia a las otras obras consultadas– como piezas claves de este estudio, además de las mencionadas en la reflexión visual: *La Experiencia Estética. La mirada de un antropólogo sobre el arte*, del antropólogo Jacques Maquet, donde se plantea una mirada amplia de la experiencia estética incluyendo implícitamente los procesos estéticos del diseño industrial. *Lo estético en la dinámica de las culturas*, de la maestra Juliane Bámbula Díaz, quien acertadamente hace una descripción de la génesis y desarrollo de los procesos estéticos en otras culturas distintas a la europea, con lo que busca aclarar cómo lo estético está inserto en lo cultural de los pueblos más allá de las esferas de lo artístico. Finalmente, *Introducción a la teoría de los diseños*, del crítico peruano Juan Acha, constituye el antecedente más claro y preciso. En esta obra, Acha se propone aclarar y superar disertaciones que han estancado el desarrollo de la investigación teórica en el diseño, por supuesto dando un gran espacio a lo estético como uno de los principales componentes en la discusión sobre el diseño en sentido amplio. Muchas de las ideas planteadas en esta reflexión provienen de la obra de Acha, es el caso del concepto que da inicio a la reflexión sobre la cultura estética.

Las obras del pensador francés Jean Baudrillard: *El sistema de los objetos*, *Ilusión y desilusión estética*, *Cultura y simulacro* y en general su prolífica obra constituye un referente importante para la reflexión en torno a los procesos del diseño industrial y de los objetos. Esto plantea un trabajo enriquecedor para la cultura del diseño.

Vale anotar la desilusión ante el encuentro con obras que por sus títulos parecen ser claves en este estudio, es el caso de: *El diseño industrial y su estética* del italiano Gillo Dorfles que sirve como punto de partida para entender lo que no es diseño industrial y, por ende, lo que no es la estética en el diseño industrial. La obra de Dorfles sin embargo, debe ser juzgada entendiendo el momento histórico y el contexto social donde se desarrolla, por eso no es justo decir que está completamente errada. Es, sin embargo, para el papel que juega el diseñador actual solo un referente histórico.

Quedan en duda las cualidades del libro: *Manual de*

*teoría y estética del diseño industrial* de Nuria Rodríguez Ortega, obra editada por la Universidad de Málaga, ya que aún no ha podido ser consultada.

## LA METODOLOGÍA

Aproximarse hoy a los fenómenos estéticos implica plantear formas de pensamiento consecuentes con los diferentes procesos socio-culturales y los contextos donde se inscriben. No existe un solo modelo a la hora de tratar de comprender las cuestiones socio-estéticas actuales. Es necesario plantear esquemas que permitan, además de la aproximación a los procesos (investigación), la comunicación de los resultados. Esto es posible, básicamente, desde el discurso interdisciplinario, que deja traspasar y mirar desde los límites de los distintos campos del conocimiento las ideas y las miradas para construir un nuevo discurso. Lo reflexivo constituye el punto de partida de este estudio, que ha intentado en un corto tiempo ir y venir de campos como la sociología de la cultura, la antropología del arte, la estética –como filosofía–, la historia del arte y otros campos auxiliares en la investigación socio-cultural como la etnografía visual.

Lo reflexivo verbal (escrito) constituye una manera de aproximarse al objeto de estudio desde un discurso con significado de primer orden, esto es, con sentido literal. Constituye una reflexión en términos de ideas de orden bibliográfico y con pretensiones epistémicas, es decir, una reflexión que tiende a lanzar lazos de conocimiento que brinden aportes a los procesos de pensamiento del diseño industrial. Lo reflexivo visual (fotografía) presenta una aproximación desde un lenguaje figurado, es una imagen –visual– que tiene como propósito despertar preguntas desde el propio observador. Es otra manera de reflexionar sobre el objeto estético en un contexto socio-cultural preciso, un apoyo pero sobre todo otra ruta de aproximación a las redes tejidas entre objeto estético, sujeto sensible y lugar.

Estos dos caminos escogidos giran alrededor de un tema concreto, como es la experiencia estética en el objeto de uso; el producto resultante es la reflexión misma, la aproximación en términos de las ideas y los 'diálogos' que se establecen cuando hay una búsqueda bibliográfica apoyada en pensadores

concretos (interlocuciones entre el investigador y los autores que indaga). Si el resultado es la reflexión misma, podría pensarse que el objeto de esta reflexión, además de aproximar a una realidad, es llevar al lector de imágenes y palabras a la pregunta y a la respuesta, a que se cuestione ampliando su mirada, a que se responda si es posible y se vuelva a interrogar (construyendo preguntas cada vez más elaboradas). El objeto de esta reflexión es, sin embargo –explícitamente– construir un tejido de ideas que den razón de las dinámicas en las que se inscribe la experiencia estética en el objeto de uso. De esta reflexión, por supuesto, surgen más preguntas, contradicciones, hay luces que se encienden otras se apagan. Es ese el objeto mismo de la reflexión.

Esta reflexión, como se mencionó, también se encuentra expresada en las imágenes-acto (en las fotografías). El recorrido a través de la imagen que intenta ser epistémico, pero que arrastra lo estético y lo simbólico, también abre hacia la pregunta, también intenta dar respuestas. Pero sobre todo, intenta comprender las dinámicas de lo estético en el objeto de uso. Se hace más complejo de aprehender en tanto que es un lenguaje con significado de segundo orden (metafórico), el cual, aunque represente 'visualmente' los tejidos sobre los que se mueven parte de los procesos socio-estéticos sigue constituyendo un modo complejo de aproximarse al conocimiento.

La experiencia estética en el objeto de uso no surge como resultado de esta reflexión, es y ha sido una realidad latente, que debe ser mirada desde distintos campos del conocimiento para poder ser comprendida. No solo desde la reflexión en el diseño, sino también desde los campos filosófico (origen del pensamiento estético), sociológico (para comprender las dinámicas de lo socio-cultural), antropológico (la experiencia estética como asunto de la antropología del arte) y por supuesto desde lo creativo (como acto poiético); pues es el campo del conocimiento que da razón de los procesos que tienen como protagonista al objeto de uso. Los procesos proyectivos del diseño se instauran sobre la relación del hombre con su entorno artificial, no solo desde la creación, sino desde las dinámicas sociales, políticas, económicas, éticas, estéticas y culturales que configuran los ob-

jetos que rodean la vida del hombre común.

La reflexión, entonces, se aproxima al segmento socio-estético que pueda dar razón de la experiencia estética en el objeto de uso por distintas vías y lenguajes: las vías pueden estar dadas en razón de los campos del conocimiento expuestos anteriormente, los lenguajes en razón de los discursos de primer (literal) y segundo orden (metafórico), lo verbal y lo visual respectivamente<sup>6</sup>.

A partir de esta idea de reflexión se propone lo performativo o lo performativo (realizativo)<sup>7</sup> «...como aquella expresión lingüística que no consiste meramente, en decir algo, sino en hacer algo, y que no es un informe, verdadero o falso, acerca de algo»<sup>8</sup> Desde la historia del arte esta idea puede ser entendida como el arte de la acción, del acto, pero también del instante, de lo efímero. Como lo propone Sagrario Aznar: «... las acciones, los *happenings*, y las performances son simplemente acontecimientos efímeros cuya existencia como obra de arte tiene una duración siempre limitada»<sup>9</sup>. Tiene su encanto y a la vez su propio dolor, en la dificultad de plasmarlo fuera de la memoria sensible y extrasensible del sujeto. Cualquier intento por re-presentarlo siempre significa una ausencia, un estado en el que ese acto performativo ha perdido algo. Aquí es posible evocar a Walter Benjamin cuando plantea, con relación al aura de la obra de arte: «Incluso en la reproducción mejor acabada falta algo: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia irrepetible en el lugar en que se encuentra»<sup>10</sup>; podría decirse que en lo performativo el aura

<sup>6</sup> En el discurso visual pueden encontrarse los mismos campos que se hacen más explícitos en el discurso verbal. Sin embargo, los campos son los mismos; aunque en el discurso visual se integren otras ideas, como lo artístico, lo social, ...estos funcionan como apoyos auxiliares a los otros campos del conocimiento.

<sup>7</sup> «Realizativo es un neologismo derivado de 'realizar'. Lo mismo ocurre, en el original inglés con 'performative' derivado del verbo 'to perform'». En este estudio se preferirá utilizar la expresión performativo.

<sup>8</sup> John Langshaw Austin, *Cómo hacer cosas con palabras. Palabras y acciones*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1982, p. 66.

<sup>9</sup> Sagrario Aznar Almazán. *El arte de acción*. Madrid: Editorial Herea, 2000, p. 7.

<sup>10</sup> Walter Benjamin. La Obra de Arte en la Época de su Reproducibilidad Técnica. En: *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus Ediciones, 1982, p. 20.

de la obra tiene una relación plena con el espectador, porque permite este encuentro irrepetible con el 'aquí y ahora' que le pertenece y lo hace suyo a través de la experiencia estética. Este instante efímero, instaurado en la acción y en el acto, que marca las memorias y deja huellas en el receptor, es una característica que se hace evidente en la experiencia estética. Esta experiencia comparte las cualidades, pero también las desventajas de lo performativo, es decir, arrastra consigo la dificultad de la re-presentación. El 'aura' de la experiencia estética pertenece a un aquí y un ahora. Como plantea Benjamin<sup>11</sup>; de la 'unicidad' o del aura de ese momento existencialmente irrepetible no hay copia. Es aquí donde se instaura la principal dificultad para aproximarse a la experiencia estética en los objetos de uso en particular, y a los procesos culturales en general.

El estudio y la aproximación a los procesos socio-estéticos, debe evitar violentar los lazos naturales que los sostienen. Pueden proponerse como medios de representación —explícitamente—: la imagen estática y la imagen en movimiento; la fotografía y el video respectivamente (como medios técnicos). El video re-presenta claramente el movimiento, las acciones, lo dinámico. Intenta emular la realidad poniéndola en una pantalla y esto desde cierta perspectiva es una ventaja, en tanto que no congela ni limita la realidad. El video —en este caso— no solo representa el 'aquí y ahora' de la experiencia estética, sino que pone en manifiesto el escenario, frente a nuestros ojos. Lo que hay en el escenario pero también lo que hay detrás de este; rompe la ilusión que crea la imagen, al intentar hacer ver que allí está representada el aura de ese instante.

Cualquiera sea el camino elegido para representar la experiencia estética, se debe tener claro que, como lo enseña la etnografía visual: «... vemos y conocemos a través de los ojos del otro: del fotógrafo, del director de cine, del publicista, del pintor, etc.[...] El espectador de imágenes no vivencia directamente el mundo que observa a través de los mensajes visuales que recibe, sino que consume reproducciones de esa realidad que

<sup>11</sup> *Ibid.* [vale anotar, que el pensamiento benjaminiano es clave en las discusiones y cuestiones estéticas y sociales, en general culturales de la época actual].

a partir de ese momento ha hecho suya...»<sup>12</sup>, más allá de los medios técnicos para representar los procesos socio-estéticos, ésta labor se constituye en un modo de aprendizaje (acceso al conocimiento) a partir de la mirada ajena.

La imagen fotográfica (estática) se queda en el instante, intenta poner el tiempo y el espacio en dos dimensiones. La fotografía en sí misma es acción –una imagen-acto–, pero también instante, atrapa lo efímero de ésta volviéndola imagen que deja ausencia y rastros presentidos; como plantea Jean Baudrillard: «Una imagen es precisamente una abstracción del mundo en dos dimensiones, es lo que priva al mundo real de una dimensión, y con ello crea el poder de la ilusión»<sup>13</sup>. La imagen fotográfica captura momentos irrepetibles y deja fuera lo suficiente para crear esa ilusión que se envuelve sobre sí misma para no re-presentar el aura de lo performativo, pero sí para evocarla.

La imagen fotográfica permite desde su propia esencia «... que cada imagen robe algo a la realidad del mundo, que en cada imagen algo desaparezca [...] es la sustracción lo que produce la fuerza: es en la ausencia donde ésta nace»<sup>14</sup>. Ausencia que se encuentra –por demás– en las fotografías de este estudio representada en los sujetos que desaparecen del espacio físico pero permanecen en el ‘lugar antropológico’<sup>15</sup>; porque han dejado su huella, su rastro, la marca inevitable que deja el uso en el objeto –y que se supone también deja en el sujeto–. La ausencia es entonces la que crea la ilusión, afirmada no solo desde la imagen fotográfica, sino desde la ausencia de los sujetos. En estas imágenes, el sujeto trasciende a través de su ausencia.

<sup>12</sup> Marisol Rodríguez. *Testimonio y poder de la imagen*. En: Angel Aguirre Baztán (Ed.). *Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. Barcelona: Editorial Boixareu Universitaria, 1995, p. 240.

<sup>13</sup> Jean Baudrillard. *Ilusión y desilusión estética*. En: *Letra Internacional*. Madrid. N° 39 (Julio/Agosto 1995) p.17.

<sup>14</sup> *Ibid.*, pp. 17-18.

<sup>15</sup> «Para la antropología, el lugar es un espacio fuertemente simbolizado, es decir, que es un espacio en el cual podemos leer en parte o en su totalidad, la identidad de los que lo ocupan, las relaciones que mantienen y la historia que comparten» [AUGÉ, Marc. *Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana*. El url de este documento es: [www.memoria.com.mx](http://www.memoria.com.mx)]

La imagen fotográfica en este estudio tiene como intención aproximarse a los procesos socio-estéticos y al segmento estético que transforma las relaciones entre sujeto, objeto y lugar. Lleva consigo la cualidad de un lenguaje metafórico que en cada imagen fotográfica se materializa. Lo que visualmente intenta contar la imagen es una búsqueda, es el mismo intento por compartir ideas en la reflexión, solo que a partir de un lenguaje distinto al verbal, no por esto menos importante.

Desde la etnografía visual, campo de la antropología que intenta describir los procesos culturales a través de las imágenes, se le han otorgado tres funciones a la fotografía –como medio de representación–: « [como] documental (reflejo, testimonio y representación de la realidad), artística (buscar crear emociones), y textual (medio de transmitir ideologías y valores)»<sup>16</sup>. Las imágenes fotográficas de este estudio están sobre la función documental, pero sobre todo intentan establecerse en la función textual. La primera (función documental) porque más que testimonio o reflejo, demostración o prueba fehaciente de un acontecimiento, es representación de una realidad, es decir: pretende anclar las ideas a un contexto concreto, a un espacio y tiempo determinado. Es documental, porque representa el escenario<sup>17</sup> donde se mueven algunos aspectos de este estudio. La segunda (función textual) porque se convierte en un lenguaje distinto al verbal, pero que pretende transmitir ideas y aproximar de otra manera al objeto de estudio. La fotografía textual cobra fuerza por sí misma, no es reafirmación de una idea sino que es la idea misma.

Esta fotografía textual, entendida como una manera de transmitir ideas no deja de poseer la ilusión que corresponde a la fotografía como medio de representación, lo que hace que se convierta –desde la postura lingüística– en un discurso con significado de segundo orden, esto es, con un sentido metafórico. Esta metáfora que se ‘materializa’ en la imagen fotográfica permite otra aproximación a los procesos socio-estéticos. «Como lo

<sup>16</sup> Rodríguez, Marisol. *op. cit.* p. 241.

<sup>17</sup> Entender por escenario: el espacio y tiempo donde se presentan y representan las acciones entre los individuos activos de una sociedad, en este caso concreto entre objeto estético y sujeto sensible.

señaló Paul Ricoeur<sup>18</sup>, cualquier comprensión cultural del mundo está siempre estructurada a través de la metaforización»<sup>19</sup>. Podría anotarse que la metáfora<sup>20</sup> representa una alusión, es decir: 'la experiencia estética es como esta imagen', pero no es esa imagen. Es lo que evoca, volviendo a Baudrillard; es lo que crea la 'ilusión'.

Siguiendo esta línea de aproximación a través de la metáfora, es posible anotar respecto al estudio de la función cognoscitiva metafórica:

[Así expone M. Black<sup>21</sup> su teoría de la interactividad de la metáfora con tres tesis fundamentales]: a) que el uso de metáforas no se limita a señalar similitudes existentes entre objetos, sino que también las crea, b) que las preferencias metafóricas son irreductibles a preferencias literales, y c) que el uso de metáforas ejerce una función cognoscitiva y no meramente estética o retórica [...] Y finalmente, el tercer hito en los años 80 ha consistido en hacer ver que la función primordial de la metáfora no es la función trivial de denominar o nombrar objetos, sino otra *función más fructífera consistente en crear redes o esquemas conceptuales que permiten conceptualizar los objetos con términos que literalmente se emplean para referirse a otros objetos distintos*<sup>22</sup>.

Esta postura abre la posibilidad para la metáfora más allá de lo retórico y de lo artístico. Es decir, la metáfora, en este caso creativa<sup>23</sup>, posee una función que «...consiste en construir

<sup>18</sup> Ver: Paul Ricoeur, *Metáfora viva*. Madrid: Ed. Trotta, 2001.

<sup>19</sup> Citado por: Cao Tian Yu, *La posmodernidad en la ciencia y la filosofía*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. Coordinación de Humanidades, 1998, p. 17.

<sup>20</sup> No se pretende plantear las distinciones entre los tropos del lenguaje, como la metáfora, el símil, sinécdoque...ya que no es el objeto de este estudio y desvía la atención del lector. Sin embargo, poner la metáfora en términos de símil ayuda a entender mejor lo que se pretende con esta.

<sup>21</sup> Ver: M. Black, *Modelos y metáforas*. Madrid: Ed. Tecnos, 1966. [nota del autor].

<sup>22</sup> Pedro José Chamizo, *Metáfora y conocimiento*. Málaga: Analecta Malacitana, Universidad de Málaga, 1998, p.10

<sup>23</sup> La metáfora creativa se opone a la metáfora muerta o lexicalizada. Esta última es la que se ha establecido en el lenguaje de manera tal que ha perdido su sentido de metáfora y ha pasado a tener un significado literal.

modelos para comprender una realidad y poder hablar de ella [con esto] se asume y se amplía la función anterior de nombrar o denominar»<sup>24</sup>. Esta metáfora creativa sin embargo se vuelve íntima en muchos casos, en tanto que solo funciona para grupos específicos donde se instaure con claridad la nueva relación significado-significante.

La fotografía, entendida como metáfora que construye modelos para aproximarse a los procesos de una realidad, en este caso la experiencia estética en los objetos de uso, es sin embargo un 'todo' que además de conocimiento, representación, idea..., arrastra consigo otros valores u otras funciones que afectan la relación con el receptor de las imágenes (el 'lector' de las ideas visuales). Estas funciones o ámbitos de la imagen fotográfica, aunque estudiadas por varios pensadores son aquí condensadas a partir de la propuesta de E.H. Gombrich: «Ante la fotografía el espectador recibe información (función epistémica), sensaciones (función estética) y representaciones socio-culturales (función simbólica)...»<sup>25</sup>. Estas tres funciones o ámbitos no logran emanciparse ni en la mirada (percepción), ni en la memoria sensible del 'lector' de imágenes, sino que se perciben como un todo. Así, aunque las imágenes fotográficas estén pensadas y elaboradas textualmente (a partir de la función textual), envuelven sobre si mismas una idea estética, un conocimiento (epistémica) y una representación socio-cultural (símbolo).

Ante esto, y retomando las funciones<sup>26</sup> que la etnografía visual otorga a la fotografía (como medio de representación) se puede pensar que cada función de la fotografía, se recuesta sobre un ámbito especial de la imagen fotográfica, así la función artística daría relevancia al ámbito estético de la imagen, la función documental al ámbito simbólico y la función textual al ámbito epistémico<sup>27</sup>. En resumen, cada imagen representa un encuentro

<sup>24</sup> *Ibid.*, Pág. 67.

<sup>25</sup> Citado por: Rodríguez Marisol. *Op. cit.*, p. 243.

<sup>26</sup> Vale aclarar la diferencia de las funciones que propone la etnografía visual y las propuestas por E.H. Gombrich; en tanto que las primeras corresponden a la Fotografía como medio de representación en general, en cambio las segundas más que funciones vendrían a ser las mediaciones de la imagen fotográfica en particular (ámbitos).

<sup>27</sup> Las imágenes de este estudio pretenden atrapar estas dos funciones, o mejor la función textual de la imagen fotográfica a través de su mediación epistémica (de conocimiento).

de lo estético, lo simbólico y epistémico, así, aunque la imagen fotográfica posea una función otorgada por el sujeto fotógrafo, todas se hacen presentes en el encuentro con el receptor. Cada imagen fotográfica, como consecuencia de las relaciones que se expusieron queda corta al momento de re-presentar, en este caso, los procesos socio-estéticos y «...es por lo tanto un conocimiento parcial de la sociedad, puesto que esa instantánea es un fragmento puntual de una situación cultural más compleja [...] Por ello, el etnógrafo busca la fotografía más impactante o que mejor ilustre su objetivo»<sup>28</sup>.

Lo performativo de la experiencia estética en los objetos de uso que se intenta re-presentar en la imagen fotográfica constituye un recurso complejo pero necesario en la aproximación a este fenómeno socio-estético; para concluir y ampliando esta complejidad se anotará la idea de Roland Barthes<sup>29</sup>, cuando propone que existen dos tipos de fotografías: la del fotógrafo y la del espectador.

Como idea que intenta explicar la simultaneidad y convivencia de los dos lenguajes de aproximación (el visual y el verbal) ambos con un origen reflexivo vale detenerse sobre lo dialógico. Esto como una de las maneras de aproximarse y explicar una realidad en términos claves de pensamiento. Lo dialógico<sup>30</sup> entonces, presenta una verdad relativa; que no surge del encuentro entre oposiciones, sino que por el contrario –si llegasen a existir (las oposiciones)– permite su plena convivencia. La mirada dialógica que se pretende extender sobre la estética en los objetos de uso, que se inscribe dentro de las dinámicas de lo cultural, presenta además de su antagonismo con lo dialéctico, otras connotaciones que –para este estudio– le son propias. Como característica de los discursos actuales se encuentra la idea de lo no-lineal, la cual constituye los procesos que no van en consecuencia uno de otro, que no se representan bajo una horizontal de hechos cronológicos y aunados. Es decir, en los

<sup>28</sup> *Ibíd.*, p.245.

<sup>29</sup> Roland Barthes . *La Cámara Lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Ediciones Paidós,1994.

<sup>30</sup> Para entender un poco más lo dialógico se podría proponer como un camino antagónico lo dialéctico condensado en la relación triádica tesis-antítesis-síntesis.

procesos no-lineales como los procesos socio-estéticos (donde se inscribe la experiencia estética en los objetos de uso) y sobre todo en la manera como son abordados para su estudio y comprensión, no puede esperarse que un hecho sea causa o consecuencia del otro.

Esta idea representa un giro en la manera de entender las aproximaciones a los procesos socio-estéticos, en tanto que –en este caso– los discursos que se han construido por distintos lenguajes, no hacen parte de una linealidad, esto es, no se corresponden causalmente. Para comprenderlos se hace necesario pensar en términos de **simultaneidad**.

La idea de lo simultáneo, se refiere a acciones desarrolladas en el mismo tiempo. Y lleva a pensar que las maneras como se ha ido comprendiendo la experiencia estética en los objetos de uso se correlacionan dialógicamente. Es decir, la importancia no radica en el resultado de su relación o de su encuentro, sino en la relación misma. Este enlace por lo general se da como un proceso cognitivo y simultáneo. En conclusión y en concordancia al trabajo desarrollado se afirma que; se encuentra una presencia de las imágenes en el texto y viceversa, en tanto que fueron procesos de aproximación simultáneos. Una propuesta –en términos de lenguaje– no está atada o subyugada a la otra, ni se oponen para hacer surgir verdades, sino que se encuentran dialógicamente para hacer emerger un conocimiento relativo que no excluye las subjetividades de los sujetos que intervienen en estas relaciones.

Este encuentro dialógico se da específicamente entre dos discursos, que en términos de sus significados están enmarcados dentro de un significado de primer orden (sentido literal) y un significado de segundo orden (metafórico). La complejidad de este encuentro radica en que no puede entenderse como hipótesis-demostración<sup>31</sup>, ni como causa-efecto, o como proceso de observación y análisis, pues de cualquier manera siempre se pone en detrimento un discurso (lenguaje) en relación al otro.

<sup>31</sup> En términos del método científico 'clásico', que presenta una hipótesis a demostrar para poder convertirla en teoría. Además, vale anotar que el conocimiento científico también está mediado por lo metafórico como lo proponen los filósofos posempiristas.

Tampoco puede abordarse intentando entender los dos lenguajes en independencia uno del otro, para comprender la totalidad como la suma de las partes, sino que debe asumirse una posición holística, esto es, aproximarse a la totalidad en la complejidad de la totalidad, y no en la suma de los fragmentos.

Es importante tener claro, que los medios de representación juegan un papel importante en esta aproximación a la experiencia estética en el objeto de uso, pues de ellos depende hacer que el lector –de imágenes y palabras- comprenda los conceptos anteriormente expuestos: lo simultáneo, lo no lineal, lo ecléctico y lo dialógico<sup>32</sup>.

Finalmente, como se propuso en la introducción a los ensayos<sup>33</sup> que sirvieron para elaborar los conceptos sobre los que se sustenta esta reflexión:

Lo que se presenta a continuación será del interés de quienes se atreven a emprender exploraciones sobre tantos ámbitos teóricos del objeto –de uso-. Pues además de la estética existen otros componentes que aún se encuentran ausentes de cualquier reflexión. Será del interés de quienes ya han hecho los recorridos y convencidos apuestan por *la reflexión y la crítica de las ideas*. En general por la apropiación del pensamiento en el diseño industrial.

<sup>32</sup> En resumen, –y muy didácticamente- podría decirse que los recorridos podrían entenderse *en estéreo*. Idea que pone gran complejidad en términos de percepción, pues obliga además de unas maneras de representación complejas, a unas estructuras de aprehensión de las ideas para las cuales no hemos sido formados.

<sup>33</sup> Estos ensayos fueron agrupados bajo la siguiente referencia: David Esteban Rodríguez, *Apuntes y desapuntes sobre estética y diseño industrial*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Diseño Industrial, 2002. [En procesador de palabras]

## La estética

oun

### **lo largo de la historia**

de las ideas estéticas pueden verse dos posturas específicas: la idea estética modernista y la idea estética extramodernista. La primera centra sus esfuerzos en proponer una razón estética desde el arte y la obra de arte; la segunda, en encontrar una explicación en los fenómenos propios de las culturas, de lo mágico a lo religioso, de lo sacro a lo profano. Sin embargo, las dos posturas están marcadas por la misma pregunta que da inicio al pensamiento estético en general: un intento por comprender desde lo "extra-subjetivo" las razones por las cuales el individuo se emociona ante ciertos objetos que conforman su entorno<sup>34</sup>. Lo que hay detrás de esta relación sensible y que trasciende a convertirse en una manera

de entender el mundo, marca la génesis de las ideas estéticas acunadas en las culturas occidentales eurocéntricas y, en general, en las culturas extraeuropeas.

Estos objetos que producen emoción y goce representaban la idea de orden y de belleza; de armonía con el cosmos en el sentido griego: "kosmos tiene un significado de 'orden' y 'belleza', de donde procede el término 'cosmética'; la cuenta y razón de la armonía universal"<sup>35</sup>. De este modo los antiguos griegos se preguntan por la "ley universal" que debía regir todo aquello que resultase placentero a los sentidos (estético). La belleza y la idea de lo bello absorben y dimensionan lo estético. El arte, como lo entendemos actualmente, era para los griegos una cosa muy distinta; para ellos la idea del arte se asociaba con la perfecta adecuación de un oficio. Al respecto, José María Valverde afirma:

Para ello, conviene no olvidar que lo que nosotros etiquetamos sumariamente como "arte" incluye cosas que para los griegos eran básicamente diferentes --las artes de la palabra y de la vista--, y si hablaban de "belleza", ellos pensarían sobre todo en cuerpos humanos --principalmente masculinos y adolescentes--, dejando lo artístico fuera de su horizonte consciente<sup>36</sup>.

A partir de estas connotaciones se tiene en cuenta que las dimensiones de lo estético no se han establecido siempre --e históricamente-- dentro de las fronteras de lo artístico. Los griegos lo establecieron con una mirada desde la belleza, y en el transcurso de los hechos existen varias culturas extraeuropeas que centran sus intenciones estéticas desde lo mágico, lo religioso o lo social.

Así como los griegos buscaron una respuesta que diera razón de las emociones que suscitan algunos objetos (desde

<sup>34</sup> Se propone aquí el término "objeto" para designar lo que está fuera del sujeto. Sin pretensiones de uso, símbolo, o conocimiento. Objeto como: "Todo lo que puede ser materia de conocimiento o sensibilidad por parte del sujeto, incluso este mismo". Diccionario de la Real Academia de la Lengua, Madrid, vigésima segunda edición, 2001.

<sup>35</sup> José María Valverde, *Breve historia y antología de la estética*. Barcelona: Ariel, 1987, p. 12.

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 17.

la idea de armonía, belleza y cosmética), otras culturas como por ejemplo las prehispánicas o las africanas dieron razón a este interrogante desde otras miradas, en estrecha relación con su cultura; "... que en un contexto etnográfico clásico, es decir colonial, es ante todo cosmología, una suma de representaciones de generación en generación y referida a la génesis y a la organización del mundo y la sociedad"<sup>37</sup>.

La verdadera magnitud del arte en relación con el pensamiento estético viene a darse sin duda sobre el desarrollo de la cultura occidental europea. Es en el Renacimiento cuando el arte como actividad humana consciente, y la obra de arte como resultado de ésta, empieza a ser centro de la reflexión estética. El resultado de la fusión arte y estética deja consecuencias que marcarán el ritmo de los procesos estéticos en Occidente, y principalmente vinculadas con la autonomía y la independencia con la que el arte se gesta en relación con "otras" esferas de la cultura. Principalmente constituirá una marca emancipadora de lo artístico –por ende, lo estético– con lo mágico, lo religioso, lo útil, lo cotidiano y lo social en general.

Desde este momento histórico –para Occidente–, lo estético no envuelve solamente la idea de belleza y de verdad, sino que empezará a incluir lo artístico como actividad humana, que en la creación buscará la aproximación hacia la verdad y la belleza. Así, arte, belleza y verdad se constituyen en la unidad tripartita que protagoniza las discusiones estéticas en la plenitud de la Modernidad, es decir, en la cumbre del pensamiento estético europeo. Lo artístico llega a cobrar tanta fuerza dentro del panorama estético modernista, que logra sobreponerse a la idea misma de estética, llegando a tratarse con una sinonimia conceptual en la que arte y estética cobran los mismos significados. Este hecho marca las discusiones estéticas hasta hoy, en tanto que rompe con una larga tradición de pensamiento en la que lo estético –hasta ahora entendido como verdad y belleza– se instauraba con toda plenitud en prácticas cotidianas, mágicas o religiosas, lejos de implantarse en cualquier práctica artística, con el significado que se le da al arte actualmente.

<sup>37</sup> Marc Augé, "El diseño y el antropólogo". En: *Experimenta, revista para la cultura del diseño*, No. 32 (diciembre de 2000), p. 90.

La cumbre del pensamiento estético eurocéntrico está marcada por las ideas gestadas en el siglo XVIII. Precisamente en el período de la Ilustración será cuando se acepte el término "estética"<sup>38</sup> y se incluya como parte del currículum filosófico en la universidad alemana. La génesis de este término como concepto de estudio parte de una aproximación como ciencia del conocimiento. Dice Valverde:

La estética, precisamente, nace como tal en latín, en la obra *Aesthetica* (dos volúmenes, 1756 y 1758, pero incompleta por muerte de su autor Alexandér Baumgarten, 1716-1762). Pero *aesthetica* no tenía el sentido preciso que hoy le damos, sino otro más vago [...] Así pues, filosóficamente nace aquí una disciplina de segunda clase, a pesar de que un gran filósofo –Kant– la eleva a ser clave de su pensamiento...<sup>39</sup>.

Siguiendo este orden de ideas, lo estético será comprendido entonces como la parte inferior del conocimiento, el primer acercamiento al mundo material, la percepción como un estado menor que conduce hacia el verdadero conocimiento. "Rompiendo con una larga tradición de pensamiento, la sensibilidad es aquí comprendida como una facultad de conocimiento autónomo, que permite y entrega un saber a la vez 'claro' –encontrar bello un objeto es conocerlo– y 'confuso' –en la medida en que no se es capaz de comprender sus causas"<sup>40</sup>.

<sup>38</sup> "Estético: 'Relativo a lo bello o lo artístico', 1884. Tomado del griego *aisthētikós*, 'susceptible de percibirse por los sentidos', derivado de *aisthēsis* 'facultad de percepción por los sentidos', y éste de *aisthánomai*, 'yo percibo, comprendo'. Joan Corominas, *Breve diccionario etimológico de la Lengua Castellana*. Madrid: Ed. Gredos S.A., 1998, p. 255.

<sup>39</sup> Valverde, *op. cit.*, p. 128.

<sup>40</sup> El URL de este documento es: [http://www.educarchile.cl/autoaprendizaje/estetica/espacio/cont\\_esp.htm](http://www.educarchile.cl/autoaprendizaje/estetica/espacio/cont_esp.htm). El texto continúa diciendo: "La belleza corresponde a la primera marca de la originalidad del pensamiento estético, no es inteligible, pero sí sensible; no podemos pasar, ni siquiera gradualmente, de la belleza al concepto, del conocimiento sensible al conocimiento intelectual, ya que existe entre ambos una diferencia de naturaleza. Una segunda marca de la originalidad de esta teoría es la de relacionar la belleza, ya no al objeto, sino al conocimiento sensible, tal como lo expresa esta definición de Baumgarten: 'El fin de la estética es la perfección del conocimiento sensible como tal, es decir la belleza. Ella debe evitar la imperfección del conocimiento sensible como tal, es decir la fealdad'".

Con la aceptación de este neologismo –estética–, se da inicio a una gran profusión de obras y pensadores que empiezan a discurrir sobre este ámbito filosófico. Uno de estos pensadores –como se anotó anteriormente–; Immanuel Kant, trascenderá lo estético a ser base de su pensamiento.

Para Kant, la estética era la relación entre la lógica y la moral, y se expresaba en juicios estéticos. Él mismo definió el gusto como: la "facultad de juzgar un objeto, en relación con la libre conformidad a leyes de la imaginación"<sup>41</sup>, y definirá lo sublime<sup>42</sup> como el rompimiento de una relación hasta el momento ideal y conforme entre hombre, tiempo y naturaleza. Estas ideas kantianas trascienden hasta convertirse en representación de la estética –y por ende, del arte– de la modernidad (y modernista), ya que él, como se ha visto, constituye el centro de la discusión estética en este período.

Otras ideas del pensamiento kantiano<sup>43</sup> que ayudan a entender este momento en la evolución del concepto están referidas con la finalidad sin fin de lo bello. Al respecto afirma Kant: "Lo bello, cuyo juicio está fundado, en una finalidad meramente formal, en una finalidad sin fin..."<sup>44</sup>. La belleza y el arte placen por sí mismos; esto representa la cumbre de lo estético como autonomía, materializado a través de la obra de arte.

Se podría concluir que hasta la posición modernista –que hace eco en los siglos XIX y XX– la discusión estética se centra en el arte y en sus manifestaciones. Esto implica que las relaciones sensibles con nuestro entorno estaban mediadas por la obra de arte, en tanto que en ésta lo estético cobra toda autonomía, es decir, podemos encontrar lo estético en su plenitud máxima. Más allá de la obra de arte –para el pensamiento eurocéntrico modernista– no puede encontrarse ningún afecto sensible, ésta representa la idea de lo sublime y encarna todo el

<sup>41</sup> Immanuel Kant, *Crítica del juicio*. Madrid: Ed. Espasa Calpe. Colección Austral, 1995, p. 178.

<sup>42</sup> Al respecto dice Kant: "Sublime es aquello en comparación con lo cual toda otra cosa es pequeña... Por lo tanto ha de llamarse sublime, no al objeto, sino la disposición del espíritu" *Ibid.*, pp. 190, 191.

<sup>43</sup> Ver Immanuel Kant, *Observaciones acerca de lo bello y lo sublime*. Madrid: Alianza Editorial, 1990.

<sup>44</sup> Kant, *Crítica del juicio*, *op. cit.*, p.161.

espíritu de la época. Fuera de las esferas de lo artístico, pierde sentido cuestionarse sobre lo estético.

Paralelo al desarrollo del pensamiento europeo surgen respuestas venidas de otras culturas –no europeas–, que modifican la unidad: verdad, belleza y arte. Esto, en razón de que estas “otras” culturas, por un lado, no marcaron la división entre lo estético y las otras esferas culturales (mágico, religioso...), y por el otro, dieron al arte –como idea– y a las prácticas artísticas otros valores que modificaron el papel de éste en sus sociedades y, por ende, en el pensamiento estético.

Algunas de las implicaciones de esta postura extraeuropea son expuestas por Juliane Bámbula Díaz<sup>45</sup>, quien en su obra *Lo estético en la dinámica de las culturas* presenta una aproximación amplia y pluralista a los fenómenos estéticos contemporáneos. Básicamente se detiene en precisar cómo la cuestión estética no se puede centrar en las concepciones de pensadores europeos, en tanto que paralelo a este desarrollo se iban gestando en el resto del mundo –léase Latinoamérica, África, Oriente y Oceanía– procesos no sólo a nivel del conocimiento y de la praxis, sino sobre todo de la cosmogonía, que afectan las sensibilidades y por tanto procuran procesos estéticos muy diversos, alejados de las orientaciones modernistas eurocéntricas.

Dice Bámbula: “Las concepciones estéticas –conscientes o inconscientes– son immanentes a toda cultura humana desde tiempos inmemorables”<sup>46</sup>, lo que pone en claro que la estética no es un fenómeno propio de las culturas europeas, sino que va más allá, en cuanto proceso humano que se establece dentro de los rangos de la sensibilidad. Es decir, desde los asentamientos humanos primitivos hasta los conglomerados metropolitanos, se establecen actos de creación, ideas e ideales estéticos que acompañan las sensibilidades de quienes integran estos grupos.

<sup>45</sup> Decana de la Facultad de Artes de la Universidad del Valle. Profesora de la maestría en Historia del Arte de la Universidad de Antioquia (Colombia).

<sup>46</sup> Juliane Bámbula Díaz, *Lo estético en la dinámica de las culturas*. Santiago de Cali: Editorial Facultad de Humanidades, Universidad del Valle, 1993. p. 15.

Presentar con profundidad los rasgos propios de las posturas estéticas extraeuropeas constituye un trabajo de profunda investigación antropológica y sociológica. Se plantea aquí, solamente, cómo la pregunta que da inicio al pensamiento estético en la cultura occidental modernista se establece también fuera de los límites eurocéntricos. Así, en el caso americano, estos fenómenos se hacen más visibles en las culturas que no fueron arrasadas completamente por el pensamiento y la fuerza europeos. Las regiones de América Central y del Sur conservan aún entre sus entrañas ideales estéticos propios de una cultura que se desarrolló con una cosmogonía opuesta a las concepciones eurocéntricas. El caso estadounidense y canadiense, en donde la cultura indígena ancestral fue completamente arrasada, sirve de ejemplo para mostrar cómo la postura europea absorbió ideales estéticos distintos.

La pregunta por ese objeto que representa ideales de belleza y de armonía, y que afecta de manera sustancial al ser sensible, marca la génesis de la reflexión estética de cualquier cultura. Como en los griegos –por ejemplo– lo estético en las culturas extraeuropeas se estableció por fuera de las esferas artísticas modernistas<sup>47</sup>.

Por tanto, la autonomía estética que declara el arte desde inicios del Renacimiento, y que cobra todo el valor en la Modernidad (período histórico-cultural), no se vio establecida en otros procesos estéticos extraeuropeos. Sin embargo, la falta de investigaciones históricas en torno a estas transformaciones y derivas del pensamiento estético occidental llevan a retomar los planteamientos de pensadores eurocéntricos para entender el panorama estético “universal”. Actualmente se ha comenzado a comprender esta “otra historia” que muestra en plenitud una visión –integral– de la estética.

Para concluir esta dimensión de la estética, se puede proponer:

1. que históricamente lo estético ha empezado a conformarse

47

Así, lo que hoy se considera arte africano y es valorado por su alto nivel artístico-estético, fue para estas culturas objeto de otras representaciones materiales, de ritos sociales o religiosos.

desde su interrelación y dependencia con las otras esferas de la cultura<sup>48</sup>, o

2. desde su autonomía plena.

El primer fenómeno (la pantonomía), que se ha denominado extramodernista, incluye no sólo culturas extraeuropeas, sino también las concepciones estéticas pre y posmodernas. La autonomía estética, por el contrario, se inserta con plenitud en la época moderna, en el pensamiento modernista y especialmente europeo, aunque bien vale la pena dar mención a las culturas que heredaron toda la tradición europea, y que perdieron los lazos originales con sus visiones de lo estético; (la estadounidense, australiana, colonias africanas, ... son ejemplo de ello).

La importancia de presentar lo estético desde esta postura casi dialéctica está dada en relación con el objetivo de este trabajo de encontrar los lazos que expliquen los procesos estéticos en el objeto de uso. El primer paso para ello, será entonces entender que:

1. La dimensión histórica de lo estético posee varias lecturas. Una es quedarse en la mirada sesgada que da la Modernidad, y que obliga a ver lo estético desde el arte, posición que –para este estudio en particular y para el panorama estético en general– no permite considerar todos los tejidos que a lo largo de la historia traza lo estético. Esta orientación no resulta ser la más relevante, si de encontrar una explicación a este ámbito en el objeto de uso se trata. Así dice Bámbula:

Los pensadores europeos que colocan en el centro de su concepción estética el “arte” excluyen generalmente de la competencia de la estética no solamente lo natural sino también todo lo hecho por el hombre si es parte de la esfera de la praxis, del entorno cotidiano, de la esfera del uso, de la producción como actividad artesanal, manufacturera y especialmente industrial mecanizada, es decir, todo aquello que tiene funcionalidad utilitaria. En cambio se considera objeto de la estética todo aquello que es considerado “arte” en el sentido de una materialización, objetivación de algún “valor espiritual” como “la belleza” pura, alguna idea

<sup>48</sup> Pantonomía: concepto propuesto por Juliane Bámbula Díaz para explicar este tipo de relaciones de los fenómenos estéticos.

filosófica, etc., y que no corresponde a ninguna funcionalidad utilitaria extra-estética, es decir –para ser estrictos–, todo aquello cuyo carácter estético constituye un fin en sí mismo<sup>49</sup>.

2. Fuera de la idea estética modernista occidental eurocéntrica, que es absorbida y asumida con total autonomía por el arte, las otras culturas, y por tanto los otros momentos históricos, relacionan las cuestiones sensibles con otros ámbitos de su cultura. Así, lo estético deviene de la esfera de la praxis y de lo cotidiano, del rito y lo religioso, es casi un vértice de las estructuras sociales. Esta postura, que permite ver lo estético más allá del arte y la belleza, empieza a esbozar los lazos que construyen el horizonte sensible del objeto de uso.

Para estas visiones extraeuropeas, el entorno que conmueve su sensibilidad (objeto de estudio de la estética) está en sus objetos cotidianos, en sus herramientas, en sus objetos rituales, en su patrimonio tangible e intangible; en lo sacro y lo profano.

### **OBJETO<sup>50</sup> Y ESTÉTICA, DESDE LA IDEA DE EXPERIENCIA**

Después de comprender las dos posturas que determinan históricamente las ideas estéticas (modernista y extramodernista), puede entenderse cómo lo estético corresponde a una dimensión de las culturas y no a una esfera especial de las acciones humanas. Lo estético será entonces una manera de entender el mundo, de relacionarnos con el entorno sensible que afecta al ser sensible del hombre.

Sin embargo, es difícil proponer lineamientos fuera de las ideas europeas de la Modernidad. Pues si bien lo extraeuropeo se acepta como una manera de entender lo estético, las reflexiones, pensadores y posturas se han establecido desde las visiones modernistas. Así pues, se intentará encontrar en este discurso otros lazos que ligen la idea estética a las características del objeto de uso.

Hasta la plenitud de la Modernidad, los conceptos que constituían lo estético estaban dados en términos de la belleza,

<sup>49</sup> *Ibid.*, p. 134.

<sup>50</sup> Este objeto sí hace referencia explícita al objeto de uso, centro de este estudio.

la verdad y el arte. Sin embargo, esto empieza a transformarse en parte gracias a los movimientos artísticos que vuelven a la pregunta por la estética, como fundamento en el pensamiento del hombre moderno<sup>51</sup>. Estas reflexiones venidas –además de otros movimientos– de las vanguardias de principios del siglo pasado, llegan a poner en cuestión los principios fundamentales del arte y la belleza como ideas establecidas hasta el momento.

La idea de experiencia emerge de las búsquedas de artistas y pensadores, y se convierte en parte fundamental de las nuevas ideas estéticas. Entra a ser parte de una de las miradas de la estética, que ahora incluirá *la experiencia estética* como componente fundamental del concepto. Tal como lo propone el esteta polaco Wladyslaw Tatarkiewicz (1886-1980):

Así, el ámbito del concepto de “experiencia estética” se diferencia aun del ámbito, del concepto de “experiencia de belleza” y aun más de la “experiencia del arte”. Cada uno de los tres grandes conceptos de la estética –belleza, arte y experiencia estética– (o de forma adjetivada) –lo bello, lo artístico y lo estético– tienen un ámbito especial propio<sup>52</sup>.

La experiencia estética pasa a convertirse en una de las grandes cuestiones de la estética<sup>53</sup>. Dice el mismo Tatarkiewicz: “Aquello que se denomina como la experiencia estética o sensación, sus propiedades, elementos y desarrollo han sido investigados; también se ha investigado la naturaleza de la actitud mental que requiere. Ha sido considerado como el principal problema de la estética...”<sup>54</sup>. Esta idea de la experiencia renueva todo el sentido estético, pues aunque se inscribe dentro del rumbo modernista eurocéntrico, viene a reconsiderar con profundidad la

<sup>51</sup> Ver Charles Baudelaire, *El pintor de la vida moderna*. Bogotá: El Áncora Editores, 1995.

<sup>52</sup> Wladyslaw Tatarkiewicz, *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid: Ed. Tecnos. Colección Metrópolis, 1997, p. 350.

<sup>53</sup> Aunque según la historia del concepto, sus orígenes poco claros se ubican en Grecia con los enunciados de Pitágoras. Texto traducido al latín por Diógenes Laercio; dice: “La vida es como una competencia atlética, algunos son luchadores, otros vendedores ambulantes, pero los mejores aparecen como los espectadores”, aquellos que asumieron la experiencia estética. *Ibid.*, p. 349.

<sup>54</sup> *Ibid.*, p. 348.

experiencia sensible del ser humano, la relación dinámica que se establece entre obra y espectador, entre objeto de uso y usuario, en general, entre nuestro ser sensible y el entorno (artificial o natural) que lo conmueve. Ese movimiento sensible, dinámico y activo, renovador y fundamental concentra los esfuerzos teóricos no sólo de los pensadores sino de quienes se inscriben en los actos creadores<sup>55</sup>.

Como apología a la experiencia estética, vale aclarar la diferencia entre la experiencia de belleza y la experiencia estética, y ésta a su vez del simple placer de los sentidos. En cabeza de algunos autores que sin embargo lo proponen desde el estudio de la obra de arte, Goodman distingue netamente dos nociones que por lo habitual asimilamos una a otra: la estética y la artística. "Lo importante no es juzgar que una obra sea bella, agradable o lograda, conforme a la idea que nos hacemos tradicionalmente de arte; lo esencial es que funcione estéticamente"<sup>56</sup>. Por tanto, el valor de la experiencia estética se establece por fuera de la idea de belleza, verdad o arte; se fundamenta en los principios de las acciones humanas. Una creación (objeto, obra, artesanía...) funciona estéticamente cuando asume todo el sentido de la experiencia estética.

Por la elementalidad de la experiencia estética, en ocasiones este concepto llega a confundirse con el simple placer de los sentidos. La idea de distanciamiento entre el yo y el objeto o la "distancia estética"<sup>57</sup> ayuda a comprender en pocas palabras los momentos que se viven en la experiencia estética. Esta "distancia estética" está dada en razón del nivel de conciencia asumida por quien vive la experiencia. Es decir, cuando hay un encuentro con un objeto que impacta los sentidos, existe un primer momento básicamente perceptivo (estímulo proximal), en el cual

<sup>55</sup> Este acto creador viene a establecerse no sólo en los límites del artista sino también del contemplador; como lo propone Octavio Paz al decir que el "sujeto es una dimensión del objeto", en tanto que en la experiencia estética participa del acto poético, es decir, se transforma en "cocreador".

<sup>56</sup> Nelson Goodman, *Langages de l'art. Une approche de la théorie des symboles*, citado por: Marc Jiménez, *¿Qué es la estética?* Barcelona: Idea Book S.A., 1999.

<sup>57</sup> Martín Geiger, citado por: Hans Robert Jauss, *Pequeña apología de la experiencia estética*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2002.

no hay toma de conciencia, ni formalización en el intelecto. Aquí aún no hay plenitud de experiencia estética, no hay apropiación del objeto —el sujeto no lo hace suyo a través de la experiencia—, solamente lo percibe, se mantiene todavía alejado del objeto. En relación con esto, plantea Marc Jiménez:

Si pienso así, me mantengo en el estadio primario de la sensación y de la percepción, y es entonces perfectamente comprensible que la contemplación de un paisaje espléndido o de una obra de arte me deje sumido en un estado de mutismo [emociones y sensaciones que se agotan]. En cambio, si me represento lo que veo y tomo conciencia de lo que siento, accedo al estadio de la experiencia estética<sup>58</sup>.

Con esto debería quedar claro que la importancia de la experiencia estética radica en que representa un estado avanzado de la relación estética. Un estado en que las emociones y las sensaciones no se agotan porque implica una relación que deja huella, que marca al ser sensible, afectando la memoria sensible y extrasensible. Dejando marcas que se evocan y se recrean porque son efecto de una toma de conciencia en relación con el objeto que ataca los sentidos.

El otro polo que lleva a deformar la idea de experiencia estética es trascenderla al ámbito de la reflexión estética. “Hoy la experiencia estética es considerada genuina sólo si deja tras de sí todo placer y se eleva al ámbito de la reflexión estética”<sup>59</sup>. En la experiencia estética hay también una idea de placer y de goce implícita; es un acto que se establece dentro de los límites de la experiencia; un acto epistémico, simbólico, pero principalmente un acto sensible. En conclusión, la experiencia estética se establece dentro de la sensibilidad plena, no sólo al conmover los sentidos, sino también al afectar la memoria sensible. Pero no trasciende hasta convertirse en objeto de reflexión. La experiencia estética se asume dentro de las “libertades” del ser sensible; no es un acto medido ni premeditado, sino toda una acción vivencial.

Los juicios estéticos definidos desde el pensamiento kantiano como la manera de expresar la relación entre el sentir

<sup>58</sup> Jiménez, *op. cit.*, p. 16.

<sup>59</sup> Jauss, *op. cit.*, p. 34.

y el pensar, vienen a ser asumidos desde la idea de experiencia estética con un carácter nuevo. Ésta se constituye en una manera de expresar el juicio estético desde la acción. Lo que para Ludwing Wittgenstein (1889-1951) serán las “reacciones estéticas”<sup>60</sup>, y que desde su pensamiento se convertirán en el verdadero objeto de la estética. Estas reacciones expresan el modo de sentir los objetos, que –según Wittgenstein– no está dado en la adjetivación (bello o hermoso) sino en las acciones complejas que manifiesta el ser humano. Es decir, lo estético debe entenderse como la posición que asume el sujeto sensible frente al objeto.

Así, la experiencia estética representa transformaciones de fondo en el pensamiento estético contemporáneo, que afectan no sólo los lineamientos teóricos actuales, sino la concepción y las maneras de recepción y percepción de los objetos que rodean al hombre, constituyéndose en una nueva manera de renovar sus relaciones sensibles.

Para concluir este acercamiento a la experiencia estética, vale anotar la propuesta que hace el teórico Hans Robert Jauss (1921-1997) en torno a las experiencias estéticas fundamentales<sup>61</sup>:

Con el fin de elaborar una síntesis de sus prestaciones, analizaremos ahora tres conceptos fundamentales de la tradición estética: *poiésis*, *aisthesis* y *catharsis*. *Poiéis*, entendida como “capacidad poética”, designa la experiencia estética fundamental de que el hombre, mediante la producción de arte [y simbólica en general], puede satisfacer su necesidad universal de encontrarse en el mundo como en casa [...] Haciéndolo obra propia y obteniendo en esta actividad un saber que se distingue tanto del conocimiento conceptual de la ciencia como de la praxis instrumental del oficio mecánico. *Aisthesis* designa la experiencia estética fundamental de que una obra de arte [y el objeto] puede renovar la percepción de las cosas, embotada por la costumbre, de donde se sigue

<sup>60</sup> Ludwing Wittgenstein, *Lecciones y conversaciones sobre estética, psicología y creencia religiosa*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1996, p. 19.

<sup>61</sup> Propuesta que se convierte en punto clave para la construcción del recorrido de observación de la experiencia estética en el objeto de uso, hecha explícita en la reflexión visual (fotografías).

que el conocimiento intuitivo, en virtud de la *aisthesis*, se opone de nuevo con pleno derecho a la tradicional primacía del conocimiento conceptual. Finalmente, *catharsis* designa la experiencia estética fundamental de que el contemplador, en la recepción del arte [y los objetos], puede ser liberado de la parcialidad de los intereses vitales prácticos mediante la satisfacción estética, y ser conducido así mismo hacia una identificación comunicativa u orientadora de la acción<sup>62</sup>.

Estos tres niveles de la experiencia estética –creadora (*poiésis*), receptiva (*aisthesis*) y liberadora (*catharsis*)– propuestos como experiencias estéticas fundamentales proporcionan una manera de entender lo estético y de asumirlo con precisión; además, hacen posible concentrar la mirada en un punto álgido del problema de la experiencia estética. *Poiésis*, *aisthesis* y *catharsis* constituyen una propuesta desde la estética de la recepción, que –aunque tiene su génesis en la teoría literaria– permite desde la teoría del objeto encontrar una categorización precisa que sirve como punto de partida para la observación y comprensión de los procesos estéticos en el objeto de uso.

Lo estético no establece límites tan contundentes porque la experiencia estética no es una experiencia “pura” y sistemática; no obedece a órdenes ni a esquemas descifrables. Caer en esto es volver a la búsqueda inicial de la estética por encontrar una ley universal que rija todo lo estético (las maneras de entender el mundo sensiblemente).

Una vez propuestas estas tres miradas de lo estético – el arte, la belleza y la experiencia estética–, será en definitiva esta última la que aporte a la construcción de un marco que permita no sólo aproximarse a la estética en el objeto de uso, sino entender la relación de este fenómeno sensible con otro fenómeno de carácter socio-cultural como es el diseño industrial.

Las otras miradas procuran confusiones históricas que no permiten develar los procesos de la estética en el objeto de uso. Así con lo artístico deviene la obra de arte, que, como se ha propuesto anteriormente, deja por fuera todo lo que tiene que ver con lo útil, lo cotidiano y lo no contemplativo. La belleza es ahora una idea, que según lo demuestra la antropología del arte,

<sup>62</sup> Jauss, *op. cit.*, pp. 42-43.

es relativa a los valores intrínsecos de una cultura determinada. La experiencia estética no ha tomado partido por prácticas estéticas en particular. Se instaura en la relación (intersensible) más allá del mismo objeto que la provoca.

Los *procesos del diseño*<sup>63</sup> tienen como epicentro al objeto de uso, en tanto que es éste el que media entre la propuesta del diseñador y el usuario<sup>64</sup> a través de la forma como primera dimensión sensible del objeto. La idea de forma, tan importante para casi todos los discursos estéticos en torno al objeto de uso, será aclarada según la propuesta de Mario Perniola (1941-), quien pretende retomar el verdadero significado de este concepto perdido y generalizado a través del tiempo:

La dificultad de una formulación unívoca del problema deriva, en realidad, del hecho de que el concepto occidental de forma no es en absoluto unitario. La forma encuentra en su interior un profundo desasosiego, que proviene de la confluencia en un solo término de dos nociones que eran, para los antiguos griegos, de una semántica bien distinta. El *eídos* (en latín *species*), la forma inteligible, era entendido como algo diverso de la *morphé* (*forma* en latín), la forma sensible<sup>65</sup>.

Estas dos connotaciones de la forma permiten proponer este concepto con toda la complejidad que merece. Así la

<sup>63</sup> La idea de “procesos del diseño” difiere de “proceso de diseño”. La primera se anotará en referencia a todos los fenómenos que arrastra y construye a su paso el diseño como manifestación socio-cultural, es decir, desde el antes y después del objeto. “Proceso de diseño” se anotará en referencia a las etapas y los momentos a los que se enfrenta el diseñador cuando configura y conforma el objeto, es decir, el antes del objeto.

<sup>64</sup> El concepto de “usuario” representa el sujeto que establece una relación con el objeto de uso. Sin embargo, por las connotaciones propias del diseño industrial, podría proponerse hablar de cliente cuando la relación se establece con el objeto-producto, hablar de contemplador cuando se establece con el objeto-*voyeur*... y así presentar una categoría según el fin último del objeto. La categoría de usuario es anotada aquí en tanto que el centro de estudio es el objeto de uso. Cada una de estas categorías restringe las posibilidades y limita las relaciones plenas con el objeto; son relaciones “puras” que por lo general no se encuentran sino en los modelos de estudio. Valdría la pena indagar si existe una categorización del sujeto que integre todas las posibles relaciones que éste puede llegar a establecer con los objetos del diseño industrial.

<sup>65</sup> Mario Perniola, *La estética del siglo XX*. Madrid: Colección La Balsa de la Medusa. A. Machado Libros S.A., 2001, p. 62.

forma –para este estudio– no representa simplemente el ordenamiento de la materia en el espacio sino un orden y una propuesta en términos de ideas. De manera que el objeto, a través de la forma como idea (*eídos*) y sensación (*morphé*), se convierte en la mediación entre diseñador y usuario.

Cualquier acercamiento al objeto de uso a través de la forma se hace visible mediante la experiencia de uso. Es ya un hecho bastante dicente que el recorrido realizado hasta ahora lleva a una propuesta clara: la estética se aproxima al diseño –y viceversa– a través de la idea de experiencia, en tanto que ambos –estética y diseño– se reafirman y fundamentan a través de la experiencia estética y la experiencia de uso, que se funden en una sola en el objeto de uso. De alguna manera podría nombrarse esta fusión como *experiencia de diseño*.

El objeto puede entenderse entonces como una propuesta que, fundamentalmente, actúa en términos de experiencia. Los objetos que corresponden al entorno cotidiano del ser humano no establecen relaciones sino a través del mutuo movimiento de las sensibilidades, a través de una relación dinámica, que como se pretende actualmente, debe dejar huella y sobre todo apropiarse de un espacio en la memoria sensible y extra-sensible de quien se aproxima al objeto –de quien lo usa–. Con todo esto, resulta fácil comprender no la estética del objeto de uso, ni los tejidos que la provocan y la mantienen, sino solamente el punto de partida para relacionar de manera clara y coherente la cuestión estética con los procesos del objeto de uso.

La mediación a través de la forma pone un nuevo componente en la postura estética de la forma; explícitamente presenta a la forma de los objetos de uso como síntesis de fenómenos socio-culturales. Así, esta mediación inteligible y sensible representa, además, un encuentro del momento social y cultural en el que se insertan el objeto, el usuario y el diseñador. Cualquiera de estos tres actores de la experiencia de diseño arrastra consigo todo el contexto socio-cultural que lo prohija. El objeto a través de la forma como la parte sensible que ataca al sujeto. El usuario y el diseñador lo harán a través de su ser sensible, que no, por “ser sensible”, se escapa de participar en las acciones sociales y culturales que han determinado las maneras de aproximarse al mundo, del diseñador y el usuario.

No es sólo la forma entonces, la que se ve envuelta en este contexto socio-cultural; también participan el diseñador y el usuario, en una relación compleja que es difícil de descifrar porque varía de sujeto a sujeto, de objeto a objeto, de diseñador a diseñador. Cada mínima variación en este proceso se ve reflejada en las experiencias de uso y estética que asumen diseñador y usuario.

Lo expuesto hasta el momento evidencia una posición que ya ha sido asumida por muchos pensadores, desde el mismo Kant hasta los extramodernistas, y es la imposibilidad de encontrar una regla o una ley universal que determine lo que complace a nuestros sentidos. Retornando a la primera casilla, la pregunta que da inicio al pensamiento estético occidental vuelve a hacerse latente, sólo que ahora no se buscará la armonía en leyes divinas o cósmicas, sino que se forjará el camino para entender que la experiencia estética no puede determinarse según leyes de la razón. Así, al inicio del siglo pasado:

El esteta polaco J. Segal, escribió en la revista filosófica polaca, en 1911, que los objetos bellos no tienen características comunes, sino formas y características diferentes; por tanto, no puede concebirse una teoría general de la belleza; por otra parte, lo que puede hacerse es descubrir las características comunes que experimentamos cuando nos encontramos ante objetos que son bellos, esto es, podemos descubrir los rasgos comunes de la experiencia estética<sup>66</sup>.

Más que descubrir los rasgos de la experiencia estética, podría hablarse de comprenderlos. Pues el proceso de "descubrimiento" implicaría, por lo menos en el caso concreto del objeto de uso, liberarlos de sus contextos socio-culturales, cosa por demás bastante ilógica porque dejaría al objeto sin mediación, sin una manera sólida de aproximarse al sujeto y al diseñador a través de la experiencia. Vuelve al objeto una cosa meramente contemplativa, una cosa perdida en su espacio y tiempo, sin referentes o coordenadas que lo ubiquen dentro de un escenario socio-cultural específico.

Desde esta perspectiva, se presenta una razón de desilusión en los intentos de evaluación estética: "La cualidad

<sup>66</sup> Tatarkiewicz, *op. cit.*, p. 362.

estética se espera que sea la única base legítima para nuestras preferencias. Esta asunción es irreal: los objetos estéticos son potentes símbolos. Sus significaciones simbólicas, que emergen durante el encuentro estético, no pueden ignorarse en nuestras preferencias<sup>67</sup>. Además, cualquier intento de evaluación estética o estudio de la experiencia estética no puede pretender convertirse en norma universal y perenne, en tanto que la dinámica de los procesos socio-culturales se vuelve imprecisa y casi indescifrable.

Así, los estudios que pretenden descifrar, comprender o “descubrir” los rasgos de la experiencia estética tienden a perder su norte, básicamente por comprometer el objeto de uso con características propias de la obra de arte. El objeto es una realidad que reclama ahora toda independencia, y representa complejidades que le son propias, por encontrarse envuelto y ser también protagonista de hechos socio-culturales que, se podría decir, terminan de configurarlo, concluyen el proceso creativo que se dio inicio en el diseño como tal, y que sigue recreándose en un ciclo sin fin, que sólo termina cuando el objeto sea excluido de su condición social.

Por último, vale citar los rasgos de la experiencia estética propuestos por Harold Osborne, que si bien no constituyen un acercamiento explícito al objeto de uso, sí permiten encontrar algunos referentes que pueden ser de interés al emprender la búsqueda de los rasgos propios del objeto de uso<sup>68</sup>:

- [1] Aquel que separa, “encuadra aparte” el objeto de su medio ambiental visual para favorecer la concentración de la atención...
- [2] ... el contexto del objeto –histórico, sociológico y estilístico– tan importante para el historiador es irrelevante para el contemplador estético...
- [3] ... un objeto complejo se percibe como complejo, pero no se analiza en una agrupación de “partes fijas en tales o cuales relaciones de una con otra” [el objeto como un todo, gestáltica]...

<sup>67</sup> Jacques Maquet, *La experiencia estética. La mirada de un antropólogo sobre el arte*. Madrid: Celeste Universo, 1999, p. 175.

<sup>68</sup> Harold Osborne, *The Art of Appreciation*, citado por Maquet, *op. cit.*, p. 53.

- [4] ... la experiencia estética es “aquí y ahora”... por consiguiente, “el color emocional característico” de la experiencia estética se hace de la serenidad y no del apego... [es decir, la experiencia estética se agota, entre otras cosas cuando se establecen otro tipo de relaciones con el objeto].
- [5] ... “aquellas meditaciones meditativas y juegos de la imaginación en que la sensibilidad poética se deleita al complacerse son también extrañas para la absorción estética”, porque interfieren en la concentración del objeto visual...
- [6] ... la percepción estética se interesa por el objeto como se ve, así con su apariencia, no con su existencia... [acercaamiento desinteresado para la percepción estética].
- [7] ... cuando la absorción estética se logra, hay una pérdida del sentido del tiempo, lugar y conciencia corporal...
- [8] ... la atención estética puede dirigirse hacia algo, pero no puede mantenerse más allá de lo que el objeto puede sustentar.

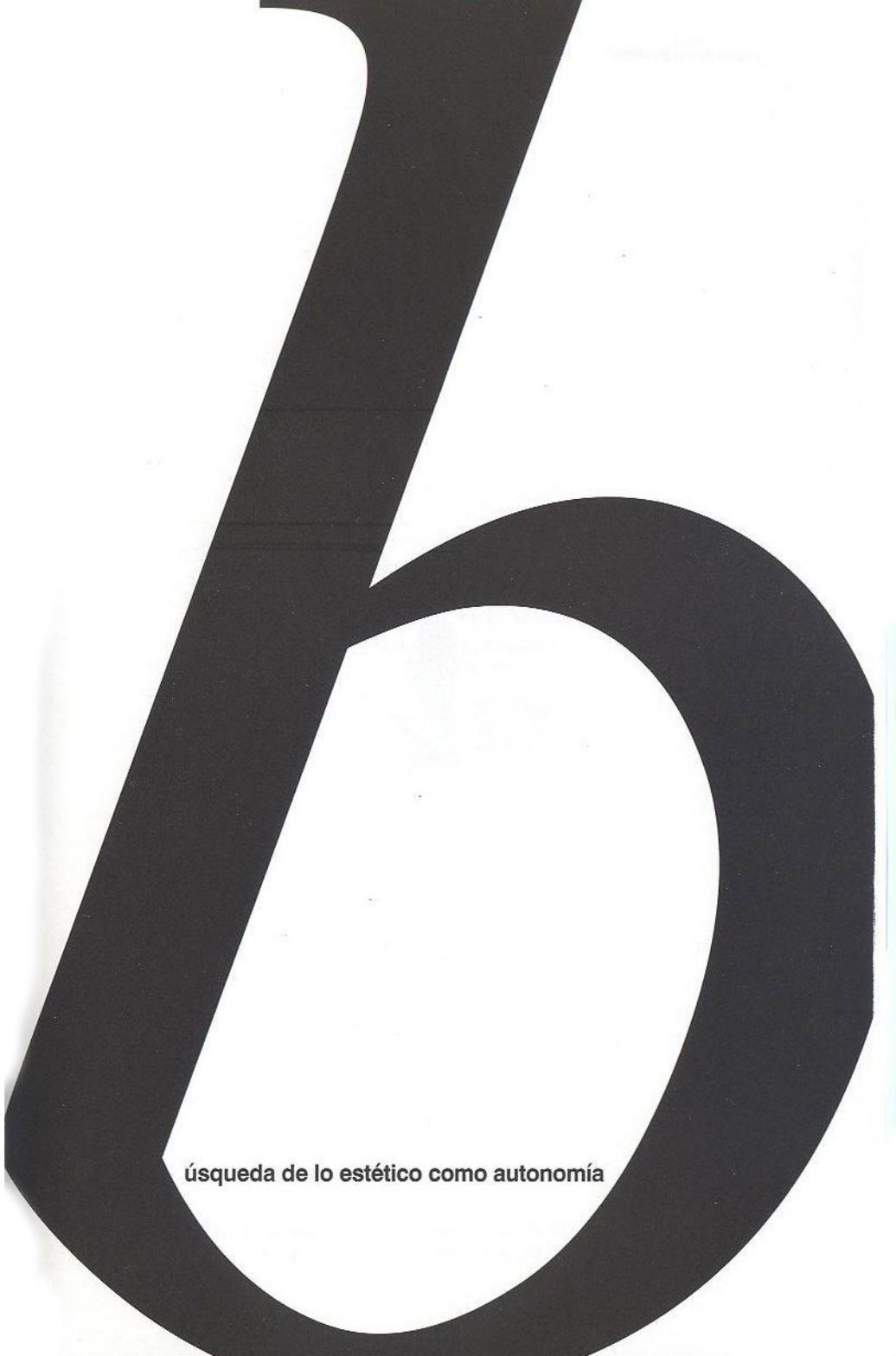
Pretender dar claves explícitas y concretas que describan la experiencia estética en el objeto de uso no es el objetivo final de este estudio.

En conclusión, el recorrido sobre el concepto de estética aclara que la exclusividad que sobre éste ha declarado el arte no es una cuestión universal, ni se encuentra en la pregunta que da inicio a toda la discusión estética. A lo largo de la evolución del pensamiento se van insertando elementos que permiten ahora ver en lo estético tres miradas: el arte, la belleza y la experiencia estética. Esta última constituye el puente fundamental en la relación entre estética y diseño industrial. De ahí se desprende el valor de la experiencia estética y de uso, punto en el que pueden llegar a encontrarse dialógicamente los rasgos de la experiencia estética en el objeto de uso, en tanto que ésta constituye una manera de expresar la relación estética, es decir, los juicios estéticos. Los juicios sobre los que se emprendería la comprensión de la experiencia estética se pueden establecer, además del lenguaje –como manera de aproximarse a los procesos humanos–, sobre las acciones concretas del individuo.

Estas acciones llevan a lo estético a una "interrelación", y serán la base para comprender varias de las características de lo estético en los objetos de uso. Si bien pueden verse, estudiarse y aproximarse a ellas, no será –como podría pensarse– a través de los métodos cuantitativos como se pretenda descifrar las reacciones estéticas de los sujetos.

La estética en el objeto de uso se encuentra profundamente enraizada en nuestra cotidianidad, quizá es por esta razón que se hace difícil intentar comprenderla. Caer en un "experimento" psicológico que demuestre el común acuerdo entre varios sujetos no muestra en su plenitud los rasgos de esta experiencia; sólo será un vano intento por objetivar nuestras acciones sensibles.

## [ El objeto asociar



Úsqueda de lo estético como autonomía

Traducir el objeto como individual... volverlo  
pretensión de un hecho social.



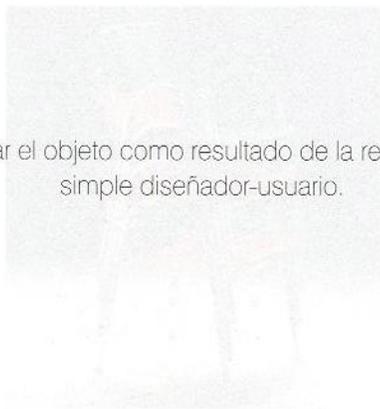
["Grifería Aquamar", Industrias Ramon Soler S.A.  
En: *On Diseño*. Barcelona. No. 187]

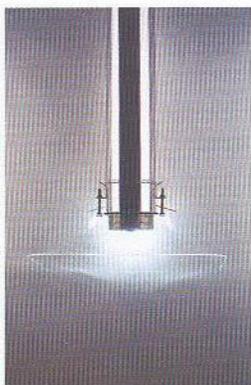
Desplazar el uso por la contemplación.



[“Silla Twist”, Diseño y producción Amat.  
En: *On Diseño*. Barcelona. No. 190]

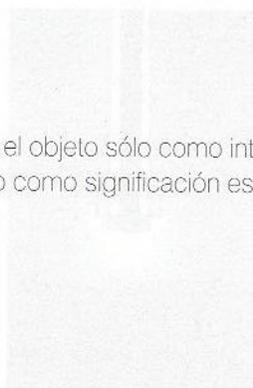
Mirar el objeto como resultado de la relación  
simple diseñador-usuario.





["Campana Diáfana", Producida por BD Ediciones de Diseño.  
Según diseño de Oscar Tusquerts y Lluís Clotet  
En: *On Diseño*. Barcelona. No. 190]

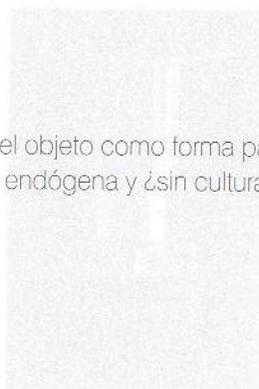
Mirar el objeto sólo como intención,  
sólo como significación estética.





["Soporte para instalación de bañeras", Diseñado por Gaspar Soto.  
En: *On Diseño*. Barcelona. No. 190]

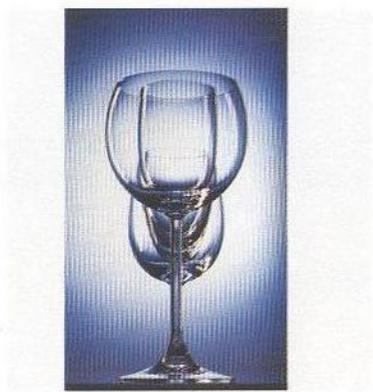
Mirar el objeto como forma particular,  
endógena y ¿sin cultura?





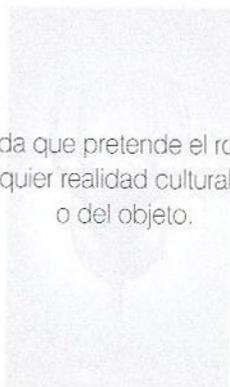
["La cintura di Orione".  
En: *Alessi Gift*. Milán. Italia]

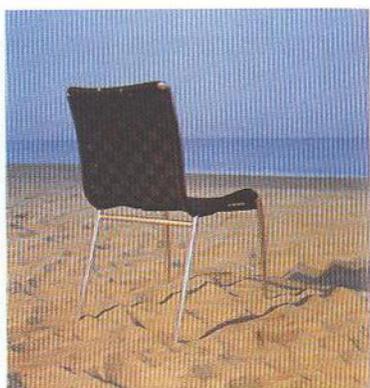
Casi un objeto autista... una cosa  
materializada de por sí. Sin antes ni después.



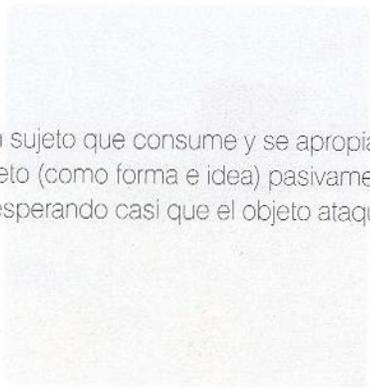
["Orseggi".  
En: *Alessi Gift*. Milán, Italia]

Una mirada que pretende el rompimiento  
con cualquier realidad cultural del sujeto  
o del objeto.

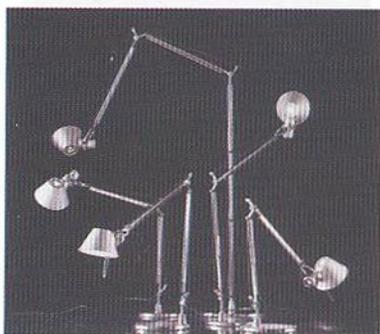




["Silla ¡Hola!", Diseño de Jorge Pensi para Kuschtco/Akaba.  
En: *On Diseño*. Barcelona. No. 190]

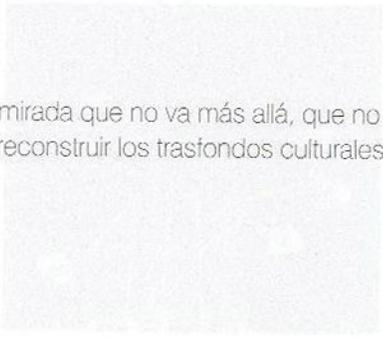


Un sujeto que consume y se apropia del  
objeto (como forma e idea) pasivamente...  
esperando casi que el objeto ataque.



["Tolomeo Lamp", Diseñado por Michele De Luchi  
y Giancarlo Fassina, para Artemide.  
En: *Design within reach*. San Francisco, CA. (enero 2003)]

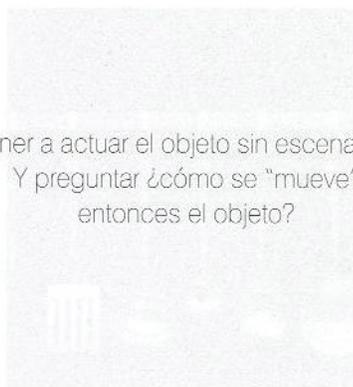
Una mirada que no va más allá, que no desea  
reconstruir los trasfondos culturales...





[“Valle”]  
En: *Alessi Gift*. Milán, Italia]

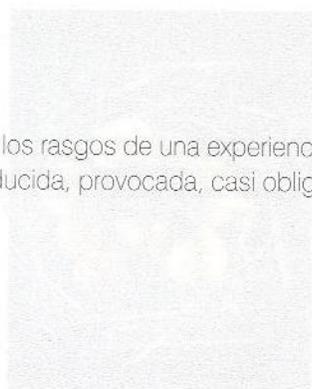
Poner a actuar el objeto sin escenario...  
Y preguntar ¿cómo se "mueve"  
entonces el objeto?





["Blow up".  
En: *Alessi Gift*. Milán, Italia]

Develar los rasgos de una experiencia estética  
inducida, provocada, casi obligada.





["Butterfly kiss". Diseñado por Christian Ghion  
para Sawaya & Moroni.  
En: *Diseño interior*. Madrid. No. 131 (junio 2003)]



No hay un encuentro pleno con la experiencia  
estética, porque el objeto y el sujeto  
aparecen distanciados.  
No hay mediación.

[ La cultura estética

dos

**ada época tiene el andar,**

la mirada y el gesto que le son propios... no sólo en las maneras y los ademanes sino incluso en la forma del rostro".

*Charles Baudelaire*

Definir el concepto de cultura es casi tan complejo como definir exactamente lo que es estética. En parte, porque al igual que la estética, la cultura comprende un tejido tan amplio de posibilidades, y el hombre ha estado tan profunda y estrechamente relacionado con estos ámbitos, que se han ido difuminando sus límites a través del tiempo.

No se asume la tarea compleja de reconstruir una nueva definición de cultura, ni presentar un apretado compendio de definiciones, que serán sólo muestra parcial y sesgada de una realidad determinada; únicamente se pretende aclarar y trazar lazos desde la cultura y los conceptos, los que permitirán dar razón de los procesos socio-estéticos en los que se establece el objeto de uso<sup>69</sup>.

Dividir la idea de cultura en material e inmaterial hace posible aproximarse, primero, a aquellas manifestaciones que dejan como rastro de su existencia un hecho material, llámese objeto, obra de arte, herramienta, o "cosa": cultura material, y a todas aquellas prácticas o manifestaciones de grupos sociales establecidos que tienen en sus haberes

ritos, danzas, carnavales, fiestas: cultura inmaterial. Aunque se presente confrontada y limitada, esta idea de dividir las manifestaciones culturales sobrevive gracias a que permite establecer una notable diferencia entre el "objeto" y la "idea" como cultura. Sin embargo, estos límites no son tan claros ni precisos en los procesos culturales, pues cada fiesta, danza o ritual (en el caso de lo urbano podrían citarse las bienales de arte, los encuentros de teatro y hasta el mismo rito –de consumo– que se hace manifiesto en los centros comerciales) arrastra consigo representaciones tangibles, es decir, objetos rituales, indumentarias, etc... Y viceversa, cada objeto, obra de arte, artesanía, envuelve una postura en forma de idea. Buscando aclarar esta idea vale anotar la definición de patrimonio intangible expresada por la Unesco:

El conjunto de formas de cultura tradicional popular o folclórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos, y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat<sup>70</sup>.

La verdadera magnitud de todos los fenómenos que envuelve la cultura no puede verse limitada a uno de estos aspectos, sino que debería encontrarse en el cruce de estos dos grandes grupos. Esto, en razón de poder explicar cómo la *cultura estética* es un fenómeno que tiene vínculos con la cultura inmaterial, en tanto que trata la manera como nos apropiamos sensiblemente de la realidad, lo que implica que esa parte de la cultura la generan los actos del pensar y actuar. Pero esta misma cultura

<sup>69</sup> Vale la pena iniciar evitando limitar el concepto de cultura a unas cuantas prácticas artísticas, que pertenecen a lo que algunos han llamado "alta cultura" (música clásica, bellas artes, ópera...). Esto pondría en desventaja a otras prácticas que también contribuyen a construir un fenómeno humano. No obstante, éstas limitaciones servirán para entender los tejidos complejos del concepto de cultura en sentido amplio.

<sup>70</sup> El URL de este documento es: [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

estética traza vínculos con la cultura material, en tanto que parte de las relaciones sensibles se establecen a través de representaciones materializadas en los objetos –de uso–, las obras de arte o las artesanías. Manifestaciones que conforman el entorno “material” y tangible con el que el hombre y los grupos sociales establecen vínculos sensibles, es decir, relaciones estéticas.

Néstor García Canclini propone entender por cultura:

... aquella dimensión de la realidad que da cuenta de las prácticas e instituciones que, de una u otra manera, contribuyen a la producción, administración y reestructuración del sentido de las acciones sociales. El concepto intenta aprehender el conjunto de procesos mediante los cuales los hombres se representan el mundo, lo interpretan y lo construyen, haciendo así comunicable e inteligible su experiencia para con los demás<sup>71</sup>.

Esta aproximación permite ver en lo cultural características del concepto, que se vuelven propias de la idea de cultura. Ser una manifestación humana, propia de un colectivo (grupo social definido), ser dinámica en tanto que sufre transformaciones, y estar referida en la mayoría de los casos a un “conjunto o agrupación” de ideas, instituciones u objetos que constantemente están dando significado a todas las prácticas sociales. Estas características ayudan a entender las implicaciones de la cultura estética en particular.

Dentro de estas características de cultura se implantan prácticas sociales que se han sabido proponer como “seudoculturas” o “subculturas”. El caso de la cultura de masas es una de ellas. A diferencia de las culturas que son aceptadas y validadas (por ejemplo, la cultura popular, las culturas campesinas y hasta la alta cultura), éstas –las seudoculturas– no dan cuenta de una organización interna que las explique; es decir, carecen de estructuras (por ejemplo, la cultura de consumo). Es una cultura impuesta –además de un fenómeno propio de los siglos XIX y XX–, por lo general en complicidad con los medios de comunicación, y no proviene con identidad ni es reflejo de ningún sector específico de la sociedad.

<sup>71</sup> Néstor García Canclini, citado por Ana Mercedes Pereira Souza, *Sociología de la cultura en América Latina. Una perspectiva colombiana*. Bogotá: Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la UNAD, 1997, p. 186.

Esta cultura, sin embargo, puede empezar a elaborarse internamente hasta llegar a convertirse en parte de la cultura popular. No obstante, en la cultura de masas se establecen muchas de las prácticas culturales actuales, puesto que ella nace a la par con las profesiones propias a los medios de comunicación (publicidad, comunicación y periodismo) y en general en las variantes de la cultura estética de finales del siglo XIX (diseño industrial, diseño gráfico, diseño de modas...).

Las "otras" culturas suelen delimitarse dentro de los conceptos de cultura popular y alta cultura, y éstas se aproximan más a la idea de cultura porque dan cuenta de una organización interna que las explica. Poseen un sentido que da razón de las acciones sociales, y provienen de sectores o grupos sociales específicos. La alta cultura, por lo general, intenta imponerse sobre los demás ámbitos de la cultura con un sentido hegemónico, mientras que las culturas populares se exponen a manifestaciones culturales que ostentan una mayor capacidad de influencia.

Estas delimitaciones sobre lo cultural pierden cada vez más fuerza porque estos límites tan marcados, que presentan notables diferencias entre uno u otro, ya no son tan visibles. Las culturas, o mejor, los aspectos que matizan lo cultural y que permitían establecer estas diferencias tan radicales, ya no se instauran sobre grupos específicos, ni en territorios concretos, por lo que se hace válido destacar conceptos como "culturas transversales" y "culturas híbridas"<sup>72</sup>, para acoger estas nuevas transformaciones de lo cultural.

La idea de culturas híbridas y transversales permite aproximarse a los fenómenos actuales que surgen como resultado del encuentro sinérgico entre lo que antes se denominaba alta cultura, cultura popular y cultura de masas –*hibridación*–, sumando a este encuentro la imposibilidad de ligar las nuevas manifestaciones culturales a territorios o grupos sociales propios de un tiempo o espacio concretos –*transversalidad*.

Como actor de estas nuevas acciones sociales que han dado como resultado la propuesta de estos nuevos conceptos, se presenta otro fenómeno social y cultural. La idea, propuesta

<sup>72</sup> Ver Néstor García Canclini, *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. México: Editorial Grijalbo, 1990.

por el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1930-2002), trata de agrupar el surgimiento de nuevas profesiones ubicadas en los medios de comunicación, y en general preocupadas por la producción simbólica y material, por afectar sensiblemente al hombre, y que se fortalecen a partir de las tendencias del mercado. El crecimiento y desarrollo de estos "intermediarios culturales" propone nuevas orientaciones en torno a lo cultural, que podrían estar en términos de:

... una ampliación de la gama de bienes culturales legítimos, y la caída de algunas de las viejas jerarquías simbólicas. Los nuevos creadores del gusto, que constantemente se hallan en la búsqueda de nuevos bienes y de experiencias culturales [...] Guías de vivir y el estilo de vida [...] Los nuevos intermediarios culturales pueden hallarse en ocupaciones de la cultura de consumo orientadas hacia el mercado –los medios de comunicación, la publicidad, el diseño, la moda, etc.– [...] Por tanto, para comprender la receptividad a los bienes y las prácticas [actuales] necesitamos investigar los procesos desarrollados en la sociedad que han puesto en un lugar más destacado a los especialistas en producción simbólica y, específicamente, las modificaciones en las relaciones entre artistas, intelectuales, académicos e intermediarios culturales...<sup>73</sup>.

Estos "intermediarios culturales" propenden un cambio en el objeto de estudio de la cultura y, más específicamente, de la cultura estética. Son ellos los que han empezado a transformar el panorama estético actual por estar orientados a afectar sensiblemente al hombre, y por ser puente y lazo que unen el encuentro entre lo que se denominaba alta cultura, cultura popular y cultura de masas. Es decir, son en parte causa –y consecuencia a la vez– del surgimiento de las "culturas híbridas" y las "culturas transversales".

El diseño industrial –y el diseño en sentido amplio– encaja perfectamente dentro de esta definición de intermediarios culturales. Su preocupación por la producción de bienes, que además de adaptarse a un mercado, se conviertan en símbolos

<sup>73</sup> Mike Featherstone, *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2000, p. 74.

y objetos culturales que afectan la sensibilidad colectiva, dejan ver la estrecha relación de los ámbitos de la cultura –dentro de los cuales se cuenta la cultura estética– con el diseño. Entonces, para comprender la estética en los objetos de uso –nuestro entorno próximo– se debe procurar entender cómo el diseño se enmarca dentro de una dinámica socio-cultural, y cómo, a partir de estos fenómenos, se explica la naturaleza estética de los diseños. Bien lo propone Juan Acha<sup>74</sup> al afirmar que la cultura estética explica a las artesanías, las artes y los diseños, y no al revés.

Deteniéndose en la idea de Acha, puede comprenderse el giro que implica en la manera de aproximarse a los diseños. Por lo general, los procesos del diseño se desligan de la dinámica de lo socio-cultural, y, por el contrario, se intentan explicar y comprender los procesos socio-culturales desde la producción de diseño –desde el objeto–. Visto de esta manera, se resta importancia a las estructuras socio-culturales que dan y renuevan el sentido, y le otorgan relevancia social y estética a los diseños.

Después de esbozar este pequeño panorama en el que se intenta comprender los lazos que atan el diseño y la cultura a través del concepto de intermediarios culturales, vale la pena aproximarse a la idea de *cultura estética*.

Como se propuso anteriormente, la cultura estética no podría establecerse –radicalmente– dentro de los parámetros de la cultura material o inmaterial, en tanto que de ella no sólo hacen parte las ideas, las emociones y las expectativas sensibles, sino que además todas estas relaciones se materializan en los objetos de uso, las artesanías y las obras de arte. El centro de estas relaciones –podría decirse– gira en torno a estas representaciones materiales, son ellas las que al insertarse en la dinámica socio-cultural vitalizan y renuevan el sentido del hombre receptor –consumidor, contemplador, usuario– y el hombre creador –diseñador, artesano, artista...

Según Juan Acha, la "cultura estética" es: "... la reunión de relaciones sensitivas que predominantemente mantienen los miembros de la sociedad con la realidad diaria e inmediata [...] cúmulo de preferencias, aversiones e indiferencias sensitivas imperantes en la

<sup>74</sup> Acha, *op.cit.*

colectividad, con respecto a los objetos y la gente, la flora y la fauna, los paisajes y los espacios"<sup>75</sup>. Esta propuesta de Acha deja por fuera la parte de la cultura material que correspondería a la cultura estética; es decir, los objetos y las obras, las cosas y las artesanías, que a través de su materialidad procuran y hacen posible que se establezca esa relación sensible con la "realidad diaria e inmediata". Esto sería un complemento a esta definición.

Desde esta perspectiva, se propone al objeto de uso como punto de encuentro entre cultura material e inmaterial, como encuentro armónico entre las dos ideas. El objeto concluye a través de su forma inteligible (*eídos*) y su forma sensible (*morphé*) un imaginario colectivo, una idea social y permanente, una tradición –si se quiere–, pero también una postura en relación con su materialidad, no sólo en términos de composición, sino también como herencia en el trabajo de los materiales –en el caso del objeto artesanal–, de los procesos por los que fue hecho y hasta de las avanzadas tecnológicas. Desplazar la cultura material, desde esta perspectiva, limita el abordaje complejo y completo que debe hacerse para entender el concepto de cultura estética.

Como ya se ha propuesto, la cultura estética acoge varias de las manifestaciones estéticas actuales, que históricamente Acha<sup>76</sup> define en términos de diseños, artes y artesanías. Esta postura permite plantear el desplazamiento del arte como única fuente de cultura estética, en tanto que estos otros fenómenos han terminado por incluirse en la vida sensible del hombre común.

Resulta fácil comprobar cómo la mayoría de la población mundial posee ideales y sentimientos de belleza que le permiten llevar una vida estética muy activa sin tener contacto alguno con las artes en el concepto occidental del término; incluso ni siquiera necesita tal contacto... [por tanto] Lo estético es inevitable y cotidiano, espontáneo y orientado hacia las bellezas naturales o culturales, todas valorativas, por consiguiente, *no existe hombre sin vida estética...*<sup>77</sup>.

<sup>75</sup> *Ibid.*, p. 27.

<sup>76</sup> *Ibid.*

<sup>77</sup> *Ibid.*, pp. 20, 22.

El hecho de que “no exista hombre sin vida estética” –como propone Acha–, no es sólo consecuencia de la inclusión de otros fenómenos estéticos –distintos a las artes–, sino de las transformaciones en la sensibilidad del hombre común, en parte por la inclusión de la tecnología en la vida cotidiana, de los medios de comunicación y de la producción simbólica de “intermediarios culturales” como el diseño industrial. Así es como puede afirmarse que los objetos del diseño industrial han terminado por afectar las maneras de percibir y entender el entorno sensible del hombre común.

Después de todo, la mayoría de nuestros objetos fabricados en serie son “diseñados”, y *el propósito del diseño industrial es hacer objetos utilitarios estéticamente satisfactorios*. Por consiguiente, prácticamente todo lo que vemos a nuestro alrededor incluye alguna intención estética y tiene algunos aspectos que son estéticamente relevantes<sup>78</sup>.

Los proyectos del diseño industrial están dirigidos a afectar la sensibilidad individual a través de la sensibilidad colectiva (en esta idea radica la importancia del diseño en la cultura estética). Estas sensibilidades, y las relaciones que entre ellas se generan, constituyen la estructura interna que sostiene la idea de cultura estética.

Esta sensibilidad colectiva –a la que se piensa van dirigidos los objetos del diseño industrial– representa una comunión de todas las sensibilidades individuales. En su conformación participan los hombres que han trazado algún vínculo sensible con su realidad inmediata. Se podría decir, entonces, que los hombres de manera colectiva e individual aportan en la construcción de este tejido –por demás complejo–, que constituye la *sensibilidad colectiva*. La complejidad de este fenómeno radica en que no se debería entender como una sumatoria de sensibilidades individuales. La sensibilidad colectiva empieza a dinamizarse y a transformarse, liberada muchas veces de las orientaciones individuales.

Ante esto vale anotar que, sin embargo, no se propone una ruptura entre los lazos que atan lo individual con lo colectivo. En cuestiones de estética, el consenso es importante.

<sup>78</sup> Maquet, *op. cit.*, p. 98.

Así anota Jauss: "Toda descripción evaluativa [juicio] en el ámbito de la estética está abierta a la comprobación intersubjetiva. Nadie que afirme saber de vinos piensa que un vino es bueno sólo para él. El juicio de gusto estético es siempre una invitación a participar en un gozo compartible"<sup>79</sup>. Se podría concluir que las sensibilidades se encuentran en una estrecha y compleja relación entre la dependencia y la plena autonomía. Comprender estas sensibilidades constituye la base fundamental para aprehender la cultura estética, por tanto, la tarea más compleja del diseñador a la hora de proyectar sus objetos.

Así, aunque la unidad fundamental de la experiencia estética se establezca en el ser sensible individual y particular, la condición indispensable para que esta experiencia construya y transforme la realidad en la que se inscribe es que esta experiencia estética trascienda al ámbito de lo colectivo. Una experiencia estética que no provoca ese "gozo compartible" –para el caso del diseño–, deja sus esfuerzos fuera de las intenciones que pueda tener el diseñador a través del objeto, en pocas palabras, lograr que ese objeto colme las expectativas sensibles colectivas –instaurándose a través de la experiencia estética– debería ser la intención fundamental del proyecto de diseño.

Esta experiencia se vuelve colectiva y compartible, no por el "solo objeto" como causa. En esta relación compleja desempeñan un papel fundamental las mediaciones que afectan la relación sujeto-objeto-diseñador. En parte, esta experiencia estética trasciende al ámbito de lo colectivo porque se establece coherentemente a través de la mediación socio-cultural, puente natural que conduce a la construcción de la cultura estética de una realidad colectiva.

Estas mediaciones (contextos socio-culturales) terminan por afectar la inserción de un objeto en la realidad colectiva e individual. Cuando el objeto ha sido proyectado, comprendiendo primero que va a ser sometido a una mediación socio-cultural, aumenta las posibilidades de que la experiencia estética individual trascienda al ámbito de lo social, es decir, que se convierta en una experiencia estética colectiva.

<sup>79</sup> Jauss, *op. cit.*, p. 17.

La relación sujeto-objeto-diseñador se ve transformada desde esta perspectiva. El objeto no va directamente “de la mente del diseñador al ser sensible del sujeto”, sino que se ve envuelto en una serie de mediaciones socio-culturales que terminan por afectar notablemente las relaciones que el objeto y el sujeto llegan a establecer. Esto afecta directamente el proceso de diseño en tanto que el objeto no corresponde solamente a una intención endógena del diseñador, en donde éste tiene control total y autonomía, no sólo en la configuración y conformación del objeto, sino en todo el contexto donde se inscribe. Los procesos del diseño abren la perspectiva y el campo de acción del diseñador, ya no con control pleno y autonomía, pues en estos procesos el objeto tanto se configura y conforma en la mente del diseñador, como en los contextos socio-culturales en donde se instaura<sup>80</sup>. La “otra mitad” del objeto, la conclusión de su “forma”, se sale de las manos del diseñador en tanto que éste sólo podrá actuar como un intérprete de estos contextos socio-culturales.

La relación entre sujeto, objeto y diseñador, contemplada como proceso de diseño, se desplaza por la relación entre *contexto socio-cultural* (CSC), *sujeto-usuario*, CSC, *objeto de uso*, CSC, *sujeto-diseñador*, CSC. En última instancia, cada miembro activo de la experiencia estética está rodeado por un contexto socio-cultural (CSC) propio –ésta es la mirada desde los procesos del diseño–. En esta última perspectiva, el diseñador proyecta básicamente “a través” de los contextos como mediaciones. Esto, porque se hace difícil encontrar al sujeto (como diseñador o usuario) y al objeto en plenitud, es decir, libres de determinaciones socio-culturales.

Al respecto, el antropólogo Jacques Maquet afirma que: “La mejor manera de comprender el componente cultural en un objeto es volver a situarlo en la cultura concreta en la que es

<sup>80</sup> Esto permitiría plantear que los procesos del diseño no se ocupan exclusivamente –evocando a Bruno Munari– de *¿cómo nacen los objetos?*, sino también de *¿cómo mueren los objetos?*, y mejor aún –para no ser tan fatalistas–, de *¿cómo viven los objetos?* El problema del diseñador actual no es proyectar el nacimiento de los objetos, sino intentar comprender *¿cómo viven los objetos?*, es decir, proyectar los procesos vitales del objeto. Todos nacen, pero *¿cuántos sobreviven?*

una presencia viva. El contexto cultural es donde el artefacto está funcionado como un artículo que tiene una relevancia estética”<sup>81</sup>. Fuera del contexto cultural, donde el objeto se presiente ajeno e “intruso” pierde entonces cualquier relevancia estética, pierde entonces sentido el oficio del diseñador y el esfuerzo que se ha hecho por proponer una intención estética –fin último del diseño–.

Para apoyar estas ideas en torno a la sensibilidad individual y colectiva, cabe proponer otros dos ámbitos que giran alrededor de la idea de sensibilidad, a saber: la *sensibilidad excepcional* y la *sensibilidad cotidiana*. Cada una de éstas se instaura a la vez en lo colectivo y lo individual.

La sensibilidad excepcional se caracteriza por la presencia de condiciones como el “espacio” y la capacidad cognitiva especial. Así, en lo artístico se da esta sensibilidad, en tanto que para poder disfrutar y gozar estéticamente de la obra de arte es necesario contar con un espacio particular –el museo– y una capacidad cognitiva especial –el conocimiento artístico–. Esta sensibilidad no la viven todos los hombres, ya que depende de unas condiciones especiales, de un contexto que la provoque y de un individuo preparado para recibirla. Esta sensibilidad apunta a lo individual –por lo general–, y de esta manera contribuye a la construcción de una realidad sensible, más que individual, particular.

Otra situación ocurre con la sensibilidad cotidiana. “Esta es la que vive indudablemente todo ser humano independiente del contexto, la posición socio-económica y el nivel cognitivo que posea; la única condición que demanda es la capacidad de aprehensión sensible innata al ser humano (es ésta el referente más próximo y que nos acerca a los fenómenos estéticos en los procesos del diseño)”<sup>82</sup>.

La sensibilidad cotidiana permite la relación con el entorno inmediato, con la naturaleza y lo artificial –el entorno creado–. Esta sensibilidad está siendo transformada por los fenómenos estéticos actuales<sup>83</sup>, además de ser una de las consecuencias claras de la inclusión de otros “productores” estéticos

<sup>81</sup> Maquet, *op. cit.*, p. 225.

<sup>82</sup> David Esteban Rodríguez, “Masacres de la belleza”. En: *Apuntes y desapuntes sobre estética y diseño industrial. Op. cit.*

<sup>83</sup> Se podría decir que un fenómeno estético es una transformación, de origen diverso (el arte, el diseño...) en y sobre el entorno, que termina por afectar las relaciones sensibles (estéticas) con el mismo.

—junto con el arte— como generadores de experiencias estéticas. Esta sensibilidad permite el surgimiento de relaciones sensibles con el entorno próximo y cotidiano, sencillamente porque se hacen posibles a través de la sensibilidad cotidiana.

A esta sensibilidad que se instaura tanto en lo colectivo como en lo individual van dirigidos los objetos de uso. Y aunque no existan condiciones concretas como en el caso de la sensibilidad excepcional, no se asume la demanda de “ninguna” capacidad cognitiva. Como cualquier relación, implica una capacidad de conocimiento —más como conciencia del otro— que procure el surgimiento de la experiencia estética.

Esta sensibilidad cotidiana no es perenne ni estable. Se adapta a cada contexto socio-cultural y los objetos que en éstos se establecen. Esta sensibilidad cotidiana se asume de manera constante y casi siempre pasa desapercibida. Sin embargo, es muy importante comprenderla para descifrar los tejidos de los procesos del diseño, establecidos dentro de la cultura estética como elemento que cohesiona las manifestaciones estéticas actuales.

Esta sensibilidad empieza a hacer parte de la manera como actuamos, de cómo se establecen —a partir de estas relaciones— límites que diferencian un segmento social de otro. A partir de estas relaciones sensibles cotidianas se constituyen los hábitos estéticos como una manera de mediar entre los fenómenos estéticos actuales —artísticos y extraartísticos— y la cultura estética.

Los *hábitos estéticos* dan razón de las maneras como actuamos, como reaccionamos y, en general, como establecemos relaciones sensibles con y en el entorno inmediato. La siguiente idea de hábito elaborada y definida por Bourdieu permite una aproximación a las manifestaciones que conforman la cultura estética:

[se le] llama *habitus* a las disposiciones inconscientes, los esquemas clasificatorios, las preferencias autoevidentes que el individuo tiene de la adecuación y la validez de su gusto por los bienes y las prácticas culturales: arte, comida, vacaciones, pasatiempos, etc. [...] El *habitus* no solamente opera

en el nivel de cognoscibilidad cotidiano, sino que se inscribe también en el cuerpo [...] En la talla, el volumen, la configuración y la postura corporales, en la forma de caminar, sentarse [...] Los gestos corporales, la expresión facial, la sensación de comodidad con el propio cuerpo: todas esas cosas delatan el *habitus* de nuestros orígenes [...]

Cada grupo, clase o fracción de clase tiene un *habitus* diferente<sup>84</sup>.

Estos hábitos aparecen en los cruces simbólicos que producen los diferentes "intermediarios culturales", y tienden a ser permeables a avanzadas socio-culturales. Es decir, en relación con la cultura estética, estos hábitos se instalan en la producción material de grupos sociales definidos. No son tan efímeros como la moda<sup>85</sup>, pero comparten con ésta su tendencia a lo cíclico, y a trascender sobre el poder y los efectos de los medios de comunicación.

Los hábitos, más que permanecer en el tiempo, lo hacen en el espacio. Participan activamente del tejido social. No son estables, ni permanentes, sino que se ven afectados directamente por la producción de objetos estéticos. Estos hábitos pueden llegar a encontrar alguna explicación o dan cuenta de su estructura en los procesos del diseño. Evocando la posición de Juan Acha, en la que se propone que la cultura estética explica a los fenómenos estéticos y no al revés, en el caso de los hábitos estéticos sucede una relación distinta: las manifestaciones estéticas aportan hacia la comprensión, y dan explicación de los hábitos estéticos, en parte, porque los hábitos estéticos son representados en el objeto estético; esto constituye el papel del objeto de diseño.

Los hábitos estéticos son la mediación entre la cultura estética y la sensibilidad individual. En relación con la sensibilidad

<sup>84</sup> Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, citado por: Featherstone, *op. cit.*, p. 153.

<sup>85</sup> Se podría plantear que en el caso concreto del diseño industrial, los objetos de uso, además de generar –en algunos casos– moda, se instauran mejor en los hábitos estéticos. En el momento que los objetos –a través de las mediaciones– se convierten en representación de un grupo social específico, empiezan a hacer parte de sus hábitos, y tienden así a establecerse dentro de una cultura estética. Éste sería un camino posible para que los objetos del diseño industrial reclamen un espacio cedido dentro de nuestras culturas estéticas actuales.

colectiva, no son mediación, ya que los hábitos estéticos de la sensibilidad colectiva están dados directamente por la cultura estética, mientras que los hábitos estéticos de la sensibilidad individual se forjan a través de las relaciones que establece el individuo con su entorno inmediato, que no sólo incluye los objetos cotidianos, sino también la obra de arte, las artesanías, la publicidad, etc... y se adaptan a las nuevas expectativas estéticas que emergen del ser sensible del individuo. La cultura estética muta con menos fragilidad, porque sobre ella se instauran procesos estéticos actuales, y además posee un pasado, una memoria estética que arrastra. Cuando un objeto hace parte de la cultura estética de un contexto particular, significa que ha trascendido en el tiempo, que ha marcado una huella, volviéndose nodo estructural de los nuevos rumbos que tome la cultura. Un objeto hace parte de la cultura estética cuando ha trascendido no sólo en un segmento especial de la sociedad, sino en un ámbito complejo de la cultura<sup>86</sup>.

En otras palabras, y evocando las ideas del historiador francés Fernand Braudel<sup>87</sup>, el objeto trasciende al ámbito de la cultura estética cuando logra adaptarse y hacer parte de los procesos de larga duración. Esta idea –que soporta el trabajo de Braudel– es explicada por Ricardo Rivadeneira de la siguiente manera:

Esta idea tiene sentido si comprendemos tres tipos de procesos: los de corta duración, los de media duración y los de larga duración. A la corta duración corresponde la coyuntura, el suceso político, la vida del artista y su obra; a la media, pertenecen las variaciones y transformaciones de los modelos económicos y la filiación del artista a movimientos culturales; se asocian a la larga duración las tradiciones de los pueblos y, en general, todos aquellos procesos que no alcanzamos a detectar fácilmente<sup>88</sup>.

<sup>86</sup> Es decir, cuando se vuelve síntesis del pensamiento, síntesis de fenómenos socio-culturales. En esto radica la verdadera complejidad que asume el diseñador frente a los procesos del diseño.

<sup>87</sup> Ver Fernand Braudel, *La historia y las ciencias sociales*. Madrid: Alianza Editorial, 1990.

<sup>88</sup> Ricardo Rivadeneira, "Arte y cultura, una mirada histórica y etnográfica." Ponencia para el III Congreso Internacional Cultura y Desarrollo (Unesco-Unicef-OEI, SELA, Convenio Andrés Bello). La Habana: Palacio de Convenciones, 9 al 12 de junio de 2003.

Esta idea lleva a pensar que en lo relativo a los procesos estéticos, que de alguna manera se han expuesto de lo individual a lo colectivo, corresponden las distintas "duraciones". Así, la *cultura estética* se lee como un proceso de larga duración, en tanto que es difícil de detectar sin una mirada histórica que revele los cambios dóciles de este proceso cultural. Los *hábitos estéticos* corresponderían a la media duración hacen parte de grupos sociales flotantes y efímeros que se transforman fácilmente, y se adaptan a la idea de "movimiento cultural". Por último, la *sensibilidad individual* –tanto del diseñador como del usuario– correspondería a la idea de corta duración, en estrecha relación con los dos procesos anteriores (cultura y hábitos estéticos); estaría afectada por las formaciones culturales de cada sujeto, donde desempeñan un papel importante procesos –también de corta duración, aunque a veces cíclicos– como la moda, la publicidad, el cine, el diseño en sentido amplio, los productos de consumo y, en general, la producción simbólica de los "intermediarios culturales".

Esto lleva a pensar que, como parte de la cultura estética, existe un grupo "selecto" de objetos que representan las expectativas, la memoria y las sensibilidades colectivas de una cultura. A este segmento de objetos podría denominársele "círculo estético"<sup>89</sup>.

Este "círculo estético" permite comprender los tejidos de la cultura estética donde se instaura, porque cada objeto –obra o cosa– que lo compone se vuelve síntesis de todos los fenómenos estéticos que allí se desarrollan. Hacen parte de este "círculo" los objetos de uso, y también las obras de arte que han trascendido a lo colectivo, las artesanías que han heredado un pasado estético –colectivo–, los entes de la naturaleza apropiados por el hombre y que se han vuelto representación de una postura estética, y en general, todas las producciones y reproducciones estéticas que han logrado reclamar relevancia dentro de lo colectivo.

<sup>89</sup> Esta idea la propone de alguna manera Jacques Maquet bajo la expresión: "locus estético". Dado que el concepto de "lugar estético" no deja muy en claro la idea a la que se apunta, por eso se prefiere usar la expresión "círculo estético" Maquet, *op. cit.*, p. 99.

Hacer parte de este "círculo" sería el propósito ideal de todo objeto de diseño. Pero este propósito no sólo se instaura en la intención estética del diseñador sino en los procesos del diseño. La "otra parte" del objeto, la que obedece a la configuración por parte del contexto socio-cultural, permitirá a este objeto –además, a través del tiempo y su capacidad de huella– hacer parte del "círculo" estético.

Es desde estas dinámicas que cobra sentido proponer la experiencia estética como el acto fundamental sobre el que el diseñador debe instalar todos los objetos que proyecta. Sin experiencia estética no hay huellas sensibles en el ser individual, no hay generación de hábitos estéticos, no hay "círculo" estético, y por tanto el objeto se aleja cada vez más de hacer parte de una cultura estética. Atando de manera rápida, consecutiva y causal puede entenderse mejor, porque la posición de este estudio está en revalidar la idea de experiencia estética ligada a la experiencia de uso (experiencia de diseño) como propuesta esencial en la que debería moverse el diseñador contemporáneo.

A lo largo de este escrito se ha expuesto constantemente la idea de "procesos" del diseño, sobre la cual el diseñador debería proyectar sus objetos. Estos procesos se validan y comprenden a través de la idea de "segmento estético".

Este segmento, a la vez cobijado por la idea de cultura estética, permite comprender el contexto (escenario) donde el diseñador enfrenta al objeto como "actor". "El segmento estético de una cultura reúne en una sola unidad conceptual todos los fenómenos relacionados con el diseño, financiación, fabricación, distribución, cambio y mejoramiento de los objetos estéticos [...] El segmento estético es esa parte del contexto que está más próxima al objeto"<sup>90</sup>. Es esa parte –del contexto– la que ayuda a explicar y comprender los procesos del diseño.

El segmento estético, además de incluir las sensibilidades –cotidiana o excepcional, individual o colectiva– hace referencia a todas las dinámicas sociales que de una u otra forma y que en algún momento en la "vida" del objeto terminan por afectar la manera de relacionarse con éste. Este segmento haría pensar que los fenómenos sensibles se trasladan a procesos

<sup>90</sup> *Ibid.*, p. 229.

sociales que al parecer no tendrían que ver con lo estético: los procesos de concepción, fabricación, distribución y consumo –fundamentales en la dinámica del objeto–, las interrelaciones que establece el objeto con otros objetos que lo rodean, y que la mirada del sujeto muchas veces las vuelve estéticas. Esto incluye casi todas las variantes que en los procesos del diseño –como se anotaba anteriormente– se salen de las manos del diseñador, pero que constituyen esa “otra” parte del objeto, ese acto “cocreador” que en última instancia otorga nuevas “formas” a las “formas” propuestas por el diseñador.

El segmento estético, tan importante para esta postura, debería convertirse en objeto de estudio fundamental en el diseño de los nuevos objetos estéticos. Este segmento, por tanto, es temporal, local y variable. Muchas veces no se puede ver determinado cuantitativamente, sino que merece un proceso de observación que arrojará como resultado datos “sensibles”. Es decir, la mirada sobre el segmento estético, es una *mirada estética*. En esta manera de entender el entorno sensible, el hombre pone toda su carga cognoscitiva, sensible e instintiva. Esta mirada no goza de plena autonomía estética, sino que se encuentra en función de los otros fenómenos de la cultura.

El estudio del segmento estético pone a prueba tanto la sensibilidad del diseñador –léase acercamiento estético–, como su capacidad de aproximación a un contexto socio-cultural sin violentarlo, sin romper sus estructuras fundamentales; entendiendo este contexto socio-cultural como escenario, como espacio y tiempo del objeto de uso. Escenario que no es solamente recreado por los objetos –que proyecta el diseñador–, sino por toda la producción simbólica que proviene de los “intermediarios culturales” en general. Este escenario se reconstruye constantemente por los mensajes publicitarios, los medios de comunicación, el diseño gráfico, la moda –la manera como la gente se viste y representa su comportamiento–, el arte –en sentido amplio, que incluye todas las manifestaciones como el teatro, la danza, la literatura y las bellas artes–, los objetos cotidianos –artefactos, herramientas...–, la naturaleza apropiada –plantas ornamentales, animales domésticos...–, y una larga lista por demás compleja y que constituye las diferentes manifestaciones culturales; por ejemplo, el objeto de

uso que se vuelve publicitario, la novela literaria que se inserta en los medios de comunicación (¿hibridación?, ¿transversalidad?). Comprender el segmento estético donde el creador proyecta sus objetos es una labor compleja que demanda, por parte del diseñador, una capacidad para descifrar las dinámicas estéticas de los diferentes grupos sociales.

Todas las ideas que se han expuesto hasta el momento<sup>91</sup>, vendrían a constituir el *sistema socio-estético*; es decir, todos aquellos ámbitos de las acciones y prácticas sociales, de los tejidos, de los modos de funcionamiento que, haciendo parte de lo social en general, terminan por delimitar y orientar de alguna manera –mediante la creación o la “cocreación”– las cuestiones estéticas de todo el entorno social del objeto de uso.

Comprender este sistema socio-estético permite establecer y aprehender lo estético a partir de la idea de cultura estética.

Con esta otra dimensión de lo estético, queda planteada una mirada que –ya superada la sinonimia arte-estética–, hace posible relacionar lo estético con todos los otros fenómenos culturales, no sólo aquellos de producción simbólica. Lo estético, desde esta perspectiva, pierde autonomía en cuanto que ya no es causa y consecuencia a la vez, sino que se ve afectado desde su génesis hasta su evolución por todos los otros procesos culturales y sociales. Lo estético –desde la perspectiva del objeto de uso– se plantea como una función en mutua relación de interdependencia con las otras funciones del objeto.

La mirada que aquí se concluye, se reafirma como una propuesta de estudio y de acercamiento al objeto de uso desde el contexto donde éste se inscribe: el objeto como una parte más del universo de manifestaciones estéticas y sociales. Ver al objeto como centro y perspectiva, desde las labores que competen de lleno al diseñador, será el tema del siguiente capítulo.

91

No ayudan a aproximarse a un objeto en particular, sino solamente funcionan como base conceptual.

## [ El objeto apropiado



**úsq**ueda de lo estético  
desde otras derivas

Mirar a través de la mirada ajena

objetos de la mirada  
de David Rodríguez



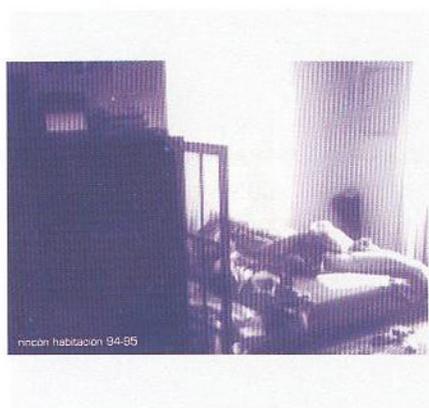
[“Cuarto de baño”, de la Serie *Diarios* (autorretrato 2000).

Instalación, medidas variables, colección de la artista.

Autor: nbf (neus buira ferre).

En: AA.VV. *Escenarios Domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero, 2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián].

Buscar, entonces; ¿una reconstrucción de las  
experiencias diferidas?



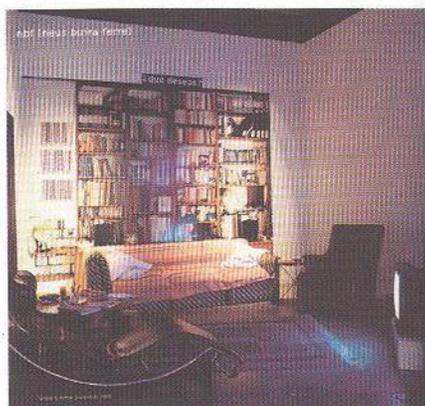
[Rincón habitación 94-95.

En: AA.VV. *Escenarios Domésticos*. Exposición 14 diciembre.- 10 febrero,  
2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián]

Proponer; ¿el escenario doméstico?... donde  
"transcurre la vida y se representa, y con el  
que solemos estar familiarizados"<sup>92</sup>.

<sup>92</sup>

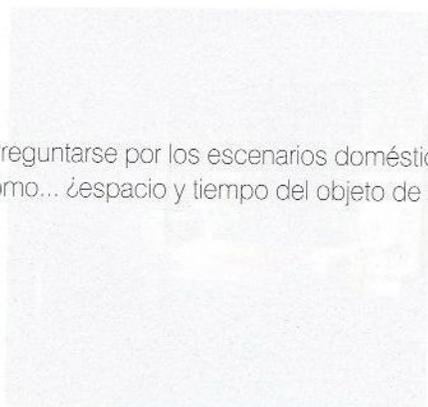
AA.VV. *Escenarios Domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero, 2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián.

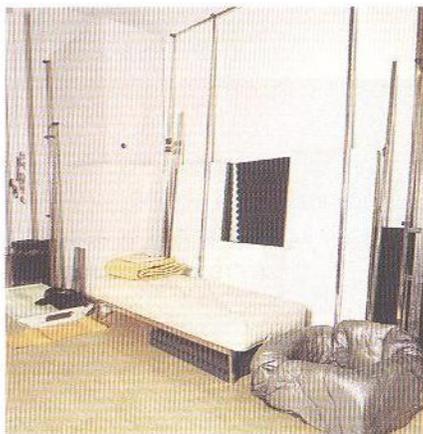


[Obra: *Tómame tu tiempo*  
(autorretrato 2000).

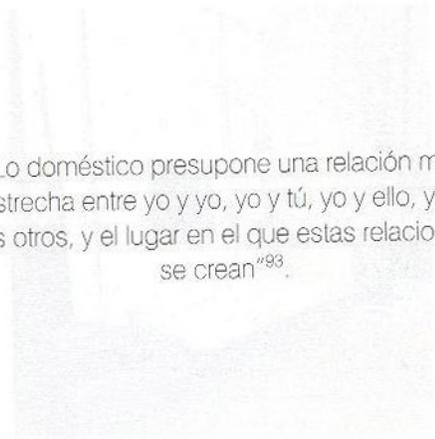
En: A.A.V.V. *Escenarios Domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero,  
2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián]

Preguntarse por los escenarios domésticos,  
como... ¿espacio y tiempo del objeto de uso?





[obra: Lab. II. 1995. Construcción en plástico y materiales diversos, medidas variables. Colección del artista. Cortesía Galería Soledad Lorenzo. Autor: Pedro Mora. En: AA.VV. *Escenarios Domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero, 2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián]



“Lo doméstico presupone una relación muy estrecha entre yo y yo, yo y tú, yo y ello, yo y los otros, y el lugar en el que estas relaciones se crean”<sup>93</sup>.

---

<sup>93</sup> AA.VV. *Op. cit.*



[Cama. Obra: Diarios (autorretrato 2000).

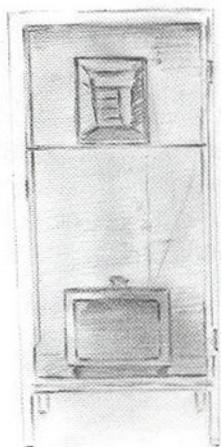
Autor: nbf (neus buira ferre).

En: AA.VV. *Escenarios Domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero,  
2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián]

“... Preguntar para reconstruir, por una parte, y el valor de las experiencias diferidas, por otra, figuran como los dos principales ejes... en la obra de Calle”<sup>94</sup>.

<sup>94</sup> Sophie Calle. *Relatos*. Barcelona: Exposición organizada y producida por la Fundación “La Caixa”, 1996.

<sup>95</sup> Artista y dibujante de la Plaza de las Nieves en Bogotá, a quien el autor expresa sus agradecimientos.



[Dibujo de Jesús Evelio<sup>95</sup> basado en obra de Sophie Calle: *Relatos*  
Barcelona: Exposición organizada y producida  
por la Fundación "La Caixa", 1996.]

"Se trata de una obra que se sitúa fundamentalmente en el territorio de la experiencia, tanto la propia como la ajena, tanto la vivida como la relatada... tanto la directa como la diferida..."<sup>96</sup>.



[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra de Sophie Calle: *Relatos*  
Barcelona: Exposición organizada y producida  
por la Fundación "La Caixa", 1996.]

Encontrar en Sophie Calle los rastros y las  
marcas incrustadas en el objeto...



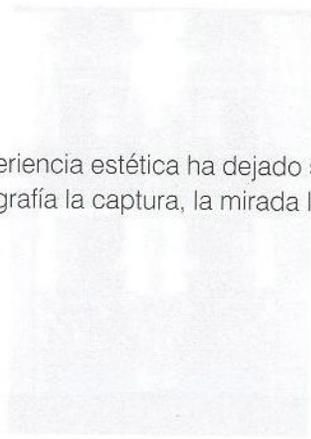
[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *L'Hôtel*.  
Paris: Editions de l'Etoile, 1984, p. 47]

... encontrar en *Escenarios Domésticos* el objeto incrustado en un espacio y tiempo que lo configuran.



[Interior en expansión I. 2000.  
Dos maletas de luz con espejo  
y foto duratrans color. 65 x 18 x 38.  
Galería Carles Taché, Barcelona.  
Autor: Chema Alvargonzález

En: AA.VV. *Escenarios Domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero,  
2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián]



La experiencia estética ha dejado su huella,  
la fotografía la captura, la mirada la recrea.



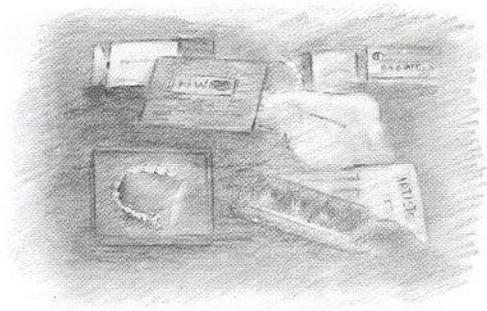
[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *L'Hôtel*.  
Paris: Editions de l'Etoile, 1984, p. 67]

(la imagen estática)...  
Volver a la fotografía como  
¿cómplice o espía?



[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Calle, Sophie Calle. *L'Hôtel*.  
Paris: Editions de l'Etoile, 1984, p. 20]

... Al poder de la imagen como testimonio  
y dispositivo de memoria.



[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *L'Hôtel*.  
Paris: Editions de l'Etoile, 1984, p. 20]

“Lo que la Fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la Fotografía reproduce mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente”<sup>97</sup>.

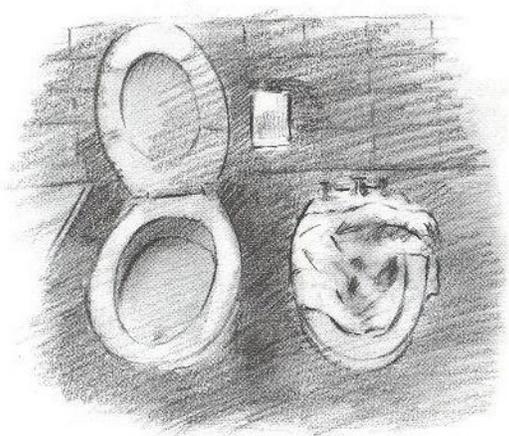
---

<sup>97</sup> Roland Barthes. *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Op. cit.

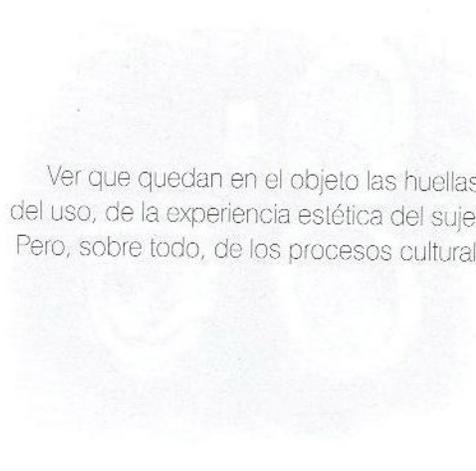


[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *Relatos*. Barcelona:  
Exposición organizada y producida  
por la Fundación "La Caixa", 1996]

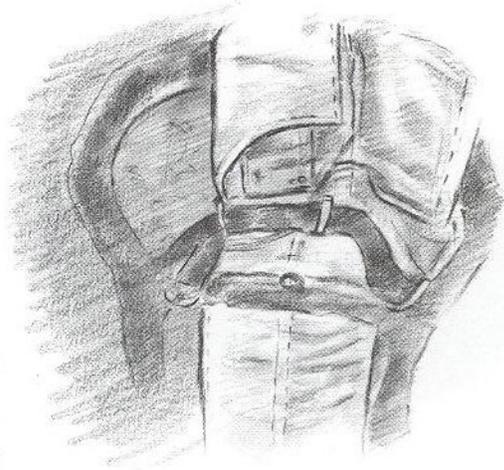
“La fotografía es como la vejez:  
aunque sea resplandeciente,  
demacra el rostro,  
manifiesta su esencia genética”<sup>98</sup>.



[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *L'Hôtel*.  
Paris: Editions de l'Etoile, 1984, p. 53]

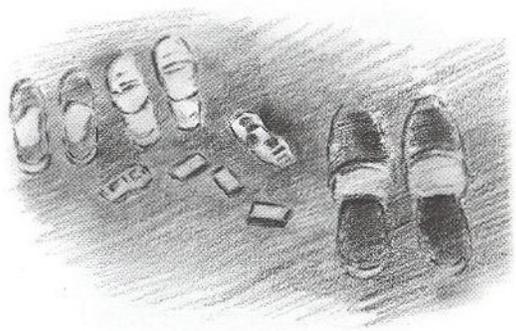


Ver que quedan en el objeto las huellas  
del uso, de la experiencia estética del sujeto...  
Pero, sobre todo, de los procesos culturales.



[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *L'Hôtel*.  
Paris: Editions de l'Etoile, 1984, p. 67]

Entender y apropiarse de la experiencia,  
del acto, del hecho, de un acontecer  
que involucra una sensibilidad subjetiva,  
pero también una extrasubjetiva...



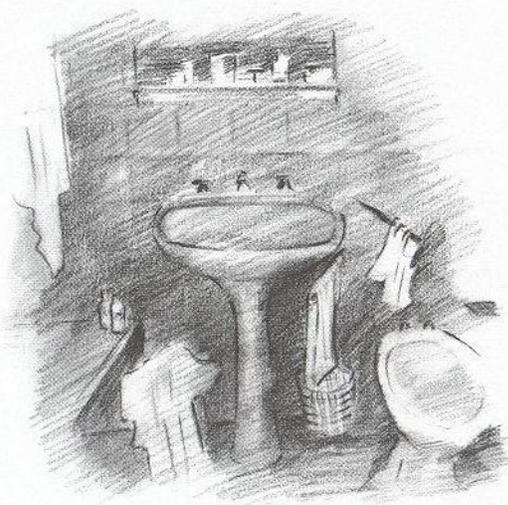
[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *L'Hôtel*.  
Paris: Editions de l'Etoile, 1984, p. 53]

Ver cómo quedan rastros, huellas, marcas,  
dibujos borrados, arenas pisadas, cicatrices,  
el objeto es otro después de la experiencia  
estética, el sujeto también...



[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *Relatos*  
Barcelona: Exposición organizada y producida  
por la Fundación "La Caixa", 1996.]

Quedar inerte ante la imposibilidad  
de que cualquier imagen sea muestra parcial  
de todos los tejidos que propicia  
la experiencia estética.



[Dibujo de Jesús Evelio basado en obra: Sophie Calle. *Relatos*  
Barcelona: Exposición organizada y producida  
por la Fundación "La Caixa", 1996.]

## [El objeto estético

tres

### **Detrás de los fenómenos**

socio-estéticos, como eje del oficio del diseñador y como causa y efecto de algunas de las cuestiones estéticas contemporáneas, se posiciona el objeto de uso. En el interior de éste, en su concepción y proyectación, en los procesos que le dan forma y "vida" pueden encontrarse otros tejidos que también procuran lo estético. Son entramados que dan explicación y razón a la pregunta por la estética que le corresponde al diseño industrial y por las dinámicas en las que éste se inscribe.

El objeto de uso tiene una condición –indispensable– que matiza su concepción y también su posterior evolución social. Esta condición es la experiencia de uso. Se ha denominado experiencia, porque al igual que la experiencia estética, se propone

como una relación (objeto-sujeto) que deja huella, que afecta las memorias y se instaura en la conciencia del individuo. Es decir, resulta de una toma de conciencia con relación al objeto de uso. Esta experiencia de uso se instaura como centro en la proyectación de los objetos –de uso–, y es a partir de ésta que se intentará comprender al objeto y sus lazos con la experiencia estética.

Desde la mirada estética que aquí se propone, la experiencia de uso tiene un protagonista que la hace posible (además del objeto, que la procura y la trasciende al ámbito de lo esencial): aquel que se ha denominado sujeto, contemplador, consumidor, espectador, y que aquí se le otorga el papel de usuario. Sobre él, el oficio del diseñador centra su atención, como bien lo plantea André Ricard:

Al diseño le corresponde proyectar, de una manera coherente y consecuente, la forma y la disposición de los distintos elementos que serán sometidos a la percepción sensible, es decir: aquellas partes del producto que entrarán en contacto directo con alguno de nuestros sentidos...

... De tal modo, que sólo puede ser objeto de diseño un producto industrial en la medida en que su uso exigirá un contacto con el hombre, y sólo serán susceptibles de ser diseñadas aquellas partes que se hallaran implicadas en este contacto con el usuario<sup>99</sup>.

El usuario, además de convertirse en actor principal de la experiencia de uso, trasciende a ser actor de la experiencia estética. Contemplado así, debe proponerse como primera medida intentar comprender el usuario desde su dimensión sensible, desde su ser sensible.

Dos posiciones que marcan la guía para continuar esta reflexión están dadas en términos de:

1. Aceptar la experiencia de uso como la acción necesaria e ineludible de todo objeto proyectado por el diseñador, y
2. comprender que el sujeto, a través de la experiencia de uso se transforma en usuario.

El sujeto se encuentra en capacidad de establecer relaciones sensibles con su entorno, un ser que por concentrar la

<sup>99</sup> Ricard, *Op. cit.*, p. 202.

capacidad de uso y la sensibilidad, lleva a borrar los límites entre experiencia de uso y experiencia estética generando una tercera unidad: *la experiencia de diseño*.

Esta demarcación –entre experiencias– que el diseñador suele tomar como independientes y distanciadas, y que para explicar las cuestiones estéticas del objeto de uso se han rotulado como instancias distintas de la relación sujeto-objeto, en la práctica cotidiana han sabido fundirse, haciendo difícil la tarea de distinguir dónde empieza o termina la experiencia de uso, para darle paso a la experiencia estética.

A partir de esta “fusión” entre los límites de una y otra de las experiencias fundamentales sobre las cuales proyecta el diseñador –la experiencia de uso y la estética–, se intentará aproximar a los fenómenos estéticos que procura el objeto de uso, y que se instauran en el ser humano como usuario y ser sensible.

Esta idea de entender al usuario como ser sensible, en tanto que es la dimensión de lo sensible la que permite una relación plena con el objeto, y la que primero se instaura como acto fundamental de la relación sujeto-objeto; distingue la aproximación al objeto estético desde su proyectación.

Propone Ricard: “El usuario ha de contemplarse, no sólo como a un ser antropométrica y económicamente acotable, sino sobre todo, en la plenitud de su sensibilidad, tanto a lo estético como a lo ético”<sup>100</sup>. Esta postura reivindica de alguna manera no sólo la idea de la experiencia de uso y estética como fundamento, sino la del ser humano como ser sensible. El ser humano es, antes que un problema de medida, una oportunidad sensible.

Sin embargo, esta posición se asume compleja –en parte por el afán del diseñador de objetivar su entorno–, pues asumir que la experiencia de uso se determina con y por el ser sensible del usuario, es aceptar que el diseñador debe intentar descifrar y proyectar sobre la base de una sensibilidad que muchas veces desconoce, o que en ocasiones intuye. Es decir que diseñar consiste en proponer una mirada desde la dimensión del diseñador como usuario e incluso como productor.

<sup>100</sup> *Ibid.*, p. 213.

Procurar que la experiencia de uso que se establece con un objeto trascienda al ámbito de la experiencia estética no es una tarea fácil; sin embargo, es un reto para el diseñador actual. Los procesos de producción, distribución y consumo, en los cuales también debe proyectar el diseñador, y la rapidez con la que se transforman y dinamizan, opaca a veces la verdadera dimensión del proyecto de diseño; lograr transmitir a través del objeto una experiencia estética que el usuario traduce casi en términos de una manera de entender el mundo, en un estilo de vida.

Ese propósito, que muchas veces es claro para el diseñador, se tergiversa por la magnitud de los fenómenos de la cultura de masas donde se inscribe. El diseño en términos de experiencia estética, cuando pretende trazar vínculos sensibles con la realidad inmediata del usuario, se constituye en una manera de aprehender el mundo desde su dimensión sensible.

“Propiamente, no es la sensibilidad la que siente; es el hombre el que la utiliza para sentir o producir sentimientos, sentimientos que son subproductos de la razón, de los sentidos y de otras experiencias. Es decir, la sensibilidad constituye todo un fenómeno complejo que varía de individuo a individuo”<sup>101</sup>. Ventaja y complejidad a la vez. Paradigma –si se quiere– del proceso que da a luz (nacimiento)<sup>102</sup> al objeto, y que involucrará después los procesos del diseño. Esta oportunidad sensible que se establece en el usuario es la excusa para poder colmar las necesidades y expectativas; para poder representar y ofrecer valores –ideas, posturas, maneras de actuar– a través del mundo de los objetos con los que el usuario siempre establece una estrecha e inevitable relación.

Será entonces, a través de la experiencia de uso, como se posibilitan y se hacen factibles las otras funciones del objeto<sup>103</sup>.

<sup>101</sup> Acha, *op. cit.*, p. 23.

<sup>102</sup> El objeto dentro de la perspectiva de los procesos del diseño –como se plantea– tiene un primer nacimiento, resultado de la capacidad poética del diseñador; después vendrán la experiencia de uso y la experiencia estética, como acto cocreador, y los procesos del diseño –mediaciones socio-culturales– que terminan por reconfigurar el objeto. ¿Un proceso de evolución, o también varios nacimientos del objeto? Sin embargo, es evidente que cada mirada recrea al objeto.

<sup>103</sup> Las funciones vendrán a ser esos ámbitos del objeto que median en la relación sujeto-objeto. También distintas maneras de aproximarse al objeto, como realidad material e ideacional.

El uso es la dimensión del objeto que liga las otras mediaciones que se proponen a través de su forma (sensible e inteligible)<sup>104</sup>. Las funciones del objeto, aunque establecidas y propuestas por muchos autores, serán aquí condensadas a partir de cuatro bases fundamentales: una función o dimensión útil, una dimensión estética, una dimensión comunicativa y una dimensión productiva. El objeto es encuentro armónico entre estas cuatro propuestas del diseñador, que se hacen “visibles” a través de la forma (como idea y sensación), y que se dinamizan o se vuelven hecho y acto a través de las experiencias fundamentales de la relación sujeto-objeto, es decir, la experiencia de uso y la experiencia estética.

Entender el objeto a partir de estas cuatro miradas y del equilibrio que éste debe representar, permite al diseñador proyectar objetos sin exageraciones ni limitaciones. Un objeto constituye un encuentro de fuerzas, y debe procurar entonces una armonía de estas cuatro dimensiones, que en términos de preguntas o de que responden, estarían marcadas por un ¿para qué sirve? (dimensión útil o práctica, que responde a qué satisface), ¿qué me hace sentir? o ¿cómo lo siento? (dimensión estética), ¿qué me dice? (dimensión comunicativa), y ¿cómo está hecho? (dimensión productiva).

Volcarse exclusivamente sobre alguna de estas dimensiones origina objetos con limitaciones y exageraciones. Así, creer que un objeto por estar pensado desde su dimensión productiva no implica una propuesta en términos de su dimensión estética; genera una limitación y una exageración a la vez. En tanto que por ser un objeto-máquina o un objeto-herramienta, por ejemplo, no puede negarse una ausencia de las otras dimensiones. Éstas siempre están implícitas en el objeto, y si no son propuestas desde la proyectación, se verá representada su ausencia en un objeto incapaz de establecer relaciones sensibles –o comunicativas, según el caso– con el sujeto. Aunque sea viable desde la utilidad y productividad, esto no garantiza su trascendencia ni lo enmarca dentro del entorno del usuario,

<sup>104</sup> Esta posición lleva a entender la experiencia de uso como una relación que permite cierta transversalidad, es decir, encontrar un uso estético, un uso simbólico, un uso productivo... y no solamente un uso “útil” o “práctico” como suele limitarse la experiencia de uso.

porque su incapacidad de establecer relaciones sensibles y experiencias estéticas lo impide.

Las preguntas que acogen cada ámbito especial del objeto dejan por fuera otros interrogantes que empiezan a formularse sobre una y otra dimensión. Esto lleva a pensar que la estructura de estas funciones no responde a un esquema lineal (vertical u horizontal), sino a un sistema de juego transversal, una mirada que permite ver lo estético en lo útil, lo útil en lo productivo, lo productivo en lo comunicativo, y así conceptualmente, hasta generar una malla que sostiene la armonía que representa el objeto de uso. Esta visión transversal permite acceder a la función estética del objeto de uso, teniendo plena conciencia de que ésta se encuentra directamente relacionada con lo útil, lo comunicativo y lo productivo. La dimensión estética es, en últimas, la que permite acercarse a la cuestión estética en el objeto de uso desde el proceso creativo –proyección.

Esta dimensión puede ser comprendida desde tres momentos que la procuran y están en estrecha relación con el diseñador: un primer momento entendido como *intención estética*, un segundo como *significación estética* y por último una *relación estética*. Estos tres momentos constituyen la base de la función estética y se relacionan uno a otro y de manera causal; es decir, la intención es origen de la significación y la relación de los dos que le preceden.

La intención estética es idea y propuesta del diseñador. Será él quien la determine. Si es a partir de lo intuitivo, de lo metódico o del azar, como se llegue a esta intención no importa –para los efectos de este estudio–. Sin embargo, se intuye que es una fusión de todos estos elementos; en la intención hay algo de intuición, de método, de “iluminación”, de análisis, de experiencia y, sobre todo, de interpretación, en tanto que el diseñador actúa como intérprete de una necesidad o una expectativa que se engendra y evoluciona en el marco de un contexto socio-cultural, de un espacio y un tiempo que le son propios<sup>105</sup>.

<sup>105</sup> Discusión hecha con estudiantes de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Colombia, en donde se cuestionaba la verdadera labor del diseñador, a lo cual Jody J. Parra proponía la idea del “intérprete mediador”.

Como se propuso en un escrito anterior:

Esta intención es, en últimas, la propuesta más amplia y en la que mejor puede moverse el diseñador como “productor estético especializado”. Actualmente, en medio de un escenario globalizado que tiende hacia la estandarización de lo humano y lo no humano, es decir, los procesos de producción, distribución y consumo, el diseño juega un papel importante en la proyectación de estos bienes y en la calidad de los mismos. La intención estética no se ha podido “estandarizar” y es por esta razón que llega a ser el verdadero aporte del diseñador frente al objeto<sup>106</sup>.

Sobre esta intención se descarga casi toda la relevancia estética que el objeto pueda ganar dentro del sistema socio-estético, sistema que lo ve nacer y que también puede procurar su extinción. La intención estética es lo que percibe –no sólo por medio de sus sentidos– el usuario al entrar en contacto, es decir, al establecer una relación con el objeto. La intención estética es la primera instancia sobre la que se apoya un objeto estético.

Esta intención –propuesta del diseñador– no puede confundirse con una intención de adorno o arreglo superficial. “La cualidad estética no se concibe como un ornamento añadido al objeto”<sup>107</sup>, tampoco hace parte inesencial del objeto. Es decir, la intención estética constituye un fundamento de lo que el objeto es y representa; sin esta intención el objeto pierde carácter e identidad. De esta manera puede distinguirse del simple adorno, en tanto que este último no afecta lo esencial del objeto; su ausencia no causa caos y pérdida de identidad, sólo un cambio apenas notable de “superficie”. La intención estética, en cambio, va de lo interior –del objeto– a la superficie, en un proceso que tiene al diseñador como responsable directo.

Cuando esta intención es fundamento del objeto, conlleva a una relación en la que esta intención empieza a representar algo a través de éste; esto es la significación estética. “Puede decirse, entonces, que los [objetos] sin cualidad

<sup>106</sup> David Esteban Rodríguez, “La importancia de la llamada estética”. En: *Apuntes y desapuntes sobre estética y diseño industrial, op.cit.*

<sup>107</sup> Maquet, *op. cit.*, p. 93.

estética no pueden tener significaciones estéticas convincentemente"<sup>108</sup>. Todo objeto de diseño significa algo; por demás, es uno de los propósitos fundamentales del diseño. Esta afirmación puede apoyarse desde su propia definición etimológica: diseñar es designar (del latín *designare*: formar designio o propósito; señalar o destinar una persona o cosa para determinado fin); es decir, dar signo a algo. Pero sólo los objetos con una intención estética que representa una postura clara del diseñador pueden tener significaciones estéticas.

Esta significación lleva al objeto a representar algo más de lo que el objeto es; es decir, a ser portador de un mensaje, de una idea, de una propuesta... De esta manera, el objeto es un ente mediador. Pero un mediador que para hacer de la intención un acto de relación y de experiencia debe transmitir un mensaje, quizá con un carácter monosémico (o algo más, en tanto que hoy el objeto de uso es susceptible de adquirir nuevos valores de representación, "metamorfosis" sociales que lo trasladan de una a otra función social). Se podría decir que si el objeto, como mediador, no transmite la idea del diseñador, es decir, la intención estética, deja de cumplir su principal función de ser un signo de algo, en este caso un *signo estético*.

A propósito de la idea del objeto como mediador que "transporta" la intención del diseñador, valdría la pena detenerse en la propuesta de Régis Debray cuando resalta la oposición entre comunicar y transmitir:

... comunicar consiste en "transportar una información dentro del espacio", en el interior de una misma esfera espacio-temporal, y *transmitir*, "transportar una información dentro del tiempo", entre esferas espacio-temporales distintas<sup>109</sup>.

En el caso preciso del objeto de uso, se podría decir –desde la mirada de Debray– que si el objeto comunica esta intención estética (volviéndose signo) logrando la conexión de un aquí y un allá (a través del espacio), construye sociedad. Pero si este objeto logra trascender esta significación a través del tiempo (conexión de un pasado con un ahora), alcanza

<sup>108</sup> *Ibid.*, p. 179.

<sup>109</sup> Régis Debray, *Introducción a la mediología*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2001, p. 16.

continuidad y, por tanto, cultura. De alguna manera, como se expuso en el capítulo anterior, el objeto que transporta información (intención) a través del tiempo se instaura dentro de la cultura estética que lo prohíja; dentro del "círculo" estético que concentra las expectativas sensibles de una sociedad a través de un segmento especial de objetos. ¿Esta debería ser la postura utópica del diseñador frente al objeto cuando lo proyecta? Diseñar un objeto que se vuelva conexión de un antaño con un ahora: un objeto estético que logra instaurarse como parte de la cultura estética.

Esta intención después de hacerse signo –significación estética–, y transportar la idea del diseñador a través del objeto y su forma, en el tiempo o en el espacio (pues no todos los objetos tendrían que tener como condición obligatoria transportar información a través del tiempo; como intención pueden existir objetos que sólo comuniquen), conlleva inevitablemente a que se establezca entre el objeto y el usuario una relación estética, última instancia de la función estética.

Antes de profundizar en lo que implica esta relación estética, vale aclarar la distinción entre percepción y relación estética –esto con el ánimo de limitar las connotaciones de lo estético–. La percepción se presenta como un proceso que permite que el objeto se manifieste como presencia viva en el sujeto a través de los sentidos. Por consiguiente, la relación perceptiva se establece con todo objeto, estético o no. Esta idea de percepción sólo lleva a intuir a través de las cualidades visuales, ópticas, ... lo que hay de materialidad en el objeto. Por medio de la relación perceptiva –que sin embargo no es objetiva– no logran establecerse vínculos sensibles convincentemente; sobre todo porque esta relación no incide sobre la memoria sensible, ni sobre las *expectativas estéticas*; no da tiempo para que el objeto se fije en el usuario como huella o marca sensible, ni para que colme un deseo estético que se ha ido formando social y culturalmente a través del tiempo. Pero es, sin embargo, la primera instancia fundamental de la relación estética, sólo que esta última es vista casi como una superación de lo puramente perceptivo. Dice Jauss: "En los objetos estéticos toma cuerpo alguna experiencia ejemplar con tal intensidad que rompe la rutina de la

percepción<sup>110</sup>; esta ruptura de la rutina está representada en la relación estética.

Esta relación, “resultado” de la intención y la significación estética, se vuelve por tanto propuesta del diseñador, y traza vínculos con el ser sensible del individuo. Es el acto donde se hace explícito el mensaje que el diseñador ha emitido a través del objeto. Cuando la relación sujeto-objeto se hace estética, podría decirse que el signo ha transportado, que la percepción ha trascendido, que el acto de distanciamiento ha sido provocado, que *la presencia del objeto se ha hecho conciencia en el sujeto*, que la experiencia estética se ha dado.

Esta relación que se vuelve experiencia –estética– en la medida en que marca la memoria sensible del sujeto, que deja “algo” después de la experiencia, que permite la evocación y no refunde al objeto junto con todas las otras relaciones establecidas en vano, es decir, las que no han trascendido al ámbito de la experiencia; esta relación que se ha denominado estética –por implicar directamente al ser sensible del sujeto– representa el vínculo fundamental que se establece entre el usuario y su entorno material, objetual –para el caso concreto–.

Cuando al usuario se le propone más que una relación perceptiva, una relación estética, una correspondencia entre la forma del objeto y su ser sensible –y sus sentidos–, en calidad de memoria, de conocimiento y de placer –estético–, al usuario se le ha propuesto una idea de experiencia, una “nueva” manera de convertir su entorno, de apropiarse de los objetos que le rodean, y que desde el momento de experiencia empiezan a colmar sus expectativas sensibles, a hacer parte de su imaginario. Y de lo individual pasa a lo colectivo, instaurándose en los hábitos estéticos de un grupo social específico, y de allí a la cultura estética. El objeto estético que evoluciona –lenta o fugazmente– a una cultura estética, representa el sentido del oficio del diseñador.

Estas ideas proponen el abordaje de lo estético desde el objeto. Podría decirse que en términos de preguntas intentan responder a: ¿Cómo puede un objeto ser estético?, ¿qué hay detrás del objeto, que lo transforma en idea de experiencia?, ¿qué hay en el objeto, que procura superar la instancia perceptiva?,

<sup>110</sup> Jauss, *op. cit.*, p. 18.

¿cómo un objeto se vuelve cultura estética?...

Este objeto estético "... se define como un objeto estimulante y que sostiene en el espectador una visión atenta, no discursiva y desinteresada"<sup>111</sup>. Esta propuesta, si bien arroja alguna guía sobre lo que puede ser el objeto estético, no colma de lleno las expectativas sobre el concepto. Se trata de un objeto estimulante, es decir, que incita a vivir una experiencia, que induce al usuario a ir más allá de lo que le "dicen" los sentidos. La visión atenta, no discursiva y desinteresada presenta cierta ambigüedad, en tanto que puede funcionar respecto al objeto estético como obra de arte, pero quizá no funciona muy bien en relación con el objeto estético como objeto de uso. Esta posición –no discursiva y desinteresada– representa la idea de que la relación estética no busca en el objeto nada más allá de sí mismo; es decir, es casi puro goce y disfrute estéticos, en donde lo estético reaparece desligado de los contextos.

En el objeto de uso, lo estético no representa una búsqueda autónoma por parte del usuario, sino que el objeto procura un encuentro "pantónimo"<sup>112</sup>, en tanto que el encuentro entre el sujeto y el objeto no puede verse desde lo estético como autonomía. En este encuentro, el usuario exige y va en busca de algo más que el simple goce sensible con el objeto.

Esta propuesta se plantea como un referente próximo, para entender las implicaciones que amerita el estudio del objeto de uso. El objeto estético –de uso– sería entonces un objeto estimulante, que arrastra consigo además de su dimensión estética una propuesta como útil, símbolo y factura (elaboración). Procura una visión atenta, pero no desinteresada, ligada a un contexto socio-cultural que estimula, recrea o extingue los vínculos sensibles que puedan llegar establecerse entre el objeto estético y el usuario.

Este objeto estético, que representa las ideas del diseñador y "transporta" a través de su forma una propuesta, se establece en cada una de las esferas de la cultura. Como hecho

<sup>111</sup> Maquet, *op. cit.*, p. 54.

<sup>112</sup> Un encuentro, a través del uso, con cada una de las funciones del objeto, pero no en autonomía sino en una participación plena y compartida (pantomía).

tangible hará parte de la cultura material, y como forma inteligible (*eídos*), de la cultura inmaterial o intangible.

Es decir, el objeto estético no sólo afecta las dimensiones materiales de la cultura, sino que se establece sobre lo intangible: las expectativas, el imaginario colectivo, la memoria, los ideales estéticos de todo el sistema socio-cultural. Es en esta trascendencia donde el objeto estético cobra importancia y sentido, tanto para el oficio del diseño como para toda la cultura en general.

Poder ver representado en un objeto los deseos y expectativas sensibles de una sociedad constituye la importancia fundamental de hacer de la propuesta del diseñador una intención estética que trascienda al ámbito de las relaciones y la experiencia.

Aunque el diseñador se concentre en transmitir a través del objeto una intención estética, que se vuelve significación y relaciones, esto quizá como una "fisiología" del objeto estético, será ésta sólo una de las causas del objeto estético; es decir, hasta este punto el objeto apenas ha recibido una primera configuración que lo prepara –eso sí– para afrontar al contexto socio-cultural donde se inscribe. Se ha limitado, hasta este momento a explicar el objeto estético desde el proceso de diseño, desde la pregunta *¿cómo nace el objeto?*, pero ahora la preocupación radica en la vida social del objeto, es decir: *¿Cómo viven los objetos?*, o si se quiere, *¿cómo mueren los objetos?* Estas preguntas representan la importancia de otros procesos de configuración: los procesos del diseño; aquellos que terminan de configurar al objeto, que lo condenan o lo ovacionan como objeto estético.

Vale la pena citar –para intentar comprender la relevancia de las circunstancias en el objeto estético– un ejemplo que propone el antropólogo Jacques Maquet:

Pero la intensidad de la experiencia [estética], aunque expresada por la misma palabra, es commensurada con el objeto (una monumental figura declinada de Henry Moore o una corbata) y las circunstancias (un molinillo de café en el caso de la vitrina habitualmente iluminada de una tranquila galería de museo, o sobre el atestado estante de un ruidoso y repleto almacén de ferretería)<sup>113</sup>.

<sup>113</sup> *Ibid.*, p. 51.

Aunque Maquet presente al objeto de uso en detrimento –la corbata–, de frente a la obra de arte, su propuesta se constituye en didáctica a la hora de entender la relación objeto-circunstancias o contexto.

El objeto que procura la experiencia estética es el objeto estético; eso es evidente. Y las circunstancias son las que muchas veces condenan al "exilio" social a este objeto estético o terminan por trascender su intención estética hacia lo colectivo. Estas circunstancias, muchas veces pasadas por alto por el diseñador, conmensuran la verdadera magnitud de la experiencia estética. Los objetos proyectados por el diseño industrial están preparados –en su mayoría– para inscribirse en un contexto pálido e inerte, en el "fondo blanco", lugar donde las circunstancias no representan un problema mayor para el diseñador<sup>114</sup>. Ni siquiera una oportunidad.

### EL ESCENARIO DEL OBJETO ESTÉTICO, APROXIMACIÓN A LOS CONTEXTOS<sup>115</sup>

El objeto estético –de uso– hace parte de un tiempo individual o colectivo, de un espacio íntimo o público. Fundamentalmente a partir de estas dimensiones el objeto estético se inserta en un escenario que le es propio. Participa como ente activo en la construcción de estas dimensiones, pero también se configura a partir de ellas. El impulso que ejerce el diseñador sobre el objeto cuando lo configura, no siempre obliga a modificar de lleno el entorno y, aún más, el sistema socio-cultural donde el objeto se inscribe. Por tanto, vale la pena discurrir sobre las dimensiones espacio-temporales donde se instaura el objeto, y que constituyen

<sup>114</sup> Aunque no es tema de este estudio, la idea de proyectar para un fondo blanco e inerte daría alguna razón de por qué algunos objetos pierden identidad y protagonismo en ciertas clases sociales. En últimas, por qué el diseño no llega aún a todas las clases sociales. Este fondo incircunstancial, "sin ruido", es comprendido y contemplado sensiblemente solamente para quienes poseen cierta sensibilidad excepcional (tema tratado en el capítulo anterior), para quienes han asumido la "metamorfosis" del objeto en obra de arte.

<sup>115</sup> Este subcapítulo representa una pequeña aproximación, más en términos de pregunta que de respuesta, en torno a intentar comprender cuándo, cómo y dónde se instaura el objeto estético, sobre el que tanto se ha discurrido.

en últimas el escenario de los objetos. Un escenario casi doméstico, en el sentido de que hace parte del entorno propio y apropiado del hombre. Y podría entenderse por escenario doméstico "cierto tipo o modalidad de espacio, en el que transcurre la vida o se representa, y con el que solemos estar familiarizados. Cualquier lugar de la casa o de la calle en el que suceda algo que forma parte de nuestra vida puede convertirse en escenario doméstico"<sup>116</sup>.

Este escenario, sin fondo blanco y lleno de circunstancias que lo recrean, está integrado por todo el entorno artificial y natural que rodea la vida diaria del hombre común. No existe un escenario para los objetos de uso, otro para los objetos-naturaleza, ni otro para los objetos-arquitectura... sino que sobre un mismo lugar conviven, en común acuerdo, todos los sistemas de objetos. Esta condición, que conduce a aceptar que cada objeto es sometido a una vida social, no sólo con el hombre, sino también con otros objetos, permite concluir que el escenario al cual el objeto estético se enfrenta es el escenario común de los objetos.

Este escenario no se limita a la casa o al hogar; trasciende a la calle, a la oficina, a los centros comerciales. Podría decirse que hoy las cosas se han "domesticado" para hacer parte de la vida diaria del hombre. Este individuo contemporáneo no desarrolla su vida sobre un espacio limitado, sino que ha hecho de su hogar cualquier espacio, cualquier tiempo. Es decir, para "sentirse como en casa" no hay que estar y permanecer resguardado en un espacio físico limitado. Este escenario es entonces donde comienza a insertarse el objeto estético, casi como cualquier objeto, haciendo también parte activa de ese proceso de domesticación.

En medio de este escenario existen en su medida dimensiones de lo privado y lo público, que no siempre hacen referencia directa a lo individual o lo colectivo, en tanto que estas últimas califican la relación con los objetos en términos de cuantos participan de ella, pero dejan por fuera el tipo de relación que se establece con estos objetos. Es decir, podría existir una

<sup>116</sup> AA.VV. *Escenarios domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero, 2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián.

relación colectiva pero privada, o asimismo una relación privada pero pública.

Lo público se entiende, para ser más claros, en términos de tiempo, espacio y objeto público del escenario. El primero –tiempo público del escenario– es un hecho colectivo. Quizás es un tiempo construido a partir del conjunto de todos los tiempos individuales. Es un tiempo, que, contrario a lo que pareciera, no sólo es dominio del escenario público, sino que también se inmiscuye en lo privado. El tiempo público es poder y obligación de todos. También es un tiempo social, desde la dimensión en que se mueve una sociedad específica por común acuerdo, por hábito o por costumbre. Es el tiempo que les permite a los objetos y a los individuos encontrarse de algún modo.

El espacio público dimensiona nuestras relaciones colectivas y sociales. Este espacio no es construcción colectiva, sino que se instaure de manera sólida e independiente. Antagónico del espacio privado, es casi impuesto. Delimitado por normas sociales y hasta políticas. Los encuentros sobre este espacio público del escenario están restringidos; su acción está casi coactada.

Por último, el objeto público de este escenario se relaciona con los sujetos que hacen parte de éste, no sólo desde la experiencia de uso o estética, sino desde lo contemplativo (vitrinas), desde lo expectante o hasta desde lo despectivo. Es un objeto sobre el que alguien tiene dominio, y ese alguien restringe y guía la relación con ese objeto. Quizás es la colectividad, quizá cada hombre en particular. Es un objeto que pasa a ser privado cuando se mira, cuando se descargan las expectativas, pero vuelve a su estado de público cuando inevitablemente se abandona. Es decir, está allí para provocar una relación fugaz y pasajera con el usuario, no para trascender en el tiempo, no para hacer historia en el entorno material del individuo, sólo para hacer parte de un instante en que el usuario lo hace suyo. Su condición de público pocas veces desaparece; nace con este estigma y vive en esta condición de vida. Es un objeto que puede ser público colectivo, o individual.

Estas mismas dimensiones de tiempo y espacio, y el objeto como protagonista, tienen sus propias connotaciones desde lo privado.

El tiempo privado está supeditado al tiempo público. Este tiempo puede considerarse algunas veces psicológico, biológico o falso, pero cada individuo puede construir su propio tiempo. Este tiempo no lo relaciona con los demás, sino consigo mismo. Puede ser el mismo tiempo o estar cambiando; no es el tiempo del reloj, ni el de los días y las noches. Es el tiempo sobre el que se mira al espejo, sobre el que se hacen recorridos interiores. Es desconocido para los demás, pasa desapercibido, a menos de que –el sujeto– se convierta en objeto-público y su tiempo pase a ser también público. Es un tiempo íntimo. A este tiempo corresponden los recuerdos, las expectativas, los sentimientos, los sueños, es prospectivo o evocativo, pero casi nunca presente. Este tiempo, para ponerlo en términos de objetos, se concentra en el objeto-memoria, en el objeto-antiguo, en el objeto-tiempo, si se quiere.

El espacio privado, como se propuso anteriormente, se confronta con el espacio público. Es espacio inviolable sobre el que se ejerce control pleno y total autonomía. Espacio que sostiene los objetos del tiempo-privado, que sostiene las más íntimas acciones del sujeto. Se construye lentamente y con medida. Este espacio-privado del escenario concentra y contiene la relación más profunda con el objeto de uso. Es por lo general inaccesible, y si se llega a él se habrá violentado y deja de ser espacio-privado para convertirse en una especie de límite borrado y deconstruido, pierde al instante el encanto de concentrar lo profundo. A él debe llegarse con cautela y dejar que invite a poseerlo; de otra manera se accede con manipulación y hastío. El hogar –como idea– será el ejemplo por excelencia.

El objeto privado representa una relación casi íntima con el sujeto. Este objeto no se instaura directamente sobre esta privacidad, sino que va sobrepasando obstáculos. No siempre se inscribe dentro de lo privado individual, también puede hacer parte de lo privado colectivo. Sin embargo, es un objeto que de alguna manera ya se ha instaurado en la memoria (colectiva o individual), en las sensibilidades, en los hábitos estéticos. Hace parte del entorno inmediato y próximo del sujeto –reiterando– individual y colectivo. El objeto-privado rara vez vuelve a ser público; entra en un proceso irreversible. Puede concentrar objetos

inmediatos como la moda, hasta tecnológicos –el computador–, desde lo durable –neveras, televisores– hasta lo no durable –gaseosas, champú–. Posee la posibilidad de consumo real o simbólico, es decir, de gastarse materialmente o de consumirse desde la contemplación y los deseos.

Estos escenarios domésticos no son limitados ni definidos como tradicionalmente se nos presentan. Constituyen una amplia y compleja red de relaciones entre estas categorías. Es decir, el escenario doméstico en el que puede llegar a establecerse el objeto estético está conformado por un número indefinido de variables que empiezan a relacionarse. Un escenario no se construye plenamente privado o público, sino que empieza a tener características de un lado y del otro.

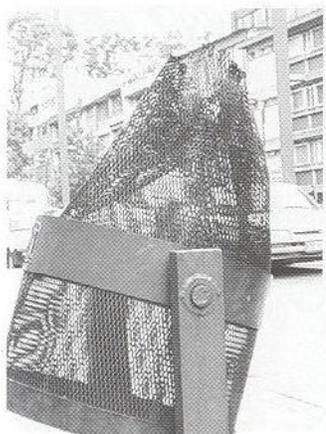
Estos escenarios, sin embargo, permiten de alguna manera aproximarse a la vida de los objetos, a esa indeterminable variable que termina por configurarlos y que escapa de las manos del diseñador. Estos escenarios, aunque determinados en gran medida por los objetos que allí se instauran, se transforman a través de otras variables. Casi podría afirmarse que no existen dos escenarios iguales.

## [ El objeto social



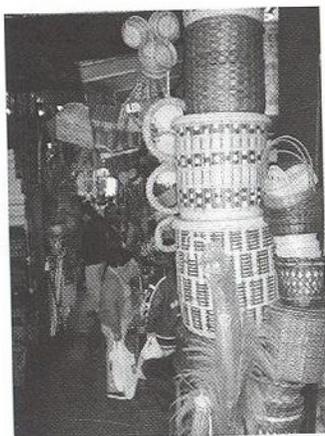
**Úsqueda de lo estético**  
desde la reconstrucción  
de la experiencia estética

Preguntarse por el objeto desde y  
en la sociedad es aceptar que el objeto  
es un hecho social.

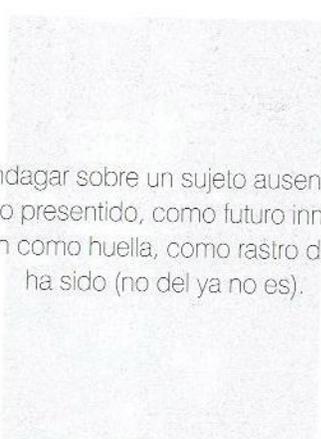


[Caneca urbana sobre el andén.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Apuntar a un objeto no 'individual'.  
La forma como síntesis  
de fenómenos socioculturales.



[Pasaje artesanal Rivas.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



Indagar sobre un sujeto ausente.  
Releerlo presentido, como futuro inmediato;  
también como huella, como rastro de lo que  
ha sido (no del ya no es).



[Silla de parque abandonada.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



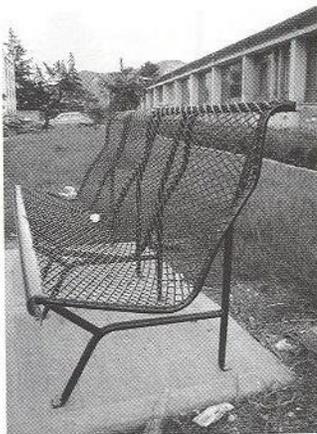
El objeto  
en el escenario  
de lo público,  
en la ciudad.



[Triciclo de repartición de ponqués sobre la vía.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Volver a repensar el objeto,  
ahora atado a un espacio  
y un tiempo social  
que lo configuran.

Mirando el objeto  
desde la intención,  
significación y por ende  
relación estética.



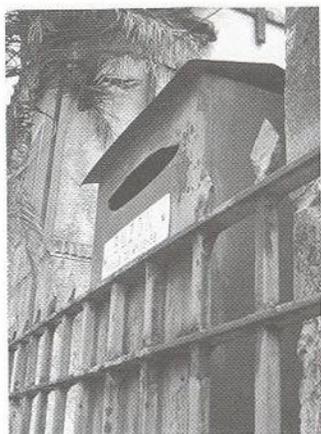
[Silla de parque en la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Hacer del objeto  
una cosa dinámica,  
que se mueve y se recrea  
con cada mirada.

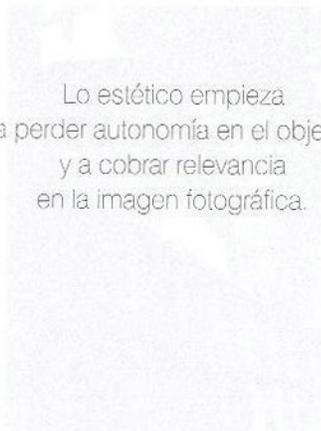


[Teléfono público en la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Deconstruir el objeto  
más allá de la forma,  
como una experiencia  
altamente sensible.



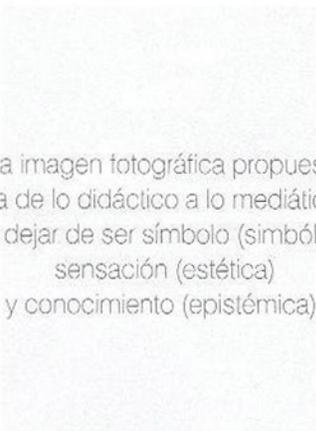
[Buzón de correo en una casa abandonada.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



Lo estético empieza  
a perder autonomía en el objeto,  
y a cobrar relevancia  
en la imagen fotográfica.



[Baños públicos en la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



La imagen fotográfica propuesta  
va de lo didáctico a lo mediático,  
sin dejar de ser símbolo (simbólica),  
sensación (estética)  
y conocimiento (epistémica).

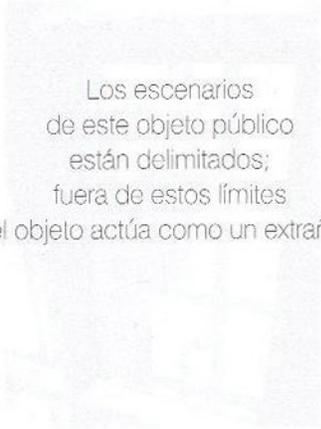


[Silla abandonada sobre la acera.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

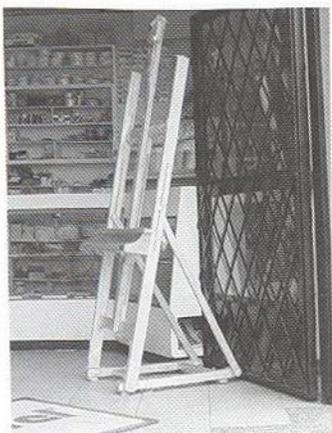
La imagen capta  
*una* experiencia estética, personal,  
subjetiva e irrepetible;  
que puede convertirse  
en relato de un sujeto.



[Teléfono público descolgado.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

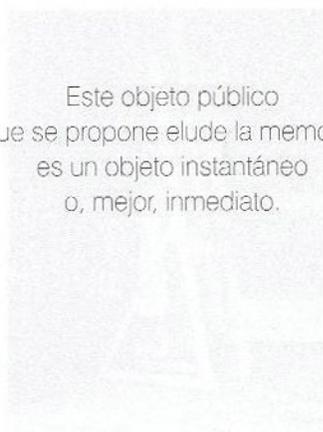


Los escenarios  
de este objeto público  
están delimitados;  
fuera de estos límites  
el objeto actúa como un extraño.



[Caballete en la puerta de un almacén.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Este objeto público  
que se propone elude la memoria,  
es un objeto instantáneo  
o, mejor, inmediato.





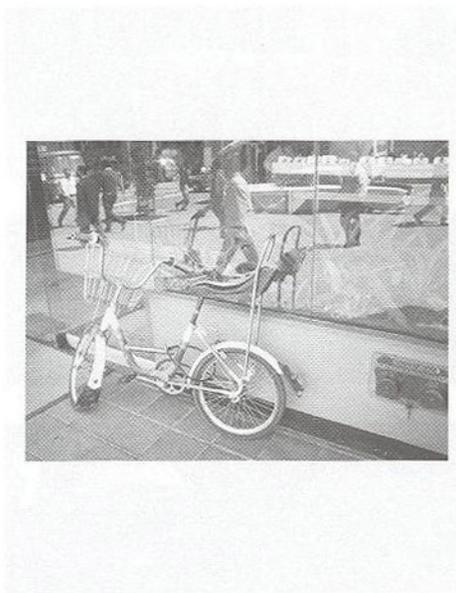
[Puesto de trabajo de un lustrabotas.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Sobre la ciudad, las vitrinas lo invaden todo,  
al parecer. Debe subyacer un objeto  
detrás del ruido, del *smog*,  
detrás de cada vitrina  
y cada eslogan.



[Vitrina religiosa.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

La ciudad como escenario  
tiene varios encantos;  
el más importante:  
permitir ver el objeto  
desde lo interobjetual,  
y más allá; desde lo intrasocietal.

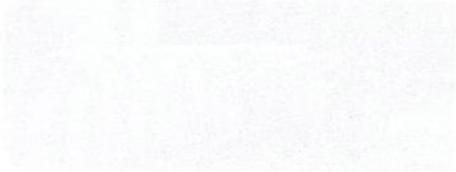


[Bicicleta recostada sobre un banco.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Sobre el escenario llamado ciudad  
se viven varias metamorfosis:  
el objeto privado se vuelve público,  
y los objetos públicos  
se vuelven privados.

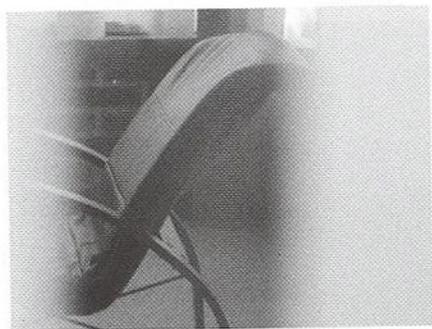


[Parqueaderos de bicicletas y autos  
en la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



El objeto *voyeur*  
protagoniza en la ciudad,  
el objeto-producto le sucede.





[Silla tras una ventana.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Nada hay en el objeto  
que no haya pasado por lo cultural,  
ni siquiera la mirada  
con la que se lo observa.

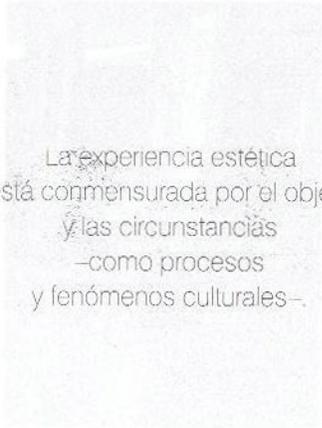


[Reno de madera en un almacén.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

La experiencia estética  
no está en el objeto,  
sino en la relación.



[Sillas expuestas en el X Salón de Diseño Industrial  
de la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



La experiencia estética  
está conmensurada por el objeto  
y las circunstancias  
—como procesos  
y fenómenos culturales—.

[Lo extraestético<sup>117</sup>

cuatro

## **a mirada sociocultural que sobre lo estético se**

propone lleva a incluir, además del estudio de las relaciones sensibles que establece el individuo con su entorno, las relaciones extrasensibles.

Esto es, lo que no va de la experiencia sensible a la memoria y al conocimiento (lo estético), sino lo que va del conocimiento (la memoria no sensible, los contextos culturales, sociales, políticos, económicos, etc.), a la experiencia sensible (lo extraestético).

Todos los demás vínculos que terminan por afectar las maneras como se crean las relaciones estéticas, es decir, como se trazan lazos sensibles con la realidad inmediata. Estas conexiones extrasensibles sus-

citan un objeto de estudio que complementa y da coherencia a las nuevas búsquedas de la estética contemporánea.

Si bien este camino hace complejo el recorrido, permite comprender los complementos y las atmósferas que recrean y dinamizan las variantes del

fenómeno estético actual; además, hacen posible dar un paso adelante en la comprensión de la génesis, la evolución, los declives y las direcciones que toma lo estético en la sociedad actual.

Es la misma estética la que reclama abrir nuevos interrogantes y nuevas alternativas para responder a las necesidades de esta época. Cuestiones que tocan los contenidos profundos, pero sobre todo coherentes con las transformaciones actuales que desde lo social y aun desde lo cultural dan nuevos visos a lo estético. No en vano Bámbula Díaz propone: "Un nuevo enfoque teórico debe tomar en cuenta la compenetración entre lo estético y la mayoría de las otras actividades culturales y reproductivas del hombre, y debe ser concebida, por tanto, como una teoría de lo estético en general, en relación con la actividad general del hombre"<sup>118</sup>. Esta postura marca nuevas líneas que guían el estudio de lo estético, que varían en comparación con la postura modernista de la estética, que desde el pensamiento kantiano –como origen– otorga plena autonomía y constituye un fin en sí mismo. Por tanto, antagónicamente la postura extramodernista otorga valor a todo el entorno que procura lo estético, condiciona y ata el desarrollo de las sensibilidades a otros fines culturales y sociales; es decir, lo estético no constituye un fin en sí mismo.

Esta postura, que de lleno otorga gran valor a lo extraestético, en tanto que es sobre estos ámbitos donde se establece el fin de lo estético y es sobre sus dinámicas donde se configuran los procesos sensibles, en últimas lo que propone es repensar la estética no como centro y perspectiva sino como un componente –sin restar importancia– de los contextos culturales de cualquier sociedad.

Así García Canclini propone: "Hay un cambio de objeto de estudio en la estética contemporánea. Analizar el arte [y los otros fenómenos] ya no es analizar sólo las obras [y los objetos], sino las condiciones textuales y extratextuales, estéticas

<sup>117</sup> Esta idea no propone una negación de lo estético. Es decir, etimológicamente una idea de *anestesia*: "... de *ásthēsis*, con prefijo privativo; *anestésiar*", sino lo que está al otro lado de la estética, sin negar sus vínculos sensibles.

<sup>118</sup> Bámbula, *op. cit.*, p. 213.

y sociales, en que la interacción entre los miembros del campo engendra y renueva el sentido"<sup>119</sup>. Esto como una reafirmación de la importancia de las relaciones y de las condiciones extratextuales que lindan lo estético. Toda la atmósfera que rodea las relaciones sensibles, que crece en importancia no sólo para los estudios sobre lo estético, sino para los creadores de los objetos estéticos (diseñadores), permite entonces –como dice García Canclini– renovar los sentidos de la intención estética, recrear la experiencia, revivir la ilusión estética, re-despertar la sensibilidad diaria del hombre común. Esto es posible sólo a partir de la integración de lo estético con los otros componentes de lo cultural, de lo social en general.

Por otra parte (en el mismo sentido), Bámbula Díaz afirma que: "La actividad estética del hombre contemporáneo en todo el mundo está adquiriendo a ritmos acelerados un carácter nuevo, distinto a las tradicionales prácticas estéticas usuales en la cultura occidental de la Edad Moderna, e igualmente distinto a las prácticas extraeuropeas tradicionales y arcaicas"<sup>120</sup>. Esto implica un inevitable giro sobre las condiciones de estudio de lo estético en general y de la estética en los objetos de uso en particular. La aceleración progresiva en los procesos culturales, que ha terminado por afectar las relaciones sensibles del hombre con su entorno, y específicamente con los objetos de uso, conlleva a plantear interrogantes y también nuevas respuestas, que permitan identificar con claridad cómo lo extraestético afecta no sólo la relación del individuo con los objetos de uso, sino la creación de los mismos, la evolución; en general, como el ciclo de vida "artificial" del objeto, emite nuevos cambios que además de estar vistos desde lo estético, deben estar anclados desde lo extraestético.

Es importante evocar la posición de Walter Benjamin, según la cual lo estético es condicionado por lo histórico, de alguna manera cerrando una relación triádica que engloba a lo estético: desde lo cultural, lo social y lo histórico. Así plantea Benjamin:

Dentro de grandes espacios históricos de tiempo se modifican, junto con toda la existencia de las colectividades humanas, el modo y manera de su percepción sensorial [estética].

<sup>119</sup> García Canclini, *op. cit.*, p. 143.

<sup>120</sup> Bámbula, *op. cit.*, p. 32.

Dicho modo y manera en que esa percepción se organiza, el medio en el que acontecen, están condicionados no sólo natural, sino también históricamente<sup>121</sup>.

Vale la pena a manera de pregunta abierta, evocar –nuevamente–, las ideas de Fernand Braudel<sup>122</sup>; para proponer una comprensión –desde los procesos históricos– de la estética, acorde a todo lo planteado hasta el momento. Y repensar en términos de los conceptos de corta, media y larga duración, cómo y cuáles son los ámbitos de la estética que se modifican a lo largo del tiempo, cuáles permanecen y subyacen a través de él, y cómo "... le corresponde a la historia suministrar una explicación de los procesos y dinámicas que le dan sentido al mundo material..."<sup>123</sup>.

En conclusión, podría decirse que las ideas estéticas son permeables a los procesos culturales que sobre éstos se instauran, y en ellos se recrea la finalidad de la intención estética. Por tanto, crece en importancia la aproximación a lo estético desde lo cultural, dado que este último ámbito innato a las relaciones humanas ha empezado a mediar y a servir como puente de observación de un fenómeno como la estética en los objetos de uso.

La cultura trasciende al carácter de mediación, impulsada por todos los otros componentes que la rodean y la transforman: lo social, lo económico, lo político, lo ético y lo estético. Es posible pensar que la relación entre diseñador y usuario no se limita a una ecuación simple de dos elementos atados a partir del objeto de uso, sino que se hace necesario repensar en términos de las mediaciones a la que se enfrenta cada uno de los componentes de esta relación, es decir, la mediación cultural que envuelve al diseñador, al usuario y, por ende, al objeto que los presenta (relaciona) y los re-presenta.

Es de esta manera como el objeto se convierte en un componente equiparable al diseñador y al usuario, por lo menos desde lo socio-cultural. El objeto juega un papel social, no

<sup>121</sup> Benjamin, *op.cit.*, p. 23.

<sup>122</sup> Véase Fernand Braudel, *Una historia de Fernand Braudel*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1989.

<sup>123</sup> Rivadeneira, *op. cit.*

sólo asignado por el diseñador en el proceso de creación, sino además otorgado por la misma sociedad en la que éste se establece. Como "ser social" el objeto asume responsabilidades, crea expectativas, establece relaciones de clase y función social con todos los otros miembros de la sociedad que lo adopta (y lo adapta). Estas relaciones –y esta es una de la bondades del objeto– trascienden de lo inerte a lo dinámico, de lo efímero a lo constante, de lo indiferente a lo afectuoso, a lo íntimo, a lo sentimental, en tanto que el objeto como "ser social" ya no emite un aura "atrapante" sólo con los otros objetos, sino que ha sabido cautivar a los miembros activos de la sociedad: los hombres. Es de esta manera como el objeto evoluciona a ser miembro activo de la sociedad y a jugar un papel importante dentro de ésta.

Puede afirmarse, siguiendo esta línea, que el *objeto asocial* dentro de las dinámicas del mundo contemporáneo está condenado a desaparecer rápidamente, es decir, se trata de un objeto incapaz de establecer relaciones de cualquier tipo, llámense afectivas, emocionales, funcionales, prácticas, estéticas, éticas o políticas...; pertenece a una categoría de objetos en "vías de extinción"<sup>124</sup>. La calidad de vida social del objeto estaría dada en términos de la capacidad que tiene para establecer relaciones sociales; esto quiere decir interdependencias con otros objetos cercanos y lejanos (gracias ahora a los medios de comunicación), y con seres humanos; en general, con los otros miembros activos de una sociedad. Estos componentes activos serán quienes desempeñen un papel en donde sus acciones ejercen algún tipo de transformación sobre el entorno social más próximo. Los miembros activos de la sociedad no están limitados a quienes procuran grandes cambios en los modos de pensar o actuar, sino que incluyen a cada uno de los miembros a quien la sociedad ha asignado una labor de acción o pensamiento.

<sup>124</sup> Vale aclarar que no puede confundirse el objeto asocial con el objeto anti-social. Son dos categorías bien distintas en tanto que este último, muy a su manera, traza vínculos con los miembros de una sociedad. Quizá de manera agresiva, hosca y antipática, pero llega a trascender y a generar una vida social después de todo. El objeto asocial no tiene vida social; esto es, no genera dependencias ni relaciones con los miembros activos de una sociedad.

Para ser miembro activo de la sociedad, el objeto debe entonces ejercer una acción concreta sobre la colectividad que lo sustenta. Esto es –como se anotó en capítulos anteriores–, incidir sobre los hábitos estéticos, el “círculo” estético y la cultura estética. Sin embargo, el pertenecer a una sociedad implica recibir los efectos de los otros miembros activos de la misma, establecer relaciones de interdependencia, de necesidad y afecto. Esto explica, en parte, por qué en la vida diaria del hombre contemporáneo se trascienden las relaciones estéticas con los objetos al plano de lo indispensable, pero sobre todo de lo dependiente. El objeto es un miembro activo que ha sabido treparse sobre las cadenas de las relaciones sociales, a un nivel que boicotea, en ocasiones, las relaciones con otros seres humanos.

El objeto social posee una vida social –valga la redundancia–, con las ventajas y desventajas que esto acarrea; es decir, asume una responsabilidad frente a un colectivo, es premiado tanto como castigado y reprendido por sus acciones u omisiones, pertenece a una cultura y asume, por tanto, sus costumbres y tradiciones. El objeto se vuelve hereditario y luego herencia de un cúmulo de valores estéticos y transestéticos que se han vitalizado a través del papel desempeñado en la sociedad. “... la obra creada, [...] refleja tangiblemente la cultura de aquella sociedad que la promueve...”<sup>125</sup>. Este reflejo crece en importancia si se entiende como un autorreconocimiento entre los miembros de la sociedad, entre el objeto y la sociedad, y entre el diseñador y su creación. Esta capacidad de reconocimiento se convierte en una de las relaciones más importantes que llega a establecer el objeto como miembro activo de una colectividad.

Este reflejo de la sociedad y la cultura, que se materializa en el objeto, no es, sin embargo, resultado del azar y las coincidencias; es el efecto de la búsqueda y exploración del diseñador. Como lo propone Danielle Quarante: “El [diseñador] busca esa adecuación entre la realidad tangible del producto y la realidad del contexto cultural en el que se insertará”<sup>126</sup>. Sobre esta “conciliación” entre objeto y cultura es que puede hallarse el

<sup>125</sup> Ricard, *op. cit.*, p. 160.

<sup>126</sup> Danielle Quarante, *Diseño Industrial. Enciclopedia de Diseño*. Barcelona: Ediciones Ceac, 1992, p. 106.

reflejo, el reconocimiento, la identificación, la interdependencia. Esta adecuación es la respuesta que emite, con fuerza o débilmente el diseñador a través de la materialidad del objeto. Y será a partir de la función estética (intención, relación y significación) como esta adecuación tome forma y delimite el papel protagónico, antagónico o secundario... del objeto social en la cultura.

Esta función estética se ve sometida al choque con el contexto cultural particular, y es en este encuentro donde se limita y trasciende el papel que jugará el objeto de uso como miembro activo de la sociedad. "La estética es, por lo tanto, producto y parte integral de una determinante conformación cultural, y lleva en sí sus rasgos"<sup>127</sup>.

Con estas aproximaciones a lo social extraestético que amplían y aclaran, además de la dimensión estética del objeto de uso, el campo de acciones del diseñador; puede comprenderse la relación vital de lo estético con los otros componentes de la cultura. La intención estética como propuesta está casi reducida a la mejor interpretación que el diseñador pueda hacer de los contextos donde se insertará el objeto; más aún, a los entornos donde se establecerá la experiencia estética y de uso. El reto para el creador es comprender los contextos más allá de limitaciones geográficas, demográficas, por estratos o clases sociales, emergentes e inmediatas, que en realidad no procuran someter la capacidad del diseñador de adecuar su creación a un contexto cultural específico, sino que más bien limitan (no como determinantes) el espacio creativo del oficio del diseño.

Esta idea lleva a pensar que el diseñador actual debe proponer nuevas estrategias para comprender y aproximarse a estos contextos culturales, lo que le permitirá una mejor conciliación entre el objeto y su entorno. Con fenómenos como la "hibridación" y la "transversalidad" de las culturas, la globalización y el mismo consumo, entre otros, las herramientas de análisis y comprensión de los contextos que posee el diseñador se quedan cortas, arrojando como resultado del proceso de diseño objetos asociales y aculturizados<sup>128</sup> (creyendo que con estos objetos se

127

Bámbula, *op. cit.*, p. 33.

hace frente a la hibridación y transversalidad de las culturas).

No es sólo desde el estudio de los contextos culturales sino desde la concepción misma del objeto donde debe proponerse un giro en los modos de entender lo estético en los objetos de uso. El “divorcio” provocado por el diseñador entre el objeto y su contexto no es sólo reflejado en el proceso mismo de creación, sino que también está presente en los medios de representación. Esta manera de representar los objetos (en fondos inertes) contribuye notablemente a que tanto en la mente del diseñador, como en la mente del usuario y el contemplador se cree esa ruptura innecesaria del contexto, es decir, de la mediación misma. Sin mediación, los objetos quedan sin puente real, flotan sin gravedad, recorren un camino que no está dibujado, todo esto con consecuencias sobre la manera como va a ser asumido el objeto en el colectivo, en el papel que le va a ser asignado, en la experiencia estética que va a provocar.

Estas rupturas, aunque se establecen en el proceso de diseño, terminan por afectar la vida del objeto, inciden sobre los procesos del diseño, dándole paso a una serie de preguntas sin respuesta en relación con las formas (sensibles e inteligibles) que ha propuesto el diseñador, y que entran a mediar entre un individuo (usuario) desconocido y un contexto inerte. Esta ruptura, vista como un acto simple en los modos de representación, trasciende y se hace compleja en los modos de vida del objeto. Afecta notablemente la función social del mismo, entendido de otra manera más pragmática: este acto simple de ruptura influye en el papel que juega el objeto-producto dentro de un mercado activo y agresivo. La problemática deja el plano de lo conceptual para ir hacia el choque real que enfrentará el objeto.

Esta última idea sobre –el papel que juega en el mercado activo– el objeto-producto conduce a ligar las ideas sobre el objeto social, su función como miembro activo de un colec-

<sup>128</sup> La globalización, la transversalidad y la hibridación, contrario a lo que puede pensarse, no generan una estandarización –léase homogeneización– de los procesos culturales, sino que, por el contrario, deben buscar una sincera reafirmación de las identidades culturales más locales. Esto, sin caer en “folclorismos” sino en estudios que precisen y den relevancia al objeto estético como un objeto cultural.

tivo, su manera de establecer relaciones de interdependencia, a un plano más explícito, esto es, ver todas las consecuencias sociales del objeto de uso como consecuencias de mercado del objeto-producto. Las relaciones sociales permiten que el objeto-producto represente un papel destacado, defensiva y ofensivamente sobre el mercado<sup>129</sup>.

En conclusión,

es ineludible, por lo menos desde la perspectiva del objeto de uso, tener en cuenta las relaciones que como cualquier miembro de una sociedad entra a establecer el objeto de uso. Relaciones que van más allá de lo sensible, y que a veces se anteponen a éstas y terminan afectándolas. La relación estética "pura" no existe; es un ideal puramente racional, que sólo cabe en una organización no social<sup>130</sup>.

Este objeto de estudio de la estética, más que como un obstáculo para comprender los fenómenos sensibles, es una oportunidad para trascender la importancia de lo estético en todos los planos del ser humano; es decir, a nivel de lo artístico, lo sublime o lo individual, y, sobre todo, a nivel de lo social, lo colectivo y lo cultural. Lo extraestético contempla una amplia gama de posibilidades que no se alejan de lo estético; por el contrario, atan y crean atmósferas propicias para entender lo estético en un tiempo y un espacio concretos, en un "lugar antropológico"<sup>131</sup> estable y dinámico.

La experiencia estética está mediada, y estas mediaciones son el objeto de estudio de la cuestión estética contemporánea; esta experiencia no es sólo efecto de una intención estética materializada en el objeto, no es sólo

<sup>129</sup> Sobre la idea de la función social del objeto-producto podría profundizarse mucho más, ya que con esto se toca un plano pragmático que es de bastante interés para el diseñador, como lo es el papel del objeto-producto en un mercado. Así, las ideas expuestas anteriormente llegan a traspolarse, y conceptos como el objeto social, asocial, aculturizado... cobran una nueva importancia. Sin embargo, no es el propósito particular de este trabajo estudiar las incidencias del objeto estético sobre el mercado, aunque si bien todas las herramientas conceptuales están dadas para hacerlo, se da paso para que el lector haga sus propias conexiones (por no ser propósito de este estudio).

<sup>130</sup> David Esteban Rodríguez, *Sobre la Mesa. Aproximación a la experiencia estética desde la imagen fotográfica*. Op.cit.

<sup>131</sup> Augé, op. cit.

efecto de una relación sensible, sino de una relación social, cultural, económica y política. Una relación en la que intervienen el objeto y el individuo (diseñador y usuario) como actores activos, y un patrimonio intangible como antagonista importante. Una relación que inserta los elementos culturales y sociales dentro de procesos de corta, media y larga duración<sup>132</sup>, estableciendo una relación que no sobrevive por sí misma, que debe sumergirse para respirar.

---

132

Braudel, *op. cit.*

[ LEI objeto socio-cultural

\_\_\_\_\_

ISSN 0013-758X  
Número 101, mayo 2014

**Búsqueda de la experiencia**  
estética en el objeto de uso  
desde la dinámica de la cultura

Vol. 41, No. 101, mayo 2014, pp. 1-10

La experiencia estética no es subjetiva  
y arbitraria; está mediada.  
Y estas mediaciones son el objeto  
de estudio de la cuestión  
estética contemporánea.



[Al por mayor y al detal.  
Pasaje Rivas. Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Uno de los misterios de lo estético  
es poner límites  
y saber qué linda con qué.

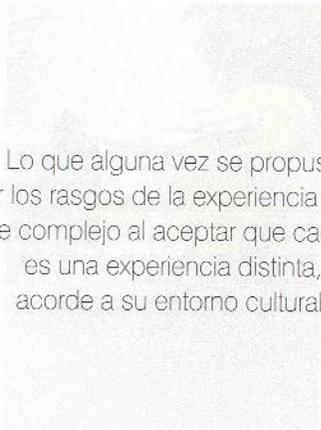


[Tres para uno.  
Exposición itinerante  
en la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

La experiencia estética hace parte de un momento y espacio determinados, difícilmente reproducibles por medios técnicos y/o tecnológicos, difícilmente representables en una imagen, bien sea estática o en movimiento.



[La Sra. María Inés Correa de Martínez.  
Cafetería en el centro de la ciudad.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



Lo que alguna vez se propuso  
(definir los rasgos de la experiencia estética)  
se hace complejo al aceptar que cada objeto  
es una experiencia distinta,  
acorde a su entorno cultural.



[La Sra. María Inés Correa de Martínez tiene frío.  
Cafetería en el centro de la ciudad.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

En el objeto de uso lo estético  
pierde su autonomía.  
Lo estético no constituye  
un fin en sí mismo.



[Egoísta. Cafetería en el centro de la ciudad.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

"La estética es, por lo tanto,  
producto y parte integral  
de una determinante  
conformación cultural  
y lleva en sí sus rasgos"<sup>132</sup>.



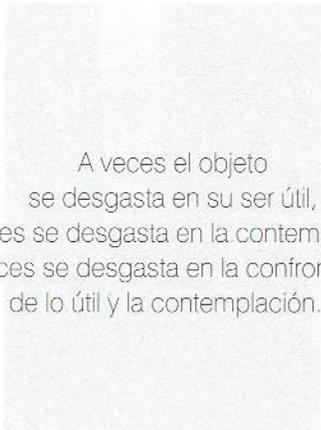
[¿Me invita a almorzar? Vitrina de restaurante.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



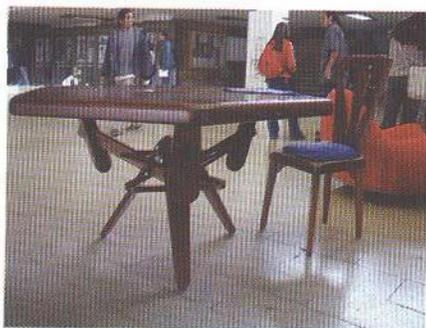
"En la actualidad el entorno humano como producto es cada vez más el resultado del diseño consciente en el que está presente el factor estético... como algo fundamental y decisivo que expresa la esencia de la cultura actual..."<sup>133</sup>



[1 reja, 1 mesa, 6 colillas... (inventario).  
Terraza de un bar.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



A veces el objeto  
se desgasta en su ser útil,  
a veces se desgasta en la contemplación,  
a veces se desgasta en la confrontación  
de lo útil y la contemplación...



[Almuerzo en prototipo.  
Comedor expuesto en el X Salón de Diseño Industrial  
de la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Mirar el objeto desde la relación  
*sujeto-contexto sociocultural*  
*objeto-contexto sociocultural-diseñador*,  
convierte los contextos  
en el verdadero objeto de estudio.

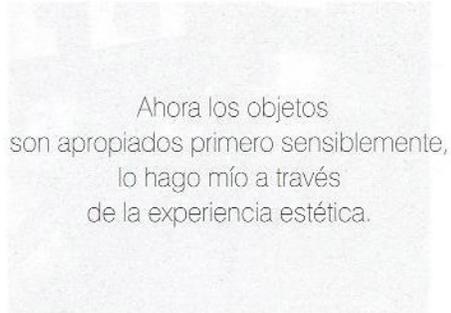


[13 mesas, 52 sillas, un café... (inventario).  
Eje ambiental del Virrey.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

Lo estético es complejo  
porque se trata de descifrarlos,  
de traducir una realidad en la que siempre  
hemos estado sumergidos,  
de entender la relación  
que nos da acceso  
al mundo de lo sensible.



[Dos parciales de mate III y macro I...  
Cafetería de la Facultad de Ciencias Económicas  
en la Universidad Nacional de Colombia.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



Ahora los objetos  
son apropiados primero sensiblemente,  
lo hago mío a través  
de la experiencia estética.



[Tres sillas, dos gaseosas (inventario).  
Mesa de cafetería sobre la acera.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]

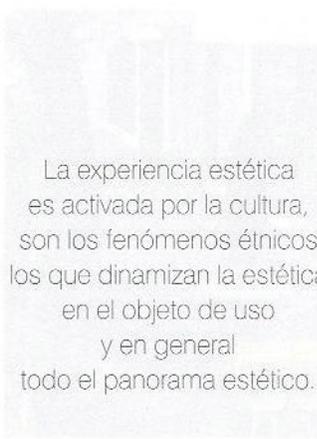
A veces lo que vemos del objeto  
no es el objeto,  
sino la malla de relaciones  
con otros objetos,  
sino todo lo que lo rodea.



Todo puesto sobre la mesa,  
y otra vez a la casilla de inicio.  
(Todo el recorrido en función de entender  
que el estudio de la experiencia estética  
está en la mediación...)



[Fuera de servicio.  
Mesa de cafetería.  
Fotografía del autor, Bogotá, 2002]



La experiencia estética  
es activada por la cultura,  
son los fenómenos étnicos  
los que dinamizan la estética  
en el objeto de uso  
y en general  
todo el panorama estético.

## [ Bibliografía

cinco

## ESTÉTICA

BÁMBULA DÍAZ, Juliane. *Lo estético en la dinámica de las culturas*. Santiago de Cali: Editorial Facultad de Humanidades, Universidad del Valle, 1993.

FAJARDO, Carlos. "El abismo presentido. Cartografías de las sensibilidades de fin de siglo". En: *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*. Universidad Complutense de Madrid. El URL de este documento es: <http://www.ucm.es/info/especulo.html>

HEIDEGGER, Martin. "El origen de la obra de arte. En: *Arte y Poesía*. México: Fondo de Cultura Económica, 1958.

HERBERT MEAD, George. "La naturaleza de la experiencia estética". Trabajo publicado por primera vez en el *International Journal of Ethics* 36 (1926), pp. 382-392. El URL de este documento es: <http://www.atheneadigital.com.html>

JAUSS, Hans Robert. *Pequeña apología de la experiencia estética*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2002.

JIMÉNEZ, Marc. *¿Qué es la estética?* Barcelona: Idea Book S.A., 1999.

KANT, Immanuel. *Critica del juicio*. Madrid: Colección Austral Ed. Espasa Calpe, 1995.

— *Observaciones acerca de lo bello y lo sublime*. Madrid: Alianza Editorial, 1990.

MAILLARD, Chantal. *La razón estética*. Barcelona: Editorial Laertes S.A., 1998.

MAQUET, Jacques. *La experiencia estética. La mirada de un antropólogo sobre el arte*. Madrid: Celeste Universo, 1999.

TATARKIEWICZ, Wladilaw. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid: Colección Metrópolis. Ed. Tecnos, 1997.

VALVERDE, José María. *Breve historia y antología de la estética*. Barcelona: Ariel, 1987.

WITTGENSTEIN, Ludwig. *Lecciones y conversaciones sobre estética, psicología y creencia religiosa*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1996.

## ESCENARIOS

AA.VV. *Escenarios domésticos*. Exposición 14 diciembre - 10 febrero, 2001. Koldo Mitxelena Kulturunea. Donostia-San Sebastián.

BARTHES, Roland. *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1994.

BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós S.A., 1987.

CALLE, Sophie. *L'Hôtel*. Paris: Editions de l'Etoile, 1984.

— *Relatos*. Barcelona: Exposición organizada y producida por la Fundación "La Caixa", 1996.

LEFEBVRE, Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza Editorial, 1972.

PEREC, Georges. *Un hombre que duerme*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1990.

SILVA, Armando. *Imaginario urbanos*. Bogotá: Editorial Tercer Mundo, 1990.

## TEORÍA DEL OBJETO

ACHA, Juan. *Introducción a la teoría de los diseños*. México: Editorial Trillas, 1995.

AUGÉ, Marc. "El diseño y el antropólogo". En: *Experimenta, revista para la cultura del diseño*. Madrid. N° 32 (diciembre de 2000).

BAUDRILLARD, Jean. *El sistema de los objetos*. México: Siglo Veintiuno Editores, 1994.

— "Ilusión y desilusión estética". En: *Letra Internacional*. Madrid. N° 39 (julio/agosto de 1995).

BENJAMIN, Walter. "La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica". En: *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus Ediciones, 1982.

BRAUDEL, Fernand. *La historia y las ciencias sociales*. Madrid: Alianza Editorial, 1990.

DORFLES, Gillo. *El diseño industrial y su estética*. Barcelona: Editorial Labor S.A., 1968.

MANZINI, Ezio. *Materia de la invención. Materiales y proyectos*. Barcelona: Ediciones Ceac, 1993.

QUARANTE, Danielle. *Diseño industrial. Enciclopedia de diseño*. Barcelona: Ediciones Ceac, 1992.

RAMÍREZ, Jimmy. "Los lugares del objeto. Una exploración a través de la imagen fotográfica en el pasaje de la Macarena". (Trabajo de grado). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Diseño Industrial, 2004.

RICARD, André. *Diseño ¿por qué?* Barcelona: Colección Punto y Línea, Ed. Gustavo Gili, 1982.

RIVADENEIRA, Ricardo. "A la busca del objeto perdido". Ponencia realizada durante la Segunda Reunión de Historiadores y Estudiosos del Diseño. La Habana, 8 de junio de 2000.

— "Arte y cultura, una mirada histórica y etnográfica". Ponencia para el II Congreso Internacional Cultura y Desarrollo (Unesco-Unicef-OEI, SELA, Convenio Andrés Bello). La Habana: Palacio de las Convenciones, 11 de julio de 2003.

RODRÍGUEZ, David Esteban. *Apuntes y desapuntes sobre estética y diseño industrial*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Diseño Industrial, 2002 [en procesador de palabras].

— "Sobre la mesa. Aproximación a la experiencia estética desde la imagen fotográfica". (Trabajo de curso). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura, IECO, 2002 [en procesador de palabras].

SÁNCHEZ VALENCIA, Mauricio. *Morfogénesis del objeto de uso. La forma como hecho social de convivencia*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá "Jorge Tadeo Lozano", 2001.

## OTROS

AGUIRRE BAZTÁN, Ángel (Ed.). *Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. Barcelona: Editorial Boixareu Universitaria, 1995.

AUSTIN, John Langshaw. *Cómo hacer cosas con palabras. Palabras y acciones*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1982.

BAUDELAIRE, Charles. *El pintor de la vida moderna*. Bogotá: El Áncora editores, 1995.

BUXÓ, Ma. Jesús, DE MIGUEL Jesús M. (Eds.). *De la investigación audiovisual. fotografía, cine, video, televisión*. Barcelona: Proyecto A Ediciones, 1999.

COROMINAS, Joan. *Breve diccionario etimológico de la Lengua Castellana*. Madrid: Ed. Gredos S.A., 1998.

CHAMIZO DOMÍNGUEZ, Pedro José. *Metáfora y conocimiento*. Málaga: Analecta Malacitana, Universidad de Málaga, 1998.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Rizoma. Introducción*. México: Ediciones Coyoacán S.A., 1994.

DEBRAY, Régis. *Introducción a la mediología*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2001.

GOYES, Julio César. *Horizontes de la comunicación visual contemporánea*. Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura, IECO, Universidad Nacional de Colombia.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. México: Editorial Grijalbo, 1990.

LYOTARD, Jean François. *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Barcelona: Editorial Planeta-De Agostini, 1993.

PEREIRA SOUZA, Ana Mercedes. *Sociología de la cultura en América Latina. Una perspectiva colombiana*. Bogotá: Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la UNAD, 1997.

RINCÓN, Carlos. *La no simultaneidad de lo simultáneo. Postmodernidad, globalización y culturas en América Latina*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia, 1995.

TIAN YU CAO. *La Posmodernidad en la ciencia y la filosofía*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. Coordinación de Humanidades, 1998.

Este libro se terminó  
de imprimir en marzo de 2006



David Esteban Rodríguez Villate

(1980- ) Diseñador, consultor, jefe de producción y asesor externo en temas de mobiliario, producción y desarrollo de producto. Durante los últimos años ha estado participando en el desarrollo de proyectos importantes de diseño interior y de mobiliario, en diferentes sectores como el corporativo, el comercial y el de vivienda en Bogotá. Profesor del Departamento de Estética de la Pontificia Universidad Javeriana. Ponente en el Segundo Congreso de Diseño, "Diseño y Sociedad" realizado en Maracaibo, Venezuela en 2003. Diseñador de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Colombia; graduado con mención de Laureado.

El diseño industrial se actualiza en el artefacto cultural, sin duda, pero ante todo es un acto creador; de allí que para los diseñadores el objeto nace o vuelve a nacer en el caso de ser intervenido una vez más. No obstante, la tensión —tal vez se debe decir, la ironía— que impone este libro es “¿cómo mueren los objetos?”, y cómo ese acontecimiento puede ser re-encontrado o co-creado por ese escenario etnográfico, performático e imaginario, que es la fotografía.

Si algo nace tiene que morir, más en ese transitar ocurre un eufemismo, la construcción de una atmósfera tan objetual como subjetiva, tan textual (estetizada) como contextual (extraestética), que libera al objeto de su carga trágica y efímera que le impone el decorado y la moda. Para el diseñador industrial, los usos del objeto cotidiano apuntan hacia un entorno que teje múltiples sentidos desde dispositivos ya no discursivos, sino experienciales en la interfaz de la emoción, el sentimiento, la meditación, la materialidad y la utilidad. Migramos de una estética de “lo bello” anclada en el arte, tan contemplativa como moral, cuyo desborde moderno ancló en el gusto individual; a una de choque y “goce programático”, tan relativa como procesual, tan étnica como socio-cultural, cuya sensibilidad cruza pasadizos perceptuales y representacionales a veces bajo la ilusión del modelo de la realidad, otras en la plataforma del simulacro, de cualquier manera, en los intersticios epistémicos, estéticos y simbólicos que causa la comunicación audiovisual y las nuevas tecnologías de la imagen.

De suerte que no sólo importa cuando un objeto nace y se proyecta, interesa también cómo transita y desde luego, cómo muere y es recordado entre los sujetos que lo usaron, lo padecieron y admiraron “en su condición de ser social”. De la producción y distribución, a la recepción en uso y consumo.

El libro de David Esteban Rodríguez Villate, es el resultado de una indagación laboriosa y útil de teorías y prácticas estético-visuales, una asimilación seductora, no únicamente para los diseñadores, quienes están altamente representados, sino para los artistas y estudiosos de las ciencias sociales cuya preocupación está en las formas de representación estética del Diseño Industrial y de uso del objeto cotidiano, ese héroe-antihéroe-seudohéroe artificial que construye el paisaje vital de todos los días.

### **Julio César Goyes Narváez**

Docente investigador de Estética y Teoría de la Imagen  
en el Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura, IECCO,  
de la Universidad Nacional de Colombia.

ISBN 958701629-7



9 799587 016290

