EL FACTOR ESTÉTICO EN LOS PROCESOS DE DISEÑO

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN ARQUITECTURA, PRESENTA

CARLOS DANIEL SOTO CURIEL

DIRECTOR
DR. FERNANDO MARTÍN JUEZ

SINODALES:
DR. JESÚS AGUIRRE CÁRDENAS
DR. IVÁN SAN MARTÍN CÓRDOVA
DR.XAVIER CORTÉS ROCHA
DRA. GENEVIEVE LUCET LAGRIFFOUL
DR. MANUEL AGUIRRE OSETE
M.D.I. ARTURO DOMÍNGUEZ MACOUZET

PROGRAMA DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CIUDAD UNIVERSITARIA,D.F.
2007

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Diseño Editorial, Portada e ilustraciones:
D.I. JORGE SOTO CURIEL, 2006-7

A G R A D E C I M I E N T O S

Nada en esta vida es obra de alguien, no hay autores, todos somos amanuenses de otros. Solamente entre todos los humanos lo sabemos todo.

Cada uno de nuestros trabajos nos obliga a agradecer los apoyos recibidos, así, debo reconocer a mi familia, Herminia, Martín, Pedro y Gabriel por ser motivos y razón de ser. A mis hermanos, Jorge que lo revisó, hizo el diseño del libro y las ilustraciones, Guillermo que me ayudó con esta máquina incomprensible.

A Don Jesús Aguirre Cárdenas, quien me dijo que era muy fácil y con su apoyo lo cumplió. Al “mejor enemigo” mi excelente amigo, Don Fernando Martín Juéz que con la bonhomía de su persona me dijo cómo. A Iván San Martín que supo darse tiempo, a Xavier Cortés Rocha, que aceptó comprometerse, a la Dra. Genevieve Lucet que dedicó tiempo de sus vacaciones para la lectura, al Dr. Manuel Aguirre Osete que con su presencia hizo apoyo. A la Dra. Gemma Verduzco, por su ayuda y al Dr. Luis Arnal que abrió puertas. A Maru, Rosi, Lupita, Irma y Doña Luz, que desde sus escritorios y cajones me ayudaron a mover los papeles.

A mis colegas y amigos del CIDI, Arturo Domínguez que leyó el trabajo y aceptó fungir como sinodal, Arturo Treviño, Alberto Vega, Héctor López Aguado, Enrique Ricalde, Fernándo Fernández, Jorge Vadillo, Jhose Luis Alegría, Roberto González, Martha Ruiz, Luis Equihua y Raúl Torres Maya.

A la memoria de quienes se me han ido y a cuya sombra pude crecer.

Al Centro de Investigaciones de Diseño Industrial, a la Facultad de Arquitectura y a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Alma Mater.

Í N D I C E

AGRADECIMIENTOS

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN 1

I LA ESTÉTICA

La estética, rama de la filosofía 11
La estética y lo artístico 23
Métodos de la estética 31
Percepción y apreciación estética 38
Ámbitos para lo estético 70

II DISCIPLINAS DEL DISEÑO

Disciplinas de Diseño 107
Diseño de Paisaje 120
Diseño Urbano 132
Diseño Museográfico 144
Diseño Escenográfico y de Producción 164
Diseño Arquitectónico 180
Diseño Artesanal 187
Diseño Industrial 203
Diseño de Moda-Imagen 223

III ESTÉTICA DEL DISEÑO

245 Diseño, forma y configuración
258 Diseño y creación
268 El fenómeno del gusto
289 Categorías estéticas del diseño
313 La eficiencia funcional, categoría estética
327 La novedad, categoría estética
336 La simbolización, categoría estética
351 La elegancia, categoría estética
360 Diseño y futuro

370 **CONCLUSIÓN**

374 GLOSARIO DE TÉRMINOS

382 BIBLIOGRAFÍA

A B S T R A C T

THE AESTHETIC FACTOR IN THE DESIGN PROCESS
All objects, product of design processes constitute a second artificial, nature upon which nowadays humanity carry it's every day life

As much as these objects can be analyzed as aesthetic phenomena with it's own characteristics and values clearly differentiated from other products of human creativity such as arts and science, we will be able to adequately handle their impact upon cultural practices and better understand our emotional relation with this artificial nature in a way that will allow our societies' evolution, enjoying objects without any detriment of our original nature.

This hypothesis will be sustained in three sections. The first one revises Aesthetics as a philosophical science, its' objectives, its' methods and the identification of different types of experience qualified by human beings as aesthetic, identifying the design disciplines as different from other aesthetic production processes as crafts and arts.

The second section analyses these disciplines searching for the characteristics that identify them as an artistic discipline as well as those that particularly distinguish them from each other. This analysis process will also envision the resources each discipline make use of to entail its' aesthetic value.

In the third section, the aesthetic categories are considered as part of the design processes, assuming that the aesthetic phenomena appreciation has evolved in time according to social changes. The categories shared by design with the arts are exposed and four new categories are defined as exclusive for the study of design objects thus explaining the aesthetic value of Functional Efficiency, Novelty, Symbolization and Elegance.

This work's conclusion allows us to consider that the appreciation of Design Objects will keep evolving and that some notions as sustainability, participative and universal design, can very well become recognized as aesthetic values in a not so distant future.

I N T R O D U C C I Ó N

El propósito de este trabajo ha sido desarrollar los planteamientos que se desprenden de la siguiente hipótesis: ***"Los objetos que son producto de procesos de diseño forman una segunda naturaleza artificial que es el contexto en el que se desarrolla la vida cotidiana del hombre actual. En la medida en que estos objetos se analicen como fenómenos estéticos con valores y caracterísrticas propias, haciendo una clara distinción respecto a otros productos de la creatividad humana, como las artes y las ciencias, podremos manejar adecuadamente su impacto en la cultura y comprender mejor nuestra relación emocional con esta otra naturaleza, de manera que nuestras sociedades evolucionen disfrutando los objetos sin sacrificio a nuestra naturaleza original."***

Los temas se abordarán por aproximaciones sucesivas, paso a paso, y planteando el estudio desde lo muy general hasta centrarnos en los fenómenos que constituyen los objetivos del trabajo, aquellos que se refieren a los procesos de diseño de objetos tridimensionales.

Un primer acercamiento será identificar las características particulares del fenómeno estético como un factor que condiciona al proceso de síntesis configurativa en los procesos de diseño, además de establecer parámetros para hacer un comparativo entre los valores estéticos manejados tradicionalmente en las artes plásticas y el de los objetos de diseño, donde se considera la importancia de los conceptos de función y utilidad. Analizaremos los valores expresivos en el objeto de diseño como medios para generar, adoptar, modificar y comunicar significados, con lo que se busca contribuir al desarrollo de la cultura del diseño en nuestra sociedad, posibilitando una mayor educación al respecto y motivando las actitudes críticas con un lenguaje profesional apropiado.

LOS RECURSOS MENTALES Y SUS VALORES

1



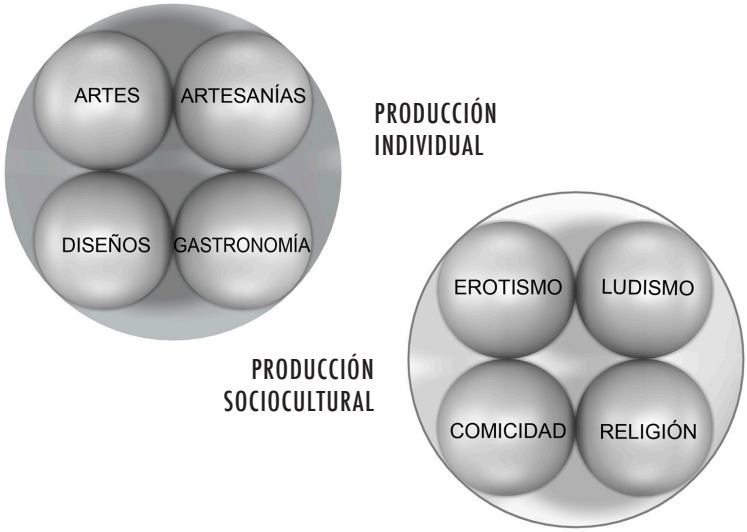
El planteamiento inicial parte de considerar a la mente humana como un conjunto de facultades que ejercen Razón, Juicio y Emoción, términos que indican entidades abstractas que podemos entender como Verdad, Bondad y Belleza. Estos conceptos se hacen operativos y por tanto instrumentos útiles para construir el conocimiento al devenir como ramas de la filosofía: *Lógica*, *Ética* y *Estética*. Así, el primer esquema muestra la tríada que conforman estas facultades, las entidades que agrupan o contienen y las ramas de la filosofía que las estudian, señalando al Espacio para la Estética como el campo donde encontramos la materia para nuestro estudio.

Como siguiente paso, habremos presentar una visión general de la Estética, entendida ya como la rama de la filosofía que se preocupa por lo relativo a los fenómenos de la cultura que impactan emocionalmente al hombre, buscando conocer su historia, objetivos, recursos, y métodos. El objetivo es plantear un panorama que nos permita establecer los principios filosóficos que aplicaremos para analizar y determinar los campos específicos que habremos de estudiar como modos de producción estética, lo que hemos denominado ámbitos para el fenómeno estético y que se representan en el esquema dos.

ÁMBITOS PARA LO ESTÉTICO

2





3

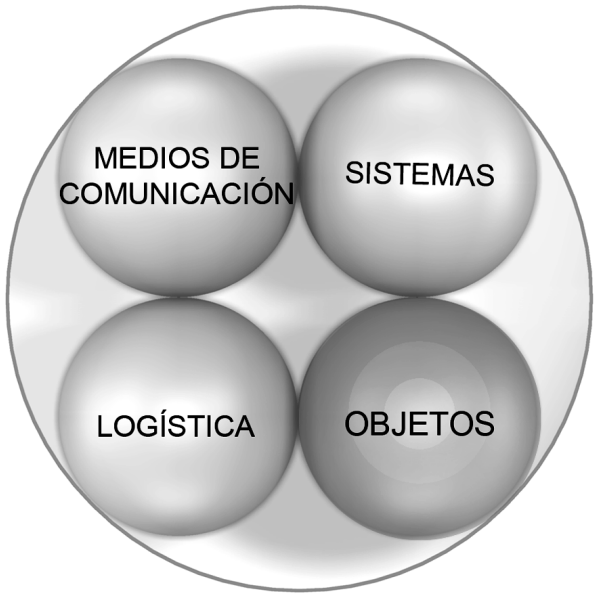
PRODUCCIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES

De acuerdo a éstas ideas, el esquema tres nos señala una distinción entre los ámbitos para le estética que se han considerado. Esta distinción

obedece a la circunstancia de producción en los fenómenos estéticos, que separa aquellos que constituyen una producción sociocultural, es decir, un producto cultural inherente al ser humano y que no es fruto del trabajo de algún grupo social o persona en específico. El otro campo lo constituyen las actividades estéticas que efectivamente son productos de carácter individual, que es donde se incluye al ámbito de los diseños.

ÁREAS DEL DISEÑO

4

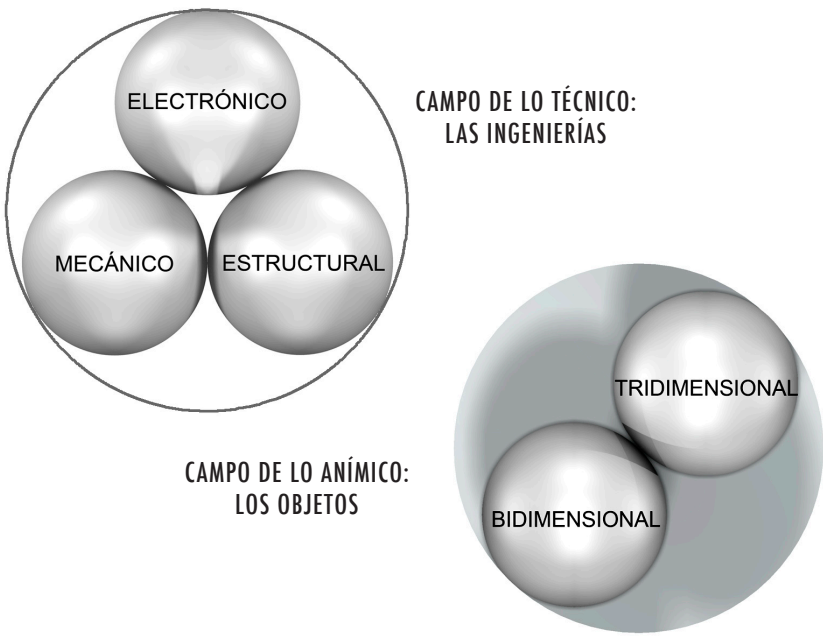


Por otra parte y con base al esquema cuatro, definimos al campo de diseño de los objetos tridimensionales como el que habremos de estudiar, ya que actualmente el término DISEÑO tiene multitud de aplicaciones y se considera que hay cuatro áreas diferentes en las que se incluyen todas las acepciones de la palabra: El Diseño de Sistemas, que incluye la planeación y generación de estructuras complejas e interdependientes como por ejemplo, procesos y circuitos. El Diseño Logístico, que incorpora estrategias, servicios bancarios o planes de estudio. El Diseño para la Comunicación, donde podemos

encontrar la generación de programas de radio o las páginas de red virtual (web) en la comunicación por medios cibernéticos. Por último encontramos al Diseño de Objetos, rama que incluye la prefiguración de aquellas cosas o entidades cuya característica fundamental es otorgar diversos servicios respondiendo a funciones operativas. Esta rama incorpora la generación y desarrollo de todo lo que constituye nuestro entorno, como las edificaciones y artefactos que adicionan un sentido de servicio más allá de lo práctico y que tienden a satisfacer expectativas de tipo subjetivo o anímico, ya que fundamentalmente se identifican por atender la relación del hombre y su entorno material con una perspectiva preocupada por la parte anímica del ser humano.

CAMPOS DEL DISEÑO DE LOS OBJETOS

5



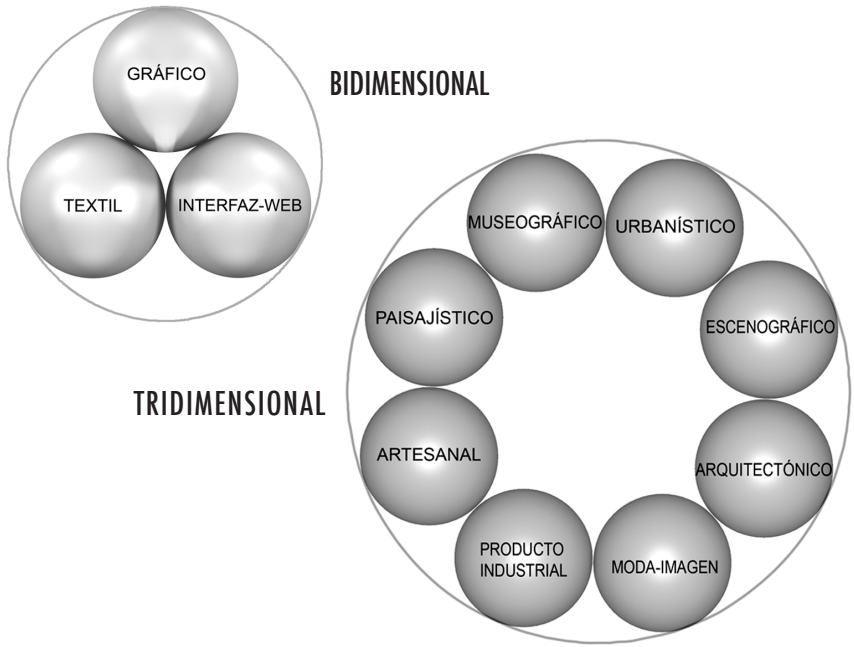
Como vemos en el esquema cinco, el diseño de objetos se puede aplicar a dos grupos de disciplinas, primeramente aquellas que identificamos por su atención a lo práctico u objetivo, las ingenierías, donde los objetos diseñados son elementos y componentes mecánicos,

1 BUCHANAN, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. Design Issues 8 No. 2, 1992

motores, refinerías e instalaciones industriales, maquinaria o herramentales para fabricación, estructuras de obra civil, puentes o líneas de ferrocarril y demás objetos donde la relación con el ser humano se limita al aprovechamiento de sus prestaciones estructurales o de tipo mecánico. Por otra parte, encontramos a las disciplinas que identificamos por su carácter proyectual y son conocidas como los "diseños" (arquitectónico, industrial, urbanístico, artesanal, de vestuario, de imagen corporativa o personal, etc.) se caracterizan porque no se limitan al servicio o las prestaciones operativas, sino que también tienden a satisfacer aspectos de tipo emotivo en el ser humano. El segmento de los objetos "de ingeniería" no representa un cuerpo de estudio con interés de tipo filosófico, pues sus parámetros o valores se circunscriben a la búsqueda de la eficiencia, sus condicionantes se estructuran en base a principios científicos donde los valores son lo verdadero, en la medida en que se cumple con leyes (de la mecánica, la electrónica o la cinemática, por ejemplo), o lo bueno, en cuanto se logran parámetros de eficiencia y eficacia preestablecidos como razón de ser del objeto.

LOS DISEÑOS

6



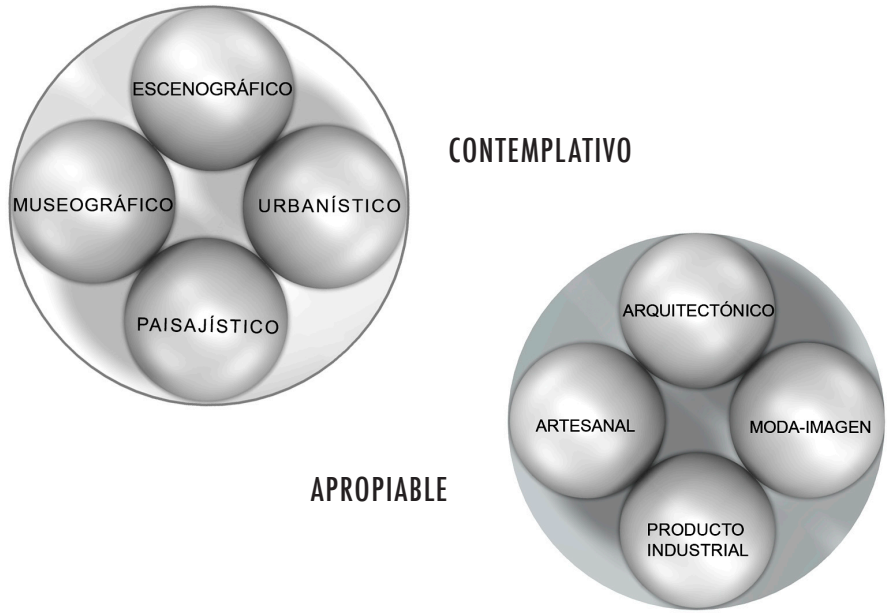
Los objetos que son producto de “los diseños” integran aspectos de gran complejidad y presentan un sinnúmero de cuestionamientos, pues su característica principal es la inclusión del Factor Estético, cuyo ámbito es lo intangible e indefinido, sus valores nos llevan al terreno de lo sociocultural, lo individual y lo relativo a un momento histórico. De aquí que la problemática de la identificación del hombre con el objeto de diseño represente un tema inagotable de interés filosófico y materia de estudio siempre vigente y con posibilidades de someterse a revisión permanente. Por otra parte, los diseños integran cierto número de disciplinas, mismas que para este estudio agrupamos en dos tipos como vemos en el esquema seis, por un lado las manifestaciones del diseño bidimensional , por otro lado las que son nuestra materia de interés y que reconocemos como diseño de objetos tridimensionales.

El factor estético en los procesos de diseño constituye materia de estudio con una problemática profunda que, además, se dificulta particularmente cuando el análisis estético se deriva hacia terrenos fuera del arte. Los estudiosos de la Estética, tanto los detractores como los defensores de su importancia, analizan siempre el fenómeno de las Artes, a las que se considera una realidad de suma importancia y con posibilidades de estudio aunque no sea sistematizado. Pero fuera de este ámbito los fenómenos de carácter estético son muy poco estudiados, tanto que la vieja discusión de si el diseño, como disciplina proyectual que genera objetos con valor estético es un arte o no lo es, sigue vigente, por lo que muy pocas voces reclaman para “los diseños” valores estéticos diferentes de los considerados tradicionalmente para las artes.

En la ruta para centrar nuestra atención en un campo específico, veremos que el esquema siete nos señala una taxonomía que habrá de apoyar al estudio, pues en los campos del diseño de objetos tenemos aquellos que constituyen un entorno social, cuya propiedad puede ser pública o privada, pero que no son “nuestros” en un sentido anímico. Mientras otro campo de disciplinas del diseño se integra por aquellas que generan objetos cuya propiedad nos afecta anímicamente, aspecto complejo que afirma la necesidad de plantear nuevos esquemas analíticos para establecer principios y procedimientos con características específicas para comprender, analizar y valorar los fenómenos estéticos en el mundo del diseño.

TIPOLOGÍA DE LOS DISEÑOS TRIDIMENSIONALES

7



El problema de lo estético como factor condicionante en los procesos de diseño es un fenómeno que incluye aspectos y valores de tipo subjetivo como son los deseos y otras manifestaciones e identidad sociocultural, además de voluntades y expresiones de carácter individual. Esta problemática se agrava o se hace más compleja en los países como el nuestro, con grados de desarrollo insuficiente en cuanto los parámetros de las sociedades industrializadas, pues existe una relación muy estrecha entre “los diseños” y la tecnología. Nuestro rezago en ciencia y la dependencia tecnológica que se genera, impactan negativamente a los procesos de diseño, por lo que los objetos (ciudades, edificios, productos industriales, vestimenta, etc.) que nos rodean, manifiestan una estética ajena o que raramente responde a las consideraciones propias de nuestra realidad sociocultural. Así, los productos de diseño generados en nuestra sociedad tienden cada vez más a mostrar la ausencia de propuestas novedosas y acertadas para solucionar la problemática de nuestra sociedad tan urgida de alternativas para un desarrollo sustentable, deficiencias más elocuentes en cuanto más se depende de la tecnología para su realización.

Al mismo tiempo, la sociedad que recibe y percibe los objetos de diseño, espacios urbanos, edificios, minibuses y los accesorios de la vida cotidiana, es simplemente receptora de propuestas que en realidad obedecen a principios ajenos y acepta acríticamente lo que se le ofrece al carecer de una adecuada cultura para evaluar al objeto de diseño. Esta situación es preocupante en cuanto nuestra vida se hace cada vez más relacionada con el uso de objetos de diseño, mismos que han llegado a constituir una realidad cuyo contacto supera en mucho a la relación con los objetos del entorno natural, incluso se habla ya de un segundo entorno de objetos que constituyen una naturaleza hecha por el hombre. Es una naturaleza artificial, en el sentido de ser resultado del artificio humano, no en el sentido de ser falsa o irreal. Su presencia en nuestra vida diaria ya es mucho más efectiva que la de los objetos del entorno original en el planeta tierra.

Finalmente, veremos que para valorar el impacto sociocultural de los productos de diseño habremos de valorar y analizar los temas o incisos que integran el factor estético en los procesos de diseño, estableciendo jerarquías y valores para configurar un esquema que nos lleve a indentificar puntualmente las cualidades estéticas de los productos de diseño. Una posibilidad es la presentación de categorías estéticas exclusivas para los fenómenos del diseño, es decir, los modos que a manera de recursos, ejercen estas disciplinas para provocar el impacto estético, mismas que para cumplir su objetivo, serán diferentes a las que se aplican en las bellas artes.

L A E S T É T I C A

LA ESTÉTICA, RAMA DE LA FILOSOFÍA 1.1

LA ESTÉTICA Y EL ARTE 1.2

MÉTODOS DE LA ESTÉTICA 1.3

PERCEPCIÓN Y APRECIACIÓN ESTÉTICA 1.4

ÁMBITOS PARA LO ESTÉTICO 1.5

1.1 LA ESTÉTICA, RAMA DE LA FILOSOFÍA





LA CULTURA,DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL SER HUMANO

La cultura ha sido el fruto de un proceso de desarrollo y evolución a partir de las capacidades del Ser Humano. Para iniciar cierto conocimiento de lo que es la cultura, podemos considerar el conjunto de la mente humana como una entidad que ejerce razón, juicio y emoción. El ser humano cuenta con estas facultades como los recursos para generar el conocimiento, fueron ya definidas y reconocidas por los filósofos de la Grecia clásica, quienes explicaban la generación de la *Theoria* como acción del *Logos*, el *Ethos* y el *Kalos*, términos que indican facultades que, como lo ha señalado la maestra mexicana María Rosa Palazón citando a Roberto Hiriart [2], son los recursos con que se desarrollan los fenómenos del conocimiento y los podemos entender como Verdad, Bondad y Belleza. Estos conceptos se hacen operativos y por tanto sirven como instrumentos para construir el conocimiento cuando se materializan como ramas de la filosofía: Lógica, Ética y Estética.

La Lógica es la ciencia del ser, es la ciencia que estudia e investiga el origen sistemático del ser verdadero en la naturaleza y corresponde a nuestra facultad de la razón, su producto es la ciencia. La Ética estudia el deber ser e investiga el origen sistemático de la voluntad del hombre, corresponde a nuestra facultad de juicio y su producto es la moral. La Estética, nuestro tema principal, analiza los fenómenos alrededor de lo bello y corresponde a las facultades de hombre como ser emocional, su producto es lo artístico.

Con estos esquemas, podemos entender a la cultura como producto de las facultades y habilidades humanas, es el contenido de la filosofía, son los actos y pensamientos del hombre, es el afán cotidiano de dar un sentido a la existencia y un proceso en el que todos los conceptos, ideas, habilidades y capacidades han sido sometidas a prueba, de ahí su constante superación. Según Immanuel Kant (1724-1804) *“la cultura es un ámbito que presenta una infinita variedad para los hombres que no se conforman con vivir, sino que tratan siempre de dar un*

2 PALAZÓN Mayoral, María Rosa. *La Estética en México*. Siglo XX. UNAM, Fondo de Cultura Económica. México, 2006. Pág. 248

sentido o razón de ser a su existencia, por lo que realiza otra infinidad de actos tendientes a llegar a ese fin" [3]. La cultura se compone por el acervo de todas las creaciones valiosas que se han realizado para satisfacer los anhelos del espíritu humano y sus necesidades materiales.

La filosofía explica la cultura y sigue un método riguroso para encontrar los fundamentos de los hechos culturales, es decir, necesita estudiar los hechos de la vida humana expresados en leyes. La filosofía entonces, se encarga de explicar el cómo y el porqué de los actos que el hombre realiza, es la ciencia que reflexiona sobre el quehacer humano y le da sentido. La cultura es el producto de los hallazgos humanos y se transmite de una generación a otra en forma de conocimientos y gracias al lenguaje, instrumento que opera como la suprema capacidad humana. Los logros culturales han son aprovechados, constatados y revisados por las siguientes generaciones para que sean superados y posibiliten la generación de nuevos conocimientos.

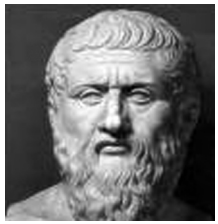
El ser humano articula conocimientos específicos y con ellos construye ciertas estructuras mentales que los relacionan entre sí, aunque originalmente pertenecieran a campos o materias distintos, de ahí nuestra capacidad para generar pensamientos sobre lo abstracto. La mente humana, aprovechando las facultades del lenguaje, genera las ideas y estructuras mentales que se organizan para explicar un fenómeno al tiempo de posibilitar la incorporación y validación de nuevos conocimientos. Las explicaciones abstractas corresponden al concepto de teoría, que es un recurso para estructurar las ideas y que permite aplicarlas. La teoría también se puede aprovechar para la construcción de nuevos esquemas de pensamiento.

La capacidad para teorizar ha sido la clave con que se explican los fenómenos de la naturaleza, incluyendo al hombre mismo. La civilización occidental dio origen a la filosofía, que Aristóteles (384-322 a. C) definió como *"la ciencia de todas las cosas, la totalidad del saber en la medida de lo posible sin tener conciencia de cada objeto en particular"* [4], por lo que la filosofía ha permitido que el ser humano pueda analizarse a sí mismo y a su pensamiento, posibilitando la comprensión del universo y encontrar los valores de verdad, bondad y belleza. En el mundo clásico los conceptos de verdad, bondad y belleza eran

3 KANT, Immanuel, *Crítica de la Razón Pura*. Ed. Alfaguara, Madrid, 1978

4 ARISTÓTELES. *Metafísica*. Col. Austral. México, 1946. Pág. 55

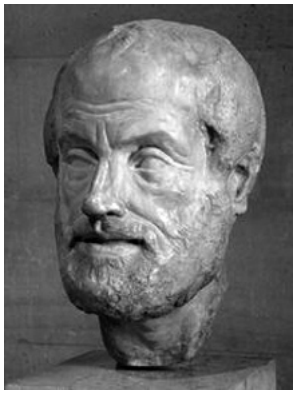
indistinguibles. La idea de belleza en el mundo antiguo solía combinar lo que nuestras teorías estéticas ponen por separado, para ellos eran términos genéricos que se aplicaban indistintamente, en aquellos años, la idea de lo bello se refería con mayor frecuencia valores morales, lo bueno, y a las verdades del pensamiento. Todavía nos queda algo de esto, hablamos de buenos pensamientos y no de su valor de verdad, hablamos de un bonito carácter y de un amor verdadero, etc.



PLATÓN:
"Difícil cosa es lo bello"

Lo que hoy se nombra como "el arte" y "lo bello" en la antigüedad eran conceptos distintos y sin relación entre sí. Se denominaba *"Poética"* a la doctrina del arte, mismo que se consideraba solamente como una actividad creadora de imágenes. Las primeras ideas para estudiar estos fenómenos y definir mejor los términos aparecen hasta Platón (427-347a.C), quien establece las bases de la filosofía y buscó separar la idea de lo bueno de la de lo verdadero. Su filosofía es reconocida como idealista, pues señala que el mundo el de las cosas y fenómenos que el hombre percibe por sus sentidos, es mutable y está en constante movimiento, nada en él puede ser definitivo ni tener valores trascendentes. Solamente pueden ser inmutables los conceptos que solamente pueden ser captadas por la mente y son la causa o la esencia auténtica de las cosas sensibles, son formas no sensibles o incorpóreas. Platón dio a estas causas el nombre de ideas *(eidos)*. A cada cosa del mundo sensible, corresponde en el mundo de las ideas un patrón o modelo atendiendo al cual las cosas materiales fueron creadas y que es incorpóreo y por tanto no sensible.

La doctrina de Platón se estructura desde un punto de vista metafísico, pues parte de la división entre el Mundo Inteligible o de las Ideas y el Mundo Sensible, el que percibimos con los sentidos de nuestro cuerpo. Propone que el bien no será solamente la causa de las cosas, sino también su objetivo es decir, es una doctrina *"teleológica"* dado que se plantea a partir de su adecuación a un fin. En esta doctrina el saber aparece como un *"recuerdo"*, dice que todas las cosas antes de ser materiales, existieron de manera ideal, el alma del hombre contempló ahí lo que era bueno y la manera en que debían ser todas las cosas, aunque al nacer como humano olvida cuanto ha contemplado y ya en la vida va recordando al observar las cosas materiales y puede comparar su relación con las ideas.



ARISTÓTELES:
"La ciencia de todas las cosas"

En la visión platónica el arte es tan sólo una copia *(mimesis)*, ilusión, engaño a los sentidos, mediador y revelación del Ser supremo por medio de la materia. Los objetos que en mundo sensible se nos aparecen como "bellos", lo son sólo en la medida en que obedecen al patrón que se ha preestablecido en nuestra mente. Según Platón, el campo de las ideas forma un sistema piramidal en cuya cúspide se encuentra la idea del "Bien", dicho en el sentido de lo "Correcto" Una idea de la que adquieren su esencia y que condiciona la existencia de las cosas y lo que nos permite conocerlas. Esta idea de lo "Bueno" señala el valor supremo, por tanto será superior a las ideas de lo "Verdadero" y de lo "Bello" que le están supeditadas.

En contraposición a la concepción platónica de la belleza ideal y más allá de los sentidos, su discípulo Aristóteles consideraba que lo bello es una cualidad en las cosas mismas, y se determina por la proporción de las partes como componente real de la belleza. Esta doctrina es conocida como el *idealismo objetivo* y se aleja del idealismo platónico al sostener que la teoría del patrón o modelo correcto, independiente de las cosas del mundo, lleva a conclusiones contradictorias y absurdas. Dice que si pensamos así tendríamos que tener para cada entidad existente una idea previa, por lo que debería existir una cadena infinita de ideas previas a cada idea misma, pues la idea es también una cosa existente.

Según Aristóteles cada cosa singular es la unidad de "materia" y "forma". La forma es inmaterial, pero no es una esencia aportada desde fuera de la materia misma. Así, una bola de cobre es la unidad de sustancia, el cobre, con su esfericidad que es la forma que la caracteriza como objeto existente, pero en la esfera real todo es una sola entidad. La "forma" es la realidad de una posibilidad que es la "materia", y al contrario, la "materia" es la posibilidad de la realidad que será la "forma".

La doctrina de Aristóteles se basa en la concepción de que el origen del conocimiento es la experiencia sensorial, por lo que el concepto de lo "bueno" será el resultado de un acto de razón. Con esta idea separa claramente los conceptos de bondad y verdad, su preocupación mayor será el problema de la Lógica, a la que consideró el *"órganon"* de la filosofía como un instrumento básico para todas las áreas de la filosofía y por la aplicación normativa del silogismo para discrimi-

nar los procesos de razonamiento y encontrar los correctos, así, genera la idea de verdad como consecuencia de un proceso mental.

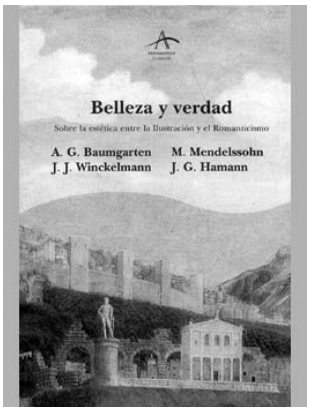
Aristóteles no solamente es el fundador del pensamiento estructurado por la lógica, es también uno de los primeros filósofos que tratan de estudiar la psiquis humana para comprender lo relativo a la percepción y la memoria, de ahí derivó su pensamiento hacia los problemas de la moral, adentrándose en el estudio de la Ética. Sostiene que el hombre tiende naturalmente hacia el bien supremo, la contemplación de la verdad que lleva a la felicidad, misma que no puede consistir más que en el conocimiento para escoger la acción debida, el acto correcto. El hombre virtuoso elige siempre entre el exceso y la carencia. Como podemos ver, Aristóteles no supera el plano del idealismo en cuanto a las cuestiones éticas. En sus disertaciones sobre lo estético no alcanza a distinguir lo bello de lo bueno, pues dice que *"un escudo para ser considerado bello primero debe cumplir cabalmente con su función de proteger al portador de las flechas y ataques del enemigo"*, es decir, ser un buen escudo.

Aristóteles genera un esquema donde incorpora y valora los campos de la filosofía, generando verdaderos conceptos del saber humano, con lo que otorga gran importancia a su clarificación y definición, aunque no alcanza a lograrlo totalmente porque partió de una visión idealista. En su esquema la filosofía tiene cuatro grandes campos: La Razón, La Moral, La Belleza y la Mística, cada una aporta diferentes recursos de conocimiento para la comprensión de lo humano.

Ambos, Platón y Aristóteles, suponían que las cualidades, verdad, bondad y belleza, eran valores de las cosas en sí, independientemente del hombre que las juzgara, el primero las sometía al cumplimiento de una bondad ideal metafísica y el segundo a una estructura esencial que formaba su propio idea. De cualquier manera, la concepción clásica de la belleza era la de una cualidad de las cosas que era independiente a la relación con el hombre que las pudiera juzgar o contemplar. Las ideas clásicas se instauraron en el pensamiento occidental hasta el siglo XVIII, cuando se asume a la Estética como una filosofía del arte, lo que sucede a partir de la importancia que adquiere el arte en la época del renacimiento. Entonces se define el



BAUMGARTEN:
"Estética, la ciencia de la belleza"



concepto de las bellas artes y se reivindican muchas de aquellas que durante la Edad media eran consideradas mecánicas; la arquitectura, puntura y escultura, se incluyen dentro de las artes privilegiadas a las que se le suman la música, poesía, retórica y danza. Esto produce un cambio decisivo, la determinación de lo bello, como eje de la reflexión estética, se desplaza del objeto al sujeto. El maestro Adolfo Sánchez Vázquez (1915-) lo dice con toda claridad *"la belleza no está ya en el objeto, como una cualidad suya, sino en la actitud del sujeto hacia el objeto, que sólo por ella y no por sí mismo se consideraría bello"* .[5]

Alexander Baumgarten (1714-1762) en sus obras *"Meditaciones y Aesthetica"* escritas entre 1750 y 1758, da origen al término Estética ya no como una cualidad observable, sino como la disciplina filosófica y científica de lo bello y del arte. El nombre significa precisamente doctrina del conocimiento sensitivo, es decir de las cosas percibidas *(aistheta)*, en oposición a los hechos del entendimiento *(noeta)*. Según esto, el verdadero conocimiento es el sensitivo y allí se ubica el arte por su carácter concreto y sensible, así, aplicó el término "estético" para referirse al tipo de respuesta emocional que consideró más adecuada para recibir el *"discurso sensato"* de la poesía, pues pretendía un nombre para lo que se refiere a las sensaciones, equivalente a la lógica de la sensación[6].

Desde el comienzo, Baumgarten restringió el ámbito de la estética al considerarla simplemente como la *"ciencia de la belleza"*. Su objetivo era fundar una disciplina destinada a estudiar la percepción de todo tipo de imágenes. Sostenía que las actitudes suscitadas en contacto con las obras de arte tienen un carácter exclusivo, no precisamente racional, ya que la belleza y la perfección que encontramos en las obras artísticas no radican en conceptos o esquemas lógicos de tipo cognitivo-instrumental, sino en impresiones de tipo sensorial que son en cierta medida inefables.

De esta manera, al introducir en el estudio "científico" del arte un fenómeno dialéctico que se establece entre la construcción intelectual versus la impresión sensorial, Baumgarten dio origen a la estética como disciplina teórica. No es posible estimar, respecto de la aparición de las primitivas formas de realizar lo artístico, con cuánta demora el pensamiento teórico comenzó a tomarlas como objeto de sus preocupaciones.

5 SÁNCHEZVÁZQUEZ,Adolfo.*Invitaciónala estética*.Ed.Grijalbo.México.1992.Pág.49.

6 ABBAGNANO, Nicola. *Diccionario de Filosofía*. México D.F., Editorial Efe. 1996.

Pero más allá de esas precisiones, la aparición tardía de una disciplina reflexiva destinada al Arte parece obedecer más a una preocupación de la época en que aparece la estética como disciplina, la modernidad, que a un reclamo explícito lanzado por los artistas o por los mismos espectadores. En otras palabras, la relación de lo estético con las Artes no parece ser motivo de controversias, pero los objetivos de la estética como rama de la filosofía dependen intrínsecamente de la problemática que aparece en la sociedad moderna.



KANT:
"La estética trascendental, ciencia de la sensibilidad"

Immanuel Kant continuó con la labor de estructurar de manera clarificada lo que en su momento planteara Aristóteles y aprovecha el concepto desarrollado por Baumgarten. Aunque Kant popularizó el término Estética, lo aplicó refiriéndose a un concepto radicalmente distinto al de Baumgarten, pues denomina *"estética trascendental a la ciencia de todos los principios a priori, de la sensibilidad"*. Con esto Kant establecía una división entre sensibilidad, materia de la intuición, y el entendimiento, materia de la razón. Con sus trabajos sobre el "Imperativo categórico" Kant separa a la Lógica, la ciencia de la razón que busca la verdad, y a la Ética, la ciencia de lo moral que busca la bondad, con lo que establece la diferencia de objetivos, métodos y categorías entre ambas ramas de la filosofía. En el mismo camino, establece lo relativo a la intuición como un recurso ético.

Kant pudo establecer categorías filosóficas para distinguir con toda claridad los conceptos de lo verdadero y de lo bueno, sin embargo, en su obra los conceptos de lo bueno y lo bello todavía permanecen tan ambivalentes que no se distinguen, incluso trató de clarificar aspectos cuyos valores le causaban problema, como las cualidades de los actos humanos, los objetos de la naturaleza, el trabajo artesanal y las obras de arte[7]. Posteriormente en su *"Crítica del Juicio"* utilizó el término para referirse a los elementos a priori de toda experiencia sensorial y desarrolló una teoría del juicio estético cuyo objeto era, además de las obras de arte, la belleza en general. En el contexto del romanticismo alemán de finales del siglo XVIII, Kant sostuvo que experimentamos la belleza porque el objeto bello (sea una flor o una melodía) es una ayuda para evadirnos de las necesidades prácticas y utilitarias de la vida cotidiana, con lo que provoca una actitud desinteresada, sin un fin predeterminado, ante la trascendencia del fenómeno estético[8].

7 KANT, Immanuel. *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime*. Ensayo sobre ética y estética. Ed. Calpe, Madrid,Barcelona, 1919.

8 KANT, Immanuel. *Crítica del Juicio*. Ed. Losada. Madrid, 1961. primera parte, sección segunda

En resumen, mientras Baumgarten relacionó a la emoción estética con el acto puro de percibir algo bello, Kant asoció la percepción de algo bello con la evasión del mundo cotidiano, lo que permite el acceso a una experiencia específica. Estas ideas serían la base para casi todas las posturas de la filosofía del arte, ya sea promoviendo la imagen extraordinaria de los artistas y de las obras de arte, o también relegando al arte a una función menor y despreciable desde el punto de vista de las necesidades de la vida cotidiana.

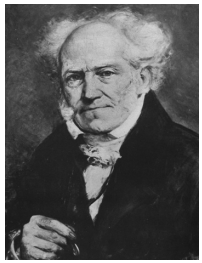
Si bien no todos los filósofos han acabado por aceptar los conceptos de Baumgarten o de Kant, es indiscutible que a partir del trabajo de ambos se construye la materia concreta de discusión en cuanto a los fenómenos relacionados con el arte y lo bello. En cualquiera de los casos, las ideas sobre el fenómeno estético derivan hacia una prejuiciosa conclusión según la cual, como eran conceptos independientes o ajenos a las necesidades fundamentales de subsistencia y de la vida real, las obras de arte exigían o provocaban un aislamiento o suspensión temporaria para las preocupaciones cotidianas de los espectadores.

La comprensión del arte, incluida la cuestión del significado de las obras de arte, el sentido de las prácticas de los artistas y de los espectadores ha sido reiteradamente influída, desde entonces, por ésta consideración que generó la opinión de que la pura experiencia estética, un momento buscado sin otra pretensión que la contemplación misma, bastaba para dar cuenta de la obra de arte. Según este punto de vista, los espectadores no deberían tener la posibilidad de racionalizar o comprender la obra de arte, bastaría someterse a ciertas cualidades específicas de los objetos artísticos para que se lograra la intención expresiva del artista, mientras que los estudiosos de lo estético lo pretenden inventariar y en algunos casos explicar sin demasiado poder de persuasión, el público en general y muchos filósofos mantienen una actitud lejana al estudio del arte.

La consecuencia ha sido que el estudio del arte y la estética, como disciplinas ocupadas de estos asuntos, se han relegado a un segundo plano, poniendo en el primero a la práctica del arte y a la crítica, pues los aspectos filosóficos sólo esporádicamente merecen la atención marginal de algunos estudiosos, la prueba más tangible es la

publicación y venta de libros y textos al respecto, en los aparadores de las librerías abundan los libros de arte, de artistas y de sus obras, hay también en revistas y periódicos muchos artículos de crítica de arte, mientras de la filosofía del arte es cuestión de universidades y en publicaciones casi para los mismos círculos de especialistas.

La separación de la estética respecto de otras disciplinas constituyó, ya avanzado el siglo XIX, un paso más en el creciente aislamiento al que fue siendo confinado el arte respecto de la vida. Schopenhauer (1788-1860) por ejemplo, consideraba a la obra de arte como un vehículo por medio del cual era posible escapar del ciclo de la experiencia humana que alternaba permanentemente entre el dolor causado por la privación y el aburrimiento provocado por la satisfacción. En su opinión, el hombre encontraba en el arte *"un refugio de calma y serenidad al dejarse absorber por su atractiva despreocupación y por el desinterés que implica el acto contemplativo"*.[9]



SCHOPENHAUER:
"... desinterés del acto contemplativo"



PASSMORE:
"La estética habla de algo inexistente"

Por lo anterior, tenemos que tradicionalmente y hasta el día de hoy, se consideran dos opiniones opuestas y radicales, una es la de los filósofos que consideran a la Estética como una rama de la filosofía con materia de conocimiento y métodos de análisis propios, tal como lo menciona José Ferrater Mora (1912-) quien en su Diccionario de Filosofía establece claramente que *"la misión de la estética como disciplina total consiste: 1) En una fenomenología de los fenómenos estéticos. 2) En una ontología regional de los valores estéticos. 3) En un examen de las estructuras efectivas y posibles de lo estético. 4) En un análisis de las actitudes subjetivas, activas y pasivas frente a lo estético. 5) En un estudio de la función de los valores estéticos en la vida y con ello, en un estudio de la relación de los mismos dentro del conjunto de los demás valores en cada una de las épocas históricas y con respecto a cada uno de los tipos humanos"*.

Por el otro lado tenemos la opinión de filósofos como John Passmore (1914-2004), quien declaró abiertamente que *"la estética es una ciencia que habla de algo inexistente; carece de objeto propio, pues el arte o lo estético son palabras sin referente. No existen cualidades comunes a un atardecer, un poema, una sinfonía o un templo. Nada generaliza ciertas propiedades para objetos tan distin-*

9 SCHOPENHAUER, Arthur. *El mundo como Voluntad y Representación*. Ed. El Ateneo, Madrid, 1950, Pág. 53.



WINDELBAND:
"El análisis y la síntesis"

tos. Cuando la Estética va de lo general a lo particular camina en la dirección equivocada. La generalización estética proviene del uso ambiguo y arbitrario de palabras como belleza, arte, verdad estética, etc. a las que se atribuyen diversos significados. La Estética es una torre de Babel, en ella reina la confusión, de ahí su esterilidad"[10].

Como vemos, los aspectos sumamente personalizados que se manejan como valores en la estética y que se deben a la originalidad indispensable en el acto creativo, fuente de toda actividad estética, desconciertan a muchos filósofos que prefieren conceptos filosóficos muy clarificados, mientras otros argumentan a favor de esta disciplina precisamente por sus valores de tipo individual para el ser humano.

Aún con estas diferencias de opinión, nadie duda ya realmente del carácter filosófico de la estética. Ya no importa si es una rama de la filosofía o un disciplina independiente, ahora la estructura o clasificación de la filosofía no se hace tomando en cuenta ciertos campos pretendidamente estancos o independientes, por el contrario, la comprensión de las áreas de interés filosófico corresponden a nuevos conceptos sobre las capacidades de la mente humana.

Estos conceptos han evolucionado gracias al trabajo de muchos filósofos, los aportes de Wilhelm Windelband (1848-1915) constituyeron un avance significativo al diferenciar a las distintas ramas de la filosofía con base a las dos operaciones básicas de la mente humana, el Análisis y la Síntesis. Así, aparece el campo de lo Analítico, donde ubica a la Lógica, cuyo valor es la verdad y su instrumento cultural es la ciencia; a la Ética, cuyo valor es la bondad y su medio la moral; y finalmente a la Estética, cuyo valor es la belleza y sus bienes expresivos se refieren al arte. En el segundo campo, el de lo Sintético, se incluyen la Axiología formal o teoría del valor, cuya manifestación se refiere al estudio de los valores en el fenómeno de la cultura humana; la Antropología filosófica, cuyo valor supremo es la personalidad y tiene por objeto de estudio al hombre en su totalidad, en su sentido genérico; y la Filosofía de la Historia, para cuyo fundamento colaboran la totalidad de los valores y su objeto de estudio se conforma con la valoración de las distintas épocas por las que el hombre ha hecho acto de presencia[11].

10 Cfr. en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo. Op. Cit. Pág. 31.

11 WINDELBAND, Wilhelm. *Historia de la filosofía antigua*. Ed. Nova, Madrid. 1955, pp. 9-12

Con esta base vemos que la Estética se ubica en la rama analítica de la filosofía y tiene el objetivo de encontrar el valor nuclear denominado Belleza. Es una disciplina analítica porque su objeto es la comprensión fenoménica y se realiza a partir del análisis de las actividades que en nuestra cultura se identifican con lo artístico. No podría concebirse a la Estética en la rama de las disciplinas de la Síntesis, dado que su materia no es el acto creativo en sí mismo, sino su interpretación. El conocimiento filosófico de la estética no puede trasladarse al acto productivo de la obra estética, pues éste es profundamente individual y no responde a conceptos, normas o circunstancias preestablecidas, todo lo contrario, el acto creativo o de producción estética es por sí mismo generador de nuevas realidades.



SÁNCHEZ VÁSQUEZ:
"... una apropiación de la realidad"

A partir de lo anterior, la Estética se puede entender como *"una manera de revelar la circunstancia del ser humano, analizando la época cultural e histórica en la que se desenvuelve el artista y aportando con ello no sólo una forma individual de observar el contorno, sino una crítica muchas veces justa aunque despiadada de una realidad concreta"*.[12]

Otra definición, desarrollada por el maestro Adolfo Sánchez Vázquez, nos dice que *"la Estética es la ciencia de un modelo específico de apropiación de la realidad, vinculado con otros modos de apropiación humana del mundo y con las condiciones históricas, sociales y culturales en que se da"*[13].

Ambos conceptos coinciden en su inserción o preocupación por comprender los aspectos más profundos de los fenómenos que constituyen la cultura material de las sociedades humanas. También coinciden en su preocupación por la actividad de apropiación de la realidad o como lo dice Estrada, revelar la circunstancia humana. Es decir, el Objeto de la Estética, el análisis y comprensión de lo que concierne a la emoción, tanto como acto de producción de los medios que la motivan como en su contemplación es, al menos como principio, suficientemente claro.

Actualmente se considera a la Estética como una disciplina autónoma que especula, entre otros problemas, sobre los fenómenos que nos afectan emocionalmente, considerando las características de lo producido y los procesos creativos con que se producen como ac-

12 ESTRADA, Armando. *Estética*. Publicaciones Cultural. México, 1993. Pág. 11

13 Op. cit. Pág. 57

tos de conocimiento. La estética, ciertamente se ocupa de estudiar la belleza, pero solamente como uno más de los valores sensibles. Respecto a los que pudieran ser los aspectos prácticos de la Estética, debemos plantear que esta forma de conocimiento, más cercana a la emoción humana que al razonamiento, no se puede limitar a la contemplación, la historia o la crítica del arte, sino que debe adentrarnos en el estudio de las posibilidades creativas del ser humano.

1.2 LA ESTÉTICA Y LO ARTÍSTICO



ÁLVARES BRAVO (1902-2002)
Fotografía. El producto artístico

El arte siempre se ha relacionado con la disciplina estética, al grado que en un tiempo se consideraron prácticamente lo mismo. Sin embargo, entre el arte y la estética se tiende una línea divisoria que se debe redefinir para determinar los objetivos que ambas persiguen como disciplinas del saber humanístico.

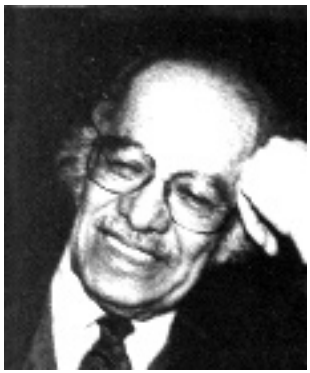
Examinando ambos conceptos a la luz de sus significaciones más extensas y con el objetivo que comprender sus distintas acciones, es necesario establecer algunos límites entre lo que identificamos como lo Artístico y lo que conocemos como Estética, considerando ciertos aspectos desde la perspectiva de sus objetivos y campos de estudio.

Lo primero será aclarar que con el concepto de lo Artístico no se hace referencia a las manifestaciones concretas que conocemos como las artes, tales como la pintura, la danza o la arquitectura, sino que identificamos al fenómeno de carácter histórico que, como recurso mental, ha aprovechado el ser humano para desarrollar una forma de conocimiento acumulado y sensible al que denominamos cultura y que realmente es, pese a sus manifestaciones materiales, una entidad abstracta que se modifica y ha tenido tantas manifestaciones diversas como grupos, momentos, lugares y creencias han tenido las sociedades durante la permanencia del ser humano en la tierra.

Lo Artístico, como fenómeno sujeto al proceso histórico, es la facultad humana que nos ha permitido producir lo que conocemos como las "obras de arte" y que es un producto acabado y acorde a ciertas reglas. Mientras que la Estética es el "concepto" que relaciona a lo artístico con alguna de las categorías estéticas. Entre ambas lo que cambia no es el objeto de estudio, pues en esencia es el mismo, sino la manera de abordarlo.

Entendido en un sentido general, lo artístico como fenómeno en la historia, le corresponde el estudio de las producciones de los objetos

culturales en espacios y tiempos determinados. Que, como lo ha establecido el crítico latinoamericano Juan Acha (1926-1995)[14], han tenido varias manifestaciones concretas, iniciando con las artesanías que desde las sociedades más primitivas han sido el recurso estético para producir objetos con un sentido funcional. Posteriormente, durante el renacimiento aparece el concepto de las bellas artes, como disciplinas con carácter exclusivamente estético y con la revolución industrial aparecen los diseños, nuevas disciplinas que con un nuevo sentido social reúnen la satisfacción de necesidades materiales y culturales.



ACHA
"El significado de lo artístico se ha modificado con el paso de los siglos"

Las disciplinas de lo artístico se analizan como fenómeno histórico, tomando en cuenta las causas, orígenes, formas y evolución de las obras artísticas entendidas como la serie de circunstancias culturales, sociales, políticas o religiosas que prevalen en los momentos en que se han gestado. Desde la directriz de la temporalidad, el análisis histórico sitúa además artistas y productores, estilos, movimientos o escuelas, tendencias e influencias externas, como la tecnología, cuyas características propias nos permiten hacer una reconstrucción de todo lo sucedido para valorarlo con los ojos del presente. Revisar un fenómeno que se ha desarrollado a lo largo de nuestra historia, que ha sufrido cambios en su concepción y manifestaciones, que cada cultura y cada momento han considerado bajo diferentes puntos de vista y valoraciones, es en sí un método que nos acerca de manera sólida a la comprensión de los fenómenos de nuestro presente.



WINCKELMANN:
"El objeto artístico en su momento y su cultura"

El estudio y reconocimiento de la historia humana a través de la obra de arte y con singularidades históricas propias, tiene sus inicios con el arqueólogo e historiador alemán Johann Winckelmann (1717-1768), quien en 1764 escribió su *"Historia del Arte en la Antigüedad"*. Su enfoque, analizando al objeto artístico de acuerdo a su momento y su cultura, le otorga al arte un rol protagónico para hacer que su historia no sea un apéndice de la historia en general. Esta disciplina científica recurre a las obras de arte y en ellas encuentra su objeto de estudio, se plantea un objetivo principal que persigue la explicación y evolución a partir de condicionamientos históricos. Así, puede reconstruir objetiva y metodológicamente todos aquellos aspectos relacionados que contribuyen a conocer y comprender la función del arte.

14 Ver: Acha, Juan. *Introducción a la teoría de los diseños*. Editorial Trillas. México, 1988.

Etienne Souriau (1892-1979) sostenía que *"la Estética se define en sentido extenso como una rama de la filosofía que estudia conceptos relativos a la belleza. Entonces, para la Historia del arte, el arte en sí mismo es una práctica, mientras que para la Estética es reflexión sobre esa práctica y sus obras."*[15]

La Estética aspira a producir un conocimiento objetivo, a construir un planteamiento teórico correspondiente a las emociones y al arte, haciendo que sus conceptos y proposiciones se articulen lógicamente configurando un sistema. Entonces, la Estética es una ciencia. *"(...) que explica esos valores, no los instituye o prescribe; no los propone ni dicta normas para su realización"*[16]



El PARTENÓN
La emoción estética

En el mismo orden, Juan Acha señala que "Los conceptos relativos a lo "artístico" y lo "estético" han compartido desde siempre las temáticas de estudio de filósofos y pensadores, pues su materia primordial de estudio son los objetos que conforman la cultura material de la humanidad, aunque en la realidad no se utilizaran precisamente esos términos. Sin embargo, podemos comprobar que sus contenidos y objetos de estudio ya eran temas de la reflexión y se incorporaron como parte pensamiento occidental desde la antigüedad. Posteriormente su denominación y significado se fueron manteniendo o modificando en el transcurso de los siglos"[17].

El término Estética tiene dos aplicaciones básicas que son producto de la reflexión filosófica, una, la Estética como filosofía de la belleza y la otra, la Estética como filosofía del arte. La estética como filosofía de la belleza centra en este concepto su mayor reflexión, aunque se debe reconocer que es un tema muy resbaladizo, por pertenecer al ámbito muy personal e indefinible de esa entelequia que conocemos como "el Gusto" y que es un mecanismo de identificación exclusivamente basada en valores y apreciaciones personales, ya el mismo Platón en su diálogo Hipias Mayor reconoce que "lo bello es difícil", no obstante, este filósofo desarrolló una base teórica en la que considera a la belleza como cualidad intrínseca de un objeto, sin que se tome en cuenta la relación que con ella pueda mantener el sujeto. Platón supone a la belleza como una categoría metafísica, esta idea se conservó y llegó a constituir los fundamentos de la reflexión estética hasta el si-

15 Souriau, Etienne, mencionado en el *Diccionario de Estética*. Madrid, Editorial Akal. 1998.

16 Sánchez, Vázquez. Op. Cit. Pág.61

17 Acha, Juan. *Crítica del Arte*. México D.F., Editorial Trillas. 1997.



HUME:
"La belleza sólo existe en la mente de quien la contempla"

glo XVIII, cuando la teoría sobre este particular ya no apunta al objeto sino al sujeto. David Hume (1711- 1776), uno de los precursores de la escuela empirista y que sostenía esta nueva visión, dijo con toda claridad: *"La belleza sólo existe en la mente que quien la contempla"*[18].

En nuestra época, las consideraciones acerca de éstos temas es diferente, la belleza ya no se ubica en uno u otro de los actores, el objeto o el sujeto, sino que con una visión dialéctica, estaremos de acuerdo con lo que ha expresado Juan Acha: *"la búsqueda de lo bello está en la base de todas las reflexiones estéticas, como lo habrá de estar también el arte"*.

Cuando en el campo de sus reflexiones la Estética tiende a desplazar a la belleza por ser un concepto totalmente inaprensible por otro que pueda ser sujeto de estudio como lo es el arte, lo convierte en el eje central de su definición. Se entiende entonces a la Estética como filosofía del arte. Los conceptos de lo artístico, al igual que el de lo que pueda considerarse bello, han variado históricamente desde la antigüedad hasta nuestros días. En este sentido, es importante resaltar tres sucesos que son fundamentales para la consideración del objeto artístico en su significación propiamente estética.

Primeramente considerar que lo artístico es producto del pensamiento humanista, posición que afirmó la autonomía del hombre ante Dios y la naturaleza. El arte en el Renacimiento consigue un puesto privilegiado al ser reconocido como una actividad humana autónoma y no por su capacidad de recurso útil para cumplir determinadas funciones. El segundo aspecto es la consideración del arte como una actividad ya no física o manual, sino intelectual y creadora que le pertenece al artista. El tercer aspecto fue la inclusión del término *"Arte"* y su separación de *"Oficios"* en la edición de 1762 del *Diccionario de la Academia Francesa*.

Estos sucesos permitieron dar al Arte un significado propio que establece una nueva relación con la estética, pues su autonomía como un conjunto de disciplinas o actividades diversas que se identifican por su búsqueda de la belleza, las llamadas "bellas artes", le llevan a ocupar un sitio de honor como hecho reflexivo central en la estética, el Arte pasa a ser un concepto, una esencia abstracta en el hombre. En estos momentos, lo artístico, como una actividad que reúne a todas las mani-

18 Hume, David. *Tratado de la Naturaleza Humana*. Editora Nacional. Madrid, 1981.

festaciones concretas donde se manifiesta lo estético, deja el espacio de estudio y reflexión a los asuntos que específicamente conciernen a la historia del arte, como una disciplina con sus propios objetivos y que establece el nexo con otras disciplinas humanas o con la sociedad en que se da y las diversas relaciones que lo condicionan. Diríamos entonces que el "concepto" es a la estética lo que lo artístico es a la historia.

Retomemos ahora lo que significa lo artístico, artesanías, bellas artes y diseños, como fenómenos históricos y como territorios ya no comunes a la Estética, sino como objetos de su estudio. En este punto nos apoyamos en una afirmación de Lluis Álvarez (1948-) que podría parecer en principio algo irreverente pero que dibuja muy bien lo que el arte es para su historia: *"para hacer ciencia del arte no es preciso saber qué es el arte (...) el historiador del arte, el teórico del arte como cultivador de una ciencia humana, no dice, ni tiene por qué, lo que es o no arte. Puede conformarse a lo particular diciendo lo que son y que significan un montón de objetos como cuadros, edificios, novelas....mismos que por alguna razón tienen importancia en nuestra sociedad"*[19]

Esto no implica un divorcio entre ambas disciplinas, la Historia del Arte y la Estética. Los problemas teóricos que se plantea la estética y que constituyen el eje de su quehacer, corresponden a los conceptos de belleza, de arte, a las relaciones sujeto-objeto, a la naturaleza del arte, etc. Son temáticas que tendrían un alcance muy limitado o caerían en conjeturas erróneas si no se conocieran las variantes que esos conceptos han tenido con el transcurso del tiempo.

En lo que concierne al desarrollo histórico de lo artístico, la estética le ha facilitado las bases para la reflexión teórica y filosófica sobre algunos de los conceptos concernientes a su disciplina, tomando en cuenta las relaciones existentes entre la producción artística de cada momento y las ideas estéticas pertenecientes al periodo estudiado. Entre ambas disciplinas hay una suerte de unión silente, lo que les separa es que a la estética le atañe el carácter conceptual y general, mas no la temporalidad en sí misma que permite ubicar, caracterizar o distinguir en el tiempo.

El desarrollo histórico de lo artístico no puede considerarse como el producto de una recopilación de obras y datos históricos ordenados se-

19 Álvarez, Lluis X. *Signos Estéticos y Teoría*. Crítica de las ciencias del arte. Editorial Anthropos. Barcelona, 1986. Págs.18-19.



DIDEROT:
"La crítica del arte es un tema de conocimiento"

cuencialmente, pues su ámbito de acción es mucho más complejo de lo que parece a primera vista. En esta historia, nos dice la doctora Mireia Freixa (1949-), el objeto o el fenómeno artístico "tiene que ser considerado como una consecuencia o resultado de la historia, que al igual que otro tipo de documentos, transmite a nuestro presente mensajes polivalentes, llenos de contenidos sobre los hechos y las ideas del pasado". [20]

Es decir, la obra es un hecho histórico con características particulares, y el historiador debe reconstruir las circunstancias sociales, políticas, religiosas y económicas que le atañen, así como los contenidos ideológicos o estéticos que dieron origen a la obra en su contexto original.

Como disciplina científica, el análisis histórico del arte debe actuar con cierto rigor y sistematización para generar un enfoque objetivo y global de las obras, en el entendido en que éstas pueden ser reinterpretadas desde diversos puntos de vista, pues como lo indica el teórico español Valeriano Bozal (1940-), *"Tiene metodologías para analizar los objetos y de su aplicación surgen los distintos modos de significación: formalista, iconológico, psicológico, sociológico o semiótico. Estos modos interpretativos confrontan problemas y ofrecen limitaciones, sin llegar a agotar o abarcar la totalidad de los aspectos competentes y derivados de las manifestaciones artísticas"*.[21]

Otro aspecto que se aplica al enjuiciamiento y valoración de los fenómenos artísticos, ya no con el análisis histórico directo, sino con el de las opiniones que levanta, es la Crítica del Arte. Esta actividad surge entre 1759 y 1780, principalmente a partir de las exposiciones que el enciclopedista francés Denis Diderot (1713-1784) organizaba en los famosos Salones de Arte, donde se llevaban a cabo discusiones y escritos sobre lo expuesto. La crítica de arte se desarrolla con una serie de factores favorables, como la profusión de academias de arte, la celebración regular de los salones de pintura, la difusión de la prensa y el incremento de una clientela interesada en el consumo de las obras.

Las características y condiciones más visibles de la crítica del arte son *"la expresión pública de una opinión sobre una obra o conjunto de ellas y que éstas sean 'recién nacidas', y es que para poder consumir las obras, los receptores deben contar con los medios intelectuales adecuados que les ofrecen los críticos de arte mediante sus textos públicos"* .[22]

20 Freixa, Mireia. et al. *Introducción a la Historia del Arte*. Fundamentos teóricos y lenguajes artísticos. Ed. Barcanova. Barcelona, 1991. Pág.62.

21 Bozal, Valeriano. *Historia de las Ideas Estéticas y de las Teorías Artísticas Contemporáneas*. Vol. 1. Editorial Visor. Madrid, 1996.

9 Acha, Juan. Op. Cit. Pág.12.

La crítica del arte se asocia a menudo con las ciencias sociales que están en relación con el arte, como la historia y la estética. Para algunos la separación entre quienes analizan al arte como fenómeno histórico y quienes ejercen la crítica resulta artificiosa o ficticia, consideran que hacer tal distinción es imposible porque la historia del arte también es valoración crítica cuando restaura el pasado. La crítica de arte no debe ignorar a la historia del arte, porque tal conocimiento será la base para dar consistencia y argumentos a sus juicios.



EL SALÓN DE DIDEROT

En el caso de la relación de la estética con la crítica, tenemos un fenómeno similar al que se da con la historia del arte, pues mientras la crítica se centra en lo singular de una obra o conjunto de ellas, la estética se dirige a lo general; conceptos, juicios, teorías. Esto es precisamente lo que el crítico le imputa a la estética, pues al ser el mediador entre la obra y el espectador para mostrar sus valores, *"él no puede repetirse, pues cada vez tiene que habérselas con una nueva obra a la que nos son aplicables los conceptos, principios o normas descubiertas en otras"*.[23]

Retomando lo revisado en esta parte y atendiendo al tema de nuestro trabajo, tenemos que el análisis histórico será un recurso sumamente útil para estudiar los fenómenos relativos a las disciplinas del diseño, mientras que el aspecto de la crítica resultará limitado. La razón es que mientras en el ámbito de las bellas artes la acción de la crítica es fundamental para generar criterios, para desentrañar significados y establecer los valores de las nuevas propuestas, en las disciplinas del diseño su importancia ha sido mínima.

La valoración de algunas obras de diseño, sea arquitectónico, industrial o artesanal, se dirige casi exclusivamente a resaltar los aspectos técnico-funcionales del producto, pero su valoración estética se deja de lado. La razón es que el diseño tiene una función diferente en cuanto a su valor como mercancía. Anteriormente mencionamos como, a partir de los objetivos sociales y educativos de la revolución francesa, Diderot inició los salones de exposición para obras artísticas que desarrollaron el interés de la burguesía por adquirir las obras expuestas, acto que necesitaba fundamentarse en la opinión autorizada de conocedores, muchas veces profesores de artes y artistas ellos mismos, actitudes que permitieron la consolidación de la crítica de arte como una actividad legítima y útil a la sociedad.

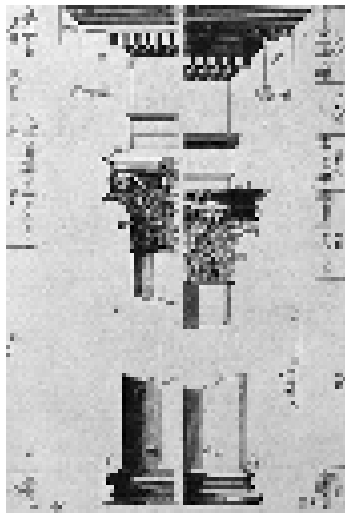
23 Sánchez Vázquez, Adolfo, Op. Cit. Pág.27

En el caso de los objetos de diseño su compraventa no se asocia fundamentalmente a su valor cultural o estético, sino a su función práctica. Sin embargo, la valoración de los productos de diseño se ha mantenido en los medios publicitarios, donde la supuesta crítica es realizada por el mismo productor o vendedor, lo que le resta credibilidad al sobreentenderse un interés económico que rebasa las posibilidades de credibilidad a las supuestas cualidades promocionadas.

Al analizar a detalle al fenómeno estético en las diferentes disciplinas del diseño, habremos de volver hablar de la importancia de su análisis histórico y de la participación de una crítica desinteresada, que junto con todos los recursos y medios que genera la competencia por los mercados, ha empezado a aparecer en la sociedad, aunque con cierta timidez y por ahora ligada a la evaluación de la calidad del diseño de acuerdo a criterios de aspectos relacionados indirectamente, como la sustentabilidad ecológica, la atención a personas con discapacidades, la atención a minorías étnicas o a los infantes y los movimientos en pro del diseño participativo[24].

24 Ver: Fiell, Charlotte y Peter. *Diseño Industrial de la A a la Z* . Ed. Taschen, Colonia, 2001. Conceptos y Materiales, Págs. De 578 a 680. Ver también las obras: Viñolas Marlett, Joaquím. *Diseño Ecológico*, Ed. Blume, Barcelona, 2002. También: Fuad-Luke, Alastair. *Manual de Diseño Ecológico*. Ed Cartago-Gustavo Gilli. Barcelona, 2002.

1.3 LA ESTÉTICA Y SUS MÉTODOS



ESTILOS

Para conocer acerca de un fenómeno o una rama de la filosofía en particular iniciamos con planteamientos como son ciertas definiciones o la visión histórica, pero para hacer un análisis a mayor profundidad es necesario establecer un Método, es decir, el proceso teórico que las ciencias filosóficas aplican para sustentar sus afirmaciones. En éste caso, es necesario explicar cuales son los métodos filosóficos que se han aplicado al análisis de lo estético.

Resulta de capital importancia establecer con claridad lo referente la problemática del método filosófico de la estética, pues si queremos desentrañar la importancia del factor estético en los procesos de diseño, solamente la comprensión del método permitirá proceder al análisis y a la propuesta. Entre las principales formas metódicas que la filosofía propone para la investigación y explicación de los fenómenos culturales, están los métodos Deductivo, Inductivo, Dialéctico Trascendental, Fenomenológico, Lingüístico y Estructuralista[25]. Es conveniente revisar estos conceptos, pues en la realización de los procesos de diseño, preocupación central de éste trabajo, intervienen todos estos métodos filosóficos, como lo habremos de ver.

Se entiende por Método Deductivo aquel que va de lo general a lo particular, es decir, el que parte de los fenómenos más extensos, hacia aquellos que se circunscriben a la individualidad. En otras palabras, es un método de análisis que va de lo que pudiera considerarse como totalizador hasta conocer las características de un hecho concreto y peculiar.

Para identificar el método deductivo en la estética, es necesario hablar de los diferentes estilos en la historia de arte. Así, cuando se conjunta toda época caracterizada por notas ampliamente identificables se entiende que se está destacando un estilo. Para hacerlo más objetivo, recordemos la secuencia de los estilos en la arquitectura europea: clásico, románico, gótico, renacentista,

25 ESTRADA, Armando. *Estética*. Publicaciones Cultural. México, 1993. Págs. 35-53.



EL BARROCO ESPAÑOL

barroco y neoclásico. Cuando la teoría se refiere al estilo, establece una idea general y de ahí parte para ir a una obra de arte específica, lo que permite encuadrarla dentro del contexto temporal y estilístico que le corresponde. Supongamos que hablamos del sagrario de la catedral metropolitana en la Ciudad de México, debemos estudiar su tratamiento formal y establecer a que estilo pudiera incorporarse. Será relativamente fácil reconocerla en el barroco español, ahora deberemos valorar en que medida se acerca a los planteamientos paradigmáticos de ese estilo para conocer si es posible llegar a considerarla representativa, así estaremos iniciando la comprensión de su importancia estética. Finalmente , habremos de llegar a la conclusión de que, aunque se trata de una obra realizada fuera de Europa, es una obra maestra del barroco español. Con este ejemplo comprendemos como el método deductivo va de afirmaciones establecidas como normas estéticas a la posibilidad de identificar el valor de una obra en concreto y reconocer el mérito de su autor, circunscrito a la realidad de su tiempo y condición humana.

De manera deductiva, podemos decir que en el estilo gótico, los artistas consideran valores de tipo religioso y tendencias místicas sobre los aspectos terrenales o de la vida cotidiana de su sociedad. Solo de manera deductiva podemos aproximarnos a la comprensión del fenómeno estético, que va de una caracterización de época hasta desentrañar los profundos valores anímicos y expresivos del creador artístico.

Por lo que toca al Método Inductivo, este procede exactamente de forma inversa, surge de la comprobación de un fenómeno en particular y llega a la generalización, repitiendo su característica tiende a universalizar su afirmación. Su creador fue el inglés Francis Bacon (1561-1626) quien estableció el proceso experimental al repetir un fenómeno las veces necesarias hasta comprobar el valor de un postulado y hacer una generalización con validez universal, no solamente para el fenómeno en particular, sino haciendo una extrapolación, aplicar tales principios a todas las cosas similares y posibles. Bacon, de cierta manera, es el creador del concepto de estilo al observar que las obras de arte de una sociedad representan valores de la sociedad misma y que con ellos se diferencian de las otras. Cuando se inició la aplicación del esquema inductivo a la estética, los trabajos

consistían en el simple muestreo de obras artísticas para establecer y redondear su pertenencia un estilo. Posteriormente, este proceso que comenzó siendo un sistema para construcción y demostración de leyes, se fue convirtiendo en un verdadero método filosófico que ha dado generosos frutos en la investigación y descubrimiento de nuevas tesis en casi todas las ramas del saber y la cultura. Actualmente la inducción se aplica, sobre todo, en las ciencias estadísticas, sin embargo, se aplica para el estudio de los fenómenos artísticos, pues permite el desarrollo de una conciencia estética objetivada



HEGEL:
"La cultura se determina por el espíritu absoluto"

La Dialéctica Trascendental, es una propuesta de la escuela idealista y desarrollada por Friedrich Hegel (1770-1831), cuyas tesis tratan de expresar que el hombre es, de manera circunscrita, un producto de la cultura y que ésta se encuentra determinada por el *"Espíritu Absoluto"* al que describe como una ultra conciencia que condiciona de manera totalizadora a las sociedades y por ende al ser humano.[26]

Este método, se caracteriza por tres instancias que van seriadas y sin las cuales pierde sentido. La primera es la tesis, una proposición original que se refuta y complementa con el paso siguiente que es la construcción de una antítesis. Como los nombres lo indican, la tesis y antítesis se oponen en sus afirmaciones, pero en la contradicción se complementan para llegar a la tercera parte del método, en el que aparece la síntesis como amalgama concreta de ambos postulados. Todo esto tendería a crear un círculo cerrado, pero en la síntesis se establece el inicio para una nueva tesis, con lo que se da origen a un nuevo proceso dialéctico.

El método dialéctico trascendental no se basa en los fenómenos directamente observados, reconocidos y de ser posible, comprobados, sino que pretende explicar la historia con el predeterminismo de los caracteres establecidos por el espíritu trascendente, en el pensamiento hegeliano se reduce lo bello a la manifestación de una idea. Por otra parte, su contemporáneo y connnacional, Arthur Schopenhauer, se opuso con dureza al idealismo y a las ideas de Hegel, quien creía en la naturaleza espiritual de toda realidad. En su lugar, Schopenhauer aceptaba, con algunas reservas, la teoría de Kant respecto a que el arte es una revelación *"sui generis"* de las ideas eternas, pues el artista contempla con serenidad las formas de objetivación de una voluntad más allá de lo sensible.[27]

26 HEGEL, G. W. Friedrich. *Estética*, Editor Daniel Jorro, Madrid, 1908.

27 SCHOPENHAUER, Arthur: *El mundo como Voluntad y Representación*. El Ateneo, 1950. Págs. 444 y 446.



SCHELLING:
"El arte es síntesis de lo subjetivo"

Dentro de la corriente dialéctico-trascendental se encuentran las tesis que intentan explicar a la estética aplicando connotaciones más allá de su propio objetivo y sentido. Con la misma idea, Friedrich W. Schelling (1775-1854) confronta la belleza con la rivalidad de los contrarios en lo que él llama *"el seno de lo absoluto"* y trata de demostrar que el fenómeno artístico es una síntesis de lo subjetivo pero combinado con elementos y medios de la objetividad.[28]

Como vemos, el método dialéctico trascendental es deductivo en cuanto parte de la idea de una supraentidad absoluta que influye en la integración del fenómeno artístico y de la obra del artista creador. Hay una idea de predeterminación que impide plantear al arte como forma social o como el conjunto de caracteres relativos a un momento dado y a un lugar determinado.

Con otra visión, Edmund Husserl (1859-1938) planteó una nueva forma pura del conocimiento que denominó Fenomenología y que permitió captar el fenómeno estético en sus notas fundamentales. Husserl denomina *"reducción fenomenológica"* a la acción de integrar como un conjunto y dentro de un paréntesis a todas las ideas, conceptos, teorías, juicios, o especulaciones relativos al mundo natural y a lo que con él se relaciona hasta que se pueda lograr una visión objetiva y científica y se permita su comprensión cabal.[29]

El método fenomenológico se aplica entonces a la estética en cuanto capta a la obra de arte como su producto esencial, es decir, ubicada en las notas más hondas de su formación, no solamente en cuanto a las intenciones del artista, sino como objeto trascendente de una realidad que se basa en lo esencial de las obras artísticas y no solamente en los hechos externos.

Otro planteamiento o teoría que se ha aplicado al problema de la estética es el método Semiótico, término que viene del griego *"semainós"* y se traduce como "significar". Todo aquello que guarda un significado o que tiene un signo para el hombre queda incluido en este esquema que, como método fue planteado en un principio por Bertand Russell (1872-1970)[30] y desarrollado profusamente por Ludwig Wittgestein (1889-1951). Estos filósofos unieron sus esfuer-

28 SCHELLING, Friedrich W. *Sistema del Idealismo Trascendental*. Anthropos, Editorial Del Hombre, Madrid, 2005.

29 HUSSERL, Edmund: Las conferencias de París (1942), México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1988, Pág. 28.

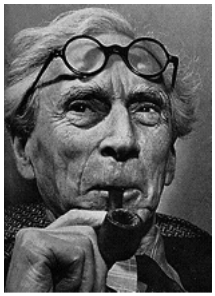
30 RUSSELL, Bertrand: Análisis de la materia (1927), Ed. Taurus, Madrid, 1976.

zos para que el mundo contemporáneo contemplara los fenómenos cultural y filosófico como un análisis las actividades humanas, al tiempo de hacer una síntesis de las diferentes formas de manifestación que el hombre ha concebido en sus años sobre la tierra.

Su concepto es de tipo lingüístico, sin embargo no podemos considerar que se reduzca o encuadre solamente bajo ese rubro, pues resulta de una claridad y certeza aplicables a muchos ámbitos filosóficos. La lengua es solamente una expresión de los significados que el hombre da a la vida, a la existencia y al medio que le rodea, pues como lo señaló el propio Wittgestein, *"las proposiciones son una representación de la realidad, es decir, lo que se puede decir ya es una clarificación, cuando no se puede explicar es porque se ignora"*, una aseveración que le llevó al extremo de decir *"los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo"*.[31] El mismo autor estableció la relación del método semiótico con la estética, pues para él nada explicaba mejor el significado de las palabras que una pintura, lo que quiere decir que la esencia de los significados de todo lo humano se encuentra en la obra de arte, así, el método semiótico o lingüístico queda ligado absolutamente al fenómeno de lo estético.

Otra teoría que propone una visión para el método de análisis de lo estético es la estructuralista, particularmente la que se conoce como teoría de la *"Gestalt"*, término sin traducción literal pero que podría interpretarse como *"el Conjunto Forma-Todo"* y que fue propuesta en los trabajos filosóficos de Alexius Meinong (1853 -1920) y Christian von Ehrenfels (1859-1932).

La teoría estructuralista se sustenta en la afirmación de que cualquier objeto de conocimiento no es una parte aislada ni se puede concebir como un fenómeno particular o ajeno a todo lo que le rodea y lo que lo compone, sino que en todo existe un encadenamiento y relación de conexiones fenomenológicas que son más que la suma de sus partes por el hecho de que su estructura o esquema de organización es en sí misma también una nueva parte del conjunto, el resultado de ésta idea es que todo objeto de reflexión constituye una totalidad.



RUSSELL:
"El planteamiento semiótico"



EHRENFELS
LA TEORÍA DE LA GESTALT

31 WITTGENSTEIN, Ludwing, *Tractatus logico-philosophicus*. Alianza Editorial, Madrid, 1973.



EDIFICIO PARA LA BAUHAUS

En lo referente a la estética, la teoría estructuralista considera a la obra de arte como un conjunto integrado por complejos que no pueden ni deben separarse para su análisis. Una condición que tiene una muy clara aplicación para la contemplación del arte, nunca un fragmento de una pintura, escultura o melodía musical nos puede dar una idea de la obra completa, ningún fragmento funcionaría como la totalidad, pues siempre necesitará de la correlación con la integridad de la que forma parte.

La teoría de las estructuras hace ver al arte como una totalidad compuesta por diferentes componentes que se interrelacionan y se complementan. De igual manera, la pintura, arquitectura, el cine, la música y todas las actividades artísticas, aunque se brindan por separado y son manifestaciones concretas, se consideran fases de una totalidad cultural que el mismo tiempo es integrante de fenómenos que los incluyen.

Estas tesis influyeron a diferentes campos del conocimiento humano y tuvieron sus impactos más notorios en los campos de la psicología y la estética, sobre todo en la generación y desarrollo de la teoría de las estructuras o de la Gestalt, planteamiento teórico que planteó explicaciones de gran profundidad sobre la mente humana. La teoría o de la Gestalt tuvo el acierto de hacer entender este principio con bases sólidas y vino a cimentar la visión estética de que la obra artística constituye un todo, una verdadera estructura con amarres y relaciones bien definidos e integrada a un mundo concreto al que va perteneciendo. La obra de arte, sin embargo, rebasa lo límites de su época y lugar de concepción cuando es original, con lo que se proyecta a una totalización mayor y trasciende al tiempo y al espacio.[32]

Del postulado anterior se derivan las críticas al método gestáltico como recurso para el análisis de lo creativo. Lo estructurado, por más que quiera observarse como algo anímico, siempre se entenderá con una visión maquinista. Las estructuras esquematizan en demasía a las obras de arte y reducen sus valores, pues al intentar colocarlas en una cuadrícula se resta valor al acto creativo, un acto que de suyo no puede limitarse dado que no corresponde a procesos anticipables, secuenciables o estructurables.

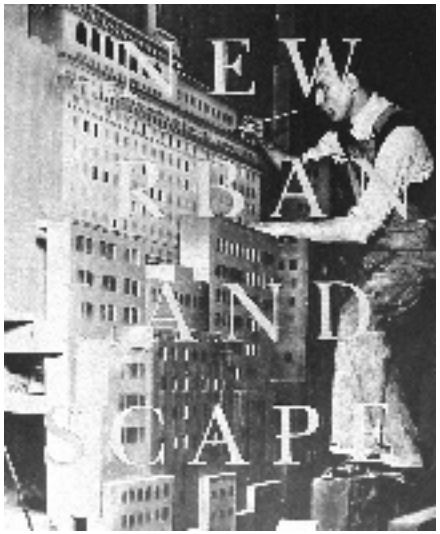
32 EHRENFELS, Christian Von. *On Gestalt Qualities. Principles of perception*

El proceso creativo se desarrolla en los ámbitos de lo infinito. No obstante, para los objetivos de éste trabajo que se encamina a los procesos de diseño y no al Arte, la teoría de la Gestalt propone uno de los caminos más valiosos, pues el desarrollo del proceso de diseño se refiere a la generación y manejo de una configuración, no a la creación de formas. En este sentido, la teoría de la Gestalt es particularmente útil, puesto que ha desarrollado algunos de los postulados fundamentales para explicar los fenómenos que se dan entre sensación y percepción.

De hecho, esta idea se ha entendido desde los principios del diseño como actividad profesional, una de las primeras instituciones de enseñaza para estas disciplinas, la Bauhaus (Weimar, 1919), modificó su antiguo nombre de *Hochschule für Bildende Künste Weimar* (Escuela superior de artes y oficios de Weimar) por el de *"Staatliches Hochschule für Gestaltung Bauhaus in Weimar"*, (Escuela superior estatal de configuración y construcción en Weimar), negándose a aceptar el nombre de escuela de Arquitectura, disciplina que de acuerdo a los fundadores de ésta famosa escuela, correspondía exclusivamente al campo de las Bellas Artes, cuando ellos pretendían formar profesionales en una rama de la producción utilitaria y desarrollaron planes de estudio donde se enseñaban todas las disciplinas de los diseños.

Más adelante tendremos ocasión para ahondar en los postulados de la teoría de la Gestalt y su aplicación para explicar los procesos de la percepción humana y de los recursos mentales para generar la configuración.

1.4 PERCEPCIÓN Y APRECIACIÓN ESTÉTICA



INTERPRETACIÓN VISUAL

La valoración estética de los estímulos que emana nuestro entorno y que apreciamos en los objetos, se produce fundamentalmente gracias a la capacidad humana que conocemos como percepción.

A partir del primer tercio del siglo XX se han multiplicado los estudios sobre la manera en que reaccionamos a los estímulos externos, sobre todo porque se ha demostrado que la percepción no es un fenómeno automático o puramente fisiológico, sino que es un proceso mental que varía debido a los antecedentes personales y culturales de cada sujeto, lo que hace a esta capacidad un fenómeno sumamente complejo.

En términos de la psicología, la mente humana puede definirse como una propiedad diferente del cerebro pero que emerge de éste y cuyo funcionamiento explicaría la conducta manifiesta de los seres humanos, es decir, el término mente es un concepto que designa aquella entidad o sustancia distinta del cuerpo que se considera causante de los procesos cognoscitivos del sujeto.

Los procesos principales de la mente son los que transforman las sensaciones en conceptos, haciendo una representación de la realidad y eligiendo una regla o patrón de actuación a la que responde. La mente propiamente dicha, es una característica de los seres humanos que permite, con una importante aportación de la realidad a través de los sentidos, razonar y discernir, así como solucionar problemas y deducir la realidad próxima. La potente actividad lógica y creativa de la mente es la base que caracteriza a los humanos como los únicos seres que pueden desarrollar una evolución cultural, pudiendo diferir no estando condicionada por nada que no sea la inspiración. La actividad mental es la base de la cultura y el progreso.[33]

El ser humano, en tanto cuerpo material como actividad mental, requiere de ciertas acciones para captar los estímulos del mundo ex-

33 PINKER, Steven. *Cómo Funciona la Mente*. Ediciones Destino, Madrid, 2001.

terno y comunicarlos a la mente, acciones que conocemos como facultades de percepción y que se realizan a partir los órganos sensoriales. En los estudios y la obra del psicólogo e investigador Harvey Richard Shiffman (1934-), encontramos que ya no basta con hablar de los cinco sentidos del hombre para descifrar lo relativo a la percepción, sino que realmente se trata de sistemas sensoriales que se dan en las relaciones entre los órganos sensoriales y la mente, además de que algunos órganos, como la piel, por ejemplo, funcionan como perceptores de diferentes fenómenos de maneras que aún no se llegan a comprender del todo, pues además de captar sensaciones de calor y textura, correspondientes al tacto, algunos experimentos hechos con personas invidentes han demostrado que también pueden llegar a percibir tonos de color, probablemente por la sensibilidad ante ciertos grados de temperatura de color.[34]

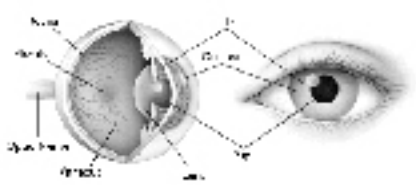
El mismo autor sostiene que *"la visión es el sistema sensorial predominante en el hombre"*. El autor nos explica que esta afirmación se basa en ciertos experimentos para evaluar la cantidad de información que cada uno de nuestros sistemas sensoriales aporta a nuestra percepción y también la prioridad que nuestra mente asigna cada modalidad sensorial cuando dos o más entran en conflicto.

Por lo anterior, es de suma importancia analizar el fenómeno de la visualización, pues como lo dice el artista y profesor Gyorgy Kepes (1906-2002) experto en educación visual y maestro de la materia en el Instituto Tecnológico de Massachussets, *"nuestra preocupación por los conceptos intelectuales, por las palabras y los números , ha conducido al menosprecio de la percepción sensorial. Nuestros sentidos no son meros auxiliares del intelecto; más bien el pensamiento visual es en sí mismo una operación del pensar un medio potente y fundamental para conocer y razonar dentro de su ámbito. La visión no puede ser ya empleada simplemente para apoyar los significados verbales y conceptuales, su potencial, en tanto facultad cognoscitiva, debe aprovecharse"*.[35]

El estudio del fenómeno de apreciación estética por el estímulo visual requiere de explicar la naturaleza física del fenómenos de la visión. El estímulo visual es una interpretación que hacemos al recibir y captar la luz, que de acuerdo a los principios de la física ondulatoria se

34 SHIFFMAN, Harvey Richard. *La Percepción Sensorial* Ed. Limusa Noriega. México, 1989.

35 KEPES,Gyorgy. Compilador. *La educación visual*. Ed. Novaro, México. 1968. Pág. V. Introducción.



OJO
Órgano fotorreceptor

comporta y puede medirse como una longitud de onda, lo que resulta útil para algunas formas de cuantificación, sin embargo, tenemos que de acuerdo a la física quántica tenemos que se comporta como partícula, por lo que para establecer un criterio sobre la percepción visual nos basaremos en la consideración que ha hecho el ya citado profesor Schiffman, quien a su vez se apoya en un artículo sobre la luz de G. Feinberg para explicar que *"la luz es una forma de energía electromagnética radiante, donde los fotones son los componentes del rayo de luz mientras que la onda es la descripción del mismo"*. [36]

El órgano que percibe la luz es el ojo, que es un sistema compuesto, la luz penetra a través de la córnea y el cristalino, para y luego proyectarse en la retina, el órgano que tiene dos tipos de fotorreceptores, los conos y bastones, que a su vez se conectan con las células ganglionares, cuyos axones son las fibras ópticas nerviosas que las enviarán al cerebro, donde los mecanismos mentales hacen la interpretación y "nos hacen ver" lo que percibimos.

Dos mecanismos ópticos de la parte anterior del ojo son de especial importancia para la percepción, el primero es la "Acomodación" que se refiere a la capacidad refractiva de la curvatura lenticular del cristalino, que puede variar o acomodarse por la acción del músculo ciliar. La capacidad refractiva se mide en "dioptrías" y tiene un límite en cuanto a la capacidad para distinguir con claridad a una distancia, sea la mínima, que con el paso del tiempo y durante la vida se va haciendo más grande, provocando la patología conocida como "vista cansada", o la máxima, provocando la "miopía". Otra patología es el astigmatismo, que consiste en la deformación de la esfericidad de la cornea, lo que provoca errores de visión que deforman las figuras percibidas.

El segundo mecanismo óptico es la "Movilidad de las pupilas", acción que controla el iris y que mantiene la intensidad lumínica que estimula al ojo para que pueda operar. Su función es restringir el paso de luz y conservar la intensidad lumínica.

El sistema visual es la conjunción ojo-cerebro. Hasta donde se sabe, el cerebro recibe el estímulo lumínico vía nervio óptico y llega al núcleo geniculado lateral, que es un centro de retransmisión de la visión en el

36 FEINBERG, G. *Scientific American Review* . Núm 219, Págs. 50-59. 1968.

tálamo, de donde pasan al lóbulo occipital en al corteza cerebral. Se han realizado estudios para tratar de comprender como recibe la corteza cerebral a los impulsos nerviosos provocados por la estimulación lumínica. Sabemos que existen dos clases de receptores celulares que detectan la luz, unos solamente reaccionan si recibe luz y emiten algo como una señal de “encendido”, las otras reaccionan solamente si no hay luz, y emite la señal de “apagado”. Si se estimulan dos células antagónicas el cerebro no manifiesta reacción alguna, pero si en una zona recibe muchos estímulos de ambas señales, entonces tenemos una gama de señales que podemos interpretar como imagen, una de sus características es que ya contiene información de contraste y color.

Esto nos indica que las pautas visuales están representadas en lo neurofisiológico por las combinaciones complejas de la actividad celular cortical y, además, que en el cerebro existen mecanismos de análisis que seleccionan determinadas características del estímulo visual. Por otra parte, se ha demostrado que la información visual, ya sea procesada en la retina o en el cerebro, depende del desarrollo evolutivo de las especies. [37]

La visión tiene dos manifestaciones, la fotópica, que se lleva a cabo con los conos, se concentra en la parte central de la retina y procesamiento neuronal de manera discriminativa, requiere de luz intensa, diurna. Percibe el color y tiene una rápida adaptación a los cambios de intensidad, tiene también alta resolución para ver figuras definidas y en detalle y capta adecuadamente el movimiento rápido. y la escotópica, que se lleva a cabo con los bastones. La visión escotópica se realiza con los bastones, opera en el área periférica de la retina, su procesamiento neuronal es sumativo, es monocromática con baja agudeza y reacciona lentamente al movimiento. Los bastones son más sensibles que los conos a las longitudes cortas de onda, por lo que percibe aún con baja intensidad lumínica.

Otro fenómeno es la percepción de Umbrales, pues como lo señala una importante investigación: *“El hecho de que para el umbral visual absoluto el número de quanta sea pequeño, hace que uno comprenda la iluminación que impone a la visión la estructura cuántica de la luz. Es obvio que la cantidad de luz energía que se necesita para estimular el ojo tiene que ser suficientemente grande para proporcionar por lo menos un*

37 ROCK, Irving. *Perceptual World, Readings from the Scientific American*. Ed. W. H. Freeman & Co. New York, 1990

quantum de cantidad fotosensible. Ningún ojo necesita ser tan sensible para esto. Pero es un tributo a la excelencia de la selección natural que nuestro ojo humano se acerque tan notablemente al índice mínimo".[38]

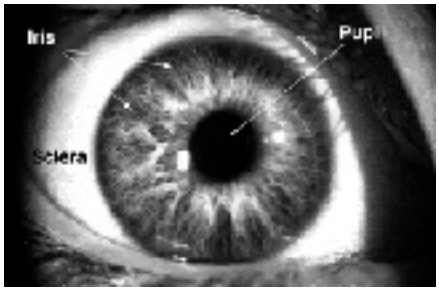
El umbral diferencial para la discriminación del grado de brillantez se refiere al cambio mínimo en la energía radiante que podemos detectar, desde luego este señalamiento dependerá de otras variables, como el área iluminada, la longitud de la onda el tiempo del estímulo y el lugar de la retina que sea estimulado.

El umbral de color es un fenómeno que podemos explicar como la percepción de diversas longitudes de onda. El hombre percibe en forma discriminada siete longitudes de onda que corresponden a otros tantos colores, la discriminación no es totalmente discreta, por lo que nos es posible percibir matices de mezcla entre varios colores.

El umbral de saturación se refiere a la capacidad para detectar la intensidad, o cantidad, de color que percibimos. La luz solar es blanca y es la suma equilibrada se de las cantidades de los siete colores en que puede descomponerse, a este equilibrio lo conocemos como luz pura, la luz es tan impura como sea desequilibrada su mezcla de colores, de manera que tiende a verse parda. La saturación como experiencia del color, puede considerarse como la ausencia relativa de tono pardo en un color, de manera que entonces veremos un color puro. El umbral absoluto para la saturación es la cantidad mínima de una longitud de onda espectral pura que tiene que mezclarse con luz blanca para producir un color perceptible. Debemos entender que la experiencia del color es un producto psicobiológico del sistema de excitación nerviosa, más no una propiedad inherente de la energía luminosa, de manera que las luces mismas no se afectan por la mezcla, que es una operación que hace nuestra mente a partir de la detección que realizan los conos que envían la información de diversas longitudes de onda percibidas, a manera de una superficie de puntitos de colores primarios y secundarios discretos que nuestra mente traduce como manchas de distintos colores. A este fenómeno se le conoce como mezcla aditiva del color, por lo que también existe otra manera de percibir al color que es la mezcla sustractiva y que consiste en la detección d las longitudes de ondas reflejadas en una superficie. Una superficie azul parece de

38 HECHT, Shaler y Pirenne, *Intermitent stimulation by light. The relation between intensity and critical frequency fort diferent parts of the spectrum*. Journal of General Physiology, num. 19, 1936. Págs. 269, 275.

este color porque el pigmento de la superficie absorbe o sustrae todas las longitudes de onda, menos las de la luz que corresponde al azul.



PUPILA

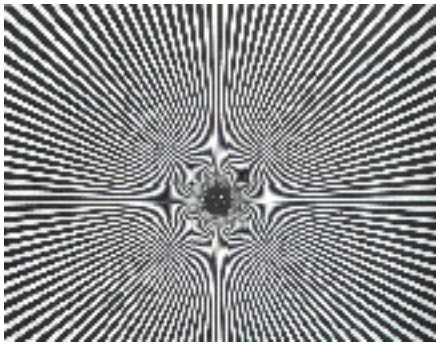
Estas formas de percibir el color tienen gran trascendencia tanto para la percepción del color como para la producción de objetos con color aplicado.

Otro aspecto importante es la Agudeza visual, que se refiere a la capacidad para distinguir los detalles finos y las diferentes partes de la imagen que recibimos en el campo visual. La agudeza de detección se refiere a la tarea de detectar la presencia de un estímulo objetivo en un campo visual. La agudeza de resolución alude a la capacidad de percibir una separación entre los elementos discretos de una pauta o patrón.

El grado de agudeza se mide de acuerdo a sus distintos tipos, por lo que se han adoptado diferentes formas de medida para especificar los distintos tipo de agudeza. El tamaño de los detalles críticos apenas discriminables de los objetivos de prueba se especifica en términos del Ángulo visual que su imagen proyecta en la retina. Otra forma de agudeza visual es la de detección , que se mide con las famosas tablas con distintos tamaños de letra y de acuerdo a la más pequeña que reconocemos con claridad nos establece un valor de agudeza. Desde luego, las pruebas de agudeza deben hacerse con una intensidad lumínica establecida, pues se ha comprobado que la cantidad de luz recibida incrementa notablemente la agudeza.

La agudeza visual es mayor en cuanto la imagen se proyecta en una zona de la retina que se conoce como fóvea, que corresponde al lugar donde hay mayor saturación de los conos fotorreceptores y empeora a medida en que la imagen se aleja hacia la periferia de la cornea.

Otro factor que influye en la agudeza visual es el efecto Stiles-Crawford, que se refiere a lugar de la pupila por el que los rayos de luz entran al ojo. La luz que penetra cerca del borde de la pupila tiene que ser mucho más intensa que la que entra por el centro para provocar el mismo estímulo. Esto no se debe a la pupila en sí, sino a que los conos tienen sensibilidad direccional y perciben mejor los rayos que les llegan perpendiculares al plano de la retina.



POSTIMAGEN

Para mejorar nuestra agudeza visual podemos mover el ojo y posicionarlo en la mejor manera para percibir los rayos de luz, esto se realiza gracias a los músculos oculomotores. La forma más común de movimiento ocular se llama Sácada, que corresponde a ciertas sacudidas, pues es un salto brusco y rápido para adaptarse y conservar la mejor visión mientras nuestra cabeza se mueve.

Otro movimiento ocular importante es el de Persecución, que es la capacidad para conservar la visión sobre un objeto en movimiento y para que nuestra mente conserve las imágenes en la retina, construyendo una secuencia que nos permite establecer figuras y trayectorias.

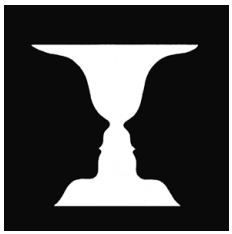
Existen también los denominados movimientos que son casi imperceptibles y con ellos construimos una imagen a partir de la observación de sus detalles. Estos movimientos diminutos o microsácadas de derivación, se hayan sometidos a un temblor oscilatorio de alta frecuencia llamado nistagmo que siempre está recorriendo los detalles de la imagen de acuerdo a un orden jerárquico que se dicta por el color, la intensidad, la legibilidad de una figura o su reconocimiento por haber sido ya comprendido. Los experimentos al respecto demuestran que cuando se ha forzado la visión para inmovilizar al ojo y evitar las microsácadas, al poco tiempo de estar fijamente viendo una imagen esta deja de ser percibida y nuestra mente ya solo reporta una plano del color del fondo. Las trayectorias de escrutinio son las pautas con que las microsácadas operan como movimientos oculares reincidentes. El la habilidad que utilizamos, por ejemplo, para reconocer rostros y sus expresiones, pues al escrutar una pauta, los ojos tienden a seguir una trayectoria fija pasando por un rasgo característico a otro, lo que da una trayectoria de reconocimiento característica.

Un fenómeno interesante en la percepción visual es la capacidad de Postimagen, o sea la tendencia a conservar como sensaciones presentes los estímulos a la retina. Este fenómeno es válido para las imágenes en blanco y negro y para las de color, sin embargo existe un detalle inquietante y es que la imagen percibida se conserva tal como ha sido percibida durante muy poco tempo y rápidamente se convierte en su imagen inversa. Si estábamos viendo una figura blanca sobre fondo negro, la conservaremos como una figura negra en fondo blan-

co. Lo mismo sucede con el color, que se transformará en su opuesto cromático, si era verde será rojo, si era azul será naranja y si era amarillo será morado. Este fenómeno se conoce como contraste sucesivo debido a que una exposición suficiente de una región azul aumenta la sensibilidad de esa región retinal al amarillo, de tal manera que la fatiga a los conos receptores provocan una sensibilidad al opuesto. Si hemos tenido una sensación azul y por fatiga conservamos la imagen amarilla para ver un objeto amarillo lo veremos más saturado que lo normal. Este fenómeno influye mucho en las sensaciones que puede provocarnos la asistencia a un espacio arquitectónico, pues cada color y los cambios en su percepción nos provocarán diferentes sensaciones.



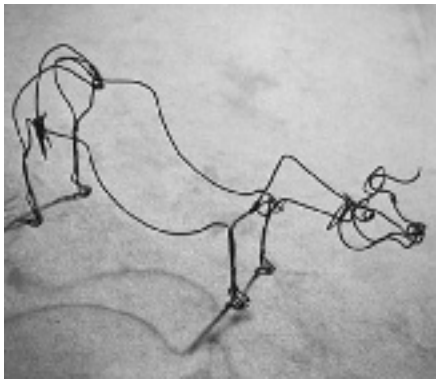
FIGURA-FONDO
Vasos de Rubin



Una de las más importantes capacidades visuales es la que nos permite percibir las formas y figuras de los objetos, que como hemos visto, es una operación mental diferente a la mera proyección de luz en la retina, de manera que nuestro campo visual habrá de organizarse en algún tipo de unidades para relacionarlas con la percepción de formas y figuras definidas. Tal vez el primer paso y más sencillo en la dinámica compleja de la percepción de formas, será la posibilidad de diferenciar entre Fondo Y Figura.

La escuela de la psicología Gestalt es la corriente de pensamiento que ha estudiado de la mejor manera los fenómenos relativos a la percepción visual. Edgar Rubin (1886-1951), psicólogo danés impulsor y pionero de la corriente gestaltista, ha sido uno de los investigadores más reconocidos en la materia debido sus trabajos y por la creación de la famosa figura de los dos perfiles humanos opuestos que se recortan en un fondo que a su vez configura una copa, nos dice que *“el siguiente principio es fundamental, si uno de los dos campos homogéneos o de color diferente es más grande y encierra al otro, existe una gran probabilidad de que sea percibido como fondo, mientras el campo pequeño y encerrado sea reconocido como figura”*

Este autor identifica de la manera siguiente las diferencias entre fondo y figura: *“1.- La figura tiene una cualidad de ‘cosa’ y el contorno aparece en la orilla de la forma de la figura. En contraste, el fondo tiene una característica más similar a la ‘sustancia’ y aparece relativamente informe. 2.- La figura aparece más cercana al observador y frente al*



INTEGRACIÓN DE LA FIGURA

fondo, en tanto que el fondo aparece localizado con menor claridad que la figura, extendiéndose continuamente detrás de ella. A estas características se añade el efecto que nos hace ver a la región percibida como figura manifiesta una mayor cantidad de contraste de brillantez, que cuando la misma área se percibe como fondo. 3.- En relación con el fondo, la figura aparece más impresionante y se recuerda mejor. La figura sugiere más asociaciones de formas significativas que el fondo".

Es claro que uno de los aspectos más importantes para diferenciar la figura del fondo es la legibilidad de los contornos de la primera que nos permiten definir las formas de las cosas en un ambiente natural. De ahí que para concluir podemos retomar las aseveraciones del propio Rubin: *"Lo que percibimos como figura y lo que percibimos como fondo no tienen la misma idea de contorno. Realmente el fondo es aquello cuya contorno no podemos identificar". "La figura es lo que centra nuestra atención y la vemos a detalle, El fondo es periférico, pierde detalle y dificulta su percepción como objeto".* [39]

Las teorías gestálticas sobre la percepción visual determinaron algunos principios que resultan fundamentales para resolver la inquietud que genera saber el porqué algunos elementos del campo visual forman la figura unificada y otros se quedan como fondo. Max Wertheimer (1880-1943), estudió las pautas y estímulos observando la manera en que algunas de ellas parecían agruparse con cualidades para ser considerados como figura[40]. Más allá de las actitudes y la experiencia previa del espectador, sabemos que existen tendencias organizadoras fundamentales para percibir el campo visual según la disposición y ubicación relativa de los elementos.

Estas tendencias reciben el nombre de *"Principios de Agrupación"* , en el entendido que la vista de una imagen que entendemos como grupo tiende a destacar como figura, estos principios se explican a continuación. La Cercanía, los elementos que están más próximos entre sí, tienden a agruparse. La Semejanza, los elementos similares por sus atributos físicos tienden a agruparse. Existe una tendencia natural a organizar lo percibido, por lo que siempre intentaremos hallar el esquema organizado al que pudiera obedecer una Buena Configuración, estos esquemas siguen varias modalidades:

39 RUBIN, Edgar. *Readings and perception*. Ed. Van Nostrand, Nueva York, 1958. Pág. 202

40 WERTHEIMER, Max. *Gestalt*

Continuación, los elementos que establecen la ilusión de trayectoria o de seriación se perciben como grupo. Destino Común, se da en la observación de elementos en movimiento y se agrupan los que tienen trayectorias paralelas. Cierre, es un agrupamiento que ocurre de tal manera que favorece la percepción de la figura más cerrada o completa. Simetría, es la que detecta como figura a los contornos que aparecen más ordenados y simétricos en el espacio.

Un aspecto interesante es el de los efectos de la fatiga por sobre exposición visual. Uno, que H. R. Schiffman denomina *"Disfrazamiento"*, consiste en el fenómeno que detectamos como afectación cuando varios estímulos actúan simultáneamente y también si uno se manifiesta inmediatamente y con un intervalo muy reducido antes o después del que percibimos. El resultado es un error de percepción al detectar una imagen que no es la percibida.

La observación de una imagen, por breve que sea, tiene un efecto sobre la siguiente, tenemos, además del efecto de disfrazamiento, otras distorsiones denominadas "Postefectos". Uno ya descrito, es la imagen en colores invertidos que permanece en la retina y que es una aberración de la figura, aunque otros actúan sobre la forma, provocando una modificación a la geometría de un contorno.

La predisposición es uno de los mecanismos de la percepción, ya que ésta se dirige de manera concreta por las influencias existentes tanto como por las expectativas y las previsiones, que resultan en una particular manera para organizar mentalmente lo que hemos percibido. Una expectativa debida a la experiencia y que nos indica lo que debiera haber ahí, hace posible una interpretación de lo que realmente hay ahí.

Podemos decir, que como fenómeno de percepción, la forma es un acto de reconocimiento a cierta y previamente experimentada agrupación de contornos. La detección de contornos puede reducirse a la detección de discontinuidades de luminancia que realiza la actividad nerviosa. Uno de los factores principales para percibir una forma es la orientación de la figura, pues como dijimos, la forma es una percepción basada en un conocimiento previo y debe ajustarse a las características originales.

Para los fines de este trabajo, son tan importantes los fenómenos de la percepción de la figura y la forma como la del espacio, que es precisamente la materia de la arquitectura y de los diseños.

La función primordial de la visión es registrar el orden espacial de las superficies percibidas para construir mentalmente la idea de objeto. Esto se debe a los fenómenos que permiten experimentar como tridimensional lo que los estratos retinales de conos y bastones corresponden a superficies planas bidimensionales.

De acuerdo a los textos de Schiffman[41] tenemos que una parte de la explicación estriba en el carácter de la estimulación que llega a la retina. Por ejemplo, en las diferentes superficies percibidas vemos diferencias de tono y saturación, de brillantez. Los objetos asumen diferentes ángulos visuales y se les ve con diferentes grados de claridad. Unos objetos cubren parcialmente a otros. La pauta de estimulación que contiene la disposición óptica transmite indicios acerca de la ubicación espacial de los objetos que el perceptor usa para "construir" un espacio tridimensional.

En este sentido, un de las funciones más importantes para la percepción tridimensional es la visión binocular, los dos ojos actuando, uno como ayuda del otro, es lo que en mayor medida nos permite la construcción tridimensional, aunque la visión monocular ya arroja gran cantidad de indicios para la percepción espacial.

Uno es la Interposición, que consiste en la observación de un objeto cubriendo parcialmente a otro que ya reconocemos como forma, el que cubre se percibe como más cercano. Otro es la Claridad, los objetos que percibimos con mayor nitidez se asumen como más cercanos, los que vemos borrosos estarán más allá. Uno más es la Iluminación, los objetos con mayor intensidad lumínica estarán más cercanos a los que reciben menos luz. Otro es la Elevación con respecto al horizonte, los objetos que parecen estar más arriba en el campo visual se verán más lejanos. La Linealidad es un indicio espacial que se debe a la existencia de un fondo con una disposición geométrica donde las líneas aparentes nos hacen ver un efecto de perspectiva. Sucesivos objetos similares uno más pequeño en relación a otro anterior nos pro-

41 SHIFFMAN, Harvey Richard. *Op. Cit.* Págs. 305 a 335

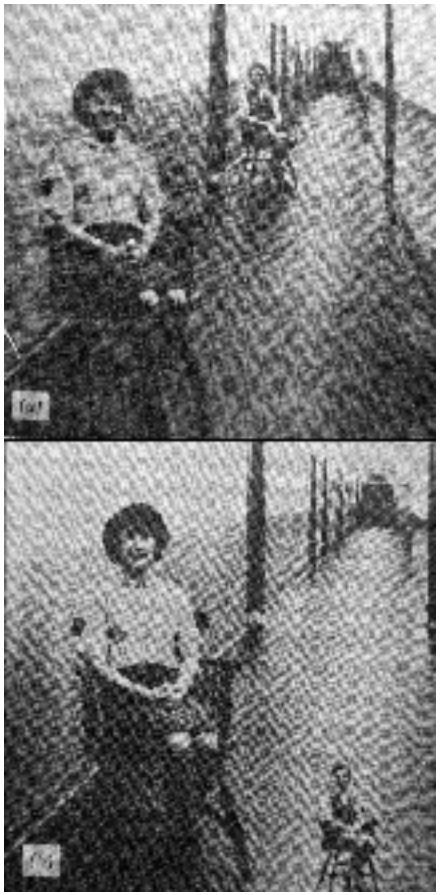
vocarán la imagen de que se alejan en el espacio. Los Gradientes de Textura indican también la sensación de espacio, pues la proporción de los componentes de una textura, granos, rayitas o retículas, nos hacen ver que los más difusos, o más densamente acumulados, están comparativamente más alejados. Probablemente, aunque no se ha demostrado, el acto de Enfocar, es decir modificar la curvatura de la lente ocular para ajustarnos a la distancia del objeto y verlo con claridad, sea una información que el cerebro puede registrar como indicador espacial. Desde luego, un indicio casi evidente es el conocimiento previo de la imagen, si sabemos que estamos ante un espacio ya detectado, no necesitaremos otro recurso para saber su calidad espacial.



PERCEPCIÓN DE PROFUNDIDAD

Los indicios binoculares son los que con mayor seguridad nos permiten la percepción del espacio. Existen dos tipos de indicios para la visión con dos ojos. La Convergencia es el indicio que se debe a la coordinación de los dos ojos para dirigir la visión hacia un solo punto, de manera que podemos, por ese solo acto, conocer una distancia espacial. El Paralaje binocular es un indicio que se debe a que cada ojo recibe una información ligeramente distinta a la del otro, debido a su diferente posición en el espacio. En lugar de que veamos dos imágenes distintas, la mente produce el efecto de "estereopsia" que nos permite captar efectivamente la tridimensionalidad, no como una idea, sino como una percepción.

Pero lo que en realidad nos permite percibir al espacio, más allá de la imagen visual fija o a manera de pantalla de cine y como un ámbito en el que podemos ocupar distintos lugares, sabiendo que aún estamos en el mismo espacio o de manera en que podamos "orientarnos", es una sensación de estabilidad perceptiva que no se modifica aunque cambien los estímulos y que se conoce como *"Constancia Perceptual"*, que es una capacidad exclusiva de la mente. En ella participan la memoria y procesos de raciocinio, pues nos permite entender la geometría de un espacio, calcular sus dimensiones, ubicar los hitos o lugares significativos y establecer ciertos parámetros que habremos de usar como referencias para reconstruir esa idea espacial una vez que nos movamos. Ni siquiera será necesario cambiar de lugar, basta con inclinar la cabeza para que nuestra mente traduzca ese movimiento a la reconstrucción del espacio con un referente espacial hacia un horizonte que ahora debiéramos percibir inclinado pero que gracias a la interpretación



TAMAÑOS

mental referimos a su horizontalidad, con lo que realmente vemos un espacio ordenado respecto a la manera en que lo percibimos primero.

La constancia perceptual no solamente se refiere a la capacidad de comprensión y figuración del espacio, también existe una variante, la Constancia de Brillantez, que se refiere a la capacidad para interpretar la incidencia lumínica y el color que vemos, es decir, que aun que se modifique la cantidad de luz sobre un objeto, nuestra mente continuará conociendo cual es su color de base, por lo que podemos concluir que la percepción de los detalles configurativos de un objeto son independientes de su iluminación.

Otra manera de la constancia perceptual es la de tamaño, el tamaño de una imagen varía en sentido inverso con la distancia a la que se ve un objeto. El tamaño percibido no corresponde regularmente al tamaño retinal, sino que es otra construcción mental relacionada con referentes. Un objeto del que vemos dos imágenes, una más allá de la otra, se percibe en dos tamaños distintos, la más alejada menor, pero nuestra mente sabe, por otras referencias visuales, que son del mismo tamaño.

Finalmente, tenemos la facultad de la constancia de forma. El mismo objeto, visto desde diferentes ángulos, nos proyecta diferentes imágenes retinales, sin que por eso perdamos la idea de su forma. Una puerta, por ejemplo, vista de frente es un rectángulo plano, si la ponemos de canto se verá como un postecito, pero nuestra mente sabe que es un paralelepípedo con ciertas proporciones, por lo que nunca nos confundiremos acerca de la verdadera forma de la puerta.

Otro aspecto relevante para comprender los aspecto psicofisiológicos de la percepción es el de las ilusiones ópticas. Son una serie de mecanismos que ya se han investigado y que tienden a producir errores de percepción. Muchos de ellos son simplemente la mala o equivocada aplicación de las facultades perceptivas, como en el caso de las líneas convergentes que nos inducen a pensar en una profundidad en la distancia, sin que necesariamente lo sea, como en el caso de una pintura en perspectiva a la que equivocada, pero estéticamente, vemos como un imagen tridimensional. Otra es la idea de que tendemos a creer que una línea vertical será

más larga que la misma puesta horizontalmente. Esto posiblemente se deba a que nuestro par de ojos se mueven con mayor facilidad horizontalmente, mientras que en sentido vertical el movimiento ocular se hace más trabajoso, aunque no ha habido, como lo señala H. R. Shiffman, experimentos que comprueben totalmente la hipótesis. Hay mucha literatura que presenta gráficas y situaciones en las que se provocan errores de percepción e ilusiones óptica, El maestro ilustrador Mauricius Cornelius Escher (1898-1972) desarrolló toda su obra explotando estas ilusiones ópticas, escaleras y caídas de agua que nunca dejan de bajar, relaciones equívocas fondo-figura, triángulos y cuerpos geométricos imposibles, etc. Son fenómenos que se han aprovechado para producir obras de interés estético como ha sucedido desde el renacimiento con los murales de algunas iglesias que continúan ilusoriamente los muros por medio de pintar perspectivas en la techumbre.



ESCHER

La realidad nos indica que personas diferentes pueden percibir el entorno de manera similar, lo que refuerza la idea de que los humanos tenemos un mundo común, sin embargo cuando juzgamos lo que nos transmiten nuestros sentidos, podemos percibir los objetos y como individuos tendemos a formular juicios diferentes a los de los demás, entonces también hay razones para creer que también tenemos mundos distintos. Nuestro juicio es similar cuando vemos al objeto que tenemos enfrente, es una casa, pero será muy diferente si hablamos de si nos parece agradable o no.

Los psicólogos han estudiado este aspecto de la percepción y han encontrado que la actitud, el humor que podamos tener o nuestro grado de salud, juega un papel mucho más importante de lo que cabría suponer. Así, Egon Brunswik (1903-1955), pionero de la psicología cognitiva, desarrolló una teoría funcionalista que parte de la idea general de que la información sensorial que proviene del entorno y que posibilita la percepción ambiental de una persona, nunca tiene una correlación perfecta con el entorno real. Así, la persona recibe constantemente señales complejas y engañosas sobre el ambiente. Esta ambigüedad en la percepción comporta que la persona que observa un entorno deba estar haciendo estimaciones probabilísticas de la verdadera situación, elaborando juicios probabilísticos sobre el ambiente.[42] Con sus experimentos, Brunswik demostró que *"tenemos cierta ten-*

42 BRUNSWIK, Egon. *El Marco Conceptual en la Psicología*. Ed. Debate, Madrid, 1989.



MONEDAS

dencia a sobreestimar el tamaño de las cosas que consideramos valiosas, como las monedas", lo que nos demuestra que la percepción no es una recepción pasiva de impresiones , pues en el plano real, no solamente percibimos, sino que, como lo señaló el arquitecto noruego Christian Norberg-Schulz (19226-2000), más bien "aprehendemos" los objetos que se incorporan a nuestro entorno.[43] Acerca de nuestra prejuiciosa manera de interpretar lo que percibimos, cuando tendemos a sobrestimar lo que se encuentra más relacionado a nuestros antecedentes, se explica dentro de la psicología de la gestalt en el sentido de que "las partes están condicionadas por el todo", es decir, solamente se formula con precisión cuando se toma en cuanta la actitud de quien percibe, sin embargo debemos tratar de explicar cual es el proceso para "aprehender", es decir, como hace nuestra mente para aprender que determinados fenómenos representan determinados objetos .

Este proceso es gradual y se inicia desde el momento mismo en que nacemos. El niño debe aprender lo que sucede a partir de la acción sobre las cosas. Va adquiriendo una gran cantidad de conocimientos que le ayudarán a formar criterios generales aplicables para posteriores descubrimientos. Esto no solamente se manifiesta en el mundo de los objetos, sino que el problema más importante consiste en el proceso de socialización. Dice Norberg Schulz: *"La interacción con los demás humanos, al principio entre el niño y sus padres, es un proceso de interacción que está condicionada por las expectativas mutuas. La interacción humana es sumamente compleja, pues no basta con entender la 'conducta' de los objetos físicos, sino que hay que entender en cuenta también las reacciones del 'Alter' hacia las de uno mismo".* [43]

De acuerdo a Jean Piaget (1896-1980), Cuando las interacciones presentan necesidades más diferenciadas, las acciones del niño se hacen más articuladas y empieza a utilizar "signos" para logra satisfacer sus deseos, aprovechando algo ya aprehendido y que es la capacidad de que los objetos puedan representarse unos con otros. La idea central de Piaget es que resulta indispensable comprender la formación de los mecanismos mentales en el niño para conocer su naturaleza y funcionamiento en el adulto. Tanto si se trata en el plano de la inteligencia, de las operaciones lógicas, de las nociones de número, de espacio y tiempo, como, en el plano de la percepción de las constancias perceptivas,

42 NORBERG-SCHULZ, Christian. *Intenciones en Arquitectura*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2001. Pág. 22

43 NORBERG-SCHULZ, Christian. *Op. Cit*. Pág. 22

de las ilusiones geométricas, la única interpretación psicológica válida es la interpretación genética, la que parte del análisis de su desarrollo.



PIAGET:
"...progresiva búsqueda del equilibrio".

Piaget concibe la formación del pensamiento como un desarrollo progresivo cuya finalidad es alcanzar un cierto equilibrio en la edad adulta. Nos dice: *"El desarrollo es... en cierto modo una progresiva búsqueda del equilibrio, un perpetuo pasar de un estado de menor equilibrio a un estado de equilibrio superior"*

Ahora bien, esto se modifica continuamente debido a las actividades del sujeto, y éstas se amplían de acuerdo a la edad. Por lo tanto el desarrollo cognitivo sufre modificaciones que le permiten consolidarse cada vez más, con lo que no nos referimos a una estructura rígida, sino a una estructura conceptualmente más integradora que permite mayor flexibilidad. Ahora bien, cada vez que un desequilibrio se presenta, por así decirlo, el niño se ve en la necesidad de "asimilar" aquella situación que produjo el cambio para poder "acomodar" sus estructuras cognoscitivas en forma cada vez más estable, y con esto hacer más sólido el equilibrio mental.

La función de asimilación es semejante a la que realiza el cuerpo humano con los alimentos, es decir toma de ellos las sustancias nutritivas que le sirven y las incorpora al torrente sanguíneo para satisfacer las necesidades fisiológicas. Para Piaget asimilar es: *"... incorporar las cosas y las personas a la actividad propia del sujeto y, por consiguiente,... 'asimilar' el mundo exterior a las estructuras ya construidas..."*.

El concepto de acomodación funciona complementariamente al término de asimilación. Una vez que las experiencias han sido incorporadas a las estructuras cognitivas del sujeto, es necesario "hacer" las modificaciones consecuentes en dichas estructuras, es decir, "reajustar las estructuras construidas en función de las transformaciones sufridas, y, por consiguiente, a 'acomodarlas' a los objetos externos".

De este modo, la actividad cognoscitiva del sujeto es entendida como un constante reajuste ante situaciones nuevas, que le permiten lograr un mayor equilibrio mental. *"los procesos gemelos de asimilación y acomodación son rasgos permanentes del traba-*

jo de la inteligencia, es decir, están presentes en todos los estados de desarrollo de la inteligencia. La adaptación al medio se produce tan solo cuando los dos procesos se hallan en equilibrio y entonces la inteligencia encuentra su equilibrio en el medio".

Un ejemplo muy claro de esta interrelación es la evolución del lenguaje. Aparece aproximadamente a los dos años y modifica esencialmente las posibilidades de acción del niño. Así mismo, incide directamente en el desarrollo intelectual ya que: permite un intercambio *"entre individuos, es decir, el inicio de la socialización de la acción; una interiorización de la palabra, es decir, la aparición del pensamiento propiamente dicho, que tiene como soportes el lenguaje interior y el sistema de los signos; y, por ultimo, y sobre todo una interiorización de la acción como tal. Desde el punto de vista afectivo, éste trae consigo una serie de transformaciones paralelas: desarrollo de los sentimientos interindividuales (simpatías, antipatías, respeto, etc.) y de una afectividad interior "*.[44]

Una vez que hemos intentado aclarar lo referente los procesos de socialización, simbolización, acomodación y construcción del lenguaje, fundamentales para la percepción del mundo, podremos plantear el concepto de "esquematización", que a decir de Norberg-Schulz se define como *"una reacción típica o estereotipada ante una situación... Pensamos que los esquemas se forman durante la socialización, y su importancia es tan grande que casi podemos decir que esquematización es lo mismo que percepción"*.

Nuestra tendencia a crear esquemas es el acto inmediato a la percepción, pues tendemos a interpretar lo que nuestros sentidos captan de acuerdo a esquemas ya elaborados, si la percepción concuerda con el esquema, lo refuerza, se genera un prejuicio que habremos de aplicar ya siempre en situaciones que nos parezcan similares, si no corresponde, habremos de elaborar un nuevo esquema. Aprender a ver es, ante todo, adquirir esquemas que permitan una interpretación lo más verdadera posible de lo que captamos con el sentido de la vista.

Los esquemas que desarrollamos para percibir se relacionan directamente con nuestro origen cultural, mientras los occidentales tendemos a distinguir entre los objetos vivos y los inanimados, estable-

44 PIAGET, Jean. *La formación del símbolo en el niño*. Fondo de Cultura Económica. México. 1986

cemos ciertas características invariantes de las cosas, buscamos "comprender", el hombre primitivo da un sentido "viviente y animado" a todas las cosa, es una percepción "fisionómica" o "mágica" que pretende captar su "expresión". En nuestra cultura solamente podemos captar así a las personas, el "antropomorfismo" es un tipo particular de percepción fisionómica con la que se tiende a identificar a todos los fenómenos con lo humano, de manera que las esquematizaciones que resultan de experiencias con las personas se emplean como patrones para extrapolarlas al comportamiento de otras cosas, decimos, por ejemplo que "el volcán se ha enojado".

Otra clase de objeto intermediario que también es importante es la confusión de varios sentidos y se conoce como "sinestesia", un ejemplo conocido es la posibilidad de "ver" colores cuando se escucha música. La psicología demuestra como las primeras experiencias tienen un carácter sinestésico, los niños tienden a mezclar percepciones, sin embargo es una característica que no se pierde por completo, por lo que aún de adultos seguimos sintiendo que algunas cosas "se ven pesadas".

La posibilidad de captar una expresión significa que los "esquemas sentimentales" han llegado a dominar a la percepción. Sin embargo, los sentimientos no son cualidades que existen independientemente de los objetos, estos mismos deben describirse en "términos de objeto" y deben entenderse como un tipo particular de objetos intermediarios en los que aparece ciertos "valores" que modifican el sentido de la percepción. Aunque ningún acto perceptivo está libre de cierto contenido emocional, tendemos, por razones de nuestra cultura, a considerar los objetos puros como nuestros objetivos ideales.

Nuestras percepciones son objetos intermediarios, un estímulo puede ofrecer muchas posibilidades, pero siempre veremos y escucharemos aquello para lo que ya estamos predispuestos. De este modo los objetos se representan y se transmiten unos a otros, al tiempo que conforman totalidades que son algo más que la suma de sus componentes, es la verificación de lo postulado por la gestalt. Un objeto se define por sus propiedades objetivas, pero raramente reaccionamos de manera directa o pura a ellas, no reaccionamos ante el peso y lo mullido de un cojín, solamente lo percibimos como



EFECTO BARTLET

algo para recargar la espalda. Reaccionamos ante las relaciones entre los objetos, ante sus condiciones fenoménicas cambiantes. Los esquemas son hábitos de percepción que llegan a establecerse en nuestra mente hasta el grado de llegar a ser “cuasi-objetos”.

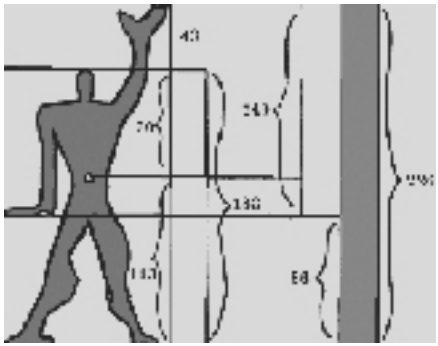
El hallazgo de un esquema, como estructura formal del objeto que se contempla genera además un aspecto interesante que se relaciona con las capacidades de percepción. Es el efecto placentero o estético que produce el acto mismo de percibir cuando se logra por medios que requieren inteligencia y sensibilidad educadas. El enfrentamiento con una imagen poco clara, sea por ejemplo un texto o una figura que resulta incomprensible puede llevarnos a dos consecuencias, o deriva en el abandono y ahí termina la contemplación por fastidio o nos lleva a buscar el significado cuando se adivina que puede tenerlo. Si se aclaran las cosas y se logra capaz entender el sentido oculto del mensaje, surge cierto tipo de goce en el acto del descubrimiento, este sentimiento placentero parece originarse por el hecho de que la conciencia del ser humano se satisface al cumplir con su función primordial, que es la percepción.

Si se observa el dibujo de Bartlet, vemos que representa a una mujer joven, pero hay un truco, porque este dibujo se puede percibir de un modo totalmente distinto aunque captar esa figura escondida suele requerir esfuerzo. Obsérvese tratando de percibirlo y ponga atención a sus sentimientos cuando el nuevo esquema sea encontrado. De acuerdo con la hipótesis propuesta por el matemático americano George Birkhoff (1884-1944) en 1933, el sentimiento arriba referido de placer, que es causado físicamente por el esfuerzo mismo de percibir y el éxito en ello, es lo mismo que el placer estético obtenido cuando se miran las obras de arte.[45] Observar una obra de arte intensamente buscando y finalmente también encontrar alguna estructura inicialmente oculta, “más profunda”, en la obra de arte, lo que causa una sensación agradable.

Podemos llamar “belleza” a esa sensación de placer que sigue al esfuerzo de percibir y al éxito en encontrar una estructura de fondo inicialmente oculta en las obras humanas, es un acto de entendimiento e identificación entre dos personas que en ese acto se identifican. En el arte hay multitud de ejemplos, pues es as claves

45 BIRKHOFF, George. *Medida estética*. Monografía No. 3 de la Facultad de Ciencias Matemáticas, Físico-químicas y Naturales aplicadas a la Industria, Universidad Nacional del Litoral. Rosario, 1945

misteriosas son su esencia. Hay estructuras ocultas, por ejemplo, en las trazas geométricas de las catedrales góticas o en el sistema geométrico de proporciones como el Modulor de Le Corbusier (1887-1965). Pero ese elemento oculto podría alternativamente consistir en un mensaje cuando la obra de arte o el producto simbolizan algo. Los efectos entre emisor y receptor de mensajes son los objetos de estudio para un campo de la investigación específico, la semiótica que se esboza en el capítulo de los métodos de la estética.



EL MODULOR

Por otra parte, si el objeto del estudio es un producto con un propósito práctico, podemos sentir la sensación de la belleza cuando descubrimos cualidades inesperadas en el producto, por ejemplo, su preciosa manufactura, utilidad más allá de lo esperado, mecanismos para proveer seguridad, o cualquiera otra ventaja o cualidad que podamos descubrir y que nos van relacionando emocionalmente con tal objeto.

Las estructuras profundas carecen de la mayoría de los detalles de las estructuras superficiales, pues estas tienen un carácter concientemente trabajado mientras las primeras pueden obedecer a lo inconsciente. con lo que es siempre más simple que la capa de la superficie (o al menos parece simple antes de que ella misma, también, pueda revelar nuevos niveles). Así, la teoría cuantitativa de la belleza proporciona una explicación para algo en lo que han reparado muchos investigadores de la estética, principalmente que un componente de la belleza es la simplicidad, una síntesis de tipo poético que nos permite entender cualidades por actos de desentrañamiento. Esto mismo se aplica para los productos de la ciencia, una línea de pensamiento puede ser calificada de bella o elegante a causa de la sorprendente simplicidad de su idea básica.



TOFFLER
"El placer del descubrimiento es inherente a lo humano"

El placer causado por desenmarañar la estructura de fondo es más fuerte cuando va precedido de un problema intelectual y en el momento del descubrimiento, ese instante que podemos llamar "Eureka" recordando a Arquímedes, nos aporta la sensación de que todas las piezas se ponen en su sitio, la irritación desaparece y percibimos todo con gran claridad. Es un fenómeno que ha descrito el escritor Alvin Toffler (1935), quien al analizar los aspectos relacionados a nuestra posible evolución explica este fenómeno y nos dice que *"las sensaciones de irritación en una situación compleja y el placer pro-*



EAGLE



MEXICANA DE AVIACIÓN

ducido cuando se despeja, no se restringen a las experiencias estéticas, pues de hecho pertenecen a las capacidades biológicas originales del hombre y son necesarias para adaptarse a cambios en el ambiente." [46]

La intensidad de la sensación placentera se produce en función de la cantidad de esfuerzo intelectual realizado para estudiar y desentrañar el misterio de las estructuras profundas del objeto contemplado. Si éste es muy fácil de interpretar, trivial u ordinario, su valor estético permanece bajo.

Podemos comparar las experiencias estéticas en unos emblemas empresariales en el mismo tipo de servicios. La marca registrada de Mexicana de Aviación tiene dos elementos estructurales, uno que hace alusión a la cabeza de un águila y otro que es una letra M estilizada, el conjunto nos deja ver al ave y sugiere una direción de verticalidad acendente, la figura es estable y fuerte, así, produce un placer estético. Por otro lado, la marca registrada de la Compañía Eagle deja ver sin mucho esfuerzo su doble contenido, la letra E y un águila, la valoración es de un dibujo poco agradable, el águila es demasiado frágil de manera que pierde el sentido de gallardía, además de que la letra E es muy esquemática, esto que produce poco placer y siempre se verá como algo artificioso. Podemos concluir que en la generación de configuraciones la búsqueda del efecto visual o del manejo de estructuras profundas, existe un grado de dificultad limitante, pues el objeto no debe ser tan complicado que resulte imposible hallar los esquemas de sus estructuras de fondo.

La complejidad visual establece grados óptimos que son diferentes para un lego que ha visto sólo algunas muestras de objetos estéticos y para un profesional experto en los campos del arte o de los objetos de diseño. La educación visual se besa en que la observación repetida de diferentes objetos provoca un entrenamiento para desentrañar las estructuras profundas y sus significados, por lo que se va perdiendo interés en lo obvio y las estructuras superficiales. El experto percibe las características superficiales como hechos evidentes y no le proporcionan ningún placer estético. Por otra parte, su erudición lo hace capaz para descubrir, interpretar y disfrutar objetos cada vez más complicados.

46 TOFFLER, Alvin. *El Shok del Futuro*. Plaza & Janés Editores. Barcelona, 1970)

Abraham A. Moles (1920-1992), retomando las hipótesis de Birkhoff, ha planteado un procedimiento para establecer las magnitudes de la experiencia estética. De acuerdo con este autor, el mayor placer producido por la percepción sucede cuando se permite a la conciencia funcionar a su máxima capacidad, que determina alrededor de los 100 bits por segundo.[47]



MOLES:
"Las magnitudes de la experiencia estética"

De acuerdo con esto, el efecto óptimo de un objeto estético se logra cuando contiene una cantidad suficiente de decoración superficial que de manera inmediata llama la atención a los sentidos, pero si el objeto contemplado no contiene algo más, cierta estructura profunda, será clasificado como cursi o kitsch. Para alcanzar la calidad de objeto estético o de obra de arte y calificar como arte competente, la obra debe también contener algo que inmediatamente excite la curiosidad, motivando al observador a mirarla más de cerca. Este contenido más profundo puede ser una estructura de fondo, o cualquier cosa que pueda despertar el interés, un mensaje que es una invitación a un nuevo estado de ánimo. Las estructuras profundas se deben percibir con cierta dificultad y provocar el hallazgo, para que alcance un nivel de complejidad en el rango de 100 bits.

La más gratificante obra de arte es aquella que en la que el proceso descrito arriba puede tener lugar varias veces sucesivamente, es la obra polifacética que puede verse una y otra vez. En sucesivas contemplaciones el observador encuentra algo nuevo, primero la solución a un problema en una fase previa de observación y luego nuevos problemas que motivan hacia una reflexión todavía más profunda.

Este procedimiento de la comprensión estética gradual actúa con ciertas diferencias de acuerdo al tipo de obra de que se trate, pues que para el fenómeno de la contemplación existen dos tipos de objetos, los de tipo Sincrónico y los de tipo Diacrónico.

Los objetos de tipo Sincrónico no tienen ninguna dimensión temporal, permanecen inmutables durante todo el acto de contemplación, el público puede examinar sus detalles en cualquier orden secuencial. A este grupo pertenecen las artes plásticas y los diseños. Las obras Diacrónicas tales como la música, el teatro, el cine y la literatura, llegan al público en función de un recorrido tempo-espacial,

47 MOLES, Abraham. *Teoría de la Información en la percepción estética*. Ed. Jucar. Madrid,1976

suelen tener un principio u apertura, una continuación y un fin climático. Es la tarea del creador determinar por adelantado la sucesión en la cual revelará las capas o etapas sucesivas de su trabajo.

En los objetos sincrónicos los componentes son visibles todo el tiempo, pero esto no implica que el autor de la obra no pudiera tener algún medio para dirigir el proceso de su contemplación y disfrute. De manera semejante la contemplación de la arquitectura implica generalmente un trayecto que el arquitecto ha diseñado, de modo que el público tenga la posibilidad gozar de sorpresas y de experiencias del *"Eureka"*. Las obras de tipo diacrónico despiertan y conservan el interés del público por medio de algunos recursos, mismos que por supuesto también se aplican en las obras de tipo sincrónico

Podemos mencionar algunos recursos que se han determinado para el manejo del proceso de contemplación estética y que ya constituyen formas clásicas para componer las estructuras espacio temporales en las obras de arte. Uno es el Esquema de Rompecabezas, donde el artista expone al principio todos los detalles necesarios que los espectadores podrán armar y combinar hasta encontrar la estructura general que subyace en ellos. Como ejemplo tenemos la novela policíaca donde una serie de pistas permitirán construir hipótesis para tratar de descubrir al culpable del crimen. Otro es el que se conoce como Tema y variaciones, un esquema donde el artista aporta el patrón general y lo encubre con variaciones y derivaciones, la experiencia del *"Eureka"* se genera al reconocer el tema en sus varios disfraces ingeniosos y contextos sorprendentes. Es el caso de las melodías de Jazz clásico y que también suele aparecer como juego de situaciones en la comedia. El Proceso cíclico consiste en presentar una estructura que requiere de volver a la escena o a la situación inicial para que el público pueda entender con mayor profundidad que en su primera inspección. Finalmente la estructura de la Tensión Dramática que se genera entre dos metas contrastantes, o entre una búsqueda, unos obstáculos y un arreglo.

Una tendencia importante para estudiar lo relativo a la percepción es la fenomenología, cuyo principal promotor fue el filósofo francés Maurice Merleau-Ponty (1908-1961), que consideraba lo percibido exclusivamente como una acción mental. *"Si ver u oír es separarse de la*

impresión para investirla en pensamiento y dejar de ser para conocer, sería absurdo decir que veo con mis ojos o que oigo con mis oídos, ya que mis ojos, mis oídos, son aún seres-del-mundo, incapaces, en cuanto tales, de disponer ante él la zona de subjetividad desde la cual se le verá u oirá. Ni siquiera puedo conservar para mis ojos u oídos un poder de conocer a base de convertirlos en instrumentos de mi percepción, ya que esta noción es ambigua; mis ojos u oídos sólo son instrumentos de la excitación corpórea, no de la percepción en sí. Digo que mis ojos ven, que mi mano toca, que mi pie sufre; pero estas expresiones ingenuas no traducen mi verdadera experiencia.

Lo sensible me devuelve aquello que le presté, pero que yo había recibido ya de él. Yo que contemplo el azul del cielo, no soy ante el mismo un sujeto acósmico, no lo poseo en pensamiento, no despliego ante el mismo una idea del azul que me daría su secreto; me abandono a él, me sumerjo en este misterio, él se piensa en mí, yo soy el cielo que se aúna, se recoge y se pone a existir para sí, mi conciencia queda atascada en ese azul ilimitado. Pero el cielo no es espíritu, y ¿qué sentido puede tener decir que existe para sí? Verdad es que el cielo del geógrafo y del astrónomo no existe para sí. Pero del cielo percibido o sentido, subtendido por mi mirada que lo recorre y lo habita, sí puede decirse que existe para sí, en cuanto que no está hecho de partes exteriores, que cada parte del conjunto es sensible a lo que ocurre en todas las demás." [48]

Los actos de creación y contemplación del objeto estético, con los que se generan las estructuras y esquemas que se van descubriendo, presuponen una organización del entorno que consiste en "abstraer" los objetos de los fenómenos inmediatamente dados. Los objetos, es decir, la forma que asignamos al mundo en nuestros esquemas, se reconocen por medio de símbolos. Cuanto más complejo y diferenciado es un sistema de objetos, más necesitamos referirlo a un esquema de símbolos.

Al respecto, Norberg-Schulz ha planteado que *"Construimos nuestro mundo de objetos y les damos nombres con base a diferenciaciones y operaciones. Un nombre no designa un fenómeno (una experiencia), sino una determinada clase de similaridades entre fenómenos. El nombre es puramente convencional... Por ello el lenguaje es al mismo*

48 MERLEAU-PONTY, Maurice. *La Fenomenología de la Percepción*. Edit. Orígen/Planeta. Barcelona, España. 1985



MORRIS:
"La sintáxis y la semántica del sistema de signos"

tiempo un recurso necesario y un obstáculo para la construcción de un mundo coherente, ya que tiene tendencia a 'congelar' clasificaciones obsoletas. Esta tendencia suele ocultarse como 'sentido común', lo que en nuestro mundo, cada vez más complejo, ha inducido a conflictos innecesarios. Los científicos han dotado sus conceptos de un grado de precisión cada vez mayor y nos vemos forzados a hacer lo mismo cotidianamente". "El lenguaje es un sistema de símbolos y como tal debe estar construido de tal manera que se adapte a las diversas regiones del mundo de los objetos. Simbolización, significa, entonces, una representación de un estado de cosas por medio de una 'similaridad estructural '... De la misma forma en que los objetos se definen por el contexto en que aparecen, los signos solamente adquieren significado dentro de un sistema. El significado es siempre una relación".[49]

El psicólogo norteamericano Charles Morris (1903-1979) pionero de la Semiótica, explica que podemos estudiar la construcción lógica de un sistema de signos sin tener en cuenta su relación con la realidad, sería un estudio puramente formal, referente a la "sintaxis" del sistema de signos donde lo que importa es solamente las relaciones entre los signos, su articulación y coherencia internas, sin que se observe nada de lo externo al sistema. También podemos ver la relación entre los signos y la realidad, que es analizar lo que significan y representan, es la "semántica" del sistema de signos. Finalmente tenemos que los signos influyen a lo que representan, por lo que tienen una relación "pragmática" con la realidad.[50]

Morris unifica estos tres aspecto, sintáctico, semántico y pragmático, en una rama del conocimiento que denomino "Semiótica". "Un sistema de signos para hablar de los sistemas de signos", que es un recurso para analizar los significados de las cosas que interrelaciona los tres aspectos que conllevan los signos. Al principio la semiótica fue estudiar al lenguaje, pero rápidamente se empezó a aplicar para investigar sobre los signos visuales, formas y configuraciones e imágenes, así como los signos auditivos, los diagramas y por supuesto, las Artes.

La presencia de un signo nos genera un *"sistema de expectativas"* que es, a decir de Norberg-Schulz que son las posibilidades que esperamos puedan seguir a la presencia del signo. *"La comunicación, por*

49 NORBERG-SCHULZ, Christian. *Op. Cit*. Págs. 38 y 39

50 MORRIS, Charles. *Fundamentos de la teoría de los signos*. Paidós. México. 1978.

tanto, se basa en sistemas de símbolos comunes que están ligados a 'formas de vida', es decir, a modelos de comportamiento comunes" .

En los sistemas de símbolos hay distintas probabilidades para que uno continúe o se conecte con otro, si el que ha seguido a otro es exactamente el que tiene mayor grado de probabilidad y nuestra expectativa o suposición ha sido correcta, podemos decir que hacemos una lectura, pero que n o hemos aprendido algo nuevo, ha sido un mensaje trivial. Si por el contrario el que ha aparecido era totalmente inesperado nos resulta imposible percibir cierta coherencia, la lectura es imposible. *"Un mensaje significativo presupone el uso de sistemas de símbolos conectados con sistemas de expectativas; ha de contener una cierta cantidad de sorpresa pero sin romper totalmente las expectativas"*. [51]

La información es una acción sobre las expectativas, las nuevas experiencias nos llevan a revisar en menor o mayor medida el mundo de los objetos, esto es un "efecto pragmático" que se conoce como "retroalimentación", lo que significa que la organización de un proceso está regulada por sus propios resultados, de manera que si el resultado en alguna secuencia de signos no es satisfactorio y no permite una lectura comprensible, habremos de modificar el proceso.

"Todo producto humano es un instrumento cuyo propósito es poner orden en el ambiente y todos los instrumentos han de tener una manera lógica para alcanzar su cometido". El fenómeno de la comunicación, sea ésta verbal o no lo sea, depende siempre de un sistema estructurado de símbolos, es decir, corresponder a un sistema de expectativas.

Una clasificación preliminar de los sistemas de signos puede hacerse sobre el concepto de varios tipos de lenguaje. El sociólogo americano Talcott Parsons (1902-1979), sostiene que podemos relacionarnos con objetos a partir de tres actitudes diferentes. La actitud cognoscitiva es la que nos permite describir y clasificar a los objetos y corresponde al proceso que llamamos ciencia. La actitud catéctica (del griego catexis, interptetación) se refiere a nuestra reacción espontánea de acuerdo a la gratificación que podamos sentir ante el estímulo de su presencia. La actitud valorativa consiste en la imposición de normas en nuestras relaciones con los objetos. Las dos últimas actitudes implican que el

51 NORBERG-SCHULZ, Christian. *Op. Cit*. Pág. 40

objeto de nuestra atención es un objeto intermediario para la relación con otro objeto-meta. Toda acción humana puede analizarse como un producto de componentes cognoscitivos, catécticos y valorativos.[52]

Una actitud cognoscitiva hacia los objetos físicos genera las ciencias naturales, mientras una actitud valorativa hacia los objetos culturales genera una apreciación estética, lo que podemos identificar como "el gusto". El asunto se hace más interesante cuando dirigimos simultáneamente la misma actitud hacia dos objetos, que es lo que produce, por ejemplo la adoración, una actitud que comprende tanto a la deidad como al ídolo que la representa. Todavía más interesante es la atención al mismo objeto con dos actitudes diferentes. En este sentido, el Arte parece caracterizarse por una mezcla de actitudes de conocimiento y de misterio hacia los objetos que consideramos manifestaciones de arte, esta combinación de actitudes ante un objeto genera la postura estética. Desde el punto de vista semiótico, la estética es una simbolización alternativa al pensamiento que se preocupa por los medios formales y los objetivos de lo que atañe a la percepción de los objetos que provocan la emoción humana.

Como hemos visto, el significado de un fenómeno consiste en su relación con otros fenómenos, así, una obra de arte se percibe cuando sus manifestaciones físicas se adscriben a un sistema coherente, que combina el conocimiento de sus símbolos específicos con la comprensión de su papel dentro del contexto más amplio. La obra de arte es la concretización de un objeto intermediario y aunque nos compromete emocionalmente, sería una equivocación suponer que su propósito sea expresar esas emociones. Pues como lo dice Norberg-Schulz, *"en el objeto intermediario, la emoción es solamente un componente".* [53]

La preocupación de la semiótica por el arte es la preocupación por la forma. Los intentos por hacer del arte un lenguaje que posibilite su análisis sintáctico requeriría de hacer una definición inequívoca del concepto de la "forma" del objeto de arte, lo que hasta ahora ha sido imposible pues la forma es tanto preocupación de la ciencia como del arte y la moral. Hans Sedimayr (1896-1984), aportó un paso fundamental al proponer el *"análisis estructural"* que demostró la ineficacia de las anteriores categorías descriptivas absolutas y explicó cómo la misma obra

52 Ver: PARSONS, Talcott. *El sistema social*. Revista de occidente, S.A. Madrid, 1976.

53 NORBERG-SCHULZ, Christian. *Op. Cit*. Pág. 46

de arte tiene varios niveles formales, gobernados por principios estructurales diferentes y que cada nivel puede tener una estructura plural.[54]

Como vimos anteriormente, la combinación de signos con cierto grado de imprevisión es la que nos impacta como novedad y de la que podemos aprender algo, si el aprendizaje se establece en el campo de la emoción, tenemos que el objeto merece denominarse como artístico y su grado de originalidad se dimensionará de manera inversa al grado de probabilidad de sus enlaces con signos asimilados anteriormente, las combinaciones que parecían menos probables. Sin embargo, se hace necesaria una referencia de tipo normal, lo que denominamos "estilo", pues la carencia de ésta referencia aleja totalmente a la obra del proceso cultural, dentro del cual se encuentra, necesariamente, el fenómenos artístico, pues como lo hemos sostenido de acuerdo a Norberg-schulz, *"las obras de arte, sean de la época que sean, no pueden ser experimentadas espontáneamente"* .[55]

El análisis de la forma y los contenido artísticos no se habrá completado si no hemos clarificado su dimensión semántica, pues el problema del arte consiste en concretar en otro medio un contenido, de acuerdo a lo que se denomina "Similaridad estructural", es decir, el contacto semántico se establece cuando el símbolo artístico tiene una estructura similar a la del contenido correspondiente".

El análisis del objeto artístico parte de comprender que la expresión pertenece a la forma y que no es un añadido, en nada mejora un objeto de arte al realizarse con materiales preciosos que solamente forman un objeto de percepción irrelevante para la esencia de la obra, pues una forma no es expresiva *per se*. *"El estudio de los problemas estéticos nos dice, sobretodo, que no existe oposición entre 'expresión' y 'forma'... Sólo podemos expresarnos por medio de un orden".*

La capacidad para desentrañar y disfrutar las imágenes es, como hemos visto, consecuencia de un proceso educativo para aprovechar de mejor manera las capacidades fisiológicas y mentales inherentes al ser humano. La investigadora francesa Donis A. Dondis (1942) expone la teoría semiológica de la imagen y propone estudiar al lenguaje de lo visual con recursos similares al lenguaje hablado, así,

54 SEDIMAYR, Hans. *El arte descentrado*. Edit. Labor, Barcelona

55 NORBERG-SCHULZ, Christian. *Op. Cit*. Pág. 47

habla de la sintaxis de las imágenes y del proceso educativo como un proceso de alfabetización visual. Al respecto de los objetos estéticos, realizados siempre con ciertas técnicas, nos dice que *"Las técnicas son los agentes del proceso de comunicación visual: el carácter de una solución visual adquiere forma mediante su energía. Las opciones son vastas y muchos los formatos y los medios; existen interacciones entre los tres niveles de la estructura visual. Sin embargo, por abrumador que sea el número de elecciones abiertas al que ha de resolver un problema visual, las técnicas serán siempre las que actuarán mejor como conectores entre la intención y el resultado. Ya la inversa, el conocimiento de la naturaleza de las técnicas creará una audiencia más perspicaz para cualquier declaración visual"*.[56]

La alfabetización visual se fundamenta en ciertas áreas de análisis y definición. Las primeras son las fuerzas estructurales que existen funcionalmente, es decir, física y psicológicamente, en la relación interactiva entre los estímulos visuales y el organismo humano; el carácter de los elementos visuales; y el poder conformador de las técnicas. Además, las soluciones visuales deben venir gobernadas a través del estilo, personal y cultural, por el significado y la postura pretendidos. Finalmente se considera el medio mismo, cuyo carácter y limitaciones regirán los métodos de solución.

El proceso de educación o alfabetización visual es un avance gradual que debe ensanchar la comprensión de la naturaleza de la expresión visual. Es un camino complejo en todos sus numerosos aspectos, sin embargo, la complejidad no tiene por qué ser un obstáculo insalvable para la comprensión del modo visual. Ciertamente, es más fácil disponer de un juego de definiciones comunes y de normas para la construcción o la composición, pero no hay que olvidar que la sencillez tiene también sus aspectos negativos. Cuanto más sencilla es una fórmula, más limitado es su potencial para la variación y la expresión creativas.

La misma autora, D. A. Dondis, propone tres niveles de función para la inteligencia visual que son la realista, la abstracta y la simbólica. Cuando vemos, hacemos muchas cosas a la vez. Vemos periféricamente un campo enorme, vemos mediante un movimiento de arriba a abajo y de izquierda a derecha. Imponemos a lo que aislamos

56 DONDIS, Donis. A. *La Sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual*. Ed. Gustavo Gili. Col. Comunicación Visual. Barcelona, 1984

en nuestro campo de visión, no solamente ejes implícitos para ajustar el equilibrio, sino también un mapa estructural para representar y medir la acción de esas fuerzas compositivas que son tan vitales para el contenido y, por tanto, para el input y el output del mensaje.

Todo esto ocurre al tiempo que descodificamos muchas clases de símbolos. Se trata de un proceso multidimensional cuya característica más notable es su simultaneidad. Toda función está ligada al proceso, a la circunstancia, pues la vista no sólo nos ofrece opciones metodológicas para la obtención de información sino también opciones que coexisten, están disponibles y son operativas en el mismo momento. Los resultados son asombrosos por muy predispuestos que podamos estar a darlos por supuestos. La inteligencia visual capta a la velocidad de la luz numerosas unidades básicas de información o bits, sirviendo simultáneamente de dinámico canal a la comunicación y de ayuda a la educación, ayuda mal reconocida.

La experiencia nos dice que se aprende mejor lo visualmente activo. El comunicólogo egipcio Caleb Gattegno (1911-1988), sostiene que *"Durante milenios, el hombre ha funcionado como veedor y ha abarcado la vastedad. Pero hasta hace muy poco, mediante la televisión (y el cine y la fotografía, los medios modernos), no ha sido capaz de pasar de la tosquedad del habla (por muy milagrosa y de largo alcance que ésta sea) como medio de expresión visual, capacitándose así para compartir con todos los inmensos conjuntos dinámicos en un instante"*.[57]

No existe ningún procedimiento fácil para desarrollar la alfabetidad visual, pero ésta es tan importante para la enseñanza de los modernos medios como lo fueron la lectura y la escritura para la imprenta. De hecho puede ser el componente crucial de todos los canales de comunicación, ahora y en el futuro. Mientras la información se almacenó y distribuyó fundamentalmente en el lenguaje y la sociedad consideró al artista como el único individuo capaz de comunicarse visualmente, la alfabetidad verbal universal se convirtió en esencial y la inteligencia visual ignorada en gran parte. La invención de la fotografía y todo lo que de ahí se ha derivado, ha provocado el nacimiento espectacular de una nueva visión de la comunicación y con un impacto enorme en la educación. El internet y los medios

57 GATTENGO, Caleb. *Hacia una cultura visual*. Editorial SEP Setentas. 1973.

audiovisuales que habrán de venir, modificarán nuestros conceptos, no sólo respecto a la educación, sino de la inteligencia misma.



BERGSON:
"Una visión directa de la realidad"

En primer lugar, se impone una revisión de nuestras capacidades sensoriales básicas. En segundo lugar, la necesidad de proseguir y desarrollar un sistema estructural y una metodología para la enseñanza y el aprendizaje de las maneras como se expresan e interpretan audiovisualmente las ideas. Un campo, en otro tiempo patrimonio exclusivo del artista y el diseñador, que hoy hemos de considerar propio de todos los que trabajan en cualquier medio de comunicación, tanto como de su público. Si el arte es, como ha dicho el filósofo de la intuición, Henri Bergson (1859-1941), *"una visión directa de la realidad"*, entonces hay que considerar los medios modernos como medios naturales de expresión artística, pues presentan y reproducen la vida casi como un espejo. El mismo autor sostiene que hoy los medios responden con vastos poderes a la súplica del poeta Robert Burns: *"Oh, Wad, concédenos algún poder para vernos como otros nos ven"*.[58]

Pero los medios no sólo han puesto su magia a disposición de los públicos sino que la han colocado firmemente en manos de cualquiera que desee utilizarlos para la expresión de ideas. En una incesante evolución del equipamiento técnico, la fotografía y el cine se simplifican constantemente para ser usados con numerosos fines. Pero no basta la maestría técnica en el manejo del equipo. El carácter de los medios acentúa la necesidad de comprender sus componentes visuales. La capacidad intelectual, fruto de un adiestramiento para hacer y comprender mensajes visuales, se está convirtiendo en una necesidad vital para el que quiera involucrarse en la comunicación.

Es muy posible que la alfabetidad visual llegue a ser uno de los raseros fundamentales de la educación en el último tercio de nuestro siglo. El arte y el significado del arte han cambiado profundamente en la era tecnológica, pero la estética del arte no ha respondido al cambio. Más bien ha ocurrido lo contrario: la estética del arte se ha detenido a medida que el diseño, más relacionado con la sociedad y la vida cotidiana, ha evolucionado espectacularmente. El resultado es la idea difusa de que la comunicación visual constituye el reino de la intuición subjetiva, juicio tan superficial como lo sería buscar significados literales en los productos de diseño.

58 BERGSON, Henri. *La evolución creadora*. Espasa-Calpe, Madrid, 1973

De hecho, la expresión visual es el producto de una inteligencia muy compleja y de la que desgraciadamente sabemos muy poco. Lo que vemos es una parte fundamental de lo que sabemos y la educación visual puede ayudarnos a saber ver, es decir, saber lo que vemos y a ver lo que sabemos.

1.5 ÁMBITOS PARA LO ESTÉTICO



BELLEZA NATURAL

Hasta ahora se han expuesto los conceptos filosóficos de la estética, determinando sus límites respecto a lo artístico, su objeto de estudio, sus métodos para la realización del análisis y la obtención de conceptos y valores, ahora buscaremos definir los diferentes campos de la realidad, mundos de lo natural y de lo humano, donde suceden o se da lugar a los fenómenos estéticos.

A estas manifestaciones de la realidad y la experiencia, las conoceremos como los Ámbitos, término derivado del latín *"ambiens"*, que significa lo que rodea a algo o que le da espacio.

La estética no es un cuerpo filosófico que contenga o englobe a sus campos de aplicación o de cuyo tronco broten a manera de derivados o dependientes, en cuyo caso hablaríamos de las ramas de la estética, pues el arte no es un fenómeno que sucede en la estética, sino que lo estético es lo que sucede en las artes. De ahí que resulte válido hablar de Ámbitos para la estética al tratar de determinar el lugar en que el fenómeno estético aparece, se da o se genera en los diferentes actos o manifestaciones donde se posibilita realizar cierto análisis del lo estético.

Conociendo y delimitando los diferentes ámbitos para lo estético, se ubicará la materia concreta de éste trabajo, que será la propuesta de ideas, recursos y conceptos para analizar al factor estético en los procesos de diseño.

LA NATURALEZA

El primer ámbito para lo estético es, desde luego, el de las cosas naturales. La contemplación del mundo natural es el origen de nuestra propia producción estética. Disfrutar la belleza que avistamos en el orden natural que nos ha rodeado desde siempre, es afirmar emocionalmente nuestra pertenencia como seres vivos y como especie a la realidad de nuestro mundo primigenio. Las manifestaciones de la na-

turaleza, que incluyen igualmente un paisaje, el canto de un pájaro o el orden cósmico, son manifestaciones que podemos disfrutar cuando dentro de nuestra cotidianeidad se provoca el breve espacio emocional de empatía y contemplación. Es una forma de disfrute que no implica realmente una valoración estética. El acto contemplativo sucede y se da sin posibilidad de establecer una preferencia, porque un atardecer no puede ser más bello que el cielo estrellado de la noche, son las circunstancias de nuestra vivencia las que nos proyectan al disfrute.



BELLEZA NATURAL

La experiencia estética en la naturaleza es irrepetible, porque depende tanto del objeto disfrutado como de nuestra circunstancia y estado de ánimo momentáneo. Las cosas naturales nos parecen necesariamente bellas, pues no tenemos un parámetro ajeno a la naturaleza misma para emitir un juicio, por tanto, no hay posibilidad, ni tiene sentido, el intento de hacer un análisis que pudiera llevarnos más allá de la experiencia de contemplación pura. El hecho de que en un momento dado nos provoque una sensación estética agradable o desagradable estará más en nuestro ánimo que en lo contemplado.

Cuando se trata de las cosas y fenómenos de la naturaleza, es igualmente difícil definir su sentido, sin embargo, la convicción de que lo posee es tan rotunda que ante tales emociones los teólogos no han vacilado en afirmar que la naturaleza es el arte de Dios. Hay fenómenos naturales que han cobrado una significación universal y desde tiempos remotos. Un mar tempestuoso nos parece un símbolo de la cólera, el viento huracanado de impetuosidad, una mañana llena de sol se califica de alegre, se dice que hay juventud en los botones de las rosas. Es un lenguaje que busca encontrar, metafóricamente, el sentido estético de las cosas naturales y una interpretación referida al impacto emocional que nos provoca.

La belleza natural tiene la propiedad de excitar los sentimientos más puros, de manera que es un acto de contemplación que constituye un fin en sí mismo. La serenidad de un valle silencioso, la fuerza de una cascada o lo inconmensurable del mar, tienen un efecto conmovedor en el alma por su significación y sentido. La contemplación estética en cualquiera de sus formas provoca en lo más íntimo del ser humano las emociones estéticas. Sucede siempre que se contempla lo bello donde



EROS

quiera que se encuentre, se percibe, emociona, eleva los sentimientos y no podemos explicar su porqué, es lo indimensionable e infinito.

La imposibilidad de establecer una valoración más allá del puro calificativo ha motivado que a esta forma de disfrute estético se le llame desinteresada, pues no hay posibilidad de juicio o de preferencias en razón del gusto, la sensación es la sorpresa que es descubrimiento y disfrute puro. Todas las demás manifestaciones estéticas se dan en los ámbitos de lo humano, donde el disfrute no puede ser ya desinteresado pues siempre conlleva una carga cultural, ideológica, del momento histórico y de los valores de la personalidad, mientras que en el caso de los objetos naturales la emoción estética es una reacción humana tan natural como el mismo objeto disfrutado.

EL EROTISMO

Después de la maravilla ante las cosas de la naturaleza que desde siempre nos han sido imposibles de comprender y resultan inaprensibles, probablemente el siguiente fenómeno que provocó emociones estéticas en el ser humano fue lo referente a nuestra sexualidad, pues de manera natural conlleva el placer por estímulos físicos, que se han rebasado para convertirse en expresión sensual.

Al respecto nos dice George Bataille (1897-1962): *"La mera actividad sexual es diferente del erotismo; la primera se da en la vida animal, y tan sólo la vida humana muestra una actividad que determina, tal vez, un 'aspecto diabólico' al cual conviene la denominación de erotismo [...] Aquellos que tan frecuentemente se representaron a sí mismos en estado de erección sobre las paredes de una caverna no se diferenciaban únicamente de los animales a causa del deseo que de esta manera estaba asociado -en principio- a la esencia de su ser. Lo que sabemos de ellos nos permite afirmar que sabían -cosa que los animales ignoraban- que morirían."* [59]

La sexualidad es uno de los aspectos que nos identifica como miembros del reino animal y recibimos la satisfacción física como respuesta a impulsos instintivos y como muestran muchos estudios realizados por biólogos y naturalistas, en el hombre esta conducta se ha refinado

59 BATAILLE, Georges. *Las lágrimas de Eros.* Ed. Tusquets, Barcelona, 1997. Pág. 41.

al grado de generar una posibilidad para el impacto estético. En el ser humano la sexualidad ha llegado a ser un fenómeno tan complejo que Freud la consideró el origen de la personalidad, sin embargo y como lo señala Francesco Alberoni, *"Freud no dio en el blanco. La sexualidad, en el animal, es una cosa previsible, cotidiana. Sólo cuando en el ser humano se convierte en erotismo, se transforma en una potencia inquietante que desafía al peligro. Sólo en el ser humano se convierte en algo desmedido porque la alimenta una fantasía inagotable"* [60]

Con el erotismo, el placer que proporciona la sexualidad se ha extendido al nivel de lo mental, aunque resulta muy difícil tratar de separar el sentimiento de placer en planos "espiritual" y "físico", pues sería una construcción artificial de límites que nunca podrán definirse. Sin embargo, la capacidad erótica del hombre genera la posibilidad de obtener placer sin necesidad del acto físico, solamente en la imaginación, de la representación mental de la sexualidad.

Al respecto, será necesario advertir que al hablar de la capacidad para representar imaginariamente a lo sexual, no hablamos del arte erótico, que es una modalidad que consiste en el tratamiento estético al rededor de esta temática y que se puede encontrar en casi todas las manifestaciones artísticas, sobre todo en la pintura, la fotografía y el cine, en la danza y en la literatura. Aquí hablamos de "lo erótico" un fenómeno propio de la mente humana y que conforma un ámbito estético muy distinto a los otros, aunque participa o encuentra referencias en lo lúdico, lo religioso y lo artístico.

Respecto a su relación con lo artístico, nos referirnos al erotismo con un sentido más amplio, de manera que podamos entender que el arte siempre es erótico, pues frente a una obra de arte que emociona y conmueve profundamente, tendemos a sentir algo parecido al deseo físico: deseamos poseer de algún modo ese cuadro, esa música o el poema. El deseo de "poseer" el "secreto" de una obra de arte que nos ha conmovido profundamente permite establecer un paralelismo, podríamos decir que quien disfruta una obra de arte se enamora de ella, la contempla desde todos los posibles puntos de vista, siente por ella una nostalgia premonitoria, pues sabe que el tiempo para conocerla y disfrutarla es breve. En la separación resulta como si se abandonara un amor. El dis-



EROS
Dibujo:Jorge Soto



MUEBLES PORNO

60 ALBERONI, Franceso. *El erotismo*. Editorial Gedisa. Barcelona, 1998. Pág. 125



MUCHÁ
Papel para tabaco JOB

frute del arte nos lleva lamentar el final de una buena película y a tratar de prolongar su recuerdo en la memoria comentándola con los amigos.

El erotismo es un placer misterioso, se define más por lo que oculta que por lo que muestra y es mucho más eficaz cuanto más oscuro. El erotismo es control y no desenfreno, un control que se ejerce como discurso, pues el erotismo es una sensación que sucede en el transcurso del tiempo. La imagen que nos provoca la atracción erótica pasa nuestra imaginación como deseo de posesión y siempre es distorsionada por nuestra imaginación. Es un juego en el que no podemos evidenciar de golpe nuestro deseo porque adivinamos que se rompería el encanto. Hay una manifestación en la que lo deseado, la persona amada o cualquier objeto, deben estar en una posición de posible pérdida para que se genere la animosidad erótica.

El intento de controlar la situación desencadena el erotismo pues introduce la idea prohibida. Y aquí, una aparente contradicción: al tratar de oscurecer, aumenta la carga de sentido. En el juego de seducción, alternan la vida y la muerte de modo dramático. Así, los conceptos erotismo y muerte se vinculan estrechamente pues es la muerte subyacente la que produce la tensión. Ambos, erotismo y muerte, *(Eros y Tánatos)* son conceptos que se escapan y que parecen estar omnipresentes en lo deseado como su parte invisible. Hay un cuerpo erótico cuyo poder de seducción radicaría en la demanda de una interpretación. Lo oculto, lo prohibido, lo invisible, lo reprimido representan la posibilidad de que verse envuelto y seducido por ciertas características que constituyen el discurso de lo deseado y se provoque el deseo de descubrir el velo, de transgredir ese discurso, ejercer una violencia sobre él para hacerlo nuestro.

El erotismo, como sutil deseo, pone límites al desenfreno de la pasión, evita el fin, ejerce su control sobre las sensaciones enfocando el proceso del disfrute. Y la pasión parecería no enfriarse por esto, sino encenderse. Es más, según Denis de Rougemont (1906-1985), *"la pasión solo permanece encendida en tanto el obstáculo que se levanta frente a su objeto se mantenga. La pasión debe ser defendida a través de pretextos que posterguen el cumplimiento del deseo, el encuentro amoroso, el final feliz nos ayuda a comprender con mayor claridad por qué el erotismo contiene al sadismo".*[61]

61 De ROUGEMONT, Denis. *"El amor y Occidente"*. Barcelona, Kairos, 1984

Hay una condición estética en los objetos que definimos eróticos, pues estos deben seducir, conmover nuestros sentidos para atraernos. También hay un elemento trágico. Aunque Bataille establece una relación entre el erotismo y lo cómico al mencionar ciertas acciones picarescas de los personajes de Boccaccio, debemos entender que por el contrario, las categorías de lo cómico y lo extravagante nos alejan del tema. Frente a la risa, el efecto erótico desaparece, pues lo erótico conlleva un carácter trágico. Si aceptamos la reflexión de Denis de Rougemont de que la felicidad que se obtiene por la posesión del objeto amado es opuesta a la pasión, entonces debemos deducir que sólo será digno de pasión aquel objeto inalcanzable y por lo tanto, en esa utopía, la risa no tendría lugar.



MALRAUX:
"Bajo la palabra misterio cabe todo"

André Malraux (1901-1976) escribió el prólogo de un libro y aprovecha para analizar su valor erótico: *"Bajo la palabra misterio cabe todo. Para Laclos sólo pudo significar la parte del hombre incontrolable, que no puede gobernar: su fatalidad. Existe en realidad una sombra de fatalidad que merodea bajo ese juego de ajedrez Luis XVI, pese a los esfuerzos de ambos jugadores para dominarla: es el erotismo. Hay erotismo en un libro cuando a los amores físicos que presenta se le une la idea de una coacción. (...). A todo lo largo de esta célebre apología del placer, ni una pareja se mete una sola vez en la cama sin una idea preconcebida en la mente"*. Según Malraux, la diferencia entre esta novela de Laclos y otras obras pretendidamente eróticas que circulaban al mismo tiempo, estaría precisamente en que la coacción no está producida por la fuerza sino por la sutil persuasión de las mentiras e intrigas.[62]

El erotismo surge de la inteligencia y de la voluntad que ejercen el control de la mente sobre el cuerpo y no al revés. Cuando en la famosa novela Emmanuel un personaje define el erotismo como un culto del placer de los sentidos liberados de la moral, otro más refinado y conocedor expresa su contrariedad: *"No es un culto, sino una victoria de la razón sobre el mito. No es un movimiento de los sentidos, sino un ejercicio del espíritu. No es el exceso del placer sino el placer del exceso. No es una licencia sino una regla. Y es una moral."* [63] Como podemos ver, el erotismo es un progreso de la cultura relacionado

62 CHORDELOS De LACLOS, Pierre. *Las Relaciones Peligrosas.* Ed. Tusquets. Barcelona, 1989

63 ARSAN, Emmanuelle. *Emmanuelle.*Ed. Col Loco Amor-Tusquets, Barcelona, 1997. Pág. 149



EROS Y VENUS

con el amor por la belleza que no pertenece al orden de lo natural: es un invento del hombre. El Kamasutra obra fundamental del erotismo en la India y que no tiene parangón en occidente, está escrito en forma de ley y advierte, entre otras prohibiciones, que *"no se puede gozar de una mujer que revela secretos o de la que expresa públicamente su deseo"*.

El erotismo es una virtud moral en tanto es un ejercicio de la voluntad. La voluntad en su relación al bien constituye la base de las definiciones de la moral, las leyes a las cuales la voluntad se somete, las reglas de la conducta en la vida. Si la palabra y el saber acerca de nuestra propia muerte son los aspectos que nos separan del resto de la naturaleza, podríamos pensar el erotismo como una moral del lenguaje, una voluntad dirigida hacia el placer por la belleza en tanto modo consciente de apartarnos de la muerte. Una palabra que se controla y se desenvuelve para apartarnos del final.

Para que hayamos podido conocer la belleza, hemos tenido que ser conscientes de su fugacidad, saber que ella no nos pertenece para siempre. La conciencia del instante que huye nos fascina, deseamos aquello que muere; el saber que moriremos nos lleva a la búsqueda de la belleza con la ansiedad de quien se sabe finito. Así, el erotismo se impone como un ejercicio de la voluntad para prolongar el placer que nos causa la belleza. Prolongar el placer es ir en contra de la muerte. Lo inacabado de las obras de arte, aquel elemento que permite la interpretación, que atrae sobre sí el discurso de la crítica, es su defensa contra la muerte.

De allí que lo definamos como erótico. Mientras lo pornográfico se apresura en llegar al fin, elimina la metáfora y el símbolo. Lo erótico es una fuerza en el sentido de la vida. La presencia de la muerte en lo erótico es contradictoria pues está allí como algo que se debe evitar, pero sin ella lo erótico sería imposible. Tampoco habría belleza. Ambos conceptos se imbrican y se suponen de una manera extraña: la existencia de uno depende del otro, porque todo fenómeno estético es fundamentalmente dialéctico.

LA RELIGIÓN

La religión, palabra derivada del latín *"religare"* que significa reunir e identificar, es desde éste punto de vista también un ámbito para lo estético. Con los asuntos de tipo religioso tiende a suceder el mismo fenómeno de perspectiva histórica con que tendemos a juzgar lo artístico pues aplicamos nuestro concepto actual de religión a todos los pasados y a todas las sociedades. Por lo general consideramos que la religión es todo pensamiento que se preocupa por la trascendencia más allá la muerte, pero no debemos olvidar que en el origen de las creencias y manifestaciones religiosas se generaron para satisfacer una necesidad práctica, es decir, su aplicación como recurso para la sobrevivencia. Es claro que la magia y el rito han tenido un sentido de tipo utilitario.



BUDA

Lo mismo podemos afirmar de las religiones-nación en las sociedades paganas, como fueron las ciudades estado de Grecia o de Mesoamérica. Al respecto, Edwin Oliver James (1888-1972), sacerdote cristiano, teólogo y especialista en religión comparada, nos explica lo mágico como antecedente a lo religioso y dice que *"... ante los hechos reales de la muerte, el nacimiento, la obtención del alimento y los fenómenos naturales, el interés práctico movió a la imaginación, los sueños y alucinaciones humanas fueron incorporadas a la realidad y se les crearon rituales para rendirles culto"*.[64]

Sören Kierkegard (1813-1855), filósofo danés que analizó los fenómenos de lo religioso, se interesó por la existencia, la elección y el compromiso individuales. Ha tenido gran influencia en la moderna teología y en la filosofía occidental, sobre todo en el ámbito del existencialismo. Estudió teología y filosofía en la Universidad de Copenhague, donde conoció la filosofía hegeliana, contra la que reaccionó con apasionamiento, pues cuando Hegel sostenía haber encontrado la estructura fundamental de la vida, Kierkegaard, por el contrario, resaltó la ambigüedad y la paradójica naturaleza de la situación de los hombres. Afirmaba que los problemas fundamentales de la existencia desafían una explicación racional y objetiva, la mayor verdad es subjetiva y razonó que la filosofía sistemática no sólo impone una falsa perspectiva de la existencia humana, sino que también, al explicar la vida en términos de necesidad lógica, se convierte en una manera de evitar la elección y la responsabilidad.

64 OLIVERJames, Edwin. *Comparative Religion: An Introductory and Historical Study*, Londres, 1938.



KIERKEGAARD
"La fé es una pasión"



CRISTO

Para Kierkegaard *"la fe es una pasión, el movimiento de la infinitud. La relación absoluta del individuo con el Absoluto no se realiza a través de una mediación reflexiva, todo movimiento de infinitud sucede con pasión y ninguna reflexión puede suscitarlo. Este es el salto continuo que explica el movimiento en la existencia, mientras que la mediación es una quimera que debe explicarlo todo y al mismo tiempo, es lo único que él (Hegel) no intentó explicar"*.[65]

En otros escritos sostuvo que los individuos crean su propia naturaleza con actos de elección, voluntad que ha de ejercerse sin el peso de normas universales y objetivas, de ahí que la validez de una elección se puede determinar tan sólo de una forma subjetiva.

Kierkegaard describió dos caminos existenciales entre los que podía escoger el individuo: la estética y la ética. La vía estética de la vida es un hedonismo refinado, que consiste en una búsqueda del placer y el cultivo de la apariencia y las formalidades. El individuo que ha seguido la vía estética busca la variedad y la novedad en un esfuerzo por evitar el aburrimiento, pero al fin tiene que enfrentarse a éste y a la desesperación. El camino de la vida ética implica un intenso y apasionado compromiso con el deber y con obligaciones sociales y religiosas incondicionales, en este sometimiento al deber hay una pérdida de responsabilidad individual y vive bajo el sentido de la angustia, por lo que propone un tercer nivel, el religioso, en el que uno se somete a la voluntad de Dios, donde, paradójicamente, encuentra la auténtica libertad.[66]

Sin embargo, y contra los supuestos filosóficos de Kierkegaard, la mayoría de las personas que afirman practicar una religión lo hacen de manera hedonista, pues el pensamiento trascendental es superado por la ritualización, es decir, la práctica religiosa se limita a la pertenencia a organizaciones donde la realización de rituales de tipo mágico es el medio más común para que el pueblo manifieste sus creencias, dejando a un lado la identificación profunda con lo que el mencionado filósofo danés llamó el Absoluto.

Tenemos entonces, que la práctica religiosa en lugar de encaminar al nivel de vida ético, se dirige a la expiación del sentimiento de angustia y culpabilidad permanente, del cual nunca se pasa y que de-

65 KIERKEGAARD, Sören. *Temor y temblor*, Editora Nacional, Madrid, 1981. Pág.87

66 KIERKEGAARD, Sören. El concepto de la angustia. Ed. Espasa Calpe, Madrid. 1963

riva hacia la realización de rituales como recurso irracional que se busca para conjurar la acción negativa de un ser supremo humanizado en cuanto que busca vengarse de las supuestas ofensas.

El daño o la enfermedad, aún para quien ha cumplido con todos los rituales y preceptos, se califica como un misterio de la justicia divina o como una prueba de fe. En lugar de hacer un mínimo análisis y aceptar que el comportamiento adecuado según los cánones de la religión practicada es inútil como medio para conservar la tranquilidad y evitar lo desafortunado. Nadie puede comprobar que en una sociedad la mayoría de los que cumplen con los mandamientos tienen una vida más gratificante y feliz que quienes los violan, más bien, la realidad confirma lo contrario. Pero el deseo estético de sentirse en la contemplación de lo misterioso impera y la mayoría de la gente nunca cuestiona la actitud religiosa limitada a lo ritualístico que recibió en el seno familiar.

Por otro lado, siempre en la dialéctica del fenómeno estético, tenemos que los rituales son formas de expresión estética y en sus espectadores provocan emociones que pueden llegar, como ha sido el caso de Francisco de Asís, Mahatma Ghandi y MartIn Luther King, a lo sublime, que innegablemente es una categoría estética. El objeto contemplado y generador de la emoción es el misterio de lo trascendente, es el enfrentamiento a la muerte con la certeza en que habrá una forma de asimilación al misterio de lo infinito.

Las categorías estéticas de lo religioso, que debieran tender a lo sublime, mientras se limiten a la realización mecánica del ritual, se conservarán dentro de la categoría de lo extravagante.



MAHOMA

LA COMICIDAD

La comicidad es un acto estético, pues como nos dice Celestino de la Vega, *"toma la figura de lo sublime al revés."*[67]. En lo cómico se encuentra una forma de placer y satisfacción que no pueden hallarse en otras manifestaciones estéticas, porque nos permite escapar a la cohesión de los grupos humanos sin provocar su fractura. *"El placer de decir por decir, de inventar y de invertir el mundo que acompaña a las maneras de hacer reír que distinguen a las sociedades, es ya en sí mismo una respuesta a la realidad de la opresión y a la opresión de la realidad".*[68]

67 DE LA VEGA, Celestino Fernández. *O Sagredo do humor.* Ed. Galaxia. Vigo, 1983.

68 ABRIL, Gonzalo. *La comunicación y el discurso: la dimensión humorística de la interacción.* Universidad Complutense. Madrid, 1988



EL GORDO Y EL FLACO



FONTANARROSA
Inodoro Pereyra

El *"homo ridens"* ha sido tema de estudio para casi todos los filósofos, quienes han intentado desentrañar el misterio de la risa, desde Aristóteles, Spinoza, Shopenhauer, Bergson, por mencionar a los más notables. Porque no es asunto de risa, es un fenómeno tan complejo que siempre tiene nuevas interpretaciones. Algunos sociólogos contemporáneos, como el francés Jean Duvignaud, a quien cita el mismo Gonzalo Abril, afirman que *"En algunas sociedades las risas acompañan a las actividades cotidianas, sin embargo, en las más estratificadas y con una división regulada de las tareas, o con una casta dominante y militar o religiosa, lo cómico aparece ya codificado. Así, se reconoce en algunas sociedades a ciertas formas de risa y humor fuertemente regladas por cuestiones de linaje, sexo o de estatuto simbólico".*[69]

Los numerosos estudios sobre la comicidad, la risa, y el humor, mencionan al fenómeno y sus interpretaciones de tipo antropológico, pero no hemos podido encontrar algún estudio que permita desentrañar al acto cómico en sí, por lo que no podemos saber si existe como una disciplina establecida.

Quienes ejercen la comicidad, sin que tenga que ser necesariamente una actividad profesional, desarrollan argumentos en los que practican el humor, la sátira y la ironía, son personas que actúan o trabajan en un proceso basado en la ocurrencia, lo que coloquialmente se denomina *"chispa"*, y llegan a tener, como Tin Tán o Groucho Marx, una forma propia e inconfundible de realizar su arte. Podemos formar un extenso anecdotario de su trabajo, mismo que ya se inscribe y forma parte de la cultura humana, pero no podemos decir que exista una cultura de lo cómico, aunque lo cómico sea cultura.

Todos los creadores de las diversas formas de comedia, sea teatral, televisiva o cinematográfica, aplican el humor, pero son autores y no filósofos de su hacer, por lo que su actividad no alcanza a conformar una disciplina al carecer de los principios teóricos que pudieran facilitar, sobrellevar, dirigir o sustentar el proceso creativo de su trabajo. Probablemente esta particularidad sea la esencia de lo cómico, pues es un acto no puede presuponerse precisamente porque lo humorístico implica novedad.

69 DUVIGNAUD, Lean. *Le propre de l´homme, histories du comique et la dérision*. Ed. Hachette, París 1985

Sin embargo, como ámbito para lo estético y en forma independiente a la comicidad que se cultiva en las formas literarias, lo cómico es en sí mismo un ámbito muy disfrutable. La sátira es elemento indispensable para comentar los sucesos sociales, principalmente los políticos, la caricatura, es decir el cartón con dibujos satíricos que denuncia las incongruencias de los responsables de la conducción social, es un medio incomparable y en la síntesis de su comicidad dice mucho más que la mayoría de los editoriales mensajes escritos.



FONTANARROSA

En la vida cotidiana, lo cómico es fundamental para las reuniones sociales, en los encuentros amistosos o como sátira para responder con superioridad intelectual al intento de burlas o de alguna ofensa agresiva. La comicidad se encuentra en todas las oportunidades de relación entre quienes se conocen. Es una forma de asegurar la calidad de una relación estrecha entre amigos, es la muestra de la confianza y se expresa con las actitudes de alegría, de fantasía y exageración, la caricaturización de los personajes conocidos, los chistes verdes.

El doble sentido que se maneja en todos los idiomas y en nuestro país, el albur, son formas de comicidad que se suman a las otras tantas maneras vulgares de todo el mundo y que son disfrutadas por todas las clases sociales, mientras se manifiesten en el círculo de amigos con los que se pueda tener el grado de confianza o complicidad para que pueda darse el entendido de la broma sin deseo de ofensa. Las bromas, aún las de tono más subido, son evidencia de talento y gracia para moverse en sociedad, es un caminar al filo de la navaja, donde los demás contemplan como el ejecutante se pone en riesgo y trata de no caer en el comentario fuera de tono o en la ofensa directa, donde el acto ya no es cómico, sino que pasa a ser motivo de rechazo.

La dificultad para establecer conceptos para reconocer o determinar las esencias de lo humorístico impide buscar algún tipo de definición categórica, sin embargo, encontramos en la obra de María Rosa Palazón[70] un intento que, con cierta dosis de humor sigue las huellas de Shopenhauer al reconocer en la experiencia incongruente los fundamentos de lo cómico, pues define al humor como *"una crítica demoledora, una condena presentada con la paradoja de que afirma lo que está negando"*.

70 PALAZÓN Mayoral, María Rosa. *Op. Cit.* Pág. 289

"...tan espesa niebla que era imposible ver un poste a un metro de distancia, en parte por lo cerrado de la niebla y en parte porque no había ningún poste en los alrededores ".

ENRIQUE JARDIEL PONCELA



KOESTLER
"Lo cómoco es disociativo"

Al respecto, el ensayista y escritor húngaro Arthur Koestler (1905-1983), entiende la experiencia cómica como "bisociativa": *"Un hecho deviene en cómico por su asociación a dos marcos de referencia cognitivamente incompatibles"* y para abundar en el tema nos dice que *"el humor nos abre la puerta falsa para adentrarnos en el dominio de la creatividad al constituir el único caso en que un estímulo intelectual complejo desencadena una respuesta corporal sencilla, el acto reflejo de la risa. Para describir la pauta uniforme que subyace en todas las modalidades del humor, he propuesto el término de 'bioasociación' , es decir, la percepción de un acontecimiento dentro de dos contextos asociativos mutuamente excluyentes"*. El resultado es un brusco cambio de vía del tren de la conciencia al carril gobernado por una lógica distinta. Semejante pirueta intelectual desinfla nuestras expectativas; las emociones avivadas por éstas se vuelven de improviso redundantes y son desaguadas por canales emocionales de menor resistencia y desembocan en la risa...

"...Por complejas que sean, las emociones afectadas por este fenómeno contienen siempre un componente dominante de impulsos autoafirmadores y agresivo-defensivos. Hunden hasta sus raíces en el arcaico ramal suprarrenal-simpático del sistema nervioso y poseen un ímpetu y persistencia muy superiores a los de los sutiles y tortuosos procesos del raciocinio cortical, cuyas múltiples andanzas son imposibles de seguir. Este reflejo 'de lujo' surge solamente en una criatura cuyo razonamiento hubiese alcanzado un cierto grado de independencia con respecto a los impulsos biológicos, facultándola así a percibir sus propias emociones como redundantes, para darse cuenta de que le han tomado el pelo. La persona que ríe es la antítesis del fanático cuya razón permanece obnibulada por la emoción y que sólo se toma el pelo a sí mismo, sin saberlo" [71]

LA GASTRONOMÍA

Contrario a lo cómico que ha sido motivo para muchos filósofos, la Gastronomía constituye un ámbito estético que ha sido injustamente abandonado por los pensadores, pues muy raramente se le incluye como un valor estético fundamental, aunque todos lo otorgamos cotidianamente. El término se ha derivado de las palabras griegas *"Gastros"*, relativo al estómago y *"Nomos"*, conocimiento.

71 KOESTLER, Arthur. *Jano*. Ed. Debate, Madrid, 1985. Pág. 175

El gusto por la preparación de los alimentos y por supuesto, de su consumo, han sido desde siempre rasgos del placer humano, sin embargo, se ha identificado por siglos con el hacer o los deberes femeninos y se ha desvalorado. Esta actitud se revela aún en los más sutiles detalles, se habla de las artes de mesa, pero en la mesa los hombres consumen lo que en la cocina han preparado las mujeres, es más correcto referirse a las artes culinarias o de la cocina.



COMIDA MEDIEVAL

Probablemente el primer tratado serio sobre esta materia sea *"La fisiología del gusto"* de Anthleme Brillat-Savarin (1755-1826), autor borgoñés que a principios del siglo XIX establece la importancia estética del arte culinario. Su vida transcurrió entre la filosofía, que cultivó como autor riguroso y su actividad "artística" como degustador, compilador de la mayoría de las recetas de los platillos que hicieron de la cocina francesa un paradigma mundial recetas y famoso cocinero que hizo fama por el exquisito gusto con el que componía los menús, el orden y combinación de platillos y bebidas, con que deleitaba a sus clientes e invitados.

En su libro "Taste" Stephen Bayley (1951-) incluye acertadamente a lo gastronómico dentro de las actividades estéticas. La estructura del libro es sugerente, pues dedica un apartado para cada una de las disciplinas que considera las expresiones de valores estéticos más importantes para nuestra sociedad posmoderna, incluyendo a la arquitectura, el interiorismo, los objetos, el vestir y la cocina. Bayley menciona que *"Mucha gente que no considera poder diferenciar y apreciar acerca de la pintura, la música o de cualquiera de las artes, desarrolla un gusto exquisito para apreciar la comida, es muy difícil aventurar como o porque lo hacen... pero podemos decir que las preferencias acerca de lo que comemos se deben a nuestra condición sociocultural mucho más que a las necesidades de nutrición".* [72]

Las repuestas pueden encontrarse en que la comida tiene la condición de actuar sensitivamente y provocar contemplación y emociones como actividad estética. Es un asunto en el que intervienen casi todos los sentidos, aunque se centra en el del gusto. Brillat Savarin ya decía que "*el olor y el sabor son de hecho más que simples sentidos, trabajan en conjunto de manera que el laboratorio es la boca y la nariz su chimenea"*. Daba a entender que nuestra per-

72 BAYLEY, Stephen. *Taste, The secret meaning of things*. Panteón Books. 1992. New York.



BRILLAT - SAVARIN
"El arte del buen comer"

cepción de la comida es mucho más un asunto complejo de apreciación que se debe más a la educación que a su sabor tal cual.[73]

Las complejas sensaciones del disfrute culinario se encuentran, como en cualquier actividad estética, más en la capacidad mental que en los sentido físicos involucrados. Bayley lo confirma y nos dice que *"las experiencias que tenemos al comer y beber se trasmiten por las terminales nerviosas de nuestra lengua y nariz, pero se valoran por nuestros conocimientos, creencias, predilecciones y todo aquello que relacionamos con cada bocado que anteriormente hemos probado".*

Percibimos cuatro sabores: dulce, salado, amargo y agrio. Cada uno corresponde a ciertos receptores en la lengua, de manera que los sabores complejos serán siempre una combinación de estas cuatro sensaciones de sabor, interpretación que como hemos visto, se hace más en la mente que en el paladar.

Todavía es más incierto el olfato. Se considera que el bulbo olfatorio del cerebro se encuentra muy cercano al lóbulo temporal, que es donde se aloja la memoria. Esto probablemente nos ayude a explicar el poder de los olores para provocar sensaciones y recuerdos. De hecho, el significado de lo que bebemos y comemos está más determinado por lo que percibimos a través de la nariz que lo que recibimos directamente en la boca. Más a manera de bocetos, que definiciones precisas, podemos establecer unos conceptos en los que se han puesto de acuerdo los gastrónomos y los enólogos y que resultan ciertamente comprensibles: Aroma es el olor que percibimos por la nariz, Sabor es lo que recibimos en la lengua y paladar. El Gusto es la combinación de ambos.

No se sabe a ciencia cierta que sustancias o condiciones químicas del alimento provocan esos sabores, el único identificado es el agrio, que corresponde a una solución con un Ph inferior a siete. Los demás sabores no tienen una respuesta tan clara, se conoce a que sabe una sustancia y con ella se trabaja para crear sabores con diferentes grados de lo dulce, lo amargo, lo salado y lo agrio (Recientemente se ha descubierto en Japón un nuevo sabor primigenio, el Umami, pero en occidente no se ha aceptado y no se toma en cuenta a la hora de realizar mezclas para elaborar sabores). Son combinaciones

73 BRILLAT-SAVARIN, Anthleme. *La fisiología del gusto.* Ed. Mediterráneo. Madrid. 1966

que pueden medirse científicamente, tal como se hace para elaborar saborizantes para los alimentos industriales. Sin embargo lo que está todavía indeterminado, como en toda actividad estética, es el porqué provocan reacciones de preferencia o rechazo en algunas personas.[74]



ALMUERZO CAMPESTRE

Por otra parte, la importancia de las costumbres o modos de tomar los alimentos tienen gran importancia para valorar algunos aspectos que no tienen una relación directa con lo culinario. Uno de ellos es lo relativo a la figura corporal, lo que se relaciona más con la cantidad y calidad de lo que se come que con su apreciación gustativa. Por años las figuras deseables para el cuerpo humano han cambiado de preferencia en las distintas sociedades. Algunas épocas han considerado que un cuerpo delgado es el canon de belleza mientras en otras se prefiere una figura más voluminosa. Hace un siglo se consideraba que una mujer delgada era prueba de un marido en desgracia y por muchos años se consideró que una figura gorda era sinónimo de buena salud y poder social. Ahora y cada ves en mayor medida la tendencia y preferencia es la opuesta.

Otra característica del arte culinario es que, al igual que las demás artes, requiere de una crítica informada para orientar, sensibilizar y educar al público. Los restaurantes son ahora, más que los hogares, los santuarios del buen comer. La calidad del servicio, principiando por la calidad de los platillos y menús que se realizan, son los objetivos primordiales de los gastrónomos y de las asociaciones que han formado para vigilar la permanencia de los valores culinarios. En todo el mundo operan grupos de expertos que vigilan y califican los restaurantes, que cuidan la calidad de los vinos, bebidas y en general todos los alimentos preparados que habrán de servirse, como es el caso de los embutidos, los panes y los postres.

Finalmente y para afirmar la importancia de lo gastronómico dentro de los ámbitos para lo estético, tenemos que la elaboración de lo que habremos de comer es un proceso que reúne la idea de proporcionar satisfacción, tanto anímica como a la necesidad primaria del comer con algunos componentes de carácter funcional u operativo, es un trabajo que tiene características de tipo práctico y otras que son totalmente relativas a lo estético.

74 SHIFFMAN, Harvey Richard. *La Percepción Sensorial*. Capítulo El Gusto. Ed. Limusa Noriega. México, 1989. Págs. 144 a 163



HUIZINGA
"Homo Ludens"



EL JUEGO COMO APRENDIZAJE

Preparar un menú y sus platillos algo similar al acto de diseñar, es un ato creativo y que se disfruta como tal. La famosa maestra de cocina Marcella Hazan, suele recomendar a sus estudiantes que no elaboren las recetas midiendo cantidades, no probando los ingredientes y sintiendo el grado de participación de cada uno para lograr el sabor más adecuado al momento. La actividad culinaria provoca una satisfacción creativa en quien lo ejecuta tanto como en quien lo contempla, que en este tema será más apropiado decir, quien lo degusta.

LO LÚDICO

Prácticamente todos los mamíferos juegan, es una condición natural en el proceso de aprendizaje para enfrentar la vida, pero solamente el hombre ha inventado reglas para jugar. Las Actividades Lúdicas, del latín "ludus" origen de la palabra juego, son también ámbitos para el fenómeno estético en la medida en que producen un placer por su práctica y permiten también el acto de contemplación o disfrute al ser espectador. Todas las culturas y civilizaciones han jugado, en el sentido humano del término que como dijimos, se hace diferente en cuanto se hace con reglas y normas específicas.

El historiador holandés Johan Huizinga (1872-1945) publicó en 1938 "Homo Ludens", libro en el que analiza y explica los aspectos fundamentales del juego humano, sus motivaciones psíquicas y fisiológicas. Nos hace ver que el juego es un acto de simulación de una realidad que se vive con la misma intensidad emocional que la realidad misma, es una forma de disfrutar de la capacidad de enajenación humana y de aceptar la realidad de la mentira. El que juega se somete a un riesgo voluntariamente, puede ser físico o mental. En el primero se arriesga efectivamente la integridad, en el segundo se pone en juego nuestra opinión de nosotros mismos. El juego provoca reacciones de gran intensidad, pues quien juega entra en un estado tal de alejamiento de la realidad que provoca las emociones más fuertes, razón por la cual lo lúdico es un ámbito para lo estético.[75]

En todos los juegos el hombre se enfrenta a sí mismo, el rival o antagonista es solamente un instrumento para la prueba, de ahí que la imposibilidad de la superación sea dolorosa o que el vencer sea

75 HUZINAGA, Johan. *Homo Ludens*. Emecé Editores, Madrid, 1972.

tan satisfactorio. El instinto de la especie nos impulsa a jugar desde los primeros días de la vida. La capacidad del cerebro de los mamíferos acepta la creación de una situación ficticia como reto para aprender lo necesario para vivir, la cacería en los carnívoros y la huida u ocultamiento en las especies que serían sus presas. Todos juegan, la cola de la madre leona es la presa, la madre la mueve y el cachorro la persigue, aprende a ver a adivinar y a lanzar el zarpazo en el momento apropiado. El cervatillo corre, da vueltas, brinca y hace cabriolas. Ambos juegan, pero no compiten contra otros, cuando mucho los hacen participantes, tal como hacemos de niños. Cada uno de los niños que corren y juegan en un patio, aparentemente juntos y colaborando, en realidad está inventando su propio juego, no necesita a los otros más que como partes de una fantasía para la suya propia, son una simulación de la vida social. En el juego se simulan situaciones de las que el niño aprende, pero no es el mismo juego que posteriormente será una actividad estética.



EL JUEGO COMO EDUCACIÓN

El juego espontáneo de la primera infancia empieza a aburrir al niño, ya necesita otros estímulos. Jean Piaget (1886-1980), quien con sus estudios sobre la etapa infantil ayudó a cambiar completamente las ideas acerca de lo que significa ser niño, nos habla de una etapa donde se inicia el adiestramiento en la manipulación organizada de objetos y con retos que parten de fantasías simbólicas. Pero estos juegos, tan útiles para afirmar las capacidades mentales y motrices son una forma de juego evolucionado, pero solamente una etapa más en el mismo tipo de juego de adiestramiento de todos los mamíferos. [76]

Es durante la pubertad que el niño se incorpora al juego humano propiamente dicho, el que se ha estructurado como un sistema y donde se ponen a prueba habilidades en actos de simulación que ya nos impactan emocionalmente. En esta categoría podemos distinguir dos clases principales, los deportes, juegos donde se requiere habilidad de tipo físico principalmente, y los juegos mentales que como es evidente, provocan un reto mayor en las capacidades de razonamiento y comprensión de la realidad virtual que plantea el juego.

Ambas clases de juegos son igualmente antiguas, es casi imposible saber cuando se inventó el juego humano, cuan-

76 PIAGET, Jean. *La formación del símbolo en el niño.* Fondo de Cultura Económica. México. 1986



DEPORTE



DEPORTES EXTREMOS

do se pusieron reglas que al tiempo que limitan las acciones del jugador, forman la estructura que le permite la libertad para crear las estratagemas que le harán triunfar en el juego.

Los deportes tienen un rasgo específico, que en otras formas de lo lúdico no es muy común y que se refiere a su atractivo como espectáculo. El que observa la práctica de un deporte cuyas reglas comprende lo disfruta casi con la misma intensidad que quien lo practica. Desde su asiento el espectador se mueve, tensa los músculos, suda y grita, se viste como los jugadores, se enemista con los simpatizantes del contrario. Hace suyo un juego en el que realmente no participa, pero la capacidad de engaño del juego es tal que el espectador siente ser parte del equipo. Ve el juego y luego quiere comentarlo, volver a ver a sus momentos culminantes, y espera emocionado al juego siguiente. Si ha ganado su equipo la satisfacción es mayúscula, si ha sido derrotado el agravio ha sido contra su persona.

Los llamados deportes extremos son otra especie. El reto es contra un fenómeno de la naturaleza, sea el acantilado, el mar o el viento, el jugador sabe que en realidad está apostando su vida a sus capacidades, su habilidad para entender las condiciones y reaccionar con la presteza necesaria. El que juega lo hace solo y no comparte la emoción. El disfrute es tal que se convierte en un mecanismo para provocar la producción de insulina. Es frecuente que quien practica los deportes extremos genera adicción y dependencia física, el acto estético llevado al extremo, cuando provoca cambios tan súbitos e intensos, deja de ser estético para ser puramente fisiológico, de ahí que otras formas de provocación del placer o del disfrute provocado por medios físicos o químicos, como el acto de amor o la ingestión de estimulantes, no puedan catalogarse dentro de lo estético.

Los juegos mentales incluyen a los de estrategia, como el ajedrez y el dominó; los de azar, barajas o mecánicos y los de habilidad psicomotríz, que hay mecánicos y electrónicos asistidos con recursos de cómputo que incluyen lo que se ha colocado como el juego para el futuro, la realidad virtual como reconstrucción de lo fantástico. En los juegos mentales puede haber competencia contra un antagonista o ser individuales, pero la característica fundamental, el reto como proceso de superación personal, es lo que motiva la emoción estética.

En todas las actividades lúdicas encontramos componentes de las categorías estéticas, se palpan lo bello y lo feo, hay momentos trágicos y sublimes, hay chispazos de comicidad y otros de actitudes grotescas, son definitivamente ámbitos para lo estético.

La ya mencionada maestra maría Rosa Palazón nos hace ver que en gran medida, la producción estética, que la elaboración de un objeto artístico es necesariamente un acto creativo y que a su vez, éste es un acto lúdico[77]. Al respecto dice: *"Las Artes son el reino del eternamente inventivo niño".* Esta afirmación redondea la consideración de lo lúdico como ámbito para lo estético, pues la creación artística es el juego en forma sublime. Uno de los autores que ha analizado a mayor profundidad los aspectos estéticos del juego y su relación con la creatividad, el filósofo alemán Hans G. Gadamer (1900-2002), destaca que las actividades lúdicas tienen otra característica, pues las acciones de disfrute ante el juego *"... no conocen propiamente la distancia entre el que juega y el que mira el juego. El espectador es, claramente, algo más que un mero observador que contempla lo que ocurre ante él; en tanto que participa en el juego, es parte de él"* [78] De manera que, desde esta perspectiva, los juegos se convierten en un hacer comunicativo.

La producción artística se relaciona forzosamente con los procesos del juego, de manera que la obra de arte se entiende *"como proceso de construcción y reconstrucción continuas"* , en el cual el espectador actua como co-jugador, forma parte del juego porque la obra, producto del juego, deja siempre un espacio de juego que hay que rellenar; proceso, además, nunca acabado. Este doble aspecto que surge del análisis del concepto de juego es también, para Gadamer, el impulso de la creación del arte y la literatura modernas.

Para terminar este apartado, podemos afirmar que en todas las actividades lúdicas encontramos componentes de las categorías estéticas, se palpan lo bello y lo feo, hay momentos trágicos y sublimes, hay chispazos de comicidad y otros de actitudes grotescas, son definitivamente ámbitos para lo estético.

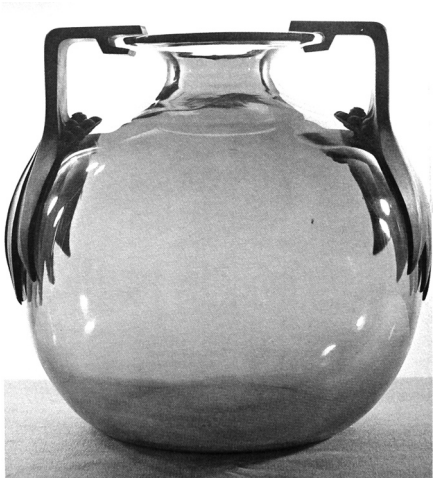


GADAMER
"El arte, construcción y reconstrucción continua"

77 PALAZÓN Mayoral, María Rosa. *Op. Cit.* Págs. 186 a 212

78 GADAMER, Hans-Georg *La actualidad de lo bello.* Editorial Paidós, Barcelona, 1991. Pág.69

LAS ARTESANÍAS



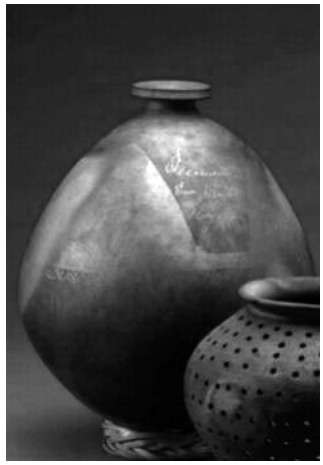
RENE LALIQUE
Vasija en vidrio (1890)

Entre los medios desarrollados por el ser humano, el ámbito inicial para lo estético se ubica en los objetos artesanales. Antes de proseguir, será conveniente aclarar lo que habremos de entender por "objeto", deslindando su significado de "cosas", que es el término con que designamos a las entidades que implican una clasificación general de lo que existe. Como cosas hablamos de las piedras, los troncos, las nubes, el agua, etc. Mientras los objetos son aquellas cosas que se identifican y reconocen individualmente, lo que sucede cuando a determinada cosa se asigna una función y es suceptible de ser propiedad de alguien. En este sentido, diremos que cualquier entidad que resulta ser un medio para la expresión estética constituye un objeto.

El hombre ha desarrollado, desde siempre, diversos procesos para producir sus objetos. El maestro Juan Acha propone distinguir entre la mera habilitación de objetos y la producción artesanal, pues nos hace ver que la mera habilitación de productos con finalidad utilitaria, como las habilidades que han desarrollado algunos chimpancés que para comer termitas usan una vara ensalivada y así las sacan del nido, además, es una habilidad que ya pueden trasmitir como adiestramiento a sus descendientes. Esa varita es ya un útil y debe ser equivalente a cualquiera de los habilitados por la humanidad en sus principios, tal como la maza, la piedra afilada, la lanza, etc.

Pero son objetos que no podemos considerar artesanías porque su configuración no obedece a la finalidad de identificación emocional o estética. Entonces, la habilitación de objetos con una finalidad práctica o utilitaria, como encontrar una concha y usarla como recipiente, no debe confundirse con la producción del objeto, pues esto sucede hasta que se reconoce al objeto como un bien, es decir, cuando ya el hombre tiene conciencia para diferenciar los objetos y desear al que considere más atractivo, entonces la posesión tendrá un significado anímico. Habrían de pasar muchos milenios para que el ser dueño de un objeto tuviera un significado y fuera muestra del estatus social y cultural del propietario, lo que implica inmediatamente que ese objeto ha alcanzado el nivel de objeto estético.

De acuerdo al maestro Acha, la distinción entre habilitación de objetos y producción artesanal implica diferenciar entre lo bello y lo útil, conceptos que señala el mencionado autor: *"El hombre toma conciencia de tal diferencia y para tomarla debe crear una palabra en su idioma. De ahí la presencia en todo idioma y dialecto de vocablos distintos que designan lo bello y lo útil por separado. Por eso, en el siglo XVIII, el Occidente habló de las bellas artes y diferenció entre las artes mecánicas y las liberales"*



BARRO NEGRO
Recipientes

Debemos aclarar también que lo estético, como fenómeno, capacidad o percepción de la mente humana es independiente a los objetos o muestras de la habilidad humana. La belleza es histórica, es decir, adquiere un valor que depende del momento sociocultural, y aunque es cierto que existen valores plásticos en cuya apreciación han coincidido personas de muchas épocas y culturas, las motivaciones y fines han variado de una a otra. En la actualidad podemos detectar belleza en los objetos de épocas remotas e incluso utilizarlos como modelos para nuestros actuales productos, pero con seguridad la belleza que encontramos resultaría distinta a la que vieron quienes los hicieron, pues la belleza no es propiedad del objeto, sino fruto de una relación dialéctica entre objeto y quien contempla. El mismo autor propone que tal vez hubo primero una conciencia sensitiva que encausara el manejo simplemente cómodo o agradable dentro de la utilidad práctica predominante. La conciencia estética vendría después, al diferenciar entre el agrado biológico y el estético identificando belleza y utilidad, en un comienzo fusionados.

"Estudiar el origen de los sentimientos estéticos y de las artesanías no sólo es complejo por la falta de documentación y por estar unido a la formación milenaria del hombre; también lo es porque el término origen posee múltiples acepciones y puede significar tanto lugar, en el sentido de finalidad o funcionalidad, como matriz en relación con lo específico. Así, podemos referirnos al tiempo y responder que los estético aparece en el paleolítico y lo artesanal en el neolítico.[79]

En síntesis, la capacidad manual y la visual, la sensitiva y la racional se desarrollaron juntas, luego habría de surgir, por evolución, la conciencia de producción artesanal con todos los valores estéticos, simbólicos y religiosos que marcan precisamente la etapa que se conoce como Neolítico.

79 ACHA, Juan. *Op. Cit.* Págs. 42-45



EL GALEÓN DE MANILA

Hasta la época del Renacimiento el constructor de barcos, el carpintero, el alfarero, las tejedoras y quienes elaboraban las telas, etc., eran las personas que hacían de un conocimiento técnico, su oficio, una expresión de la belleza, tanto en el primor de la manufactura como en las figuras y adornos con que acababan su trabajo. Sin embargo, como vimos anteriormente, el artesano y el artista terminaron separando sus caminos, de hecho ahora se considera que el artesano es quien ejecuta manualmente las obras planeadas y cuyo concepto, concepción, se debe a un artista.

La producción de objetos como bienes con utilidad práctica es inherente al hombre, sin embargo el asunto es complejo cuando tratamos de reconstruir las épocas tempranas de la humanidad para analizar nuestros orígenes. Pero podemos saber que durante esos orígenes la producción se realizaba con fines eminentemente prácticos. Podía ser la elaboración de un ídolo para un ritual con la finalidad de apaciguar a las fuerzas de la naturaleza o de crear motivos decorativos para espantar a los guerreros enemigos. Magia y uso de las habilidades de producción o de los efectos de embellecimiento eran lo mismo. El hombre no tenía conciencia de la belleza en sí misma, esa percepción ha requerido milenios de evolución cultural. El hombre sabía de efectos placenteros, pero no los diferenciaba de la utilidad práctica, que es una cualidad decisiva para nuestra especie. Al respecto dice Acha que tan bello y útil es el panal hexagonal de una colmena, pero la abeja no muestra rasgos de sensibilidad estética, simplemente la realiza como le conviene para sus fines prácticos. Las artesanías tienen el objetivo de producir manualmente objetos con una función práctica definida, aunque la producción industrializada les ha relegado a un segundo término como satisfactoras a las necesidades objetivas de la sociedad. Todavía hace un siglo la mayoría de los objetos útiles, muebles, instrumentos, vehículos, etc., se fabricaban artesanalmente, ahora es un renglón más relacionado con la decoración y el lujo que con lo útil. Un fenómeno interesante es que la mayoría de los objetos de producción artesanal pueden tener ahora más libertad en cuanto a la expresión formal de sus productos, pues la exigencia de cumplir con una función práctica preestablecida se ha delegado a los objetos de fabricación industrializada.

En nuestros días las artesanías más reconocidas son aquellas que tienen un significado de tipo etnológico. Que constituyen objetos que son expresiones culturales de una región con una identidad cultural peculiar. Se considera a las artesanías como una herencia cultural o tradición que se conserva en la forma de los objetos de tiempos ancestrales. Dentro de éste renglón, se tiene que en países como Inglaterra hay quien todavía forja armaduras de hierro, espadas y yelmos para inexistentes caballeros, pero que tienen pedidos en tal cantidad que no se dan abasto.



TAPPIO WIRKALA
Cuchillo

Este fenómeno es más común en los países menos desarrollados, donde gran parte del campesinado ocupa sus tiempos libres, fuera de las épocas de temporal para la siembra y cosecha, produciendo tejidos de fibras naturales, tallas de maderas, alfarería y demás objetos que encuentran poco o nulo mercado aún en sus países de origen y que se consideran más dentro del rango de los “recuerdos” para los turistas. Algunas naciones más desarrolladas han logrado aprovechar los conocimientos de sus viejos maestros artesanos para desarrollar la producción artesanal con esquemas industriales, esto es, una fabricación constante y con pedidos anticipados, para producir objetos con gran demanda en todos los mercados. Tal es el caso de las artesanías de Tappio Wirkala en Finlandia, donde sus trabajos con vidrio, cerámica, madera y acero han logrado el reconocimiento mundial. En México tenemos el caso del poblado Mata Ortiz en el estado de Chihuahua, donde el maestro artesano Juan Quezada (1946) desarrolló o rescató una alfarería de tiempos inmemorables de la cultura Paquimé (Casas Grandes) que ha alcanzado un gran renombre internacional. El maestro Quezada además, tuvo la visión de compartir primero con sus familiares y luego con el resto de la comunidad sus experiencias en la producción de piezas únicas, que inclusive les han valido a algunos miembros del centro reconocimientos y premios de organismos como la UNESCO, de manera que todo el pueblo ahora vive de la producción de estas piezas, que con diferentes calidades según el artesano, conservan la unidad de estilo y la técnica de producción.



PAQUIMÉ
Vasija

Algunas obras artesanales son la producción de instrumentos con calidad excepcional, tales como la construcción de instrumentos musicales que deberán tener el timbre y resonancia que exige o que gusta a un músico particular, las piezas como vitrales y otros com-

ponentes arquitectónicos que no pueden producirse industrialmente por constituir piezas únicas pero que en manejo de la técnica y realización deben tener una calidad de manufactura excelente.

Con esta visión sucinta y esquematizada, vislumbramos la evolución del fenómeno estético como panorama histórico. Ante la contemplación de los objetos de la naturaleza se desarrolla la emoción humana como valor contemplativo y comunicativo. Luego aparecen las habilidades para hacer objetos y para plasmar en ellos, por medio de la aplicación de los recursos de la plástica, ciertos códigos de valor estético, situación que permanece hasta el Renacimiento, cuando el dominio de la técnica y la evolución espiritual permite la contemplación de la obra sin necesidad de que responda a una utilidad práctica, fuera utilitaria, ritual o simbólica, es cuando nace el concepto de arte, por un lado y se sientan las bases tecnológicas que posteriormente darían paso a las disciplinas del diseño como proceso más eficiente para la planeación y posterior realización por métodos mecanizados de los bienes útiles y de consumo.

Lo importante es aceptar las diferencias entre las artesanías y las artes, que es la conclusión a la que hemos llegado revisando la historia del fenómeno estético. Aunque no se trata de establecer diferencias entre dos fenómenos antagónicos o completamente distintos, sino entre dos proceso de producción de bienes con carácter estético y por tanto de la misma naturaleza. Por esto cuesta algún trabajo aceptar esta diferenciación para entender que el fenómeno estético es realmente distinto en cada caso, pues es fuerte la tendencia a considerar que lo estético es una cualidad del objeto y que debe operar de la misma manera independientemente al contexto. Las artesanías y las artes son ambos productos humano, culturales y estéticos, por lo que no es fácil percibir diferencias en medios que tienen tanto en común. Además acostumbrados como estamos a identificar las artes con los resultados de habilidades humanas, tendemos a pensar que los bisontes de la cuevas de Altamira son manifestaciones artísticas.

EL ARTE

El ámbito de las Artes es el más relacionado y analizado tradicionalmente como preocupación de la filosofía y de la estética. Es el mundo de la estética donde en mayor medida y apropiadamente se establece la relación endopática. En adelante lo mencionaremos simplemente como el arte o las artes.



DISCÓBOLO

Las artes constituyen un conjunto de procesos que surgen para satisfacer ciertas necesidades peculiares de la cultura estética occidental y se desarrollan como prolongación de los procesos artesanales que desarrollaron los gremios durante la edad media. Pero este conjunto tiene una dirección y un sentido dialéctico novedosos.

Las artes no aparecen simplemente como sustitutos de las artesanías, sino que son en cierta medida la evolución de algunas de sus manifestaciones, de manera que las otras permanecen intactas y conservan sus valores socioculturales y estéticos.

El concepto de arte, tanto como el término mismo, han evolucionado con el paso de los años. Como lo señala Larry Shiner (1934-) los griegos, fundamento de la cultura occidental, carecían de una palabra para determinar este fenómeno y comúnmente traducimos por arte a la palabra griega *"Techné"* que se aplicaba para describir el ejercicio de las habilidades creadoras y constructoras, pero que abarcaba cosas para nosotros tan separadas como la carpintería y la poesía, lo mismo sucede con la palabra latina *"Ars"*, de donde deriva nuestro término arte. [80] En realidad no podemos decir que Platón ni Aristóteles, quienes iniciaron las discusiones sobre estética, consideraran que la poesía, la música y la arquitectura configuraran un conjunto de actividades similares entre sí, de manera que integraran la lista de las bellas artes y que las separaran de otras formas del hacer humano. Para ellos eran todas lo mismo. Es más, para los filósofos de la antigüedad la pintura, la épica y la tragedia eran actividades de imitación, pues su temática era la reproducción de la realidad, pero nunca consideraron que existiera un apartado, o como decimos aho-

80 SHINER, Larry. *La Invención del Arte.* Ed. Paidós. Barcelona, 2004. Pág. 45



RÁPSODAS

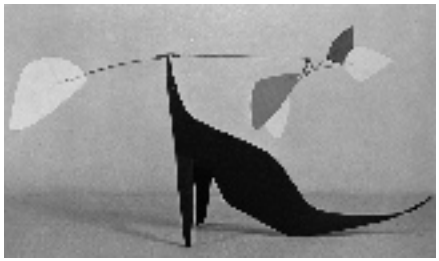
ra, una categoría para las artes de la imitación, o miméticas, dentro de la clasificación de los campos de la filosofía, que en aquellos años abarcaba todas las actividades y ramas del saber humano.

La única clasificación que pudiera parecerse a la visión de nuestra época respecto a las artes es la que apareció ya en la época tardo-helenística y romana que separaba las artes liberales, actividades con gran actividad intelectual entre las que incluyeron a la aritmética y la medicina, además de muchas otras entre las que figuraba la música, pero no como manifestación estética sino que se referían al estudio teórico de la armonía, así, la habilidad para tocar un instrumento pasaba al otro nivel, el de las artes vulgares o serviles, que requerían de trabajo físico y entre las cuales incluyeron a la pintura, la escultura y la arquitectura.

La concepción antigua de artista está más en concordancia con nuestra idea del artesano. Los griegos y romanos no tuvieron nuestras categorías de arte y artista, y aparentemente, tampoco consideraban a la cultura, la poesía y la música con la actitud contemplativa que nosotros llamamos endopatía o proyección sentimental. En primer lugar, porque la mayoría de las actividades que nosotros consideramos obras del arte clásico eran manifestaciones religiosas. La Eneida se recitaba porque tenía un significado literario, pero sobre todo porque era la base para estudiar las reglas de la gramática, no había libros al respecto. La contemplación de lo artístico no se hacía por sí misma, sino que se llevaba a cabo como componente del acto ritual o de los proceso educativos, es decir, tenía una función práctica determinada y no el desinterés que requiere la contemplación. Tal como lo apunta Elspeth Whitney (1953-), profesora de historia europea en la Universidad de Nevada, durante la edad media el concepto de arte ya había evolucionado respecto al clásico. En el esquema educativo medieval, que reflejaba cierta clasificación filosófica, las artes liberales se conforman en dos grupos, el *"trivium"* (lógica, gramática y retórica) y el *"cuadrivium"* (aritmética, geometría astronomía y teoría musical). Las artes *"serviles"* se identifican más con la idea de las artes *"mecánicas"* y para establecer una simetría, se consideran también siete artes mecánicas: textiles, armamento, comercio, agricultura, caza, medicina y teatro. Como puede observarse, nada hace pensar que tenían una idea ni siquiera parecida a la nuestra para el concepto de arte. [81]

81 WHITNEY, Elspeth. *Paradise Restored: The Mechanical Arts from Atiquity trough the thirteen Century*, Ed. Greenwood Pres, Nevada. 1990

El concepto moderno de arte empieza despuntar durante el renacimiento. Aunque la moderna categoría de arte no se había impuesto para este momento, se han dado pasos muy significativos. La frase de Horacio, *"La pintura es como la poesía"* (Ut pictura poesis), fue utilizada por muchos humanistas para establecer una misma categoría para las artes. El mecenazgo y la preocupación de diversos gobiernos por la cultura abrieron notablemente el panorama, sin embargo todavía faltaba concretar la idea y sobre todo, dar una personalidad particular al personaje que denominamos artista, pues se seguía considerando como una persona con habilidades particulares, más que con una manera de expresión particular.



CALDER

Nuestra idea de arte se define más estrechamente durante la revolución francesa. La primera reacción del populacho ante los objetos que decoraban los palacios de los nobles, objetos sin utilidad práctica la mayoría, fue de vandalismo y la destrucción de todos los símbolos del despotismo. Poco después se inició la preocupación de los ilustrados y enciclopedistas por llevar el arte al público en general. En una sala del Louvre se abrió un museo en agosto de 1793. Se mostraban los objetos quitados a los nobles y a la iglesia, que hasta entonces eran los únicos privilegiados que podían admirar al arte. Desde sus inicios, el museo fue considerado como un instrumento para la educación cívica. Paralelamente, aparece la idea del artista como la persona que practica profesionalmente una actividad intelectual que requiere de habilidades especiales. Ya en 1752, un diccionario francés dice que: *"Se da el nombre de artista a aquél que ejerce una de las artes liberales, en especial a los pintores, grabadores y escultores"* . [82] Muy pronto otros diccionarios y pensadores definieron al artista y al artesano como términos diferentes y opuestos. Para 1788 ya se consideraba entre los artistas a los músicos y los literatos.

El Arte, como lo conocemos y entendemos ahora, relacionado con la producción intencional de obras individuales de expresión, ha sido un proceso cultural que demanda las mejores cualidades humanas y que no hubiera sido posible sin el impulso de grupos interesados en educar y sensibilizar a la sociedad. Cuando se abrieron los primeros museos se tuvo que recurrir a establecer reglas para lograr que el público respetara el lugar y adoptara una actitud contemplativa. Los

82 *Diccionnaire Portatif des Beaux Arts.* Ed. Chez Lacombe. París. 1775.



AUGUSTE RODIN
El beso

conciertos y la ópera en el siglo XVIII eran lugares para que los nobles realizaran encuentros sociales, contactos amorosos y dirimir sus pleitos, con música de fondo. Muchos de los ahora considerados grandes músicos se quejaban por haber tenido que tocar para las sillas y los muros, pues la audiencia no mostraba el menor respeto para la función.

La evolución del concepto de arte ha significado el triunfo de la estética sobre la belleza. De acuerdo a lo que sostienen los ya mencionados autores Larry Shiner y Juan Acha, los filósofos iniciaron un proceso de reevaluación de los términos aplicados para el análisis de lo relacionado con las artes a partir del renacimiento. Friedrich Schiller (1759-1805), en sus *"Cartas sobre la estética"* consideraba que la belleza como atributo del arte podía ser por sus valores espirituales la salvación de la humanidad, pero unos años más tarde escribiría a Goethe para confesar que "lo bello" se le había convertido en un concepto tan problemático que mejor debería retirarse de circulación. Casi al mismo tiempo, Richard Payne Knight (1750-1824) lamentaba que la palabra belleza se aplicara tan indiscriminadamente a *"casi cualquiera de las cosas que nos complacen".*

Aún así, la mayoría de los teóricos del siglo XIX y de principios del XX, desde Hegel, creador de la Dialéctica, hasta George Santayana (1863-1952), filósofo de la libertad y contrario a la idea de la estética como ciencia, siguieron usando el término "bello" para denominar el valor estético más elevado, al grado que la estética se definía simplemente como la teoría de lo bello. La historia y prestigio de "la belleza" eran tan grandes que al igual de lo que sucedió con el "Arte", siguió siendo el adjetivo más adecuado para calificar aquello que los escritores consideraban más precioso y trascendente de la experiencia. Sólo cuando se consumaron las implicaciones de la modernidad literaria y los movimientos *"anti-arte"* del siglo XX, la belleza quedó relegada a un papel menor en el discurso crítico y filosófico acerca de las artes, pues se inició una preocupación por el problema del *"arte y la sociedad"*. Una discusión entre quienes sostenían la visión romántica del *"arte por el arte"* (Gautier, Baudelaire, Whistler y Wilde) y los que por el contrario, creían en la responsabilidad social del arte (Coubert, Proudhon, Ruskin, Tolstoy). Algunos historiadores, como Monroe C. Beardsley (1915-1985) han considerado necesarios estos términos

para explicar por qué este tema *“al que no se le había prestado atención desde Platón hasta Schiller”* se convirtió de repente en un asunto importante. Nadie, en los dos mil años que van entre los mencionados filósofos, se enfrentó al problema del papel social del arte en forma tan general, pues no existía el concepto de arte como un dominio distinto cuya relación con los fenómenos sociales precisara ser conceptualizada. Sólo después de que las bellas artes fueran construidas como un conjunto de disciplinas con cánones a los cuales ajustarse y como instituciones especializadas, fue posible preguntarse por la función que el dominio del arte debía desempeñar en el seno de la sociedad.

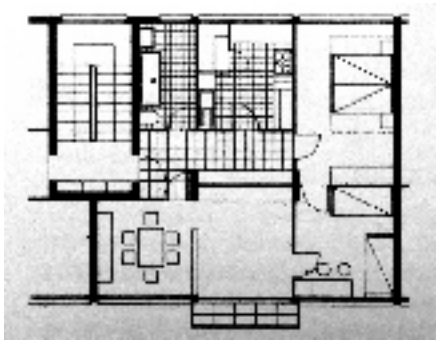


JORGE SOTO
Arte digital

El Arte es ahora una suma de disciplinas que son ya casi indistinguibles, ya no existe la pintura, ahora es lo pictórico, lo escultural, lo arquitectónico, lo musical, lo fotográfico, lo cinematográfico, etc. Además de que muchas obras incluyen recursos que anteriormente se reservaban para una forma de arte. Ya no son expresiones que puedan regirse por criterios establecidos, no podemos hablar de Artes específicas, ahora debemos reconocer géneros artísticos. Muchas veces la ruptura con lo académico y lo establecido es arte en sí mismo.

Los medios y recursos del Arte ya no conforman una disciplina como antaño, el poeta versificaba y decía en su estilo, pero con absoluta claridad las palabras de su mensaje. Ahora el poeta puede presentar grafismos o sonidos sin sentido. El disfrute del Arte, muy al contrario de las intenciones que se tenían durante la revolución francesa, ya no es para el público en general. El Arte es para conocedores, las manifestaciones artísticas que pueden ser valoradas y disfrutadas por todos se consideran pueriles. La idea del gusto artístico se pierde frente a la crítica, que se convierte en autoridad, juez y guía. El Arte tiene ahora un papel social muy complejo por lo que, como ámbito para lo estético, evidentemente no nos es posible llevar más adelante los enunciados que hasta ahora hemos presentado, para avanzar en un análisis se haría necesario tratar a cada una de las artes por separado, profundizar en la filosofía del arte, en la historia del arte y en tal cantidad de materias que escapan absolutamente a cualquier de realización.

No obstante, en este trabajo, que hemos centrado en la importancia del factor estético en los procesos de diseño, habremos de incursionar en



DISEÑO
Planta arquitectónica

el caso de lo arquitectónico que, como Arquitectura, efectivamente se considera en el campo de las bellas artes, aunque su proceso creativo se identifica con el de diseño. Con el ocaso del neoclasicismo, el pensamiento arquitectónico abandonó definitivamente la visión académica que centraba el valor estético de la obra en las formas de los elementos arquitectónicos e inició un proceso de desarrollo independiente, más centrado en el valor expresivo del edificio y en el sentido funcional del espacio, lo que se observa a partir de las bases teóricas del modernismo a finales del siglo XIX, con los movimientos europeos como el *"Art Nouveau"* de Francia y Bélgica, el *"Arts & Krafts"* británico, el *"Liberty"* italiano y el *"Modernismo"* español, que tuvieron muchos puntos de contacto a manera de identificación estilística, pero cuya verdadera motivación fue el deseo de crear una nueva arquitectura separada de los estilos de la tradición clásica, que supiera aprovechar los avances tecnológicos, como las estructuras metálicas, y que respondiera a los nuevos modos de vida que planteaba la sociedad industrial.

LOS DISEÑOS

Este ámbito, que no existe más que como un nombre genérico que reúne bajo la identificación de su proceso productivo a ciertas actividades humanas, constituye el asunto focal para el desarrollo y los objetivos del trabajo, por lo que habremos de hacer su desglose más allá del comentario general o descriptivo que hemos hecho hasta ahora con los anteriores ámbitos para lo estético. En esta sección habremos solamente de presentar sus generalidades. La consideración de las actividades y disciplinas del diseño como un ámbito para lo estético separado de las artes es relativamente novedosa y hay quien se resiste a aceptarlo, Rubert de Ventós sostiene el concepto de artes implicadas, desarrollando la idea de una nueva función del arte que *"se trata de un arte que no busca formas perfectas sino formas relevantes y articuladas; que trata de solucionar estéticamente las tensiones forma-contexto, forma-uso, forma-consumo tal como se plantean en los productos de una sociedad como la nuestra. Su tarea consiste en un análisis de los factores que determinan la forma y seguidamente, intentar reconciliarlos."* [83] En su escrito explica que son formas relevantes porque sostienen una relación semántica con los otros aspectos de la realidad, es decir, tienen

83 RUBERT DE VENTÓS, Xavier. *Teoría de la Sensibilidad*. Libro cuarto, Teoría y Realidad del Arte Nuevo. Ed. Península. 1969, Barcelona. Págs. 523-540.

un significado relativo a su uso y son articuladas porque su forma deviene de una conexión con aspectos de la técnica y la práctica.

Otros autores sostienen su pertenencia a otro ámbito estético, como le hemos llamado a los contextos de realidad y manifestación donde sucede el actos estético. A nuestro parecer, los procesos de diseño tienen tantas diferencias de todo tipo con las artes, que buscar su inclusión a fuerza de considerarlos nuevas formas del arte rápidamente se hace insostenible, pues la valoración estética de los productos de diseño es, como lo hace notar el mismo Rubert de Ventós, fundamental y radicalmente distinta.

Los aspectos más notables es el que el mismo autor menciona algunas características de estas disciplinas que las distinguen de las artes: Las técnicas, pues requieren de implicar a asesores, expertos y tecnólogos en el proceso creativo, son pues, fruto del Trabajo en Equipo. Su valor fundamental es que son una Mercancía. Suponen la repetición y la Iteratividad. No son Reticentes, es decir, no sugieren sino que muestran. Se perciben sin Conciencia de Ficción, a diferencia de las obras artísticas donde su contemplación requiere de un traslado a otro estado perceptivo, los objetos de diseño nos impactan en la cotidianeidad. Conforman el Medio y determinan el Comportamiento, los objetos que forman nuestro entorno nos indican como hemos de vivir al entrar en contacto con ellos. A éste listado elaborado por el mencionado autor catalán, añadiríamos todavía una diferencia más, la Previsibilidad. Diseñar es anticipar, saber que resultado vamos a obtener y para hacerlo contamos con bases científicas y la experiencia tecnológica que nos brindan la certeza necesaria, mientras que en las artes el resultado es una hallazgo y sorpresa para el autor mismo.

Fue en 1920 cuando el diseñador americano Joseph Sinel (1889-1975) acuñó el término Diseño Industrial para referirse al proceso que aplicando el dibujo, se realizaba con la intención de prefigurar y predeterminar las características configurativas de un producto que habría de producirse industrialmente. Pronto ese término pasó a ser el concepto que agrupa a una variedad de actividades, originalmente relacionadas con el dibujo pero también esta idea se abrió para incluir otras actividades, ahora identificadas con la acción de prefigurar.



JOSEPH SINEL
Báscula



TOMÁS DE AQUINO
"La intención de la belleza"

El maestro Juan Acha incluyó bajo el nombre global de *"los Diseños"* a un grupo de disciplinas que constituyen las también denominadas actividades proyectuales. El común denominador es que se trata de procesos que anticipan, proyectándose al futuro, una realidad a la que se dará cumplimiento con el estudio, la planeación, la validación y la construcción de bienes materiales concebidos como satisfactores de necesidades o deseos relacionados con la posesión de tal bien.

Otra de sus características primordiales es que se rigen por el cumplimiento a una función práctica. El tema de lo funcional, aparentemente poco relacionado con lo estético, nos remite a las ideas que sobre las artes tenían los filósofos de la antigüedad. La función práctica, en palabras de Aristóteles, era el motivo de ser de las cosas. Este filósofo siempre hizo hincapié en la manera en que la tragedia combinaba el placer del espectador con la enseñanza moral y su célebre comentario acerca de la piedad y el miedo como emociones que conducen a la catarsis parece significar no sólo purgación y purificación, sino sobre todo, una clarificación, un esclarecimiento del alma y una comprensión moral. Stephen Halliwell (1961-), profesor del idioma y la cultura griega, y especialista en la estética aristotélica, concluye que Aristóteles carecía de *"una doctrina acerca del placer estético autónomo"*. Uno de los seguidores aristotélicos, Tomás de Aquino (1225-1274), decía que si un artífice decidiera hacer más bello a un cuchillo construyendo su hoja con vidrio, el resultado no solamente sería una navaja inútil, sino además una obra malograda y por tanto en ninguna de sus dos intenciones, cuchillo y producto del arte, tendrá la posibilidad de llegar a ser considerado como un objeto bello.

Como si se hablara en los términos clásicos o medievales, cuando prevalecían las artesanías, la unidad forma-funcional de los objetos de diseño es su característica primordial, en este sentido su valor estético es comparable o similar al de las obras artesanales. Por otra parte, una condicionante definitiva para estos objetos se refiere a sus consideraciones de mercado, el objeto de diseño debe constituir una mercancía con cualidades para ser un negocio conveniente para quienes intervienen en su producción y consumo. Ahora que va ganando terreno la conciencia para generar una in-

dustria ecológicamente sustentable, hablamos de que los objetos deben ser también convenientes en cuanto su asimilación a las condiciones de los ciclos vitales en los ecosistemas del planeta tierra.



EL OBJETO TRIDIMENSIONAL
Routemaster: Douglas Scott

La idea de los objetos de diseño como materia para el intercambio comercial y de que ésta sea la condición primigenia para su realización, hace que su concepción estética difiera radicalmente de la visión aristotélica, pues en su concepción filosófica, cualquier intención de lucro o beneficio con la obra realizada era razón para que se eliminara la posibilidad de valor estético de la obra o acción realizadas. Pero en los diseños no puede ser de otra manera, justamente, mucho de la calidad del acierto en el manejo de los aspectos configurativos y formales de un producto, aquellos que trasmiten su valor estético, se estima en la cantidad de copias que pueden venderse de tal producto. El diseñador Raymond Loewy (1893-1986) solía aseverar decir que *"entre dos objetos que hacen los mismo, siempre se venderá mejor el más bello"* es decir, los objetos de diseño expresan la belleza como un satisfactor al gusto del cliente, no como una categoría de ideal estético.

El diseño es la aplicación de los planteamientos del movimiento moderno: crear desde dentro de la sociedad industrializada y fabricar según sus potencias y requerimientos, no en contra de ellos. Idear formas originales aprovechando las tecnologías más adelantadas para integrar belleza, técnica, funcionalidad y economía. El diseño no es arte, es proyecto de bienes de uso. Mientras el artista es un productor de metáforas, el diseñador es un creador de medios de trabajo y objetos de uso humano para todas las áreas de la vida, incluyendo (pero no limitados a) la propia apariencia personal, la arquitectura y el propio entorno (muebles, etc.). El arte se especializó para calmar el hambre espiritual y la industria para aliviar el hambre material. El descubrimiento del diseño, un proceso para la generación de bienes que constituyen una parte fundamental de la cultura material de las sociedades actuales, ha sido el gran mérito histórico del movimiento moderno.

Los diseños, el conjunto de disciplinas que se aplican para desarrollar los procesos de diseño, integran a diversas disciplinas de las que haremos un planteamiento general para enfocarnos en las que nos preocupan especialmente. Una primera clasificación de los di-



DISEÑO BIDIMENSIONAL

seños es la diferenciación entre las disciplinas o actividades que producen objetos Bidimensionales y las que los hacen Tridimensionales. Esta diferencia rebasa lo meramente los aspectos meramente geométricos, pues los objetos bi o tridimensionales, además de manejar objetivos radicalmente distintos, requieren de procesos de diseño muy diferentes, sobre todo en los aspectos de la participación de expertos en el ámbito de la producción material y de asesores o ingenieros en lo relativo a la tecnología, mismos que participan activamente en el caso del diseño de objetos tridimensionales.

Las disciplinas que se integran al diseño de lo bidimensional se han establecido ya como profesiones o actividades reconocidas en la sociedad. El diseño gráfico es la disciplina encargada de la producción de medios para comunicar con los recursos de la imagen gráfica, independientemente del medio o soporte que se utilice, como puede ser un cartel, la página de una publicación, la información publicitaria en mobiliario urbano o vehículos, emblemas, logotipos, folletos y demás recursos comunicativos. Su aplicación es eminentemente publicitaria y de propaganda para la atracción del público. Otro es el diseño editorial, producción de libros y publicaciones impresas, periódicos, revistas y ahora discos compactos con imágenes gráficas. Se considera una rama muy especializada, por los procesos de industrialización y cumplimiento a programas preestablecidos, del diseño gráfico, pero se menciona aparte porque en sí mismo, este quehacer del diseño demanda tal necesidad de conocimientos especializados que ya configura una disciplina en sí mismo.

Se reconoce en este campo al diseño textil, especialidad que tiene su aplicación al desarrollo de las cualidades gráficas y de textura de los lienzos de tela para la confección de cortinajes, tapicerías, ropa y accesorios del vestido.

También se puede considerar diseño bidimensional al proceso que se utiliza para desarrollar las interfaces gráficas de los medios electrónicos, tanto a nivel de hojas web como de los programas o paqueterías de computación mismos.

El maestro Juan Acha identifica como diseño bidimensional a lo que denomina diseño icónico-verbal, que conocemos como el recurso del cómic y que es la relación de historias manejando una serie de imágenes en las que cada una representa momentos secuenciados y que se acompañan por textos muy esquematizados que corresponden a explicaciones y diálogos con lo dicho por los personajes.

Los grafismos industriales, marcas y motivos decorativos en vajillas, baldosas, tabiques y otros componentes prefabricados para la construcción. Como podemos ver, el diseño bidimensional tiene principalmente la función de comunicar por medio de lenguajes, sea con el recurso de lo escrito-alfabético o de imágenes y también la decoración como sentido de embellecimiento o identificador de un producto con valores culturales de gusto y deseo de adquisición por parte de un receptor.

Para el diseño de los objetos tridimensionales, materia central de este trabajo, haremos el análisis dedicando un capítulo para cada una de sus disciplinas, a fin de tener un panorama con mayor profundidad e ir más allá de la mención y los meros planteamientos básicos, como se ha hecho hasta ahora con el diseño de lo bidimensional.

DISCIPLINAS DEL DISEÑO

DISCIPLINAS DEL DISEÑO 2.1
DISEÑO DE PAISAJE 2.2
DISEÑO URBANO 2.3
DISEÑO MUSEOGRÁFICO 2.4
DISEÑO ESCENOGRÁFICO Y DE PRODUCCIÓN 2.5
DISEÑO ARQUITECTÓNICO 2.6
DISEÑO ARTESANAL 2.7
DISEÑO INDUSTRIAL 2.8
DISEÑO DE MODA-IMAGEN 2.9

2.1 DISCIPLINAS DEL DISEÑO



DISEÑADORA TRABAJANDO

Entendiendo que con el término "Diseño" nos habremos de referir, de aquí en adelante, a las disciplinas y los procesos que se aplican en la prefiguración de objetos tridimensionales, trataremos de identificar los conceptos relativos al proceso de diseño como un campo de la actividad humana.

El término diseño tiene cada día nuevas acepciones y significados. Fernando Martín Juez (1949-) escribe: *"Diseño es un nombre genérico y se usa de manera ambigua. Igual lo utilizamos para referirnos al conjunto de objetos que caracterizan un modo peculiar de resolver formal o técnicamente un producto, que cuando decimos que un objeto tiene diseño, haciendo alusión a la decoración usada en el maquillaje de algunos artículos comerciales; o cuando se habla de los productos y servicios que ostentan mejoras sobre un antecedente o dan solución relevante a cierto problema hasta entonces no resuelto. También se utiliza para designar el ejercicio profesional ... ‹entre las› especialidades que tienen en común el uso de un método de trabajo."* [83]

Para Danielle Quarante (1938-), el diseño *"contiene una doble noción, al tiempo de lo que puede proyectarse, programarse o separarse por anticipado, por un lado, y lo que puede hallar una forma concreta como puede ser el dibujo, un modelo o un plano".*

Con base a lo anterior y para el desarrollo de éste trabajo, podemos considerar que el término diseño es un verbo: el acto de diseñar, y también un sustantivo: un diseño. En el segundo caso, como sustantivo, el término diseño es relativamente claro, puesto que con cierta medida *"corresponde a un objeto material y tangible, yo puedo tener el diseño para un bordado, aunque en realidad lo que tengo es un trazo de papel, pero es una acepción de la palabra que para todos resulta de más fácil acceso que cuando se emplea como verbo"*.[84]

83 MARTÍN, Fernando. *Hacia una Antropología del Diseño.* Ed. Gedisa, Barcelona, 2002

84 QUARANTE, Danielle. *Diseño industrial 1.* Ed. CEAC, S.A. 1992.



DANIELLE QUARANTE
"El diseño contiene una doble noción, la configuración del objeto y el acto de lograrla"

Este verbo, el acto de diseñar, tiene ahora y en nuestra sociedad por lo menos cuatro aplicaciones concretas, según lo menciona Richard Buchanan (1948-) y se refiere *"al diseño para la comunicación, al diseño para los objetos, al diseño de logística para los servicios organizados y al diseño para los sistemas complejos o ambientes".* [85]

En las épocas anteriores a la revolución industrial y al apogeo del pensamiento científico, las habilidades de creación que se aplicaban para la generación de los objetos, como un violín por ejemplo, se consideraban una mezcla de cuestiones como el talento innato y los conocimientos de ciertos secretos descubiertos o heredados, pero de ninguna manera disponibles para cualquier persona que deseara fabricar esos instrumentos si no pertenecía a las familias o aprendices de quienes los habían desarrollado.

Con el advenimiento del pensamiento científico, el saber se encuentra disponible para quien lo quiera obtener y por supuesto, dedique el tiempo necesario para aprender, pues sabemos que las universidades están abiertas. Sin embargo, aunque los conocimientos necesarios para transformar la materia y producir objetos se basan en la ciencia, las tecnologías necesarias para hacer las cosas siguen perteneciendo al ámbito de lo secreto, fórmulas y procedimientos de fabricación son propiedad de las empresas o de las familias.

El desarrollo de nuevas tecnologías o procedimientos para la fabricación industrial es un proceso cada vez más acelerado. La planeación necesaria para definir la configuración y características de los objetos que se producirán, se debe realizar en menos tiempo y con la mayor anticipación posible. Diseñar es una labor donde intervienen cada vez mayor número de expertos en las ciencias y conocimientos más dispares.

Podemos considerar que el "diseño" es una disciplina de tipo proyectual, que requiere de una base científica y de la participación de diversos expertos, puesto que lo que la caracteriza es la aplicación de un proceso creativo que hasta la fecha se considera dependiente del talento individual a gran medida, y de la prefiguración de estruc-

85 BUCHANAN, Richard. *Wicked Problems in Design Thinking*. Design Issues 8 No. 2, 1992.

turas, comportamientos o sucesos para poder actuar con el mayor margen de certeza al momento de proponer lo que es nuevo en razón de que anteriormente no había sido propuesto de igual manera.

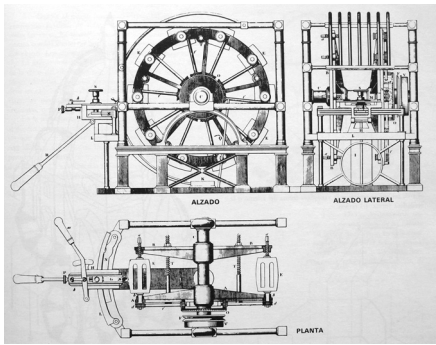


DISEÑO TRAZO URBANO

Entonces, el concepto “certeza” señala la diferencia entre la generación de nuevos objetos a la manera preindustrial, más relacionada con el término “invención” y la manera de la sociedad industrial, que corresponde al proceso de diseño. El diseño como procedimiento y acto, ahora plantea la seguridad en los resultados, se aplica un proceso intuitivo en lo relativo al proceso creativo, pero el sustento y validación del proyecto se hace con base en una ingeniería y una logística que habrán de garantizar los resultados.

El “diseño” se complica también, o se hace más difuso, en cuanto tiene algunas vertientes que en el lenguaje de la disciplina conocemos coloquialmente como apellidos del diseño, entre los que podemos contar ciertas actividades que en sí mismas constituyen otras tantas disciplinas que se distinguen con bastante claridad entre sí. Lo que las hace diferentes es, por supuesto, el tipo de objetos que producen, pero a nivel teórico podemos establecer que la diferencia estriba en los Factores Condicionantes que actúan en el proceso de síntesis configurativa para generar los objetos que se diseñan en cada una, lo que a su vez implica diferencias en los objetivos, métodos de trabajo y postulados teóricos.

Lo que las une o identifica es el proceso creativo de sensibilización ante una necesidad, su interpretación y al generación de una propuesta configurativa que se valida con aplicación de conocimientos científicos y experimentales. Otro aspecto que los identifica es la necesidad de planeación total, pues resultados o productos sólo podrán realizarse con grandes inversiones, lo que amerita una cuidadosa serie de evaluaciones, un análisis de los aspectos financieros y económicos, una planeación con el mayor detalle posible y el trabajo en equipo. No hay diseño si no hay trabajo multi e interdisciplinario, si no participan expertos de otras disciplinas y si no se van comprobando las propuestas configurativas. Por tanto, es muy difícil creer que en el ámbito arquitectónico, en la escenografía, el



DISEÑO INGENIERÍA

diseño automotriz o en cualquier otra variante, puede existir un diseño de autor, en la vida profesional sabemos que eso no es más que una reminiscencia de las artes renacentistas y que se preconiza más por motivos publicitarios o mercadotéctnicos que por su realidad.

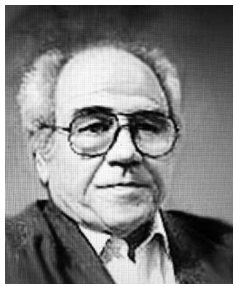
Entre las disciplinas que se integran al concepto de diseño de objetos tridimensionales, tenemos al diseño artesanal, el diseño arquitectónico y de interiores; el producto industrial, el envase, el de modas y de vestuario; diseño para producción cinematográfica y escenográfico, diseño urbano y del paisaje; diseño museográfico y de exposiciones. Además, continuamente aparecen nuevas aplicaciones o disciplinas, que aplican el proceso de diseño para prefigurar de manera creativa los objetos que requieren las condiciones de la vida moderna.

Al mencionar a las disciplinas de diseño no tomaremos en cuenta a algunas, como el diseño estructural y mecánico, que aunque constituyen totalmente procesos de diseño de objetos tridimensionales, carecen del impacto estético como factor condicionante, lo que les hace pertenecer a las disciplinas de la ingeniería y donde el diseño es aplicación del proceso configurativo y hasta creativo, pero ajeno al sentido que adquiere en las disciplinas proyectuales.

Aún así, todavía debemos hacer una distinción más para centrarnos en nuestro campo de interés. En los procesos de diseño de objetos tridimensionales aparecen dos rubros que tienen importancia para la consideración del fenómeno estético en las disciplinas del diseño. Nos referimos al sentido de utilidad práctica con que se realiza el acto contemplativo en cada una estas disciplinas. Tenemos dos vertientes o como lo dijimos antes, rubros.

El objeto que resulta de los procesos de diseño comunica diferentes valores estéticos. Podemos señalar que existen dos vertientes en cuanto al tipo de relación empática que se establece entre los objetos de diseño y quien los percibe o disfruta. La primera vertiente se caracteriza fundamentalmente porque los objetos que produce son exclusivamente contemplables, por lo que no pasan a ser propiedad de quien los contempla. Se trata de objetos de diseño dado que su producción deriva del proceso de prefiguración, planeación y sínte-

sis configurativa, tienen un sentido funcional y cumplen un cometido específico, pero el espectador no posee ni manipula al objeto, lo incorpora a su vivencia en la contemplación y así genera el impacto estético, estableciendo una relación empática similar a la del espectador con las obras de arte, cuya propiedad material no implica más que su custodia. La obra de arte es inapropiable, pues como ha descrito Theodore Lipps (1851-1914), *"su esencia pertenece a todos los que puedan establecer una relación empática con ella" y señala que "la obra de arte no es el objeto por el que se hace tangible".* [85]



BAUDRILLARD:
"El objeto... mediador entre el individuo y la sociedad"

De acuerdo a estos principios, vemos que la obras de diseño en las disciplinas de Diseño de Paisaje, Diseño Urbano, Museografía y Escenografía comparten este sentido de contemplación sin apropiamiento con el Arte. Todas estas disciplinas producen objetos tridimensionales y desde luego, serán propiedad de alguien, una persona, una institución o una autoridad, pero es una propiedad que se realiza en el objeto específico y sobre su calidad de bien raíz, pero no en el objeto estético que es el que permite el disfrute y la contemplación desinteresada. Un jardín, por ejemplo, es propiedad del dueño de la casa donde se asienta, pero ser el dueño no incrementa su disfrute estético, que lo viven por igual todos los que lo0 contemplan y pasean, ser el propietario cuando mucho brinda la oportunidad de vivirlo cuando se desee. El jardín de un parque público, que efectivamente tiene un fin en sí mismo, es un bien que pertenece a todos quienes lo disfrutan.

Las relaciones de pertenencia marcan distinciones para el valor estético de los objetos de diseño, pues como lo ha dicho Jaques Baudrillard (1929) *"el objeto es un sistema de posesión, de dominio provisional local del hombre sobre el mundo próximo, lo que le lleva a la acumulación como el medio para ensanchar su espacio vital. En el acto de posesión, el objeto se ha convertido en un mediador entre el individuo y la sociedad".* [86]

Por el otro lado y en la otra vertiente, tenemos aquellas disciplinas cuyos productos tienen una función específica y donde el espectador es también usuario directo del objeto. El usuario además es propietario del objeto, no solamente en cuanto a que lo ha adquirido como acto de comercio, sino que la adquisición se ha realizado debido a un valor de identificación estética entre el objeto y el hombre. Pues-

85 LIPPS, Theodore, *Los Fundamentos de la Estética*, Madrid. 1923 . Pág. 34.

86 Baudrillard Jacques, *El sistema de los objetos*. Ed. Gallimard, París, 1968. Pág. 61



EL OBJETO ÚTIL

to que los objetos son un sistema de posesión, entendemos que su valor estriba en su capacidad para ser propiedad del ser humano. La posesión es una característica del objeto como unidad, como forma perceptible en lo externo y como mediador, para su propietario, entre situaciones y actos, es decir, entre necesidades y su satisfacción.

El valor del objeto como propiedad se refiere a las relaciones que se establecen entre el poseedor y el objeto, relaciones que rebasan la idea de pertenencia material y que se ubican en los plano de lo emocional. Nuestros objetos son aquellos que reúnen ciertas cualidades que percibimos como una identificación con aspectos de nuestra propia personalidad. Nuestros objetos, aunque pudieran ser cosas sin valor socioeconómico, como una piedra encontrada en una playa y levantada como recuerdo, son parte de nosotros mismos. Es una relación de propiedad que implica cierto tipo de compromiso para el poseedor, pues solo son nuestros los objetos, mientras que las cosas son las entidades materiales que nos rodean pero son ajenas.

Si poseemos un objeto complejo, como una casa, automáticamente seremos también dueños de sus partes, pero este tipo de propiedad no nos establece un compromiso porque la manija de la ventana es de y para la casa. Es útil para la casa y la casa nos es útil a nosotros. Si la manija se daña, viene otra igual como refacción y la casa seguirá funcionando en todos sus sentidos. La casa es nuestra porque nos funciona, su capacidad para funcionar, y para que la utilicemos, es lo que la hace nuestra.

Los objetos que nos pertenecen son los que tienen para nosotros una utilidad específica, una función determinada que realizamos con ellos y que los identifica. De otra manera, para nosotros serían simplemente cosas, como lo son los autos ajenos que se cruzan en nuestro camino cotidianamente y a los que no les prestamos mayor atención que la de cuidarnos de su paso.

Los objetos nuestros, los que son de nuestra propiedad, han llegado hasta nosotros por motivos de índole emocional. Si los adquirimos o compramos, fueron seleccionados entre otros similares, lo cual señala una preferencia o identificación a niveles superiores a la mera necesidad material de tenerlos. Nos sirve para lo mismo una

camisa que otra, pero la que tiene el corte que mejor se ajusta a nuestra talla, realizada con la tela que nos parece adecuada y con dibujos o colores que nos gustan, se convierte en “nuestra” camisa.

Son muchas y difíciles de establecer, las motivaciones que llevan a la relación afectiva entre el hombre y el objeto, desde luego, se basa en la consideración del objeto como un símbolo. Como dice Abraham Moles, *“La adquisición de un objeto es la catarsis del deseo, el paso del objeto desde el universo colectivo a la esfera de lo personal. La elección tiene una gran carga emocional, es un punto sin retorno y por tanto, la renuncia a otras alternativas o posibilidades... Al objeto se le puede amar.”* [87]

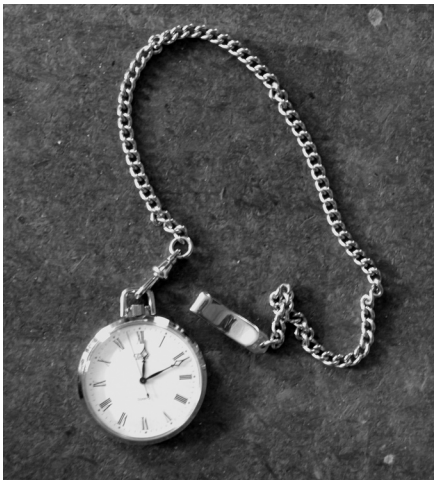
La posesión constituye un significado que algo dice del poseedor. El propietario manifiesta sus esencias en el acto de elección. La fuerza que puede representar este aspecto, suele llevarse con frecuencia hasta niveles enajenantes para la manipulación social por medio de las campañas publicitarias que atacan al ser humano, que es visto exclusivamente como un seguidor o un consumidor, al que se le puede y debe provocar la compulsión por la compra de determinado producto o servicio.

Los objetos de diseño no escapan a estos esquemas, un mecanismo conocido para lograr la identificación entre usuario y producto se basa en el fenómeno de la “novedad”. Un objeto nuevo provoca emociones que parten de una supuesta participación en la aventura del descubrimiento o porque nos invita al cambio o hasta la ruptura cultural. La novedad es un valor superior que lo hace merecedor de nuestros deseos de adquisición por encima de sus similares anteriores.

Por el contrario, muchos de nuestros objetos llegan a serlo por una identificación espontánea y verdadera, son cosas únicas que valoramos en su forma pura, como puede ser un caracol que encontramos y que recogemos solamente porque sí. Lo conservamos y pasa a ser un adorno o recuerdo, pero ante todo, “es nuestro”.

Revisando los conceptos que alrededor de la posesión de los objetos han elaborado tanto Moles como Baudrillard, tenemos que las razones por las que los objetos se consideran importantes para el hombre y las que se aplican para que lleguen a ser de su pro-

87 MOLES, Abraham A. *Teoría de los objetos*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona. Pág. 96.



LA CARGA EMOCIONAL DEL OBJETO

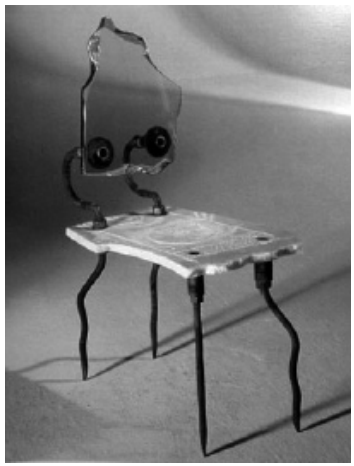
piedad, son tantas como imaginarlas se quiera. Pero tienen en común que cada dueño ha establecido una relación a nivel anímico que les confiere a todos sus objetos, aunque en diferentes grados, un valor que le afecta emocionalmente. Es decir, los objetos tienen o adquieren cualidades con las que rebasan su valor de mera aplicación práctica y logran un valor subjetivo que sobrepasa los niveles de lo lógico y lo ético, para alcanzar el nivel de lo estético.

De igual manera, sabemos que el objeto también puede perder sus valores cuando llega el momento en que su posesión ya nos es indiferente. Una máquina que en su momento era muy productiva y que llega a ser obsoleta, pierde nuestro interés; como máquina probablemente no dejó de tener sus cualidades originales, pero ya no nos sirve igual porque ya hay otra que lo hace mejor. Aquí lo que nos motivaba a poseerla era su capacidad para ser la más productiva, al perder esa cualidad nuestra motivación se dirige hacia otra nueva máquina. Cuando se transforma nuestra percepción de las cualidades de un objeto y pierden su valoración original pueden alcanzar una de otro tipo. Si esa máquina no deja de ser nuestra y la conservamos, como de hecho se conservan tantas máquinas de modelos antiguos, es porque han adquirido un nuevo valor estético, ahora ya radicado en su carácter de objeto bello o significativo como documento histórico, pero dejó de ser nuestra máquina de producción para ser, quizás, ornamento en un lugar o pieza de colección o símbolo de un suceso o un afecto y se conserva “como recuerdo”.

Otra manera de pérdida de valor estético en un objeto, y que usualmente es la más directa, sucede cuando por el paso del tiempo se “desgasta” la belleza que ese objeto llegó a tener en su momento y ahora nada de él nos motiva o hasta lo llegamos a considerar francamente ridículo. El objeto se ha consumido, ya sea porque cambiaron las costumbres de uso, la moda o porque la necesidad que cubría ya no existe, como es el caso de las máquinas de escribir.

Vemos pues, que los objetos no solamente son útiles para algo, sino que establecen una serie de relaciones que gracias a sus funciones, cubren una gama muy amplia de necesidades. Los objetos constituyen un testimonio de la vida del hombre y son medios para reflejar valores de

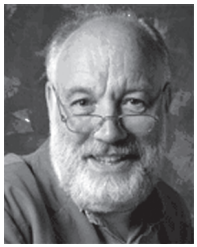
lo humano. Cuando entramos en contacto con los objetos, les conferimos cualidades de personalidad y de tipo simbólico. Los incorporamos a nuestra vida, los consideramos nuestros y además les asignamos un ciclo de vida: los hacemos, los utilizamos, los mejoramos y terminan por consumirse. Es decir, nacen, crecen, se reproducen y mueren.



INUTILIDAD DEL OBJETO

A propósito y aunque sea un poco salir del tema central, vale la pena comentar esta idea de que los objetos se reproducen. Nuestra civilización ha llegado a ser tan absolutamente dependiente de los objetos que en cierta forma son los objetos mismos los que motivan la aparición de sus propias nuevas generaciones. Esto se inició por la década de los treintas con los automóviles, que cada determinado tiempo presentaban novedades, avances y mejoras. Ahora este fenómeno es dramático en los aparatos electrónicos, sobre todos los relacionados con la informática y las comunicaciones. Cada nuevo producto en el mercado es motivo para que al poco tiempo tengamos una siguiente generación. El fenómeno, desde luego, es humano y no podemos atribuirlo a los objetos en el sentido estricto, pero esta forma de reproducción de los objetos, en la dinámica de nuestra sociedad, hace sentir la existencia de un mecanismo de reproducción en la vida de los objetos.

Volviendo al las disciplinas del diseño, sabemos que los objetos no son meros instrumentos con utilidad práctica y que para sus propietarios adquieren una categoría superior, pues se comprenden como un satisfactores de las necesidades y las aspiraciones humanas. Esta ha sido desde siempre uno de los conceptos que constituyen una de las premisas particulares y distintivas de los diseños, aunque algunos autores de otras áreas, como la psicología y la sociología, han tratado de explicar nuestra relación con los objetos proponiendo otros términos que, según su punto de vista, señalan más acertadamente los vínculos del hombre con el entorno que genera el complejo mundo de lo cultural, de manera que han tratado de identificar a las necesidades exclusivamente con los aspectos más primarios, aquellas situaciones donde la necesidad es una cuestión cuyo incumplimiento llevaría a la pérdida de la vida, así solamente consideran necesidades a aquellas motivaciones de tipo vital o fisiológico, como la alimentación o el sueño y otras de tipo psicológico como la autoafirmación o la identidad personal.



LÖBACH:
"La motivación primaria del hombre"

Sin embargo, en la búsqueda de nuestro lenguaje y como participantes en el proceso generador de objetos, considerar a los objetos como satisfactores de ciertos niveles de necesidad humana indica una visión específica respecto a la materia y razón del diseño. Para Bernd Löbach (1941-), diseñador alemán y autor de textos sobre teoría y práctica del diseño, *"La satisfacción de las necesidades puede considerarse como la motivación primaria del hombre... y muchas de esas necesidades se satisfacen con el uso de objetos. Si no tuvieran la capacidad de ser satisfactores y esas cualidades que nos invitan a buscar su propiedad, los llamaríamos simplemente objetos útiles, como sucede con otros tantos que existen".*[88]

Entonces, tenemos que nuestro campo de interés habrá de centrarse en las disciplinas que constituyen formas de cultura para los procesos diseño de objetos tridimensionales, mismos que serán capaces de establecer la relación estética con el ser humano a partir de conceptos de propiedad y satisfacción a necesidades tanto en el plano meramente físico, su aptitud para cumplir un cometido de función, como al satisfacer necesidades de tipo anímico o emotivo.

Hemos podido definir y delimitar las particularidades y características de diferenciación para constituir un conjunto de ocho maneras diferentes de cultivar el proceso de diseño, con lo que estructuramos otras tantas disciplinas que se ocupan del diseño de objetos tridimensionales. Para su fundamentar su comprensión teórica todavía las agruparemos de dos vertientes: Primeramente la de los objetos que se contemplan y no son apropiables, Diseño de Paisaje, Diseño Urbano, Museografía y Escenografía. Después revisaremos la vertiente de los objetos que pasan a ser propiedad de quienes los disfrutan, Diseño Artesanal, Diseño Arquitectónico, Diseño Industrial y Diseño de Moda-imagen.

Otra manera de hacer esta distinción es en base a su calidad como bienes económicos, las cuatro primeras no constituyen una categoría económica particular, si es un conjunto urbano o una plaza en el paisaje urbano no tendrán valor como objetos, sino en todo caso como bienes raíces en la especulación inmobiliaria y sin que para ello sea necesaria la consideración de que adquiere un valor específico por ser resultado de un trabajo de diseño. Si es una escenografía o trabajo

88 LÖBACH, Bernd. *Diseño Industrial,* Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1981 Pág.26.

museográfico se considerarán por su valor de uso, pero en sí mismas no tienen valor económico real. Por el contrario, los objetos de diseño que generan las otras cuatro categorías pertenecen a la clasificación de bienes de consumo o de uso duradero, los casos más difíciles, en este esquema, serán los bienes de diseño arquitectónico, que pueden erigirse sobre un terreno con valor especulativo, pero la obra de construcción constituye en sí misma también un valor como objeto de cambio y consumo. Finalmente y dentro de este orden de ideas, tenemos que los objetos de moda imagen dificultan su valor económico, pues puede ser muy alto en el momento de compra, desproporcionado a su valor de uso o de cambio y al poco tiempo perderlo totalmente.



INMUEBLE PARA USO TEATRAL

En los siguientes apartados trataremos de esbozar los principios que identifican los campos de acción para cada una de las disciplinas del diseño mencionadas, tratando de establecer las características de sus respectivos procesos de síntesis configurativa y determinando los factores que los condicionan. Además de buscar la materia que las define o lo que en realidad hace la diferencia entre ellas, trataremos también de encontrar los aspectos que les son comunes, para considerarlas como disciplinas que pueden clasificarse en una misma taxonomía y conformar una categoría específica.

Antes de iniciar este análisis, es necesario hacer una aclaración referente al caso de la Arquitectura, pues ésta actividad se ha considerado tradicionalmente como manifestación artística al tiempo que se incluye en los listados de las disciplinas proyectuales, es decir, se considera también una de las disciplinas del diseño. En nuestro concepto y en la línea de pensamiento que hemos tratado de seguir y sostener, tenemos la distinción histórica que ha sugerido el ya mencionado maestro Juan Acha, que nos habla de tres estados históricos en la producción de objetos estéticos, las artesanías, las artes y los diseños, que corresponden no solamente a tres momentos históricos y de la evolución técnica, sino a conceptos y metodologías distintas. Los orígenes de la obra de arte, la necesidad de expresión individual, no podrán ser origen para el desarrollo de proyectos de diseño, que obedecen a motivaciones de tipo práctico.



ZIMMERMAN:
"El artista trabaja desde un vacío temático"



PAPANEK:
"El diseño debe estar comprometido con la ecología"

Esta indefinición se debe a una percepción demasiado limitante y que viene de la vieja discusión, que además es recurrente, sobre si el diseño es arte. Pero *"el arte es arte y el diseño es diseño"*, ya lo ha dicho Yves Zimmermann (1937-), quien sostiene: *"El artista trabaja desde un vacío temático y se pone en disposición para realizar su obra sin tener presente cómo o cuál será el resultado, ... una obra de arte así no se utiliza como un objeto ordinario, está destinado a la contemplación o audición".*[89]

Mientras que la esencia del diseño, su condición sine qua non, es precisamente que obedece a una voluntad expresa y dirigida hacia un objetivo predeterminado. Victor Papanek (1925-1998) determinó esta causal al expresar *"la planificación y estructuración de cualquier acto dirigido a un fin deseado y previsible constituye un proceso de diseño"*[90]

Arte y diseño son dos procesos distintos, si se confunden no es por sus resultados aparentemente similares, sino porque han tenido un momento común en la historia de su evolución. Desde siempre la obra arquitectónica ha sido una expresión social, esta realidad distingue a esta forma de arte de las demás. Sin embargo, debemos fijarnos en que es la construcción del edificio lo que requiere del esfuerzo social, no su planteamiento arquitectónico, que es responsabilidad del arquitecto como autor. Estas dos condiciones obvias señalan una sutil diferencia, lo arquitectónico del edificio es el arte y su construcción la obra que requiere del esfuerzo social, de organización a partir de presupuestos y programas de trabajo, es decir, la construcción de un edificio siempre ha requerido de la planeación, es decir, de un proceso de diseño. Probablemente no se la llamara así en la antigüedad, pero en esa planeación, considerar previamente cada acción para levantar el edificio y la especificación anticipada de cada componente, encontramos uno de los orígenes del proceso de diseño.

Así, podemos concluir que la Arquitectura es el arte que implica un proceso de diseño, lo contiene, es el arte con diseño. Mientras que el diseño, como un conjunto de disciplinas, es un proceso de producción estética diferente. Ambos tienen el objetivo de modificar el entorno humano con la producción de objetos, pero mientras los diseños proponen configuraciones, la arquitectura, una de las bellas artes, crea formas.

89 Calvera, Ana. (Ed.) *Diseño ¿? Arte*. Recopilación de textos de varios autores. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2003.

90 PAPANEK, Victor. *Design for the real world*. Ed. Thames and Hudson. Londres, 1970.

No por esto estamos queriendo decir que cualquier edificación sería obra de arquitectura o que pudiera ser considerada patrimonio artístico. Debemos distinguir con claridad que existen la Arquitectura y el Diseño arquitectónico, la primera produce obras excepcionales, hitos que son testimonio cultural de la historia humana y sus sociedades, el diseño arquitectónico satisface nuestras necesidades de habitabilidad y nos proporciona las edificaciones de la vida cotidiana.

2.2 DISEÑO DE PAISAJE



PATIO MEXICANO

El Paisajismo o Diseño del Paisaje es, de acuerdo a la definición aprobada por el Consejo Mundial de la Federación Internacional de Arquitectos Paisajistas (Banff, Canadá, 2003), *"La disciplina proyectual que lleva a cabo el diseño, la investigación y asesoramiento profesional para la planeación, cuidado del entorno dentro y más allá del entorno construido, conservación y sustentabilidad para el desarrollo del espacio natural".*

Los objetivos o preocupaciones para esta disciplina son, como lo han escrito los congresistas mencionados: *"Desarrollar o mejorar teorías, políticas y métodos para el diseño, gestión y planeamiento paisajístico, a escala local, regional, nacional y multinacional, así como desarrollar nuevas o mejores teorías para parques nacionales y otras áreas de conservación y recreación. Planificar, diseñar, manejar, dar mantenimiento y seguimiento de desarrollos tanto funcionales como estéticos del entorno construido en áreas urbanas, suburbanas y rurales, incluyendo espacios abiertos privados públicos, parques, jardines, paisajes viales, plazas, desarrollos de viviendas, cementerios, monumentos, complejos turísticos, comerciales, industriales y educacionales, campos deportivos, zoológicos, jardines botánicos, áreas de recreación y granjas. Contribuir a la planificación, diseño estético y funcional, localización, administración y mantenimiento de infraestructuras tales como carreteras, represas, proyectos energéticos y otros de gran envergadura. Emprender evaluaciones paisajísticas, incluyendo la evaluación del impacto ambiental y visual con miras a establecer políticas de desarrollo o el desarrollo mismo de los proyectos. La inspección de sitios, analizando factores tales como clima, suelo, flora, fauna, aguas superficiales y subterráneas y drenajes, asesorando sobre los métodos de trabajo y secuencias de operación para proyectos relacionados con el paisaje y el entorno construido".*

El paisajismo es ,entre las disciplinas del diseño, la que más recientemente ha venido estructurado sus bases académicas, por lo que aún no cuenta con textos suficientes. Incluso, su denominación to-

davía no es muy clara y definitiva, se habla de Paisajismo, Arquitectura o Diseño del Paisaje, Landscape Architecture y Gartenkunst, denominaciones que no alcanzan a determinar su sentido y alcances.

Probablemente esta situación se deba a la confusión que puede suceder en la apreciación estética entre dos ámbitos muy diferentes: el de los objetos de la naturaleza, al que pertenece el paisaje originalmente y el del producto de diseño de espacios y objetos, para el cual la vegetación y los accidentes naturales son los instrumentos y material de trabajo.

Incluso los filósofos que han tratado el tema han aportado muy poco, Schopenhauer mencionó al *"arte del juego de aguas"*, con lo que se refería a la construcción de fuentes y al trabajo con las corrientes y cascadas, pero que es solamente uno de los elementos en la arquitectura paisajista. El mismo filósofo, con una evidente falta de comprensión al diseño en el paisaje y atendiendo exclusivamente a su material de trabajo, escribió *"Para apreciar las bellezas del mundo de las plantas no es menester que el arte nos las presente, se ofrecen a nosotros por sí mismas, pero considerado desde el punto de vista de la reproducción artística, el mundo vegetal entra en la esfera de la pintura del paisaje".*



PAISAJE JAPONÉS

Algunas de estas consideraciones se sustentan en que la materia de trabajo del paisajismo depende de las leyes naturales y no tanto por la voluntad del hombre. El arte del paisaje es una labor de tipo compositivo, donde la creación se hace, efectivamente, aplicando materiales de la naturaleza, pero donde los resultados difieren innegablemente en cuanto al impacto estético, cuando es fruto del trabajo disciplinario y por una persona con formación y talento a cuando lo realiza un improvisado.

Es una disciplina del diseño de objetos tridimensionales que no puede adquirirse como objeto, de hecho no hay un objeto concreto, es un arreglo compositivo que siempre pertenece a lo abstracto, por lo que permite vislumbrar un fenómeno artístico aún desconocido, que, evidentemente, tendrá que atenerse a un fin utilitario. Su resultado son los jardines, huertos, parques, plantaciones, calles con camellones, plazas de acceso y demás edificaciones donde ni siquiera la característica del cielo abierto y la proliferación vegetal son condiciones, pues un vestíbulo o los accesos a los espacios arquitectónicos pueden ser objetivos y oportunidades para el ejercicio de ésta labor.



INTERIOR-EXTERIOR
Jardín japonés

Los jardines japoneses, los receptáculos con paisajes en miniatura Hako-Niwa y Bonseki, son muestras de un paisajismo que no expresa sus intenciones utilitarias, así que la obligación de un factor condicionante funcional no es condición para definir esta actividad.

Actualmente, esta disciplina se reconoce de muchas maneras, pero como sucede en todas las disciplinas proyectuales, ninguna definición abarca completamente sus posibilidades y métodos, de modo que si nos referimos a alguna será por el motivo de exponer un referente para sus objetivos y prioridades. Tenemos en este caso la explicación que nos dice que: *"La arquitectura de paisaje es una disciplina que conforma tres elementos, la arquitectura, la ciudad y el medio ambiente. Se podría considerar una prolongación de la arquitectura hacia sus alrededores e influye en el diseño de las formas arquitectónicas... es considerada una forma de arte creativo... para alcanzar un resultado puramente estético"* [91]

La contemplación del paisaje nos invita a buscar la armonía entre sus formas, líneas y colores, valores que se obtienen a partir de las confusas impresiones de la naturaleza. Tales visiones no son, sin embargo, un goce natural, sino una actividad espiritual que cristaliza a los objetos naturales en una manifestación de arte. Idéntica labor corresponde al pintor paisajista y al artista del paisaje, no hacer una mera reproducción de la naturaleza, por supuesto no se podría pensar en su mejoramiento ni hacer objetos más hermosos, sino la creación de una obra de arte que subyace en la naturaleza como la estatua en la piedra. Si observamos una escultura de piedra, notaremos que conserva una relación entre su forma y su materia, lo mismo sucede en el paisaje y con su materia más importante, pero en este caso no será inmutable, como la escultura, sino una obra viva porque las plantas viven, crecen y cambian con las estaciones del año.

Cada material reclama su técnica propia, pero ningún material del pintor influye en el resultado artístico del cuadro, pues el mérito artístico no obedece al uso de un material. Tal como lo menciona Oscar Prager (1888-1962), urbanista y paisajista chileno, en un texto publicado en los Anales de la Universidad de Chile en 1953, *"Si un escultor deseara atenerse a la misma dependencia que hay en el arte del paisaje*

91 PLAZOLA C., Alfredo. *Enciclopedia de Arquitectura*, Vol. 8. Editorial Limusa, SA de CV .México, 200. Pág. 32.

entre la planta y la obra, debería esculpir en el bloque de mármol un peñasco, en otras palabras, estilizar la materia misma y no imponerle una forma ajena a su condición natural. El arte del paisaje ha de procurar tener siempre presente que el material puede moldearse, intensificarse, combinarse estéticamente, pero que nunca le deberá falsear su estructura propia, forzándolo para que se adapte a una interpretación ajena a su ser." Este conocimiento puede solamente conseguirlo una educación visual de muchos años dedicados a cultivar la disciplina. Sin embargo, para este arquitecto, el diseño del paisaje no se limitaba simplemente a lograr trabajos con calidad formal, proyectaba su importancia estética a mejorar la calidad de vida de la sociedad, al respecto escribió que *"mejorar la calidad del espacio público en todos los ámbitos, es esencial para la vida en democracia."* [92]



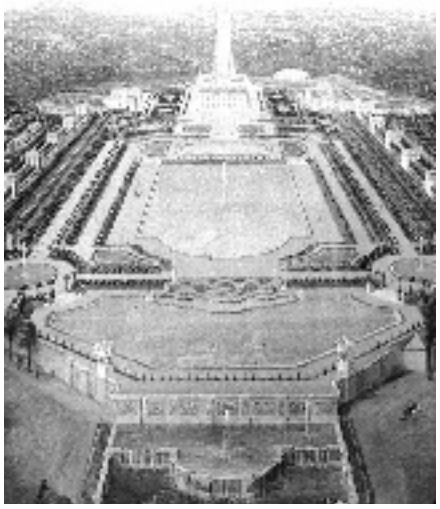
BILLINTON:
"...materiales tan importantes como los que elige un artista"

El paisajismo no ha estado exento de las tendencias de modas y estilos, en la Francia de los últimos reinados los arquitectos forzaban las plantas en los moldes propios de su arte, los árboles y arbustos ofrecían formas rígidas, contrarias a su carácter, tales como figuras de personas y animales, o bien asientos, arcos, pirámides, espirales o abstracciones matemáticas y de su crecimiento natural, como cubos, bolas y setos vivos. La misma incomprensión frente a las posibilidades inherentes de la materia se manifiesta en los llamados parterres y arriates con dibujos de ornamentos, donde se empleaba la planta en la calidad de tierra colorante o piedrecitas multicolores.

La tendencia actual es diferente, Jill Billinton, escultora que derivó sus conceptos artísticos al paisajismo y que ha escrito sobre el temas, nos dice que *"Los diseños de los jardines modernos pueden atribuirse directamente a la inspiración que fluye de aplicar los materiales, tanto los antiguos como los nuevos. Con frecuencia estos materiales nos ayudan a establecer el carácter del jardín y son tan importantes como la pintura que elige un artista. Pero aunque nos sirven de inspiración, más que dominar son elementos útiles. Sin embargo, las plantas desempeñan el papel de mayor relevancia en el carisma del jardín. Con ellas no solamente rellenamos espacios, sino que además, formarán parte integrante del diseño. Se manejan para adaptarse a la escala del jardín, se recortan y moldean para definir estructuras y envolver al espacio, al tiempo que proporcionan un hito escultural, o se mezclan*

92 PRAGER, Oscar. *El Arte del Paisaje*. Anales de la Universidad de Chile, 1953.

y entrelazan en los márgenes... Pero el carácter único de los jardines entendidos como una forma de arte reside en el hecho de que siempre varían y evolucionan con el paso del tiempo y las estaciones."[93]



JARDÍN DE VERSALLES

Respecto al enlace del edificio con sus inmediaciones, algo de suma importancia, el único medio conocido eran las terrazas, escalinatas, pilas, pérgolas y avenidas, que intentaban cumplir la función de integrar el espacio arquitectónico al espacio paisajístico, pero de manera incompleta. El misterioso monte de olivos en la Villa Medici, con sus escalinatas, hermas y con su olivar, en el proyecto original era un cono artificial a cuya cumbre debiera conducir un camino en espiral, flanqueado por hileras de olivos. Era un proyecto caprichoso y de mal gusto que nunca logró enlazar al paisaje circundante y carecía de intención plástica.

El actual aspecto estético de los jardines del Renacimiento se debe a su abandono a través de los siglos y no concuerda con las intenciones de sus creadores. Son paisajes bucólicos, hermosos en su esplendor natural y en su sentido de triunfo de lo natural sobre lo humano, pero no obedecen al diseño de un creador.

Sólo hasta la primera mitad del siglo diecinueve, se planean en Inglaterra y Francia los primeros jardines y parques de concepción paisajista. Curiosamente, esto corresponde a la influencia del gusto por lo italiano que devino del romanticismo. Como lo menciona Stephen Bayley, *"En la época Victoriana se adoptó y se estudió tan profundamente la arquitectura Italiana, sus mármoles y pinturas, que cuando Goethe hizo un viaje por Italia en 1786-8, quiso haber tenido a un "culto Inglés" por compañía para comentar lo que contemplaba".*

"El Romanticismo, amor a un modo de ser y hacer como en la roma antigua, fue el primer movimiento democrático y de comunicación masiva en la historia del arte, cuyo impacto estribaba en una combinación de imágenes y palabras con una tendencia a popularizar los viajes.... Lord Byron, quien obtuvo sus primeras impresiones de Italia a través de segunda mano, escribió acerca de Venecia *"El arte de Otway, Radcliffe, Schiller y Shakespeare han estampado una imagen en mí"*".[94]

Estas influencias indujeron a los arquitectos paisajistas de la época a recargar sus proyectos con motivos románticos y sentimentales. Aun

93 BILLINGTON, Jill. *Jardines Modernos.* Ed. Blume, Barcelona, 2001. Pág 7

94 BAYLEY, Stephen. *Taste, the secret meaning of things.* Panteón Books. New York, 1991. Pág. 35

a comienzos del siglo XIX, las obras de los grandes creadores de jardines, como Lenné, Puecmer y Sckell, demuestran estos defectos.



INVERNADERO EN KEW GARDEN

Un paisaje, como todos los objetos de la naturaleza, no tiene en sí mismo un valor estético, pues los adjetivos son conceptos humanos que se generan a partir del creador artístico, que traslada las formas, líneas y colores de un paisaje a valores estéticos. Son los factores estéticos configurados por las características del sitio y las cuales el diseñador debe tomar como elementos para lograr un impacto estético y provocar sensaciones de acuerdo a ciertas cualidades que podemos calificar con adjetivos que en suma responden a sensaciones estéticas, hablamos de paisajes idílicos, paisajes exóticos, paisajes majestuosos. paisajes serenos, paisajes pintorescos, paisajes delicados.

Sin embargo, más allá de todas estas denominaciones que forman tipologías del paisaje. A nuestro entorno tenemos en las montañas, el mar, los desiertos, las llanuras, y demás reservorios naturales que nos brindan ejemplos de armonía, es decir, valores de unidad entre todos los elementos naturales que los forman y que reconocemos a partir de las formaciones del terreno, la vegetación, la fauna y la flora existentes.

Otra facultad del paisaje es la oportunidad que nos brinda de su disfrute sin necesidad de introducirnos en el espacio específico, sino que nos proporciona valores escénicos de alta importancia estética que se contemplan nada más como perspectivas visuales. Los esquemas espaciales de los paisajes incluyen estas sensaciones visuales, que representan materia para estudio, pues nos muestran los puntos más ventajosos para la ubicación de las nuevas obras de arquitectura y crear nuevos espacios, secuencias y puntos de interés.

Si lo anteriormente señalado se refiere a la consideración de la naturaleza como fenómeno estético, también hemos de considerar sus valores de tipo cultural, pues en la creación de un paisaje es necesario preservar aquellos elementos que pertenecen al ámbito cultural: tradiciones, religión, historia con todas las posibles influencias recibidas a través del tiempo.

El arquitecto paisajista manifiesta las formas, líneas y colores en el paisaje mismo, reforzando algunos, subrayándolos y eliminando a su vez las influencias perturbadoras para exteriorizar con clari-



PAISAJE NATURAL

dad los valores plásticos del paisaje. Todos los paisajes naturales incrementan su valor estético cundo interviene la voluntad del diseñador. La planificación del paisaje comienza por establecer una relación armónica entre la obra humana y las condiciones peculiares del paisaje natural. Son proyectos que obedecen fundamentalmente a razones prácticas y utilitarias, como en todas las disciplinas del diseño, “hermoso” y “práctico” no son cualidades antagónicas.

Paisajes, resultados de una agricultura floreciente, pueden causar un placer estético mayor al que produce la naturaleza agreste, puesto que este placer no depende del objeto mismo sino de las leyes estéticas y su aplicación. La estructura de una ciudad, de una aldea, de una casa de campo, de una finca, de una fábrica, de un dique, de un ferrocarril, de un puente, pueden satisfacer simultáneamente necesidades prácticas y utilitarias al tiempo de provocar la empatía estética, que es la unión y sintonía espiritual con el ritmo del paisaje.

Tratándose de construcciones monumentales, la influencia formal suele abarcar grandes extensiones del paisaje. Se enlazan mediante redes de caminos, arcadas, pérgolas, terrazas, escalinatas y pilas de agua. Sin embargo, estos predominios llegan a un punto en el que ha de hallarse la transición entre ellos y el paisaje mismo. La arquitectura es absorbida por el parque. En construcciones más pequeñas, el jardín basta para rematar el motivo de la casa en el paisaje. De todos modos es imprescindible la conexión. Ni aun la casa más pequeña puede colocarse sin algún enlace con el paisaje. Ni en el parque, ni en el jardín son imprescindibles los caminos en curvas y de bordes paralelos. Más interesantes y más de acuerdo con su carácter de senderos son aquellos de orillas irregulares que permiten al césped y a las flores menudas entrar en ellos. Sólo el trazado de caminos en combinación con la arquitectura debe ser de líneas rectas, formas rectangulares que muestren el efecto de una rigidez lógica.

La vegetación constituye el material más importante para lograr la conexión entre edificio y paisaje, las plantas y elementos vegetales se relacionan armónicamente con el espacio arquitectónico, pero cuya composición y balance armónico no debe tener el carácter de un concepto arquitectónico. Antiguamente no se consideraba el valor sensible del paisaje, solamente era el entorno natural que debía ser

ordenado. Como ejemplo tenemos a aquella categoría entre las formas de jardines que eran las alamedas, una derivación del atrio de las iglesias renacentistas que se establecieron como diseño de jardín bajo los dictados académicos del neoclasicismo. En la alameda del centro histórico en la Ciudad de México vemos que más que jardín es un camino con un acceso, hitos escultóricos y fuentes decorativas y al final remata con un edificio magnificente. Esta composición no es paisajística, sino que obedece a la idea del espacio primitivo que Giedion reconoce como mera vía para acceder a la obra arquitectónica. El disfrute es el del paseo y no el del contacto con la naturaleza.



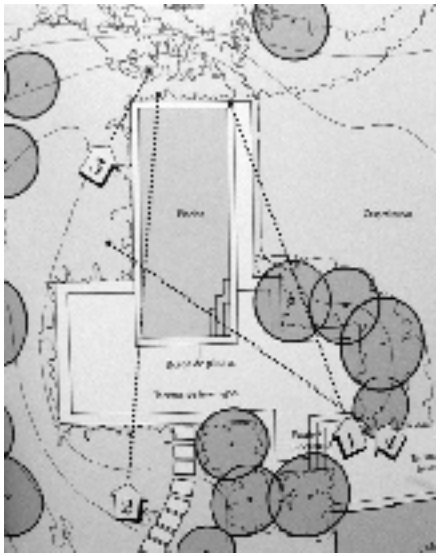
PASEO

El carácter de un paisaje sólo logra expresarse mediante su vegetación, material de diseño que nace y se forma como consecuencia de un clima determinado. Las plantas, como seres vivos, ofrecen al hombre una oportunidad excepcional la composición será un indicativo que recuerda el destino histórico de la humanidad, el encuentro y creciente respeto de su intelecto por la naturaleza. El objetivo máximo del paisajismo actual es la sustentabilidad. Reflejar el respeto a la naturaleza y su cuidado. Ante la depredación se está elevando la conciencia.

El hombre comenzó a buscar mecanismos de incorporación de la naturaleza de manera controlada. A través de los siglos y las civilizaciones, se ha desarrollado la concepción de paisaje, en cualquiera de sus variantes, el jardín o el parque, como lugares de disfrute estético para gustos individuales o para deseos colectivos.

Todo el progreso humano ha tenido profundos efectos sobre el paisaje afectando el medio ambiente, lo que ha creado la necesidad de prestar atención a aquellas estructuras relacionadas con éste. La lenta respuesta de la naturaleza al cambio no deja de hacer presagiar posibles catástrofes. Una mayor expansión del hombre a lo largo y ancho de la tierra, induciría a más graves problemas. Estos son algunos hechos que ya el hombre comienza a afrontar, y sobre los cuales diversos profesionales, particularmente geógrafos, arquitectos e ingenieros, acentúan sus experticias.

Por lo enunciado anteriormente la planificación del desarrollo de las ciudades debe ser estudiada para determinar los factores estéticos más significantes. El carácter de muchas ciudades se distingue por el orde-



PLANOS: DISEÑO DE PAISAJE

namiento de estos elementos. Los factores naturales deben ser tomados como parte importante para crear impactos en el sitio en desarrollo.

Un paisaje jamás estará terminado en el sentido en que lo está una obra de arte, una pintura por ejemplo, más bien será como una casa, que se modifica y ajusta siempre a las condiciones de vida de sus habitantes. La vegetación vive, crece y reclama constantemente la mano de quien lo cuida. Es una oportunidad para cooperar con el acto creativo, ya que no se puede adquirir simplemente.

La comunión con la naturaleza por medio del cuidado de las plantas es un arte viejo, requiere de serenidad y sensibilidad. Pero al mismo tiempo son virtudes que se generan en la actividad misma, como nos lo han enseñado los japoneses. Cada planta es una obra de arte que el japonés coloca para compartir la vida, es una labor que consigue hacer comprender las bellezas del jardín. La manifestación más íntima del arte japonés, un jardincito para tomar té, es un poema, es una expresión de lo más delicado y profundo que puede manifestar quien lo cultiva, que no es su dueño. Los jardines japoneses deben su diseño al desarrollo de una temática espiritual, así, el motivo de alguno pudiera ser: *“Arena de las dunas en el viento”*.

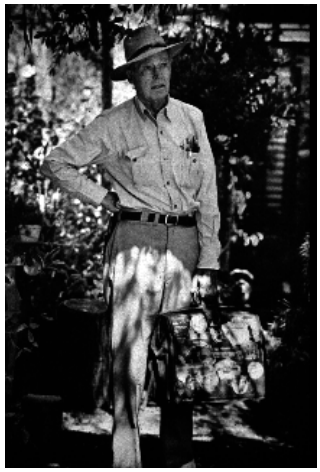
Hay muchas cosas más que pueden contribuir a la belleza de los parques y jardines, los japoneses han, desde siempre, incrementado el impacto estético del jardín permitiendo su disfrute nocturno con la iluminación, crearon el farol de piedra y colocan una piedra especial que sirve de asiento allí donde a cierta hora se divisa la luna llena por entre el ramaje de un viejo pino. Incluso tiene un nombre específico la *“Piedra de la sombra de la luna”*.

El diseño del paisaje se refiere a la generación de un concepto para el que se habrá de hacer una selección de componentes, materiales, especies vegetales y su combinación, para resolver espacios claramente definidos en un terreno determinado con base a una planta de distribución general que indica las áreas de utilización y las vías de circulación. El diseño paisajístico se ocupa de las superficies, los márgenes y las juntas, de las escaleras y rampas que comunican entre sí diferencias de nivel claramente acotadas, del pa-

vimento, del drenaje y de cuantas cuestiones se decidan antes de proceder a la ejecución del proyecto y de los trabajos de jardinería.

El diseño del paisaje es el procedimiento por el cual se otorgan características muy concretas a aquellos espacios diagramáticos representados en la planta de emplazamiento de un proyecto. Es una actividad que se fundamenta en conocimientos específicos y se basa en el criterio de lo que se presiente como inevitable, una apariencia de adecuación que provenga de la evolución para el entorno original.

El diseñador trabaja con las experiencias que proceden de cualquiera de los sentido, cuentan el oído, el tacto y el olfato, pero fundamentalmente es un arte plástico que se dirige a lo visual. De manera que puede trabajar con las facultades de la percepción para provocar efectos ópticos y de sensaciones espaciales, así, algunos espacios, desde un punto de vista óptico, pueden parecer mayores que en la realidad. El color azul, que es visualmente recesivo, y las plantas de estructura pequeña incrementan la sensación de lejanía. En sitios de dimensiones realmente reducidas, el disimulo de los márgenes y el uso de líneas curvas o diagonales puede acrecentar la sensación espacial. Los diminutos jardines de Thomas Church (1902-1978) son un modelo de maestría en el uso de estos artificios, culminando en resultados extraordinarios.



CHURCH
Jardines mínimos



La relación visual básica entre espectador y paisaje es una cuestión de escala, aunque este término puede prestarse a ciertas confusiones porque es un término que en las disciplinas del diseño tiene diferentes acepciones, en el paisajismo el concepto de escala atañe a las dimensiones relativas entre los objetos naturales, no puede hablarse, como en el diseño arquitectónico o en el de los objetos de una relación de proporciones porque los objetos del paisaje, las plantas, son seres vivos que crecen y adoptan diferentes relaciones de proporción dimensional entre ellas con el paso del tiempo. Entonces, el manejo de la escala y la proporción habrán de establecerse como las relaciones espaciales donde el hombre se integra en relación a su propio tamaño con el de los objetos, plantas arbustos, árboles y planicies, que componen el paisaje.

El diseño del paisaje desempeña a menudo el cometido de crear transiciones desde niveles bajos de la percepción humana hasta los vastos elementos del entorno. El campo de actuación abar-



PAISAJISMO

ca tanto el contexto urbano como el rural, pero probablemente es más intenso en las ciudades. El arbolado tiene características propias que lo hacen idóneo para estas funciones, pues si bien se trata de elementos que vistos a distancia son relativamente grandes, una observación más próxima los fragmenta en un sistema interconectado de troncos, ramas, hojas y yemas. Su conformación lo convierte en un eficaz elemento de transición que tanto conserva su escala con el hombre como con los grandes edificios. Los árboles que rodean construcciones de altura importante son una escala de transición entre el conjunto de edificios y cada uno por separado.

Al igual que en la planificación del paisaje y de la obra, en el diseño del paisaje, la disposición y configuración vienen de las limitaciones y posibilidades del emplazamiento y de la explícita definición del problema de diseño.

El diseño paisajístico trasciende en un espacio tridimensional, cuya definición promueve la aparición de un orden de características especiales. Los materiales de la naturaleza, la configuración del terreno y la vegetación pueden, por si mismos, definir un espacio. Un valle o una hondonada desprovista de árboles tienen una identidad espacial, su configuración surge por efectos de luz, sombra y contraste con el fondo. Los claros del bosque son espacios definidos enteramente por la vegetación. No se dan únicamente espacios definidos por la naturaleza, sino también los que resultan de un proceso natural. El hombre es capaz de construir con materiales extraídos de la naturaleza cerramientos espaciales similares, en un amago de diseño algo más consciente de sí mismo. Pero este cerramiento se crea también con materiales inertes, edificios, pavimento y cristal. No obstante, el diseño del paisaje mezcla los materiales naturales y los productos del hombre.

El diseño paisajístico es un proceso de enorme complejidad que despliega muchas alternativas. Es el desenlace de muchas cuestiones que el diseñador propone: circulación o movimiento, superficies, ubicación y configuración de sitios para el reposo, configuración y espacios *uni* o *plurifuncionales*. Es la comunicación de una forma a la tierra y al agua, y la elección de unos materiales. El diseño es un procedimiento racional que depende de una experiencia vital y de una conducta social, junto con un conocimiento de los

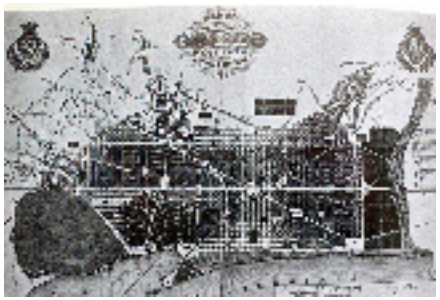
materiales, su técnica y su mantenimiento. Reclama para sí una capacidad imaginativa para idear formas innovadoras y creativas, fuera del análisis del problema y de los determinantes formales.

Con estos principios, cabe afirmar que el diseño del paisaje es el desarrollo o la adaptación evolutiva de un entorno. Un buen diseño proclamará su atención por quienes lo utilicen y éstos, a su vez, darán muestras de sensibilidad y sabiduría al usarlo, exhibirá un vínculo visual e histórico con todo lo que le rodea que perdurará en el futuro. El arte del paisaje puede estar en contacto mas íntimo y mas intenso con la vida del hombre, pues incluye en sí todas sus relaciones con el mundo externo y consigo mismo.



JARDÍN CON JARRÓN

2.3 DISEÑO URBANO



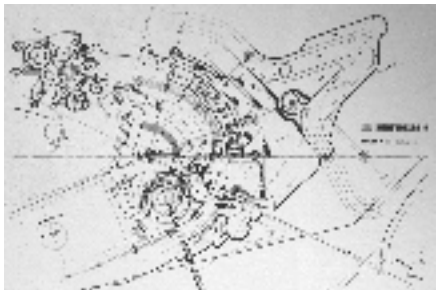
BARCELONA

La Real Academia define “Urbanismo” como el conjunto de conocimientos que se refieren al estudio de la creación, desarrollo, reforma y progreso de los poblados en orden a las necesidades materiales de la vida humana. El término urbanismo deviene del latín *“urbs”*, que se refería a la estructura de Roma, la ciudad por antonomasia en aquellos días.

El diccionario enciclopédico Larousse amplía el concepto y nos dice que *“Se entiende por* ‘urbanismo’ *al arte de planear ciudades. Es una actividad que contiene una muy amplia gama de conceptos y áreas de práctica y estudio muy amplias y complejas. Y por tal es una ciencia que tiene la misión de proporcionar las bases fundamentales para poder resolver los problemas de las ciudades, concernientes tanto a la configuración física, como a la dinámica de las actividades económicas y sociales”.*

Antes de continuar, deberemos anotar que hay teorías que consideran distintas a las disciplinas del Urbanismo, que es de carácter fundamentalmente humanístico y que concierne a la dinámica de las actividades económicas y sociales, y el Diseño Urbano, que es el proceso de planificación y ordenación que se ocupa de proporcionar modelos territoriales estructurados por sectores que tienen asignado un destino de uso y posibilidades de desarrollo acorde con sus aptitudes y características físicas. Para efectos de éste trabajo, nos sumaremos a la aplicación del término Diseño Urbano para referirnos a la disciplina proyectual que atiende al planteamiento configurativo de las aglomeraciones humanas que se asientan en un determinado lugar. Aunque incluso entre los mismos profesionales del diseño urbano esta distinción todavía es insegura, pues otros consideran que la manera correcta de abarcar todas las áreas de interés del diseño urbano es interesándose por los aspectos sociopolíticos, económicos y financieros, pues de otra manera se corre el riesgo de elaborar hermosos planes sin sustento.

Rebasando el marco de la ciudad, al que por etimología y definición estaba constreñido el urbanismo, hoy es una disciplina de objetivo mucho más amplio y se utiliza para la ordenación integral del territorio. Actualmente esta disciplina se preocupa por la habitabilidad del espacio urbano, sin importar la cantidad de habitantes, y se centra en las condiciones que provocan situaciones de armonía social, higiene y sustentabilidad ecológica, funcionalidad y servicios, relaciones costo-beneficio en la infraestructura y distribución zonal para evitar el desorden futuro. Por último hay que anotar, siguiendo a Juan Acha, que *"el diseño urbano excede los límites de los diseños propiamente dichos, pues la ciudad no es precisamente un objeto, sino un conjunto muy complejo de objetos", que en su agrupación en ocasiones implican suma y en otras son realmente resta, "por lo que la ciudad dista mucho de ser diseñada. Es producto de un cambio constante de la historia y los grupos humanos".* [95] Sin embargo, es innegable la necesidad de una intervención de diseño y de planteamientos con criterios estéticos antes de que se generen problemas que llegarán a ser insolubles, como en nuestra Ciudad de México.



CONJUNTO URBANO

Rebasando el marco en el que por etimología y definición estaba constreñida esta disciplina, la ciudad, hoy tiene objetivos más amplios y se aplica para la ordenación integral del territorio. El Diseño Urbano, sinónimo de planificación y ordenación, se ocupa de proporcionar modelos territoriales por sectores, donde cada uno tiene asignado un desarrollo acorde con sus aptitudes. Así, habrá unos suelos netamente urbanos, otros urbanizables, esto es, susceptibles de llegar a ser urbanos cuando las necesidades de crecimiento y expansión lo determinen, y, por fin, suelos no urbanizables sin ninguna expectativa de evolución hacia espacios cívicos.

Actualmente consideramos que la ciudad es una entidad con alta densidad de población en la que predominan fundamentalmente la áreas habitacionales, las de la industria y los servicios que requieren, pero no siempre ha sido así, pues en la antigua Roma era ciudad *(civitas)* la zona habitada por ciudadanos *(civites)*, los cuales eran aquellos que poseían derechos ciudadanos, independientemente de su actividad, fuera la industria, la agricultura o los servicios. En la España medieval y del Renacimiento, una ciudad era la

95 ACHA, Juan. *Op. Cit.* Pág. 111

población que no tenía Señor y era regida directamente por el rey. Tenía el privilegio de enviar procuradores a las cortes para negociar las tasas y gabelas que le pudieran ser impuestas, a cambio de Fueros. Esta calificación de ciudad era independiente del tamaño, así, Madrid, capital de España desde 1561, no era ciudad sino villa.



DOXIADIS
"Se considera ciudad una aglomeración de más de 2000 habitantes"

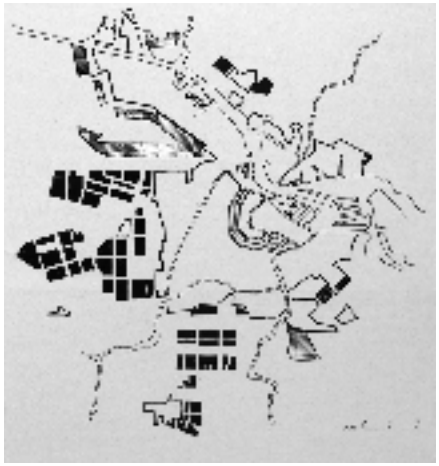
A partir de la Conferencia Europea de Estadística de Praga y principalmente por los estudios del diseñador urbano Constantinos Doxiadis, se considera como ciudad una aglomeración de más de 2000 habitantes siempre que la población dedicada a la agricultura no exceda del 25% sobre el total. A partir de 10.000 habitantes, todas las aglomeraciones se consideran ciudades, siempre que éstos se encuentren concentrados, generalmente en edificaciones colectivas y en altura, se dediquen fundamentalmente a actividades de los sectores secundario y terciario (industria, comercio y servicios). El concepto político de ciudad es aplicado a conglomerados urbanos con entidad de capitalidad y mayor importancia en la región y que asume los poderes del Estado o Nación. Será la ciudad capitalina, pero por extensión se aplica la denominación a cualesquiera entidad administrativa con alguna autonomía a nivel de municipio, siendo las demás denominaciones, como pueblo, genéricas y optativas. Son conceptos que hacen una definición administrativa del estado político, región geográfica o comunidad autónoma, que tienen una ciudad central y pueblos o ciudades menores. La geografía urbana y la sociología urbana estudian ambos aspectos desde el punto de vista de la geografía humana y la sociología con la ecología humana.



TRAZA URBANA

El concepto de ciudad y de su ordenamiento estructural, el urbanismo, incluyen los conceptos principales de la materia, vemos que en realidad no explican el sentido del trabajo pues el término urbanismo expresa más una tendencia que una labor disciplinaria, al no incluir en sus conceptos algún principio que nos informe de como lograr los objetivos planteados. En nuestra opinión, será mejor hablar de Diseño Urbano, pues con el término diseño ya implicamos que se habla de una labor proyectual y que es un proceso creativo de aproximación a la obtención de una síntesis configurativa, en este caso, a la forma de lo que llamamos conjunto urbano o ciudad.

La expresión “Diseño Urbano” carece todavía de una comprensión generalizada, dado que la cultura citadina no reconoce con facilidad su naturaleza y su presencia en la producción de los objetos y conceptos de configuración que hacen a la ciudad. No siempre se la reconoce como instancia diferente de la Arquitectura ni se la distingue con claridad del Urbanismo o de la Planificación Urbana. Hay algunos ordenes de diferenciación que el Diseño Urbano establece y que ingresan más fácilmente en la opinión pública que tiende a verlo como una práctica cuyo asunto central es la conformación del espacio público, en especial la conformación del espacio y la imagen del dominio público en cuanto a la creación de recintos asociados al conjunto de edificios que la conforma, así, algunas operaciones de intervención en la ciudad que suelen reconocerse como protagonizadas típicamente por la práctica del Diseño Urbano. Estas son, principalmente, acciones convencionalmente denominadas de rehabilitación y remodelación urbana. Presuponemos, por tanto, que el Diseño Urbano actúa en estrecho contacto con la planificación y sus eventuales operaciones de renovación, en nuestro contexto, estas actividades permanecen aún en la cultura del proyecto arquitectónico. Desde un punto de vista disciplinario exigente, esto no parece ser el criterio general en todo el mundo. En las culturas posmodernas avanzadas las prácticas arquitecturales y del Diseño Urbano parecen incursionar más en la cultura del diseño que la cultura del proyecto. Liberada de responsabilidades ético-políticas, por lo socio-territorial, la cultura del diseño puede optar por realizarse en el espectáculo de la imagen. El Diseño Urbano es una disciplina que parte de considerar a la ciudad como un objeto con un sistema de enorme complejidad y en el cual el concepto de su forma corresponde a algunas estructuras, sociales, económicas, de decisión política y particularmente, una estructura físico espacial, que se constituye esencialmente por la interacción del ambiente natural y el espacio urbano construido con base a un proyecto.



EVALUACIÓN URBANA

El proyecto de diseño urbano debe dirigirse a la vida de los habitantes y no a la configuración de una geometría eficaz para el espacio urbano. El filósofo francés Henri Lefebvre (1901-1991), señala que un buen proyecto de Diseño Urbano *“incorpora conceptos tendientes a mejorar la calidad de vida de los habitantes mediante la consideración de los aspectos ambientales en intersección con las necesidades humanas,*



BOCETO DE URBANIZACIÓN

implica el control, por el individuo, de su tiempo y de su espacio como base de la auténtica libertad El tiempo, porque es nuestro recurso menos renovable, pues el que disponemos los seres humanos para vivir aquí y ahora es irreproducible. Y el espacio porque, es sobre él en el que desarrollamos nuestro proyecto vital, decidiendo si abandonamos nuestro espacio de origen o nos reafirmamos en él porque lo que ofrece la ciudad es el acceso directo a la diversidad. Acceso directo, inmediato, sin intermediarios, sin recurrir a pesados y costosos medios de comunicación. En una especie de captación instantánea, la ciudad ofrece la realidad de la diversidad de los hombres y sus actividades".[96]

Es decir, la ciudad es una red intrincada de diversas estructuras resultantes de un intrincado proceso histórico y que son el nivel esencial que dicta las pautas fundamentales en el análisis, el diagnóstico y la elaboración de estrategias de ordenamiento. Se concibe a la estructura físico espacial de la ciudad como una entidad en constante desarrollo a partir de sí misma. Como un objeto útil, apto para satisfacer directa o indirectamente necesidades y deseos humanos, materiales y espirituales, correspondientes a las nuevos tiempos y sus exigencias y posibilidades. La ciudad puede concebirse también como una forma con grandes posibilidades de expresión estética, sin olvidar que su trama constituye, probablemente, el objeto más complejo que el ser humano pueda intentar, pues como lo ha señalado Edgar Morín, la ciudad es *"una cosa compleja, tejida de constituyentes heterogéneos, naturales y espaciales, inseparablemente asociados"*.

Evidentemente que el Diseñador Urbano será parte de un sujeto colectivo, la propia ciudad que ha de expresarse a través de innumerables mediaciones y específicamente a través de sus diseñadores urbanistas, ingenieros y arquitectos, escultores y pintores, escritores, músicos y poetas, diseñadores de objetos y mobiliario. La actividad del artista-ciudad, de la ciudad-artista, orientada hacia el reordenamiento de sí misma como objeto útil y estético, se organiza de manera sistemática y consciente en la disciplina del Diseño Urbano.

Anteriormente las ciudades se fundaban de dos maneras, la primera, caótica, aleatoria, por asentamientos sucesivos y que se incrementaban tratando de establecer alguna manera de orden. La otra manera,

96 LEFEBVRE, Henri. *El derecho a la ciudad*, Ed. Península, Barcelona, 1973.

que nos enseñan muchas historias, nos hacen ver que fundar una ciudad era un propósito específico que llevaba a cabo un grupo de 'personas de conocimiento' que buscaban el lugar apropiado, la dotación de agua y vías de transporte, la seguridad militar, la salubridad del lugar, los vientos y corrientes, la calidad del suelo y después trazaban lo que serian los diferentes lugares, espacios y avenidas, calles y plazas donde se desarrollarían las funciones religiosa o políticas de la colectividad, el comercio, las sedes de los lugares para el trabajo, los espacios de recreo, las áreas habitacionales y demás componentes que se ordenaban tanto funcionalmente como de acuerdo a una jerarquía social.



VISTA URBANA

Algunos teóricos europeos sostienen que las ideas para el ordenamiento urbano nacen en la era industrial, pues esta disciplina se ha consolidado, ha ganado y añadido recursos tecnológicos de los que antes no disponía, y sobre todo se ha fundamentado en conocimientos científicos para analizar la complejidad de la vida urbana. Es ahora una disciplina que podría definirse como la práctica del análisis, la planeación, la transformación y construcción de la ciudad, que en el siglo XX ha alcanzado una madurez teórica muy importante. El Diseño Urbano se ha desarrollado después de la Segunda Guerra Mundial, cuando se produjo un cambio en el orden político, económico y social de todos los países del mundo. Se crearon nuevas ciudades y se modificaron las ciudades existentes.



SANTOS
Categorías del espacio humano

El geógrafo brasileño Milton Santos (1926-2001) Estableció ciertas categorías para reconocer al espacio humano, así, los términos o palabras que utilizamos para referirnos a los aspectos relativos al espacio humano tienen diferentes significados, así el término Espacio se mantiene para *"aquel cuyos fijos y flujos componen el ambiente vivido por los seres humanos de forma colectiva"* [97] mientras Lugar es una porción de espacio significado que adquiere sentido individual o colectivo. Territorio, finalmente, es el espacio institucionalizado, "legalizado". Son tres conceptos diferentes que se aplican para identificar manifestaciones distintas de los fenómenos que se refieren a los aspectos espaciales y no tienen una relación jerárquica entre ellos, ni tampoco que alguno en particular abarque a otro.



AUGÉ
"La sobremodernidad es productora de no lugares"



KHUN
"Una matríz que considera los espacios arquitectónicos y urbanos"

Las tres instancias se agrupan en matrices de conocimiento, entendiendo por *"matriz"* lo que propuso el filósofo americano T. S. Kuhn, (1922-1996) *"una organización de paradigmas que conforman una 'predisposición' para la aprehensión, comprensión y construcción del mundo"* [98]. Esta matriz tiene acceso desde distintas variables, entre ellas el mismo Khun mencionó a la cuestión de los espacios arquitectónico y urbano, con la idea de la eliminación de los territorios geopolíticos que preconiza la anulación del espacio por las tecnologías informáticas, la globalización, la fragmentación, cuestiona estas matrices modernas, generando una crisis contemporánea.

El espacio es sin embargo una condición esencial de la ciudad, condicionada y condicionante de cualquier otra categoría de análisis que se procure, sin embargo el concepto de espacio ha sido objeto de cuestionamientos a partir de la segunda mitad del siglo XX. Para el arquitecto y urbanista brasileño Fabio Duarte, el espacio no tiene una lógica absoluta *"ni siquiera la lógica de un espacio absoluto"* [99], sino que es construido en la relación entre tres partes: los objetos, las acciones y los seres humanos.

Duarte provoca la reflexión sobre la dualidad entre el espacio arquitectónico y el espacio urbano. Una ambigüedad que parece ser esencial en toda la arquitectura del movimiento moderno. Compárense la riqueza vivencial en los espacios en los edificios de Le Corbusier y la traza urbana de la ciudad radial que se limita a una visión eficientista para el traslado de los habitantes sin tomar en cuenta ese momentos como experiencia vital. La ortodoxia arquitectónica del siglo XX, propia del movimiento moderno, sufre en la segunda mitad del siglo una serie de críticas que hablan del no lugar como un resultado de la indeterminación abstracta del espacio moderno. Eran cuestionamientos a la idea de continuidad espacial, de fluidez y transparencia, de homogeneidad del espacio.

Estas críticas estuvieron en la base de posteriores desarrollos neoracionalistas y neorrealistas que propusieron distintas formas de articulación con la historia de la ciudad. En cambio, los no lugares antropológicos que plantea el etnólogo francés Marc Augé (1935-) *"son aquellos espacios que no existían en el pasado, pero que ahora*

97 SANTOS Almeyda, Milton. *Metamorfosis del Espacio Habitado*. Ed Oikos Tau. Barcelona. 1993.

98 KHUN, Thomas Samuel. *La Estructura de las Revoluciones Científicas.* Editorial Fondo de Cultura Económica, México. 1983

99 DUARTE, Fábio. *Crise das matrizes espaciais: arquitetura, cidade, geopolítica, tecnocultura.* Ed. Perspectiva. São Paulo. 2002.

aparecen como ubicación innegable en el devenir del hombre contemporáneo. Se caracterizan por su propia condición de enclaves anónimos para hombres anónimos, ajenos por un período de tiempo a su identidad, origen u ocupaciones...Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar. La hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que contrariamente a la modernidad baudeleriana, no integran los lugares antiguos." [100]

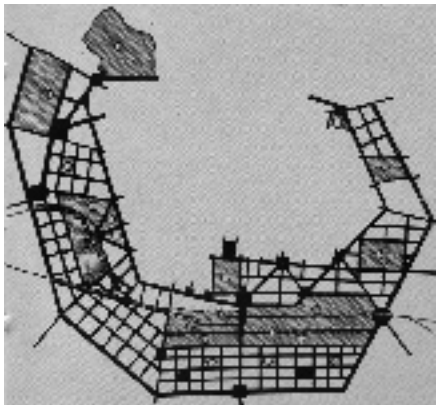


PLAN CIUDAD

Es interesante la manera en que Augé yuxtapone los no lugares actuales a aquellos lugares que encontramos en los poemas y textos de Baudelaire, unos lugares anclados en la memoria que se identificaban gracias al poder de la palabra de los actores que los habitaban, nos hacían ver al hombre moderno dueño de sus espacios. Ahora en tiempos de la sobremodernidad, los no lugares apenas permiten un furtivo y desconfiado cruce de miradas entre personas condenadas a no reencontrarse, mudas.

Para Augé entre los «no lugares» paradigmáticos se cuentan *"las autopistas y los habitáculos móviles llamados medios de transporte (aviones, trenes, automóviles), los aeropuertos y las estaciones ferroviarias, las estaciones aeroespaciales, las grandes cadenas hoteleras, los parques de recreo, los supermercados, la madeja compleja, en fin, de las redes de cables o sin hilos que movilizan el espacio extraterrestre a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo"*. Estos conceptos son validados por el filósofo francés Daniel Parrochia (1951-) quien en su ensayo sobre el cielo y la ciudad, (Météores, essai sur le ciel et la cité. Champ Vallon 1997), nos habla de las sociedades llamadas móviles y flexibles que conducen en los hechos a un espacio completamente totalitario, *"la noción de red encuentra ahí su sentido original de instrumento de captura, cada vez más presente y amenazador". Sucesos urbanos que personifican lo que dijo Milton Santos: "así como no hay un tiempo global, sino un reloj global, tampoco hay un espacio global, sino algunos espacios globalizados"*.

100 AUGÉ, Marc. *Los No Lugares.* Ed. Gedisa, Barcelona, 1993



PLAN TRAZO

Al decir del arquitecto y maestro chileno Juan Borchers (1910-1975), *"no estamos frente a una anulación del espacio sino frente a su ampliación casi infinita. Con la exploración del 'espacio' incurrimos en un nuevo pleonasmo. Se nos aparece el planeta como un entero. La circulación global, se dice, ha reducido su extensión. Pienso lo inverso. Que se ha hecho más vasto, al acercar horariamente territorios otrora distantes, de los cuales se poseía una idea somera"*.[101]

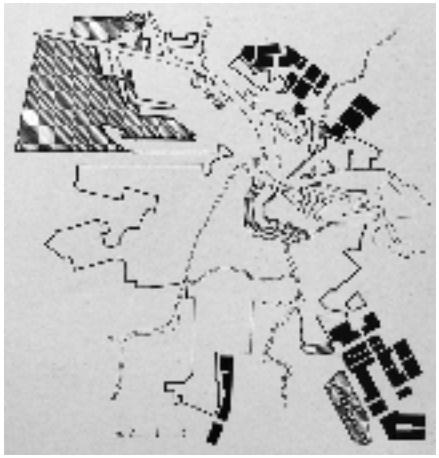
Sobre el concepto estético de la ciudad actual y abundando sobre la mismas ideas, el arquitecto holandés y ganador del premio Pritzker, Rem Koolhaas, describe el *"junk space"* (espacio basura), que es otra forma de entender al no lugar, *"la modernización tenía un programa racional: compartir universalmente las bendiciones de la ciencia. El espacio basura es su apoteosis, o su derretimiento. El espacio basura es el fruto del encuentro entre la escalera mecánica y el aire acondicionado, concebido en una incubadora de Pladur".*

Al respecto, resulta una paradoja de la urbanización contemporánea la coexistencia de una marcada fragmentación y heterogeneidad espacial en la organización metropolitana, con la extrema homogeneidad de las partes individuales. Lo que define la *"maldición"* espacial contemporánea es, sin embargo, la extrema fragmentación entre partes urbanas e, incluso, entre las partes de los grandes objetos urbanos, la indefinición de los espacios para estacionamiento de automóviles frente a la simulada hiperdefinición de los espacios interiores que producen paradojas impensadas, pues en algunos centros comerciales son arquitectónicamente más interesantes algunos de sus espacios exteriores y sus transiciones con la ciudad que las galerías internas.

La construcción de la ciudad, de sus barrios y de sus suburbios comienza bajo el escrutinio de las visiones prospectivas, donde se reconocen los umbrales en que la posibilidad colinda con la imposibilidad abriendo espacio al interrogatorio y al cálculo probabilista. El proceso opera mediante flujos en doble dirección. Se dirige centrífugamente hacia las fronteras de lo imaginable pero retorna hacia el núcleo de la realidad instalada en el aquí y en el ahora. En este retorno, lo imaginario ha de ser filtrado y transmutado. Para ello ha de ingresar al dominio de las exigencias de verosimilitud, condición necesa-

101 BORCHERS, Juan. *Metaarquitectura.* Mathesis Ediciones, Santiago de Chile, 1975

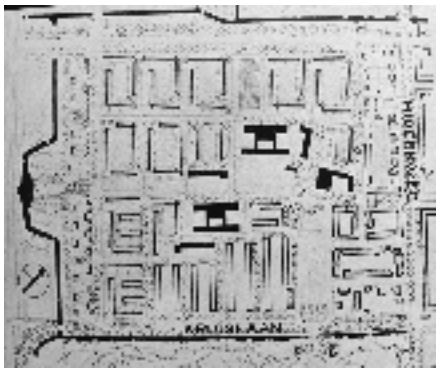
ria para construir la admisibilidad de propósitos y plausibilidad de las ideas que han de establecerse como metas culturales de la sociedad. El Diseño Urbano es una práctica que se desarrolla simultáneamente al amparo y bajo la convocatoria del dominio público, pues requiere de la concertación de actores que constituyen en una realidad político administrativa que se organiza para el ordenamiento territorial y está relacionada con los flujos financieros, el discurso político y demás relaciones interinstitucionales que organizan los procesos de intervención en lo urbano, el Diseño Urbano se encuentra, en consecuencia, inmerso en ambientes tensionados por relaciones de poder que acotan la voluntad del diseñador y el deber ser de la ciudad. Como puede observarse, la labor del diseñador urbano es cada vez más delicada y su trabajo requiere de la participación de múltiples especialistas. La cuestión ecológica se enfrenta a la realidad económica, la necesidad de la individualidad retrae al hombre ante una sociedad que es realmente anónima, la planificación urbana se debe ajustar a las condiciones reales de la sociopolítica, más que a la eficiencia y la voluntad de un diseño racional. Se habla, en urbanismo, de que "la forma sigue a la gestión", pues esta labor se ha incorporado a la de los proyectos y *"ha cobrado tal importancia que ni la forma, ni el funcionamiento, ni la ejecución de un proyecto urbano tienen sentido si no se tiene resuelto cómo se lleva adelante la operación completa del diseño de un producto. Este proceso va desde la política estratégica que gesta el proyecto hasta la evaluación de sus resultados, pasando por la ejecución y entrega al usuario final".*[102]



ANÁLISIS URBANO

El Diseño Urbano no es realmente obra y producto de un diseñador individual, sino de la sociedad organizada de la que emanan y fluyen capilarmente los deseos para constituir discursos que conforman ideales que se proyectan hacia la realidad presente y que constituyen anhelos de superación de las insatisfacciones con la realidad presente o como ansias de dignidad más plena para un futuro no definido pero esperado. Es la construcción de una utopía, que siempre será una labor inacabada, pues como lo dijo Karl Mannheim, (1895-1947) las utopías son activas o bien no son sino simples proyecciones fantásticas, *"las utopías se constituyen porque tienen una función social, son parte de los procesos por los cuales se establece la deseabilidad social y las viabilidades generadas por las estructu-*

102 8ELIASH D., Humberto. La Forma Sigue a la Gestión. Los desafíos de hacer ciudad en América Latina. Ponencia presentada por el autor al X Seminario de Arquitectura Latinoamericana, Montevideo, septiembre de 2003.



PLANO URBANO

ras de dominación de la sociedad. No son, por tanto, cuerpos estáticos de ideas, sino entidades en transformación con capacidad de disiparse, reconstituirse, persistir y potenciar la transformación de lo que tocan. No sólo poseen poder demostrativo sino que de hecho cambian la interpretación del pasado y la imagen del porvenir. Los entornos de pensamiento no permanecen indiferentes frente a ella sino que bajo su influjo se conforman como mentalidad utópica, en tanto pueden emerger contra-utopías o utopías negativas. Utopía y racionalidad son partes de un mismo proceso. Utopía y realidad son partes de una misma construcción. Tal es el subsuelo de los territorios en donde hecha sus raíces la racionalidad modernizadora".[103]

El Diseño Urbano ha de constituir una materia corporal, edificación establecida sobre las bases tecno-materiales disponibles y con un fundamento en las visiones provistas desde las prácticas del ordenamiento territorial y la instrumentalidad reguladora de la planificación urbana. Estas intervenciones se sitúan a su vez en el marco de las políticas públicas, en especial, las políticas de desarrollo urbano, cuyas orientaciones se definen desde las macrovisiones estucturales del desarrollo nacional, generando *"cuerpos con órganos"*, cuerpos presentes de lo edificado y edificable que hablan de un futuro y que habrán de incidir en la estructura social de las relaciones espacio-temporales, nuevos usos del territorio periférico, nuevos suburbios, nuevos centros de concentración, la redefinición de utilidad para los terrenos baldíos, acciones todas que marcarán otras pausas y ritmos en las rutinas y acontecimientos citadinos. Es una disciplina que maneja una carga de expectativas para regenerar normas y puede considerar las habilitaciones que se proponen y las ubica en la brecha normativa que supone la situación actual frente a la situación del futuro posible. El Diseño Urbano se despliega en todo el espectro de la producción del espacio, se hace cargo de los arreglos espaciales que son técnicamente racionales y que operan como organizadores del rendimiento humano. Esto implica considerar los principios de organización de la producción, reproducción y consumo instalados como topografía y flujos en el plano liminal de la conciencia citadina. Por otra parte, debe considerar las representaciones que se constituyen como imágenes de lo espacial en el habitante urbano, los simbolismos complejos que impregnan la expresión arquitectónica y ge-

103 ELIASH D., Humberto. *La Forma Sigue a la Gestión. Los desafíos de hacer ciudad en América Latina.* Ponencia presentada por el autor al X Seminario de Arquitectura Latinoamericana, Montevideo, septiembre de 2003.

neran resonancias concientes o no concientes en los estratos de la vida social. Todo ello representa medios de creación de subjetividad, de identidades, de relación consigo mismo, con el otro y aún, creación de emblemas urbanos con reconocimiento en el mundo. Implica por tanto el manejo de lenguaje, signos y códigos para estructurar la comunicación. Así, las obras para la vida citadina influirán con su presencia no sólo en las dinámicas propias de la economía local sino que establecerán significados y referentes, materia de debate y de decisiones que han de desarrollarse al interior de la comunidad política. El Diseño Urbano es, entre todas las disciplinas del diseño, la que más se apega al sentido de *"designar"*, pues su objetivo no se dirige a la configuración de sus objetos, su trabajo designar y asignar espacios que permitan la convivencia y conveniencia de la sociedad. La estética del diseño urbano se dirige especialmente a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los objetos que constituyen su materia de atención: las ciudades.

2.4 DISEÑO MUSEOGRÁFICO



MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO

De las ocho disciplinas del diseño que se están revisando, el diseño museográfico es la de menor reconocimiento como profesión específica, el público en general la identifica como una forma de la arquitectura de interiores. Hay un gran desconocimiento acerca de esta actividad profesional y de hecho se considera que no requiere estudios específicos. Muchos de quienes ejercen como museógrafos se han formado originalmente como arquitectos, luego como aprendices de otros museógrafos y han complementado sus conocimientos museográficos de manera autodidacta. Sin embargo, su importancia en la vida cultural hace ver que debe constituir una disciplina independiente.

Al parecer en México no existe una escuela especializada en la formación de museógrafos, ni siquiera a nivel de especialidad posterior a la carrera de otra disciplina proyectual. En la Escuela de Museología de la Universidad del Museo Social Argentino, se imparte la materia de Museografía, a la que definen como *"la actividad práctica, derivada de la ciencia museológica, que consiste en traducir en formas físicas los mensajes museológicos. Como tal, es una actividad intelectual de manifestación práctica, que consiste en la elaboración de formas con fines utilitarios científicos. Como extensiones de su campo de actividad principal, la Museografía entiende también en aspectos que contribuyen al propósito central, como, por ejemplo, la conformación física de las reservas, talleres, laboratorios y demás áreas técnicas del Museo"*. Como se puede ver, en esta escuela se considera al diseño museográfico o museografía como una disciplina proyectual que se integra dentro de la museología, que a su vez se inscribe en las actividades educativas y didácticas. Con este criterio, la museología se ocupa de la naturaleza, la política y del modo de gestión de los museos, instituciones que poseen y exhiben colecciones de bienes culturales.

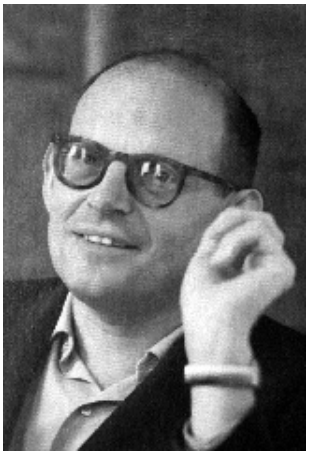
Si bien los antecedentes prácticos de la Museografía son anteriores a los de la visión científica del Museo como Institución y deri-

van de algunas de las prácticas habituales del coleccionismo, la noción actual de Museografía excluye todo elemento incompatible con las formulaciones Museológicas, pues se otorga importancia a la esencia y misión del Museo por encima de sus labores prácticas.

Los museos y las actividades museológicas son fundamentales para la cultura humana, pues son instituciones que emiten mensajes a través de la imagen institucional, el edificio, las publicaciones, la difusión de sus actividades y muchas otras manifestaciones, sin embargo, el medio protagónico es la Exposición, que constituye el campo de acción específico para la Museografía y que se sirve del proceso de Diseño como procedimiento de trabajo principal.

La exposición, que en términos de algunos especialistas se conoce como el *"proceso museal"*, constituye el objeto de diseño en esta disciplina y es una labor que requiere forzosamente del trabajo multi e interdisciplinarios, pues de otra manera se imposibilitaría la coherencia necesaria para que el proceso de exposición tenga una recepción con los efectos didácticos o promocionales que se desean y que constituyen el objetivo del proyecto museológico, pues *"la cultura no sólo se refiere a productos, sino también a actividades que conllevan transmisión de valores y otros procesos y relaciones sociales".* Es un trabajo que requiere especialistas en educación, arte, historia, antropología, gestión cultural y diseño/realización de exposiciones.

El concepto de museo ha evolucionado notablemente en los últimos años. La palabra Museo deriva del término griego *"museión"* que significaba *"templo de las musas"* y que existía en el Helicón de Atenas, lugar donde se colocaban las ofrendas a las divinidades. El nombre museo se aplicó también a un conjunto de edificios construidos en Alejandría por Ptolomeo Philadelpho, destinado a las artes y las ciencias. Según la opinión de Hugues de Varine-Bohan (1939-), museólogo especialista en historia del arte y arqueología, hay dos maneras de considerar el origen de los museos, la primera es la que remonta al significado de las dos instituciones, el *"museion"*, *"lugar para conservar los conocimientos de la humanidad", y la "pinakothéke"*, con un significado mucho más próximo al del museo tradicional, el *"lugar donde se conservaban los estandartes, los cuadros,*



DE VARINE-BOHAN
"El museo debe abrirse a todo lo que contribuye a la vida"



MUSEO DE ANTROPOLIGÍA E HISTORIA



INTERIOR DEL MUSEO DEL LOUVRE

las tablas y las obras de arte antiguo". La segunda forma de considerar a origen de los museos es completamente diferente, en la medida en que *"parte de analizar la evolución cultural d e la humanidad"*, considerando entonces tres etapas en su desarrollo. Una etapa pre-industrial, una segunda etapa que corresponde a la modernidad, desde la revolución industrial hasta la Segunda Guerra Mundial, y la tercera que corresponde a nuestro período pos-industrial.[104]

De acuerdo a la definición adoptada por el ICOM (International Council of Museums), el museo es *"una institución permanente, sin finalidad lucrativa, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierto al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone para fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y de su ambiente"* [105]

A pesar de que una de las razones para promover los museos es la de proporcionar a todas las personas un contacto con la historia, con las manifestaciones culturales de un pueblo o de un grupo social, lo cierto es que hay una tendencia a conservar una imagen elitista del museo, pues siempre fueron vistos como espacios para quienes tenían acceso a la cultura erudita o como venerables instituciones que asumían el papel de guardianes de la *"gran cultura"*, esta idea fue real hasta mediados del siglo XX. No es que estuviera vedada la entrada a los no eruditos o a los *"legos"*, pero la verdad es que el gran público no se sentía suficientemente informado, motivado, preparado para visitar o al museo. De este modo, con el formato más tradicional, el museo acababa por no desempeñar cabalmente su papel, a nuestros ojos fundamental, como integrador social y la función de enlazar a los genios creadores del arte con 'especialistas' que los sabían interpretar, el museo no era propiamente sinónimo de libertad para la percepción y para permitir el juicio crítico de las personas comunes, eran generalmente unas pequeñas y aburridas instituciones, adormecidas en medio de las comunidades, que custodian los objetos sin saber por qué ni para qué, mientras permanecen ajenos totalmente a la suerte del patrimonio natural y cultural de sus propias comunidades.

Varine-Bohan precisa que ese tipo de museo tradicional era concebido por la vieja museología como: un edificio, una colección y un

104 VARINE BOHAN, Hugues de. *The modern museum : requirements and problems of a new approach.* UNESCO. París, 1976).

105 MENDES A. M. *O papel educativo dos museus evolução histórica e tendência actuais.* en Didaskalia, vol. XXIX, 1999, Pág. 669

público. No obstante, la nueva visión museológica se planteó la posibilidad de considerar no un edificio sino un territorio, no una colección sino un patrimonio colectivo, y no un público sino una comunidad participativa. De esta manera se establece la ecuación que servirá de base a la nueva museología: *"territorio - patrimonio - comunidad"* .[106]



EXPOSICIÓN: ACTIVIDADES DE UN TALLER LITOGRÁFICO EN EL MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO

Actualmente asistimos a la evolución del concepto del museo y del significado del 'espacio museológico', así como de las tareas y las funciones del tipo de servicios que el museo debe tener en cuenta, para responder a las necesidades del 'consumo cultural' que caracteriza las sociedades más desarrolladas. Tenemos dos señales de esta enorme metamorfosis del museo contemporáneo y que se refieren, exactamente, a los modos de relación entre una tan vieja institución y los nuevos públicos que deben frecuentarla. Existe hoy, en los responsables de estas instituciones, una clara intención de aproximar lo más posible al público general hacia el museo. Por otro lado, se esfuerzan por programar y calendarizar actividades complementarias las que tradicionalmente le estaban reservadas, a fin de atraer y acostumbrar a un público que se haga más sensible a ciertas ofertas culturales específicas. En cualquier caso, hoy es evidente que los museos han abandonado su aislamiento tradicional y dan la cara al mundo exterior, esforzándose por tirar los muros que lo separaban de la vida de las personas.

Con esta apertura al mejor envolvente, los museos pasan no sólo a recibir a quienes los frecuentaban tradicionalmente, sino también a *"clientes"* con otros hábitos culturales, provenientes de las más diversas condiciones sociales y con diferentes motivaciones. Esta necesidad de apertura implicó, da su parte, una nueva toma de conciencia del mundo y de la sociedad. Una reformulación de los conocimientos que se entrecruzan y eventualmente, la conquista de una actitud más humilde en relación al conjunto global de la cultura. Como ejemplo, el reconocimiento de sus propias carencias, asumiendo, de esta forma, como polos de redes culturales más vastas, y en interacción dinámica con muchas otras instituciones, rompiendo así el viejo estereotipo *"museocéntrico"*, es decir, el museo como centro geométrico del mundo cultural.

Lógicamente, el museo también se ha transformado a nivel de su organización interna. Actualmente, o museo debe ofrecer una serie de

106 VARINE-BOHAN, Huges. *Los Museos en el Mundo*, Barcelona, 1973.



LECCIÓN EN UN MUSEO

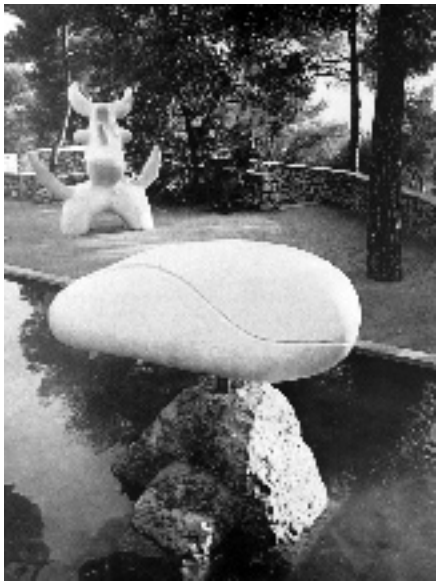
otros servicios que le dan una estructura más formal de la que tradicionalmente lo caracterizaba. El concepto del museo fijo con una muestra permanente va desapareciendo, muchos museos cuentan ya con las áreas para las exposiciones temporales, además de locales para servicios de restauración, departamentos educativos, bibliotecas, instalaciones destinadas a la realización de encuentros culturales y científicos, proyecciones cinematográficas, salas para estudio, salas de vídeo, salas para banquetes, entre otras actividades que se relacionan con la vida cultural o que son de su interés.

El museo es un archivo dinámico de la identidad popular, una memoria viva de las raíces y en la medida en que nos transportan al pasado nos ayudan a entender lo que somos, la verdadera historia local, son la posibilidad de iniciarnos en el disfrute del verdadero a sentido estético de la cultura, contemplando las obras que, a decir de Aristóteles, valen por si mismas y causan placer. Por eso, la relación con el museo no puede ser una simple relación de consumo, tal como lo hacemos ante la exhibición de mercancías en los mercados, como todo lo que es importante en la vida, también el descubrimiento del museo es susceptible de un aprendizaje. Hay un proceso pedagógico que crea una relación para amoldarnos al museo y para que éste , a su vez, se ajuste a las condiciones de su público, las nuevas técnicas didácticas de los museos han motivado su progresivo crecimiento, ya que por todas partes aumentan tanto el número de museos como de los visitantes respectivos. Muchos investigadores consideran al museo como o trazo distintivo de nuestra época y con el desarrollo de los medios de comunicación, multimedia internet, videoconferencias, etc. cada vez serán mayores las posibilidades para la creación de museos. Este fenómeno, cada vez más importante, ha tomado el nombre de la Nueva Museología.

Los objetivos de la Nueva Museología se acordaron en la Mesa Redonda de Santiago de Chile, organizada por la UNESCO en 1972. Este evento destacó *"el rol de los museos en la educación de la comunidad, en la creación de una conciencia sobre la problemática social, política y económica de la sociedad latinoamericana y la búsqueda de soluciones alternativas, es decir, se reafirma la función del museo y su carácter integral. A partir de ahí, y en forma creciente, se puede*

apreciar el desarrollo de una conciencia regional sobre la importancia de la relación del museo y su comunidad". Postura que se reforzaría periódicamente en la Declaratoria de Oaxtepec de 1984, la Declaración de Caracas en 1992 y la Declaración de Barquisimeto en 1995.

Según la historiadora Lourdes Turrent, del Centro de Arte Mexicano, cada circunstancia histórica genera un tipo de Proceso Museal: *"el museo de la Edad Moderna nació conceptualmente como un instrumento de dominio y transmisión de conocimientos para que otros aprendieran... Su concepción era antidemocrática, no buscaba dialogar sino imponer"* [107]. En la actualidad *"la noción de museo ha pasado de la 'era de la adquisición' a la de la 'utilización' "*, en la que lo primordial es la explotación máxima de los materiales, documentos y objetos de arte. Este es uno de los cambios fundamentales que se han operado técnicamente en el concepto del museo, según lo ha expresado la museóloga española Aurora León



MUSEO AL AIRE LIBRE

Por su parte, Luis Fernández, también museólogo español, considera que *"Históricamente, el museo moderno ha venido aceptando, especialmente desde la segunda mitad del siglo XVIII y hasta casi la primera década del XX, la 'mística' del museo como monumento civil capaz de irradiar y difundir públicamente la cultura y el patrimonio. Si reconocemos y confirmamos los orígenes arquitectónicos de la monumentalidad del 'templo grecorromano' o la del 'arco del triunfo y templo' al mismo tiempo y en general la de una morfología de monumento, templo o palacio adecuado a su función histórica heredada de la Ilustración, es también cierto que los núcleos embrionarios del gabinete y la galería ha adquirido en los tiempos actuales unas fórmulas sucesorias o sucedáneas muy especiales"* Lo que le lleva a concluir que el *"museo es una institución llamada a ser el centro de la vida cultural del mañana, a partir de la conservación de un patrimonio vuelto a ser vivo y no enfermo en mausoleos inaccesibles para la mayoría"*.[108]

Recientemente han surgido los museos al aire libre, los eco-museos, los museos comunitarios, la casa museo, el museo integral, el museo de vecindad, el museo de etnografía y el museo de artes y tradiciones populares. Según Turrent, estas instituciones *"proponen una versión que considera no sólo al territorio de una comu-*

107 TURRENT, Lourdes. El objeto de estudio de la museología. En Gaceta de Museos IINAH No.9, p. 5 a 10. Marzo - Mayo 1998.

108 FERNÁNDEZ, Luis. Museología y museografía, Barcelona, 1999



RIVIERE:
"Un Eco-museo es un espejo"

nidad, sino a los objetos creados en este espacio y por esta gente sin mediar recolección forzada, como instancias museables que le dan voz a los particulares. Estas instancias son las que apuntan al futuro. Son las que harán posible el museo dialogal".

Una tendencia muy avanzada, y particularmente importante para acelerar el conocimiento popular respecto a nuestra responsabilidad con el medio ambiente y la naturaleza, es el concepto del Eco-museo. Georges Henri Riviere, fundador del movimiento lo explica así: *"Un eco-museo es un espejo, donde la población se contempla para reconocerse, donde busca la explicación del territorio en el que está enraizada y en el que se sucedieron todos los pueblos que la precedieron, en la continuidad o discontinuidad de las generaciones. Un espejo que la población ofrece a sus huéspedes para hacerse entender mejor, en el respeto de su trabajo, de sus formas de comportamiento y de su intimidad..."*.[109]

Su concepción original no guardaba relación con el museo tradicional como modelo institucional a seguir, sino que sugería abordar el diseño y realización de un centro cultural dinámico, participativo e integrado alrededor de un eco-museo. Actualmente, estas singulares instituciones ofrecen actividades y generan procesos culturales que pueden realizarse simultáneamente en tres vertientes: el área expositiva, el área de documentación especializada y el área de encuentros e intercambios con los diversos públicos. Un nuevo concepto de museo va en la línea de los centros culturales como el Pompidou. Para la española Aurora León, esta institución surgió *"según la idea del denominado 'beaubourg' cuyas transformaciones sustanciales radican en la concepción del emplazamiento urbanístico, en la función e influencia social que ejerce sobre sus visitantes y por último, en el carácter dinámico de su concepción entendido como centro neurálgico de desarrollo de la vida urbana inserta en un fenómeno socio-cultural... lo importante de este concepto es la inmediatez con que el público reacciona ante el encuentro con un centro socio-cultural que puede identificarle o enajenarle del contexto que visita...El museo del porvenir puede llegar a tal punto de conciencia artística que el patrimonio del museo sea la acción de la colectividad"*.[110] Como lo advierte el importante museólogo europeo, Kenneth Hudson (1916-1999), *"en la actualidad todos los museos sean del tipo*

109 HENRI RIVIERE, Georges. *Academic Anthropology and the Museum.* Ed. Berghahn Book, New york. 2001

110 LEÓN, Aurora. *El Museo, Teoría, Praxis y Utopía*. Ed. Cátedra, Madrid, 1990

que sean, son, en mayor o menor medida, museos de historia social, en el sentido de que todo lo que poseen o exponen tiene implicaciones sociales...”.[111] Este mismo autor escribió posteriormente: *“Creo que es enteramente posible que el día del museo etnográfico ha llegado ya y que, en los años que vienen, los hábitos del hombre serán presentados dentro de un total entorno contextual”*. [112]



MUSEO TEMPORAL

Dentro de este contexto de cambios tan dinámicos en la concepción del museo contemporáneo y la generación de las tendencias mencionadas, las actividades museológicas y la disciplina del diseño museográfico han evolucionado con gran celeridad. El trabajo en las instituciones culturales y los espacios expositivos depende no sólo de la visión y formación de quienes los gestionan, sino también de los comisarios o curadores, de los artistas, de los galeristas, de los conservadores, de las revistas, de la prensa y de los críticos culturales.

Para el arquitecto y museógrafo Felipe Lacouture (1928-), del Centro de Documentación Museológica, México, *“el proceso museal (la museografía) debe preocuparse fundamentalmente por la transmisión de formas culturales y consecuentemente con su inculcación como utensilio privilegiado del desarrollo social. La producción o creación de cultura no le corresponde al proceso museal sino que deberá ser realizada en otros espacios y con otras acciones especializadas...A todo lo largo del proceso museal debe construirse un “eje del deseo” que sirva para conectar permanentemente al sujeto con el objeto de una exposición”*. Según el mismo autor, el trabajo de diseño museográfico parte de *“hacer el guión museográfico para el cual se incluyen aspectos de tres géneros de discursos: el Metonímico (relato), el Metafórico ‘poesía lírica’ y el Entinemático ‘discurso intelectual deductivo’ ”*.

Shannon y Weaver amplían la sencilla descripción inicial del proceso de comunicación basado en la idea de una sola persona (emisor) que envía un mensaje a otra (receptor) y diseñan un modelo de comunicación ampliado, al establecer una distinción al principio del proceso, entre la fuente y el emisor; y al final del proceso entre el receptor y el destino. También introducen la idea de “ruido”, que es algo externo (a veces interno) al proceso, que puede interrumpir la transmisión de la información.

111 HUDSON, Kenneth. *Museums for the 1980s. A survey of world trends. Paris. 1977*

112 HUDSON, Kenneth. *‘The flipside of professionalism’*, Museums Journal. N.4. 188-190. Londres, 1989



MUSEO BRITÁNICO

El discurso intelectual es el señalamiento para ordenar los conocimientos que se quieren transmitir, el relato crea una especie de *"fábula con intriga"* para llamar la atención mediante las cédulas, o pequeños textos que acompañan a la exposición y lo poético-lírico es el elemento más fuerte porque crea emociones. La cuantificación analítica de los tres géneros de discursos en la exposición no se puede precisar en forma inmediata, sino que depende de las proporciones y especificidades que se requieran para ubicar los objetos en el espacio, ahora bien, los discursos sugieren, apoyan, informan, pero no pueden sustituir al diseño museográfico, que hace una síntesis configurativa a partir de manejar los conceptos de los tres discursos como elementos para elegir los textos.

Sus instrumentos son los objetos que representan a los conceptos. El espacio y el tiempo para confrontar y observar, recorriendo con el cuerpo y penetrando en los espacios. El eje de la comunicación para conectar al emisor con el receptor, quien, a su vez, estará motivado por el eje del deseo que lo llevará al objeto de la exposición. La museografía utiliza los siguientes medios para producir un lenguaje de diseño vinculado al lenguaje letrado, escrito o hablado, sean códigos luminosos, cromáticos o textuales, el continente arquitectónico, el espacio abierto, el mobiliario, el tiempo para recorrer el espacio.

En resumen, el diseño de la exposición debe convertirse en una vivencia tanto a nivel de los racional como de lo emotivo y donde los valores visuales se adaptarán para expresar secuencias coincidentes con la narrativa. Espacio, luz, cromatismo y formas pueden ser usados adecuadamente para lograr un elocuente efecto psicológico que permita desarrollar el contenido del relato como si fuera una fábula intrigante.

El trabajo del diseñador museográfico no es una actividad independiente, debe atender a las recomendaciones de la persona que tiene a su cargo la concepción de la muestra, de manera que actúa como el cliente en las otras disciplinas del diseño, pues como hemos visto, una actividad con una función práctica y cuya expresión formal debe ser consecuente con la idea de ese responsable, que en el lenguaje museológico se conoce como el Curador Jane Q. Kessler publicó un artículo en Fiberarts Magazine que esta-

blece los criterios para evaluar una exhibición examinando el papel del curador. Originalmente, la palabra curador significa “alguien que cuida”. Un cura es alguien que cuida el alma, un curador es una persona que atiende una cosa, que mantiene la integridad de algo, que es responsable y se hace cargo... es *“algún tipo de académico que cuida los objetos y las ideas que contienen las colecciones especiales para así orientar la estructura y el establecimiento de dichas colecciones”*. No obstante, hacer la curaduría de una exhibición, es cuidar de ella como si se estuviera escribiendo un cuento o un poema. El proceso es subjetivo y objetivo a la vez. Se usan cosas como si fueran las palabras de un vocabulario y se combinan de manera que se pueda describir o iluminar algún aspecto de la actividad o de la creatividad humana. El reto consiste en mantener el balance entre la objetividad y la subjetividad, ambas son válidas para el curador, una de ellas le da la distancia, la evaluación abierta y honesta, la otra le da la cercanía, la chispa que es la presentación de una opinión personal o institucional. Por consiguiente, no hay opciones correctas o equivocadas de seleccionar los objetos ni hay una forma correcta o equivocada de presentarlos, sin embargo, hay exhibiciones e ideas de curaduría que están bien fundamentadas y luego deberán ser bien apoyadas por los procesos de selección, presentación y material didáctico.



SELECCIONES DE CURADURÍA

El proceso de la curaduría comienza con una tesis. La tesis, sin embargo, se deriva de un propósito, el problema está en que hay que saber diferenciar entre “propósito” y “tesis”, de manera que ambos se lleguen a comprender plenamente en una exhibición. Un curador plantea un enunciado, una declaración, una tesis, una idea a la que se le dará un seguimiento tangible a través de la selección y exhibición de objetos, o, en algunos casos, de algunos no-objetos. La exposición es un método eficaz de difusión cultural. *“Las exposiciones temporales son realmente soportes de un trabajo de sensibilización, de relación y de animación y constituyen un medio específico de comunicación y de expresión que une investigación y creación”.* [113]

Realizar una exposición es producir un espacio donde el que contempla y el contemplado se intercambian sin cesar. Alejandro Garay dice que *“cuando vemos los objetos, éstos ya nos miran”*. Lacan, por su parte, considera que *“... en el campo escópico la mirada está fuera,*

113 VALDÉS Sagués, M.C. *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Editorial Trea. Gijón, 1999. Págs 191-192



PASAJE MUSEO BRITÁNICO

soy mirado, es decir, soy cuadro". Foucault también insiste en que *"la obra nos mira a todos quienes nos instalamos momentáneamente en el cruce de las coordenadas espaciales entre obra, instalación, experiencia artística, exposición... (una vez allí), la obra busca reciprocidad a su mirada... somos perseguidos por ella... lo expuesto nos mira... somos nosotros quienes somos interpelados por los objetos..."*.

Vale la pena hacer una comparación entre las características de la museografía más tradicional y los elementos distintivos de las nuevas tendencias. En las exposiciones del siglo XIX y en una gran parte del siglo XX se podía apreciar que tenían una única "lectura" posible, como si las paredes de las salas fueran las páginas desplegadas de un libro enciclopédico lleno de textos, además presentaban los objetos acumulados, uno al lado del otro y preferían espectadores pasivos, que se dejaban llevar. Cada exposición era una reconstrucción fiel, copia exactas de una realidad y trataba de explicarlo todo de manera formal y descriptiva.

La calidad de la emoción estética que nos puede brindar un trabajo de museografía obedece o más bien, depende, del cumplimiento a los conceptos básicos que son los objetivos de la museología, tal como los expresa el conocido museógrafo de Nueva York, Ralph Appelbaum (1953-); *"Proveer más preguntas que respuestas. Forzar al visitante a complementar lo dado, no habiendo entregado la totalidad, sino solamente los marcos de referencia, o la presencia descontextualizada. Ofrecer un lenguaje museográfico que posibilita advertir elementos similares, contradictorios, contrapuestos, paradigmáticos, sinecdóquicos, paradójicos. Crear un espacio de interrelaciones entre el discurso de los creadores de la exposición y la mirada de los objetos hacia el visitante. Aplicar el método científico para imaginar, diseñar y producir instalaciones. Estimular a los técnicos y a los científicos para que apliquen sus conocimientos. Presenta ideas encarnadas en unos objetos, en su disposición y en el ambiente generado"*.[114]

El material expuesto no debe quedar solo en el espacio o las paredes, espacio y obras irrumpen, se extienden, se contraen, transforman, invaden, vacían, dislocan o relocalizan el espacio y el lugar, alterando la mirada, involucrando el cuerpo, reconstruyendo la realidad. *"Las obras a menudo interactúan con las puertas, el suelo, las ventanas,*

114 APPELBAUM, Ralph. Texto de su conferencia, *Final Report on Museum Assessment and Design Seminar.* St. Petersburg Russia, 2000

la caja o cubo del espacio, las formas limítrofes, el afuera, generando una topografía singular, inédita, excéntrica: la exposición como ambiente, intervención ó instalación es también parte la obra de arte".[115]



CIRCULACIÓN EN EL MUSEO GUGGENHEIM

Además de las obras, numerosas técnicas de iluminación, cromatismo, de instalación, de construcción de suelo/piso/paredes/techo, de efectos especiales, de soporte, etc., se convierten en un metalenguaje. *"Las exposiciones se basan en emociones y no en conocimientos previos. Deben ser pensadas para todo tipo de público. Produce un impacto sensorial que genera una atmósfera que incita, que conmueve, que estremece, que provoca, que sugiere, que genera vivencias, que genera afecciones, que estimula el conocimiento y la interactividad de tres maneras: "minds on" o interactividad inteligible (imprescindible); "hands on" o interactividad provocadora (muy conveniente); "heart on" o interactividad cultural (recomendable)".*

"La exposición en sí es una experiencia, por lo que incita la exploración. Ya hay montajes que hasta pueden prescindir de lo visual, cada quién decide por dónde y cómo discurrir. Ella tiene lugar en cuanto hay otro que la vive, en cuanto hay otro que la experimenta. Las exposiciones no terminan en la sala de exposiciones... siguen a la salida de la misma. Además, en todas las exposiciones hay actividades complementarias que sí se planifican en función de la preparación previa del público, o en función de grupos particulares según nivel de entrenamiento, preferencia o grupo social". Una buena exposición no puede sustituir lo que nos proporcionan mejor otros medios. La *"buena exposición debe motivar a saber más, a obtener más información de un buen libro, de una buena película, de una buena conferencia. Una buena exposición cambia al visitante. Un buen museo es, sobre todo, un instrumento de cambio social".*

La museografía tiene límites. Hay temas especialmente museográficos y hay temas que se tratan mejor con otros medios. Existe un rigor museográfico y existe un rigor científico, a propósito, el Director del Museo de la Ciencia de la Fundación "la Caixa" en Barcelona, Jorge Wagensberg (1948), opina que *"El museo y sus exposiciones deben ser museográficamente rigurosos, no hacer pasar reproducciones por objetos reales, no sobrevalorar ni infravalorar la trascendencia, la singularidad*

115 SOLANS, Piedad. Artículo *Crítica y Teoría*. Revista Lápiz. No 210-211, Madrid, 2005.



ELEVADOR: INSTALACIÓN DE GABRIEL OROZCO

o el valor de una pieza,... y científicamente riguroso, no emplear metáforas falsas, no presentar verdades que ya no están vigentes, no esconder el grado de duda respecto a lo que se expone. El rigor museográfico se pacta entre el museólogo y los diseñadores. El rigor científico se pacta entre el museólogo y los científicos expertos en el tema".[116]

Estas características del diseño museográfico exigen una complejidad de recursos no siempre al alcance, por lo que resulta todavía más importante la labor creativa del diseñador, pues se necesita de más espacio, medios tecnológicos interactivos (láser, redes eléctricas, sensores, fibras ópticas, audiovisuales, pantallas, cámaras, proyectores, instalaciones acústicas, etc.), mobiliario específico con instalaciones sofisticadas, aparatos mecánicos, materiales novedosos, etc. En el campo de las artes, las obras ya no se conciben sin pensar en el espacio de la exposición, o a partir de conceptos determinados, de ciertas formas y temáticas vinculadas de alguna manera a dicho espacio. De ahí que Piedad Solans señala que el espacio expositivo tiene que poseer un ritmo articulado entre dimensiones plásticas, fenomenológicas y simbólicas, así como condiciones de imagen, estrategia y proyección pública. *"Lo que llega al público es la visión final de la exposición y los materiales periféricos (brochures, folletos, catálogo, vídeos, entrevistas en la prensa, etc., y por eso estas mediaciones son tan importantes como la exposición real".*

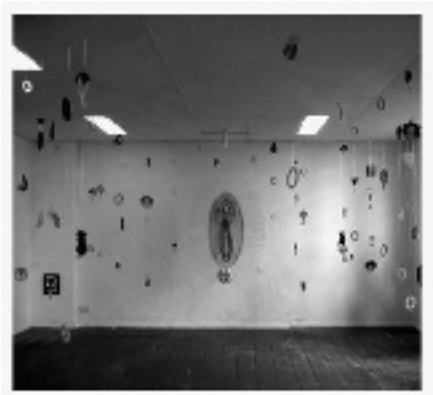
Las exposiciones tienen diferentes tratamientos formales y que corresponden a su categoría o tipo. Tradicionalmente se han considerado tres tipos de exposiciones de acuerdo a su finalidad u objetivo, son las Didácticas, las Emotivas y las que son para Entretenimiento o Diversión.

Aunque en sentido estricto todas las exposiciones son Didácticas al tener el objetivo general de transmitir información, se reconoce que una exposición es especialmente educativa e instructiva cuando se dirige a transmitir información y tiene como fin la instrucción y la educación, en estas exposiciones el espectador participa activamente y tiene la oportunidad de interactuar en un ciclo de enseñaza aprendizaje.

Una exposición Emotiva es aquella que se ha diseñado para provocar un sentimiento. Son exposiciones con una finalidad estética,

116 WAGENSBERG, Jorge. *Principios fundamentales de la museología científica moderna.* Cuaderno central de la Revista Barcelona, metrópolis mediterránea. Num. 55. 2004

es decir, ideadas para que el visitante contemple la belleza del objeto mediante la creación de un ambiente estético donde apenas existan elementos interpretativos. *"Las principales características de una exposición de este tipo es que el visitante aprecie la belleza de los objetos seleccionados. Para alcanzar ese objetivo debe existir un mínimo de interferencia visual, los gráficos y otros materiales interpretativos que pudiera haber, se mantienen en un segundo plano o son elementos secundarios que de ninguna manera habrán de competir con los objetos. El diseño de la presentación, es decir el entorno de la exposición y de todos sus componentes, es compatible con el objetivo y se recrea un ambiente estético"*.[117]



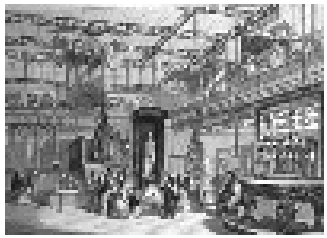
INSTALACIÓN DE MÚLTIPLES OBJETOS

Una variante de la exposición emotiva es la Evocativa, que pretende recrear una escena y facilitar así su comprensión. Son muestras buscan suscitar emociones en el espectador recreando una atmósfera y posiblemente se incorpora cierto estilo de representación teatral. Margaret Hall resume en qué consiste este tipo de exposición: *"En una exposición 'evocadora' se recrea, bajo una forma teatral, la atmósfera de una época, de un país, de un estilo artístico particular o de una escena. Esta escenificación facilita la comprensión a través de la evocación y la asociación, y no necesariamente a través del despliegue de textos informativos"*.

La exposición de Divertimento o Entretenimiento es aquella que tiene la finalidad de la realización de actividades lúdicas, son muestras con carácter interactivo, donde se intenta involucrar al espectador en actividades relacionadas que impliquen acciones intelectuales y físicas simultáneamente. Se presentan bajo formas diversas que van desde las muestras interactivas, basadas en el ordenador, hasta las actividades "hágalo-usted-mismo" en las que se anima a los visitantes a participar. La mayoría de las veces, estas exhibiciones se dirigen al público infantil y juvenil, su objetivo es la creación de un ambiente festivo y suelen tener, aunque no sea indispensable, una finalidad educativa que en ningún momento se hace evidente, por lo que de hecho se considera una categoría en sí misma.

La clasificación de las tres categorías mencionadas, no toma en cuenta otro objetivo que a nuestro juicio constituye una cuarta categoría. Hasta el momento hemos tratado acerca de la creación de espacios y

117 BELCHER, M. *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo.* Ed. Trea. Gijón. 1994 Págs.78-79



PALACIO DE CRISTAL



EL ESTAND, EXPOSICIÓN COMERCIAL

objetos museográficos en el ambiente del museo, con objetivos eminentemente culturales, pero existe también otra vertiente museológica que es la de las Exposiciones. Como se dijo anteriormente, todas las exposiciones tienen un objetivo didáctico pues transmiten o enseñan al público una información que le resulta novedosa, pero a diferencia de las categorías mencionadas, existen otras exposiciones que tienen primordialmente objetivos de tipo comercial. La exhibición de muestras en ferias y actos sociales para promover su conocimiento ante un público y su inmediata o posterior comercialización, constituyen una actividad casi tan vieja como la misma humanidad, son actividades muy ligadas al comercio que a partir de la revolución cultural se corporizan como disciplinas formales, la publicidad, la mercadotecnia y la exposición.

Antiguamente la ferias y otras actividades con sentido festivo estaban muy relacionadas con los mercados, donde en un ambiente muy parecido al circo con malabaristas y exhibición de fenómenos y cosas extrañas, se instalaban los puestos con mercaderías que eran traídas periódicamente desde el extranjero, los mercaderes buscaban traer siempre novedades, manufacturas y materiales exóticos, para llamar la atención e incrementar el halo de misterio sobre el origen de sus productos.

La que se considera la primera exposición moderna, a partir de la revolución industrial, fue la que organizara la Corona Británica en 1851 y que tuvo por sede el Palacio de Cristal de Londres, realizado a partir del proyecto de Joseph Paxton. Esta gran feria fue la reacción inglesa a la primera exposición industrial francesa de 1844, donde se mostraron los avances de la industria gala. El objetivo de los ingleses iba más allá, se trataría de un gran acontecimiento internacional, donde cada país ocuparía un espacio dentro del gran galerón y donde podría promover su cultura, su artesanía, sus manufacturas, sus productos industriales y su interés turístico, en una época donde estos conceptos apenas nacían.

Actualmente las exposiciones comerciales constituyen el área más solicitada dentro de las ocasiones de lo museológico. La dinámica comercial del mundo globalizado impone la necesidad de realizar constantemente exposiciones para la promoción de todo tipo de productos y servicios, desde las populares y frívolas hasta las más específicos y para públicos selectos, como las de tipo científico. En el contexto

de las exposiciones comerciales, el trabajo de diseño se centra en espacios y objetos, con criterios museísticos particulares y mercadotécnicos, para la planeación y realización de los llamados “Stands”, palabra que puede castellanizarse con el término estand y que se refiere a los puestos para exhibición que adquiere cada empresa participante, siguiendo el modelo impuesto por la gran exposición de 1851.

La exposición comercial encuentra su aplicación más conocida en el Aparadorismo, la realización de vitrinas en las fachadas de las grandes tiendas y ambientes interiores que constituyen espacios de exposición. El diseño de aparadores utiliza los mismos procesos y conocimientos de las demás modalidades de la museografía pero es una especialidad que demanda conocimientos específicos, pues en un espacio mínimo debe mostrar mucho más que maniquíes, ropa y objetos. Los aparadores de una tienda obedecen a un concepto que busca promover, más que la venta de los objetos mostrados, fantasías y estilos de vida que identifican segmentos socioculturales formados por individuos que buscan pertenecer al grupo adquiriendo esos objetos. Se muestran modas y tendencias, códigos que señalan manifestaciones de elegancia que identifican grupos sociales al tiempo que señalan la diferencia con los otros.

El aparadorismo señala y manifiesta la identidad de la tienda, es la vía para mostrar la diferencia con otras tiendas, maneja conceptos de estilo y requiere de una trabajo que deberá ser percibido siempre como novedad, una exigencia a la creatividad para extrapolar los valores que identifican a la empresa al tiempo de proyectar un proceso de cambio constante. El diseño de estands, espacios y objetos para exhibición comercial son actividades que realizan quienes se hacen expertos con la práctica, pero son campos del diseño muy poco atendidos en las escuelas de diseño y arquitectura. Ni siquiera las escuelas de museología integran adecuadamente las exposiciones comerciales, estands y aparadores entre sus campos de interés, son actividades que tradicionalmente se han visto como algo fuera de su clasificación y objetivos. Esto debe resolverse con la consolidación del diseño museográfico como una disciplina en sí, que posibilite la integración de todas sus especialidades y que maneje su propia materia de conocimiento y su propia cultura. Es una necesi-



APARADORES E IMAGEN CORPORATIVA



PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA



AISLAMIENTO DE OBJETOS

dad real que menciona con claridad el museólogo español F. Hernández, al decir que ”Esto es cada vez más urgente debido a que la museografía, como recurso didáctico y como recurso para la comercialización son más importantes en la medida en que los cambios tecnológicos y culturales se aceleran, demandando medios más rápidos para publicitar los conocimientos y sus aplicaciones.”[118]

Debemos considerar que el diseño museográfico tiene en sí mismo un valor estético, que a diferencia de lo que se busca o sucede n las otras disciplinas del diseño, no debe nunca rebasar con su manejo a la calidad estética de los objetos que se exhiben o que son mostrados. Los recursos estéticos del diseñador museográfico son, primeramente, la calidad de lo que habrá de ser expuesto como el centro de atención y sobre lo cual debe trabajarse para generar una jerarquía para destacar lo principal de lo secundario, unidad estilística y la estructuración del contenido bajo un concepto que opere como el lenguaje propio de la muestra. y de tratamiento formal. Le sigue el espacio arquitectónico, un manejo secuencial con diferentes sensaciones que refuercen al concepto de diseño de la exposición, aprovechando la calidad plástica del local y las oportunidades que pueda brindar para crear el espacio y la secuencia de la muestra. El lenguaje y los textos, la información que pueda aprovecharse, tanto escrita como iconográfica y la puramente gráfica, que son los medios que reforzarán o afirmarán el contenido didáctico de la muestra. La iluminación, el manejo de la luz para acentuar los puntos de atención y la jerarquía de los objetos de la muestra. El color es otro recurso plástico que contribuye de forma significativa a la atmósfera que se crea en una exposición.

En referencia a los objetos que habrán de exhibirse y que constituyen la razón de ser de la obra museográfica, debemos tener presente que un diseño de exposición satisfactorio trata de ser un diseño pensado en la gente y no en los objetos expuestos. Se observa en muchas ocasiones que se intentan aislar los objetos, tanto en términos visuales como en términos contextuales, situándolos en un entorno neutro. En él pueden ser vistos por lo que son, pero también quizás por lo que no son, es decir, como un objeto de arte. En cuanto se le concede un tratamiento especial al objeto más humilde y corriente, situándolo en un marco dentro de un espacio acristala-

118 HERNÁNDEZ Hernández, F. *Manual de Museología.* Ed. Síntesis. Madrid. 1994 Pág. 154.

do e iluminado de forma inmediata asume la belleza de un objeto de arte y el público puede encontrar difícil no verlo de esa manera.

"Una alternativa al aislamiento de un objeto es intentar recrear el entorno del que ha salido. También se crean contextos y asociaciones agrupando objetos. Esta relación puede utilizarse para ilustrar desarrollos, hacer comparaciones y así sucesivamente, dependiendo de la intención de quien hace la selección".[119]

La colocación de las piezas está condicionada tanto por la tipología de la sala como por las alternativas espaciales, la distancia del objeto y la densificación de público que ofrecen al visitante el circuito de la muestra. *"Se deben tener presentes las diversas posibilidades que brinda el cono de visión humana, en el que intervienen las dimensiones de las obras, la situación de la obra en su concreta instalación respecto del nivel del suelo, la distancia del espectador respecto de la obra instalada y el campo de visión autónoma del objeto en su relación con los contiguos. La ordenación y colocación de objetos bidimensionales sobre muro o panel debe ser realizada según unos criterios de proporcionalidad, la distancia entre los objetos alineados debe ser lo suficientemente amplia que no produzca interacción, pero tampoco tan espaciada que impida en el recorrido establecer oportunas relaciones o comparaciones. Los objetos tridimensionales presentan en cuanto a su instalación problemas añadidos a los bidimensionales, requieren un espacio autónomo, casi siempre en su derredor, a veces soportes o ámbitos especiales, y sobre todo una protección espacial y un trato lumínico más complejos en razón de su corporeidad y situación en las salas"* .[120]

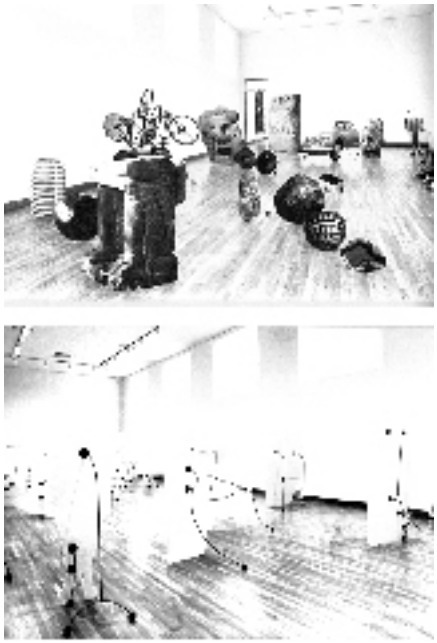
El lenguaje y los textos están presentes como un importante componente, pues, aunque las exposiciones muestran objetos, para su ubicación en un contexto debemos recurrir a los mensajes escritos e iconográficos, aunque bien es sabido que una imagen suele explicar más que las palabras, de manera que la importancia del objeto material anula la función de los textos. Los textos de una exposición pueden ser títulos y títulos secundarios, paneles introductorios, comentarios de grupo, paneles interpretativos y comentarios de los objetos. Los mensajes o puntos esenciales de la exposición están comprendidos en los textos, combinados con imágenes representadas por fotografías y dibujos, así como otros medios interpretativos como mapas, gráficos, pósters, etc.



OBJETO TRIDIMENSIONAL EN UNA SALA

119 BELCHER, M. *Op. Cit.* Págs.181-182

120 ALONSO FERNÁNDEZ, L. Museología: introducción a la teoría y práctica del museo. Ed. Istmo. Madrid. 1993. Págs. 252-253



INSTALACIÓN FOTOGRÁFICA EN SOPORTES ESPECIALES

Los paneles introductorios determinan la relación de contenidos para la exposición e informan al público acerca de las expectativas que pueden tener. El panel introductorio deberá informar del tema de la exposición e indicar lo que es interesante y lo que merece la pena ver. También debe mostrar con claridad cómo está organizada la exposición y dar información sobre la existencia de material suplementario como catálogos, vídeo o libros.

La iluminación es un componente importante de la exposición, pues como ésta es esencialmente una experiencia visual, la luz, que es uno de sus componentes fundamentales, habrá de ser un factor clave en cualquier esquema. En cuanto tal, se alinea junto a la forma, color, espacio y textura, como uno de los elementos de diseño básicos. *"Es también uno de los más complejos ya que implica una comprensión de la psicología del comportamiento y de la percepción, lo mismo que de la estética. La iluminación, además de facilitar la visión, puede ofrecer también una experiencia estética que puede repercutir sobre el visitante de muchas formas, incluyendo la creación de diferentes "atmósferas". La iluminación de una exposición por ser sombría y reflexiva o puede brillar destacando los objetos y rescatándolos del vacío oscuro y misterioso, permitiéndoles resplandecer...La luz natural es el iluminante más completo; pero, a su vez, el más voluble, tan capaz de envolver con gran plasticidad un ambiente como ofrecérnoslo como algo sombrío y triste debido a los cambios incontrolables e imprevisibles".*[121]

Desde un punto de vista positivo estos cambios se aprecian al observar objetos de arte, en particular, esculturas y pinturas. Los objetos tridimensionales, especialmente aquellos que incorporan trabajos en bajorrelieve, se convierten en un espectáculo excelente, bajo la luz solar, al crearse contrastes muy fuertes. Algunos objetos, como las pinturas y obras gráficas, exigen una distribución uniforme de la luz sobre la superficie y en una exposición basada solamente en ellas, el objetivo previsto puede ser conseguir la uniformidad de la iluminación en toda la exposición o simplemente centrar la iluminación sobre los objetos concretos. Otros objetos, en particular aquellos de grandes dimensiones o tridimensionales, pueden verse beneficiados por un enfoque más dramático que se consigue con la variación en los niveles de iluminación. *"A mayor contraste mayor efecto dramático, pero a mayor dramatismo*

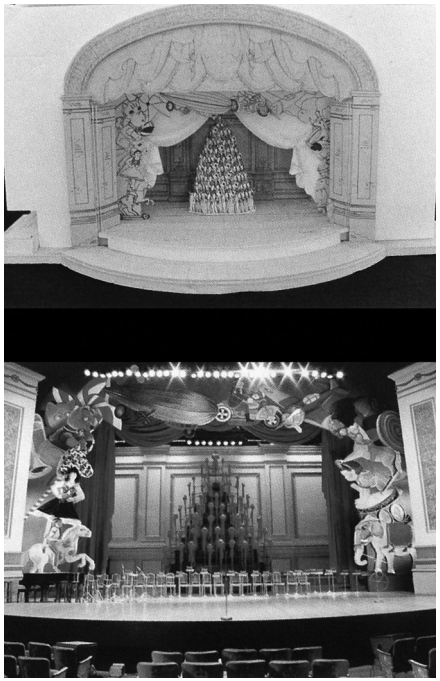
121 RODRÍGUEZ LORITE, M.A. *La luz en el museo.* En: Díaz Balerdi, I. *Miscelánea museológica.* Servicio Editorial, Universidad del País Vasco. Bilbao. 1994. Pág. 235

mayor dificultad experimentada por el público para ajustarse a los cambios de luz y en último término, a la contemplación de los objetos" [122]

Como en todas las disciplinas del diseño, los avances tecnológicos han ampliado las posibilidades de expresión estética, por ejemplo, sabemos que la luz natural perjudica el material expuesto y que las lámparas tienden a crear ambientes rígidos, ahora con la fibra óptica se cuenta con un recurso apropiado para la iluminación de ciertos fondos, pues elimina la componente infrarroja en el haz de luz y amplía la versatilidad para iluminar un objeto desde distintos ángulos con la misma fuente, lo que lo hace un sistema ideal para la iluminación de objetos muy delicados y el modelado de pequeñas piezas expuestas en vitrinas.

122 BELCHER, *Op. Cit.* 1994. Pág.160.

2.5 DISEÑO ESCENOGRÁFICO Y DE PRODUCCIÓN



MAQUETA Y VISTA DE FORO TEATRAL

La Escenografía, del griego *"skênographia"* es literalmente, escribir sobre la escena, o sea, el decorado de tipo pictórico que necesitaban las obras de teatro en sus orígenes griegos, tal como griega es su denominación. En el Renacimiento es el arte de los telones de fondo realizados por medio de la perspectiva. En la actualidad hacer una escenografía es *"establecer un juego de correspondencias y de proporciones entre el espacio textual y escénico, estructurar cada sistema "en sí mismo" y en función del otro en una sucesión de acuerdos y desajustes".*[123]

Podemos decir, de manera muy general, que la escenografía es el tratamiento estético y creativo del espacio en el que se desarrolla un espectáculo escénico o audiovisual. Es un espacio, pero el diseño se hace con objetos tangibles, pues Alejandro Luna Ledesma (1951-), arquitecto y escenógrafo muy reconocido en nuestro país, nos dice que: *"Decimos que la escenografía es espacio, pero pensamos en telones, máquinas, muebles y objetos. Es difícil imaginar el vacío, preferimos ver las formas, colores, texturas de los límites del espacio. Tendemos a ver la escenografía como algo, no como una ausencia. Sucede lo mismo con la arquitectura: vemos primero la volumetría, las fachadas interiores y exteriores, pero es difícil hablar del espacio. Quizás se debe a que lo habitamos naturalmente sin pensar en él".*

De acuerdo a los conceptos de este autor, sabemos que *"fuera del tiempo en que transcurre la obra, una escenografía puede ser leída como un proyecto, como un espacio escultórico, pero no como un espacio escenográfico. La escenografía, como tal, es expresiva únicamente junto con los actores y los espectadores y sólo durante el tiempo de la representación. La escenografía se inscribe en el tiempo del teatro; de ahí su carácter de arte dependiente, no autónomo, efímero y cinético. El teatro es básicamente un transcurrir, tiempo que transcurre".* [124]

El escenógrafo se expresa con formas, volúmenes, luces, sonidos, colores, telas, mobiliario, objetos y texturas al servicio del

123 PAVIS, Patrice. *Diccionario Del Teatro*. Paidós Comunicación. París, 1980.

124 LUNA, Alejandro. *Escenografía.* Ediciones Milagro. CONACULTA, México, 2002. Págs. 246 y 247

proyecto espacial que cada obra necesita. El campo de acción de la escenografía se expande en forma permanente, pues incluye obras de teatro, películas, escaparates, programas de televisión, espectáculos populares, desfiles, actos políticos, etc.



REALIZACIÓN DE UN TELÓN

En el lenguaje del teatro, esta disciplina ha conservado su nombre original, pero en el cine, probablemente debido a la influencia de la industria de Hollywood, se ha establecido el nombre de Diseño de Producción, entendiendo la palabra producción también en el sentido de esta industria y que se refiere al financiamiento que permite la realización de la película. Desde la adquisición de todos los equipos e instrumentos necesarios, la contratación de actores y todo el personal, la habilitación de locaciones y la construcción y equipamiento de los escenarios

La escenografía aplica el proceso de diseño en un sentido plástico y fantástico que la aproxima más al sentido del arte, se conciben espacios, lugares y objetos antes de ser construidos, imaginando los impactos emocionales de cada elemento y resolviendo los requerimientos funcionales, además coordina eficientemente su construcción y equipamiento.

La expresión escenográfica con mayor tradición es la teatral. Es también la que se maneja con un mayor sentido de obra artística, donde el escenógrafo realmente plasma una expresión personal, pues como ha dicho el actor franco-argentino Maurice Jouvet, (1923-1999) *“La escenografía es también, un sentimiento dramático”.* En lenguaje de teatro, la escenografía es *“el conjunto escenoplástico que estructura e identifica al espacio escénico y lo transforma en un lugar”.*

Hablamos de escenografía con el sentido amplio del término, que incluye aquellos conocimientos y habilidades de realización que integran el lenguaje plástico del teatro, confiriendo unidad al conjunto. El vestuario y la utilería, el maquillaje, las máscaras y todo aquel accesorio que por su inserción da significado al espacio teatral. Esta unidad es indisoluble al margen de las circunstancias de producción y de realización teatral. Se sabe por experiencia que su diseño y solución constructiva, pueden ser circunstancialmente asignados a distintas personas o a una sola. La escenografía es el conjunto materializado y el principal vehículo del lenguaje figurativo



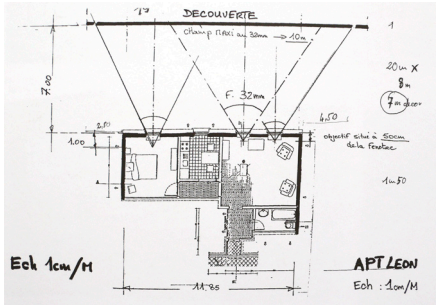
OFICINA
Instalación de Gabriel Orozco

de la puesta en escena que se dirige al imaginario del espectador. En lo escenográfico se conjugan dos tipos de conocimiento artístico, el diseño como disciplina proyectual y el teatro, pero como fenómeno gestáltico, en esa conjugación se genera una entidad que sobrepasa sus orígenes, tal como lo hace ver el mismo Alejandro Luna: *"Estamos acostumbrados a encuadrar la escenografía dentro de las artes plásticas, a juzgarla como arquitectura o decoración. Quizás por esto se nos dificulta percibir concientemente-sólo concientemente- los movimientos, las relaciones entre el espacio y el texto, entre el espacio y la música, entre el espacio y la actuación de los actores-personajes. Es difícil también tener conciencia del movimiento de la escenografía, de los cambios de significados que se suceden a lo largo del espectáculo. Afortunadamente tenemos otras formas de percepción".* [125] Esta resultante es lo que los expertos en el tema denominan *"el conjunto escenoplástico"*, es decir, la escenografía en acción dinámica con la representación teatral, *"vive"* y se transforma mediante la acción dramática, pues a diferencia de lo que sucede en las artes visuales, la escenografía en sí misma no posee valor expresivo. Cuando el espacio escenográfico adquiere valor expresivo en sí mismo, estamos hablando de un arte diferente, la instalación. En la instalación hay escena pero no escenificación, no se genera el espacio escenoplástico al no darse la representación teatral. La escenografía y la instalación, dos formas de expresión artística diferentes, no se confunden ni son ajenas totalmente una a la otra. A primera vista daría la sensación de que el único parentesco es la ocupación del espacio que propician. Sin embargo es posible ver una tendencia a desarrollar las escenografías como si fueran instalaciones, probablemente porque cada vez hay más artistas plásticos que se van acercando a las resoluciones escénicas sin abandonar su producción eminentemente visual. Esta tendencia que toman los trabajos de algunos escenógrafos es un proceso natural en los movimientos del arte actual, pues hace ya varios años que las artes visuales tienen a la instalación en el centro de la escena de la organización espacial-conceptual. Sin embargo, para nuestro trabajo referente a los proceso de diseño, deberemos limitarnos al fenómeno de la escenografía.

Al diseño del espacio escenográfico como valor tridimensional, se suman en el proyecto y construcción escénica el tratamiento de las super-

125 LUNA, Alejandro. *Op. Cit.* Págs. 246 y 247

ficies: el color, la texturas, los valores y ritmos. Pero también a diferencia con las artes visuales, la escenografía es un arte efímero como el teatro mismo. Es interesante intentar una comparación analógica con la esencia de la disciplina arquitectónica donde podemos comprobar similitudes y diferencias. Gracias al historiador romano Plinio el Viejo conocemos los tratados que sobre la arquitectura clásica escribió en el primer siglo de nuestra era el arquitecto romano, Marco Vitruvio que en su obra *"De architectura"* nos habla de los conceptos fundamentales del hacer arquitectónico y que se aplican en los proceso de diseño escenográfico. Vitruvio nos habla de tres componentes interrelacionados: la utilitas y la firmitas y la venustas. Según Vitruvio, la arquitectura debe ser útil *(utilitas)* es decir utilitaria, lo que la arquitectura moderna redefine en el siglo XX como la función y de ahí la funcionalidad como premisa de diseño. Debe ser firme *(firmitas)*, construida mediante técnicas y materiales apropiados que resistan su uso y sean perdurables y debe ser bella *(venustas)*, ideada en relación a principios estéticos.



PLANTEAMIENTO ESCENOGRÁFICO

Si analizamos con atención esta tríada podemos observar que la misma se presenta también como soporte conceptual de la escenografía. Debe ser tener una utilidad práctica, una función, en la medida del uso que hace el actor para representar a su personaje, pero también y en un doble sentido, al uso que hace el actor desde sus propias técnicas de composición y construcción del personaje. En este sentido se hace imprescindible la consideración de aspectos antropomórficos y antropométricos inherentes a las relaciones entre las medidas y posibilidades del cuerpo humano con las dimensiones y formas de los objetos que manipula y los espacios en los que transita o permanece.

En ocasiones la escenografía *"re-presenta"* situaciones de la realidad, es un simulacro del espacio cotidiano en una coordenada temporal determinada. En los teatrales las posibilidades de alteración de las proporciones y relaciones entre figura humana y espacio se justifica en la medida en que los énfasis expresivos que así lo requieran. En todos los casos las dimensiones de toda cosa u objeto, parten de la forma humana encarnada en el actor que da el sentido y contexto a los elementos. La escenografía debe considerar aspectos pragmáticos o utilitarios en función tanto del actor como del personaje, teniendo en cuenta sus necesidades de uso efectivo o simbólico en el universo



LA IMPORTANCIA DE LA ILUMINACIÓN EN EL TEATRO

de los objetos que organizan el espacio escenoplástico. Esta sintaxis no sólo contempla los principios ordenadores de la forma, sino que debe también considerar el uso y habitabilidad del espacio escénico.

Puesto que el diseño escenográfico es fundamentalmente, como todas las disciplinas del diseño, un trabajo en equipo, tal como lo dice el muy reconocido escenográfo mexicano Alejandro Luna, no es una labor que pudieran hacer solamente los escenógrafos. *"En la organización del espacio y el diseño de sus movimiento participan orgánicamente. De manera directa o indirecta, todos los integrantes del equipo: el autor, el director, los actores, los técnicos, los diseñadores y decisivamente, el público"*.[126]

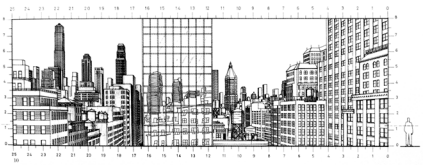
La participación del espectador es de carácter perceptual, no utiliza al escenario en el sentido funcional clásico, como utiliza la cocina de su casa. En este caso el uso está dado en el sentido de sus capacidades sensoriales puestas en juego mediante la voluntad de espectar. Esta voluntad implica una doble conciencia y un umbral, una frontera establecida por la naturaleza de la convención teatral. Esta frontera indica de un lado la conciencia del carácter fantástico del universo escénico y del otro un acto de fe. Ir al teatro es un acto voluntario y a diferencia de múltiples acciones realizadas en la vida cotidiana. Implica un *"estar en"*, una disposición al juego, una mutua complicidad que da sentido al simulacro. La posibilidad de escenografías que incluyan o incorporen al espectador no modifica esta doble conciencia. En todo caso estas experiencias son esfuerzos por acentuar lo perceptivo, brindando condiciones ambientales propicias para profundizar la relación sensible con el espectáculo. Aún suponiendo la utilización de espacios reales como escenarios de la acción, el artificio se hace evidente en la experiencia de compartir con otros, en el carácter social del rito de la representación. Aquí el doble carácter de la complicidad hacia lo que se percibe, viendo y escuchando, y también hacia todos quienes participan del juego. Es entonces que el diseño escenográfico debe considerar al espectador como usuario. Las condiciones de proximidad o lejanías, de acercamientos o distanciamientos, de simultaneidad o exclusividad de la visión y otras variables que dan sentido, como percepción, al espectáculo. Jerarquías y selectividad en los apoyos visuales para impre-

126 LUNA, Alejandro. *Op. Cit.* 2002. Págs. 246 y 247

sionar el imaginario del espectador y facilitar sus recursos asociativos. Una de las premisas básicas en la construcción y el diseño escénico es la condición efímera de la escenografía. La variable tecnológica teatral plantea, a diferencia de la arquitectura, un grado de especialización que hace fundamentalmente a la flexibilidad. El conjunto escenográfico debe tener un alto grado de adaptabilidad a las condiciones impuestas por el carácter de la producción. Por ejemplo, cuando el espacio escenográfico debe montarse sobre un espacio que es utilizado simultáneamente por otros espectáculos, lo que implica determinadas condiciones para armar, manipular, almacenar acordes con las características del lugar escénico. Otra circunstancia puede ser el traslado entre lugares o teatros diferentes, lo que incluye la capacidad para su transportación como problema. Las múltiples posibilidades de la producción teatral incluyen desde el número de funciones previstas, la adaptabilidad a distintos escenarios y la gestión económica y administrativa, presupuestos y disposición de mano de obra especializada. Evidentemente, las tecnologías utilizadas, salvo situaciones muy especiales, se centran en la utilización de materiales muy ligeros y deleznables, son livianas y construidas con sistemas de prefabricación. Pero una cuestión de suma importancia para el diseñador, es la singular posibilidad que brinda una construcción dentro de otra, es decir, el de organizar un conjunto tecnológico con el soporte de otro mayor y complementario, la escenografía sucede dentro de un contenedor que es el teatro, un edificio formalizado para tal fin. Esta cuestión plantea la necesidad de considerar a la forma escénica en un doble sentido, la escenografía y todos los objetos que la componen y el ámbito en el cual será implantada. La relación de dependencia o autonomía es un concepto relativo a esta naturaleza y donde el edificio teatral funciona como un organismo infraestructural como soporte, que alimenta al dispositivo de distintas maneras. La construcción escénica es en esta situación, un organismo que depende de la transferencia que hace el soporte de infraestructura, sea un lugar específicamente teatral o un lugar adaptado para tal fin. Los grados de autonomía de lo escenográfico están en este caso determinados por su situación de localización. Un ejemplo notable de autonomía tanto estructural como infraestructural son los retablos de los titiriteros ambulantes. No solo trasladan consigo sus dispositivos escenográficos sino también el espacio escénico, el retablo propiamente dicho y en algunos casos, el equipamiento para



TELÓN ESCENOGRÁFICO



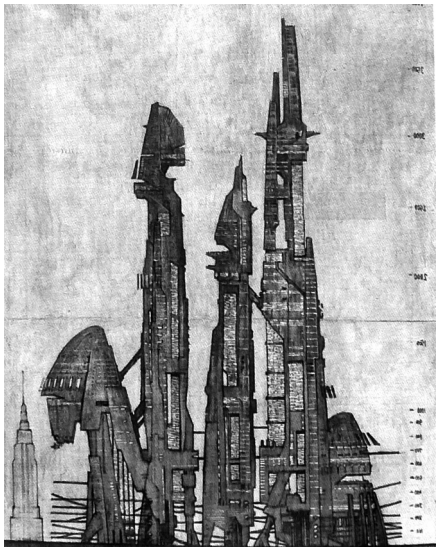
PERSPECTIVA Y ESCALA EN UN TELÓN

proveerse de la corriente eléctrica para alimentar la luz y el sonido. Se hace presente el concepto elaborado por Louis Kahn sobre la complementariedad entre espacios servidos y espacios sirvientes. Desde el punto de vista tecnológico el escenario y la escenografía constituyen el espacio servido y el edificio teatral el espacio sirviente. En la actualidad una concepción del edificio teatral debería aproximarse a la idea del edificio máquina que por su versatilidad pueda en sí mismo ofrecer la mayor cantidad de variaciones o servidumbres para la construcción escénica. El edificio se ha ido despojando de connotaciones propias de las ceremonias sociales referidas al rito de la representación. Es por eso que en muchos casos, directores y escenógrafos prefieran espacios neutros de carácter industrial, naves, galpones y depósitos, donde tanto la organización del espacio escénico como los lugares para el público no condicionan soluciones preestablecidas como los teatros tradicionales y no denotan jerarquías instituidas en el sentido del privilegio al espectador.

De acuerdo al texto del arquitecto y escenógrafo argentino Carlos Falco, *"Existen dos elementos básicos sobre los que el diseñador escénico apoya su saber en la resolución de la problemática artística, uno es el ángulo de visión del espectador y otro el plano de trabajo en el que discurre el discurso del teatro. En el primer caso existen la posibilidad de predeterminar el ángulo de visión por contar con un ámbito que permita esta operación, esto es, ubicar al espectador en una posición determinada para influir en su percepción del espectáculo. Esto puede suceder si se dispone de una sala experimental o un simple galpón donde se puedan ubicar, según la necesidad, los asientos de los espectadores. La segunda alternativa es la de contar con un ámbito consolidado o formalizado, butacas fijas y gradas y balcones. Ambas posibilidades son premisas condicionantes para el desarrollo del proyecto de diseño escenográfico".*

Sobre el plano de trabajo tenemos que *"El escenario es un lugar de tránsito y convergencia y de todos y de nadie, de lucidez y locura, invento pagano testigo y protagonista de la historia creativa en todas las culturas. Espacio del misterio y la razón, de la pasión y de la vida. El escenario es el 'topos' del espacio escenográfico, pues define la naturaleza y esencia de la construcción escénica que a dife-*

rencia de la arquitectura no necesita una cimentación. Será simplemente apoyada o colgada y tampoco requiere tratamiento especial en relación con las condiciones del ambiente natural, pero puede insinuarla, no cubre del sol pero permite proyectar su sombra".[127]



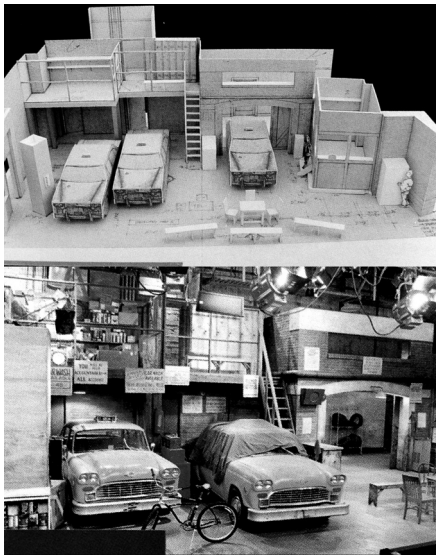
FONDO FANTÁSTICO

De acuerdo a los anterior, podemos decir que el organismo escenográfico es un espacio de diseño ideal para la experimentación visual y técnica. El carácter artesanal de su construcción impone una relación directa entre el proyecto y la obra. A diferencia de la arquitectura, la escenografía no admite sistemas universales, pues cada espectáculo tiene necesidades expresivas singulares. En arquitectura el proceso productivo y el camino entre imagen y objeto es posible de dividir en etapas. El momento proyectual puede ser autónomo de sus instancias constructivas. En escenografía esto rara vez ocurre o por lo menos resulta inconveniente. El diseño escenográfico es una operación dirigida a un usuario concreto y singular. La arquitectura puede trabajar sobre un usuario anónimo desconocido donde los procesos de ajuste entre el espacio configurado y el usuario concreto puede no darse sin por eso perder eficacia. Pensemos en los conjuntos habitacionales y en la arquitectura institucional etc. En la producción escenográfica no caben los conceptos de iteratividad o de stándard. Los ajustes entre proyecto y uso son simultáneos.

El escenográfo, debe participar de la creación del lugar junto al director y los actores. En arquitectura es posible apelar a modelos teóricos, a simulaciones estructurales, a programas que representen por medios virtuales algunos comportamientos. En el teatro no, y es por eso que el escenógrafo es un protagonista del teatro que adecua su saber en una síntesis compartida e interdisciplinaria con una finalidad artística.

Los indicios estéticos del diseño escenográfico están contenidos en el texto dramático. En este sentido el proceso creativo debe contar con fases precisas y diferenciadas. El momento analítico se ubica en tres espacios imaginarios, el del autor, el del director y el del escenógrafo. Todo texto dramático posee una noción de espacio explícito o implícito que se debe desplegar. Las técnicas de escritura dramática ofrecen los más variados ejemplos de cómo un autor imagina el espacio o ámbito para la vida de sus personajes. Desde indicaciones escuetas hasta descripciones minuciosas de lugares y formas, el texto dramático ofre-

127 FALCO, Carlos. *La Escenografía Como Proyecto*. Revista virtual Andamio. 2004



MAQUETA Y ESCENARIO DE UN ESPACIO QUE IMITA UNA REALIDAD

ce al diseñador un universo imaginado que debe traducir, y materializar. La tridimensionalidad es el elemento fundamental y distintivo del teatro con respecto al cine o a la televisión, que nos la muestran mediante artificios mientras que en el teatro las tres dimensiones están dadas. El director de una película o de televisión muestra al público lo que él quiere que se vea en el momento en determinado momento, el espectador de teatro puede dirigir su vista hacia otros espacios escénicos, lo que posibilita el riesgo de que se pierda la atención a un detalle importante para el hecho dramático. Por tal motivo hay que conocer los principios de la visualización y la percepción para dirigir las miradas y mantener la atención en cada escena.

El espacio arquitectónico y el espacio escenográfico son habitables, ambos son una metáfora que se construye sobre modos de vivir. El primero es sobre el continuo de la vida cotidiana, el segundo es sobre determinados momentos, pero nunca son una serie de objetos que rodean o se decoran a sí mismos, su sentido es el acto de vida de quienes los habitan. La diferencia es que uno es real y otro fantástico, pero deben producir, ambos, emociones reales.

El proceso de diseño escenográfico, al igual que todo los diseños, parte de la generación de un *"Concepto"*. Es de lo que habla el arquitecto Louis Kahn cuando dice que todo el trabajo de diseño dependen del análisis, el diagnóstico y la generación del concepto, si en esta secuencia se tiene una falla, el resultado será necesariamente errado. Una vez que se ha creado el concepto ya pueden generarse varias respuestas. Algunas serán mejores que otras, pero todas serán respuestas acertadas.

Como en otras disciplinas del diseño, el concepto tiene que ver con la síntesis poética, lograr la máxima expresión con el mínimo de recursos, una labor de tipo económico que se fundamenta en la elegancia de las soluciones. El trabajo de diseño a partir de un concepto es ya manejo de los recursos de la plástica, algo que es, hasta cierto punto, fruto de la experiencia y de conocimientos básicos, pero la conceptualización el la perfecta comprensión sensible de lo que dice la obra teatral. Hay una relación entre el tiempo de duración de una obra y el tiempo sensible que percibe el espectador antes de sentir que se ha aprendido el escenario y que lo empiece a cap-

tar ya como una serie de objetos acomodados, que ya se sabe de memoria y que ya no le causan la emoción del espacio teatral. que hay que tener en cuenta. Existe una correlación de elementos que acompañan al relato, es la interacción de los elementos con la obra.

El diseño de producción para el cine es diferente, también se construyen escenografías, pero su sentido es completamente otro, el aspecto escenoplástico tiene un sentido más allá de proporcionar el lugar para el trabajo actoral. El diseñador de producción es responsable de la coherencia visual de la película, pues como lo dice el productor británico Peter Ettedgui en la solapa de presentación de su libro: *"Es en realidad el arquitecto del cine. Su reto es interpretar visualmente el mundo reflejado en el guión, para ello deberá documentarse sobre cualquier aspecto de la película, seleccionar las locaciones clave y crear la paleta de colores, motivos y texturas, que expresen de forma más eficaz la atmósfera adecuada...Además de desempañar su decisivo papel creativo, los diseñadores de producción deben tomar importantísimas decisiones de gestión, son ellos quienes determinan cuales escenas se podrán rodar en foros y cuales en exteriores".*[128] Leon Barsacq (1906-1969), el gran director artístico francés e historiador del diseño cinematográfico, señala a 1908 como el año clave en la historia del diseño cinematográfico. *"Hasta entonces la cámara había sido un espectador inmóvil de la acción de la película, la cual transcurría en un escenario fijo como en una obra de teatro. Los primeros diseñadores cinematográficos se limitaros a apropiarse de técnicas de la escenografía teatral, tales como los fondos con decorados pintados. Sin embargo, en 1908 la cámara se liberó del trípode y empezó a introducirse en la acción y desplazarse por su interior, como si fuera uno más de los personajes. Aquellos marcó el fin del teatro filmado y el nacimiento del cine propiamente dicho"*.[129]

Ante esa novedad, que apuntaba hacia nuevas posibilidades estéticas y expresivas nunca antes exploradas, nos dice Ettedgui, *"los cineastas estarían obligados a construir decorados tridimensionales y realistas para preservar la ilusión. La aparición del diseño como oficio específico del cine se benefició asimismo del hecho de que, por aquel entonces, el milagro de las películas en movimiento empezara a resultar cada vez menos novedoso para el público*".[130] El cine se hizo





"BRASIL"

128 ETTEDGUI, Peter. *Diseño de Producción & Dirección Artística*, Cine. Editorial Océano. Barcelona. 2001.

129 BARSACQ, Leon. *Caligari's Cabinet and Other Grand Illusions, A History of Film Design* . New York Graphic Society. Boston, 1976

130 ETTEDGUI, Peter. *Op. cit.* Pág. 8



ESTUDIO FOTOGRÁFICO DE UN ESPACIO

más espectacular, el trabajo del diseñador de producción pasó a ser una labor muy exigente, alcanzando su primera cota de prestigio con el trabajo de Camillo Innocenti en la película italiana 'Cabiria' de 1913. La escenografía en el cine, según Jorge Gorostiza, *"consiste en reproducir una realidad adaptándola a unas circunstancias de espacio y tiempo que faciliten al máximo un futuro rodaje"*. Otra definición de escenografía, una que tiende a abarcar tanto al cine como al teatro o la televisión, es la que menciona el mismo Gorostiza y que atribuye a la profesora italiana Elena Povoledo cuando dice que es: *"el arte y la técnica figurativa que prepara la realización del ambiente, estable o provisional, en el cual se finge una acción espectacular. Por extensión se emplea también para indicar el conjunto de los elementos, pintados o construidos pero siempre provisionales, que ayudan a crear el ambiente escénico"*.[131] El trabajo escenográfico se basa en el perfecto entendimiento entre los diseñadores y los directores, pues obedece a la manera en que estos quieren mostrar el espacio. Como lo expresó el arquitecto francés Paul Chemetov: *"Los diseñadores deben aprender a usar esa mirada artística del cineasta para realizar la síntesis configurativa de los elementos con los que se crearán esos nuevos espacios"*. El método parece sencillo, pero debemos recordar que la secuencia dentro de el espacio escenográfico no se realiza libremente, sino guiados por los designios de un director, además que en la ilusión de la pantalla el espacio cinematográfico es lo que se mueve hacia el espectador y no al revés como sucede en el espacio arquitectónico real. *"El cine culturalmente hablando aporta a la arquitectura una nueva mirada, porque la arquitectura también se nutre de miradas y se renueva por la mirada, el conocimiento y la apreciación visual de las cosas"*.[132]

El diseño de producción cinematográfica tiene dos opciones para reproducir una realidad, una es usar a la realidad misma directamente para rodar en exteriores y la otra reproducirla en un estudio. Los escenarios cinematográficos mucha veces son indistinguibles de los reales y otras veces son verdaderas creaciones de lugares fantásticos, posibilidades que no solamente deben, como en el teatro, ser verosímiles, sino ser auténticamente otras realidades.

Aunque parecería más fácil repetir la realidad en un estudio, surgen multitud de problemas, algunos tan insospechados como los que contaba

131 GOROSTIZA, Jorge. *La imagen supuesta. Arquitectos en el cine.* Fundación Caja Arquitectos, Barcelona, 1997

132 CHEMETOV, Paul. *Le Territoire de l'architecte*, Editorial Julliard, París, 1995

el Director de cine Wim Wenders cuando le preguntaban por las diferencias en el momento de colocar la cámara en estudio o en exteriores : *"En un estudio siempre hay que estar evitando los encuadres hacia arriba, los contrapicados porque puede verse el techo. Así que hay que colocarse alto y rodar, encuadrar hacia abajo. Lo más difícil de imitar, de hacer intuir, si hace falta, es el cielo, aunque esto puede parecer algo trivial"* .

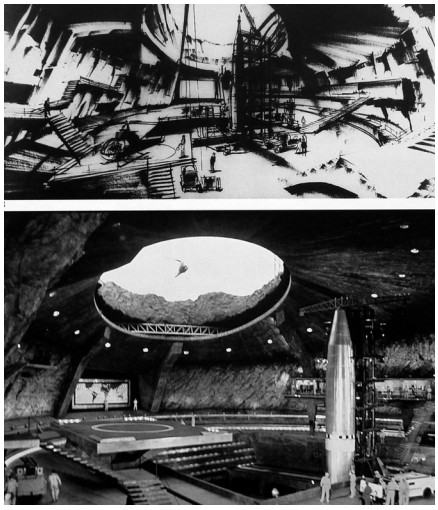


KOOLHAS
"Hacer cine, es la desmitificación completa del cine"

La realidad de los decorados construidos en estudios puede llevar a la frustración frente a la realidad que se presenta en la pantalla: *"Porque si se entra en el cine, se descubre directamente que es muy poco fascinante, muy aburrido: nunca hay menos realidad que en un set, porque el set no es nada, es la película la que lo hace especial. Se puede muy fácilmente sobrestimar la influencia del cine, del haber hecho cine: hacer cine, es la desmitificación completa del cine"* , declaraba el arquitecto Rem Koolhas. Sin embargo el director chileno Raúl Ruiz (1941-) decía que *"las emociones que producen los decorados, los elementos móviles, son algo difícil de trasmitir en el cine. Cuando estás en un estudio la visión lejana del paisaje es una cosa, cuando te acercas ves cuán distinto es todo aquello"*.

Uno de los problemas para el escenógrafo de cine consiste en que no hay manera de escapar al sentido de la película, tal como contaba el director artístico español Gil Parrondo (1921-) *"en la decoración normal todo lo que toca un buen decorador es para embellecerlo, para hacerlo más elegante. En cine, a veces hay que convertir un ambiente normal en algo horrendo para que vaya bien con la secuencia, con el personaje. El decorador de cine tiene que enamorarse a veces de una cosa de mal gusto, de una falta de armonía entre dos muebles. Eso es lo apasionante del decorador cinematográfico, que en cierto momento tiene que gustarle una cosa horrorosa"*.

El uso de emulsiones más sensibles para las películas hizo, entre otras razones, que se empezase a rodar en exteriores y transformando a la propia realidad. La elección del lugar ya supone una selección de espacios que luego son modificados por el objetivo de la cámara y su posición. Algo que han hecho muchos directores artísticos y que algunos críticos han atribuido a directores como Vicente Minelli: *"Los escenarios elegidos por Minelli pueden ser reales, o reproducciones de lugares reales, pero están tan cuidadosamente seleccionados que se con-*



VIÑETA Y SET CINEMATOGRÁFICO

vierten en subjetivos, y adquieren a veces gran importancia simbólica". La tecnología es también, como en todas las disciplinas del diseño, la condicionante que de manera más rígida afecta a la configuración de los objetos de diseño, no solamente por las limitaciones físicas de lo materiales y sus procesos de transformación, sino también por lo referente al límite en los presupuestos por los costos que pueden manejarse para la ejecución del escenarios. En el mismo sentido de la realización física de la escenografía cinematográfica, tenemos que la lógica constructiva obedece a la temporalidad del escenario. Esta diferencia puede observarse en los manuales de escenografía, como el que publicara el escenógrafo italiano Vincenzo del Prato y que señala: *"La construcción escenográfica es por su naturaleza transitoria y por ello sus estructuras portantes son diferentes a las de la arquitectura. Generalmente está realizada de modo provisional, con puentes de hierro oportunamente ocultos en la estructura arquitectónica y haciendo uso de materiales de rápida aplicación de modo que todo cuanto es necesario para la construcción de la escena pueda estar puesto en la obra en un tiempo más reducido que en la construcción arquitectónica" .*

En el texto antes citado Vincenzo del Prato continúa diferenciando la arquitectura que *"construye para permanecer en el tiempo y por la necesidad del hombre de modo que pueda moverse físicamente en ella, girar alrededor, entrar, salir, descender, apreciar los volúmenes, en suma vivirla"* de la escenografía cinematográfica que *"construye obras que deben durar sólo para el tiempo necesario de ser utilizada por un medio mecánico como la cámara, que, accionada de cierto modo, le pueda registrar para restituir al ojo humano su propia imagen, para después ser demolida".*

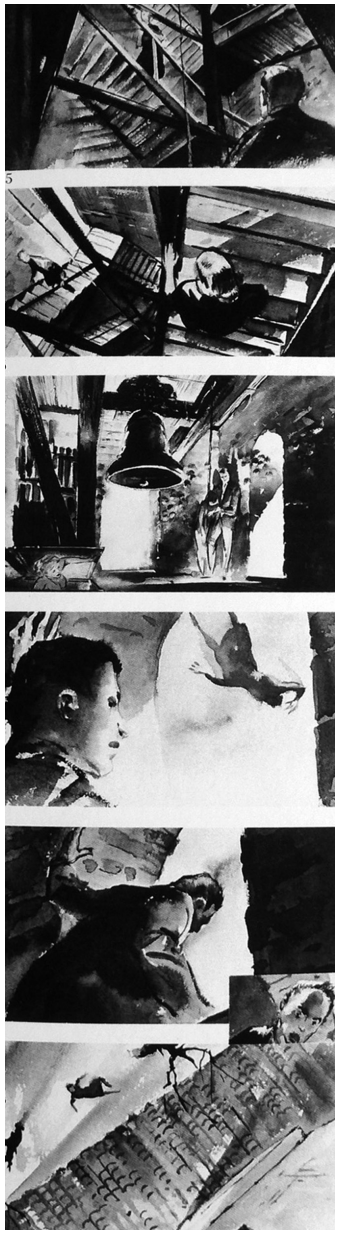
Esto no significa que un objeto pueda ser clasificado como arquitectura o como escenografía solamente atendiendo a su duración o por el método empleado para su construcción. Hay numerosos casos en la historia de la arquitectura en que un edificio construido sólo por un tiempo determinado ha influido tanto como otros que han perdurado a través de los siglos. Los ejemplos más memorables podrían ser el Palacio de Cristal para la gran exposición de Londres en 1851 y recientemente el Teatro Científico construido por Aldo Rossi para la Bienal de Venecia en 1980.

El tercer gran campo para el ejercicio del diseño escenográfico se encuentra en la televisión. Si el cine se diferencia del teatro en que los actores no están presentes, la televisión nos presenta actores que pueden estar, en ese momento, presentes ante nuestros ojos, pero tan remotamente como se quiera. Esto marca una diferencia radical. En el cine nos asomamos a la escena como si formáramos parte de ella, podemos verla desde arriba, desde dentro de la acción y desde cualquier lado. En el teatro y la televisión no es así, siempre estamos como espectadores, lo que vemos nos hace simplemente testigos, nunca partícipes como en el cine.

No debemos confundir al aparato de televisión con el concepto de televisión. No todo lo que aparece en pantalla es televisión, si se programa una película de cine y la vemos en nuestra casa por la televisión, estamos viendo una forma de cine. Las series para televisión, como las de tipo histórico o los documentales tiene formato de cine. La televisión se graba en cinta magnética y se emite de inmediato, prácticamente lo que vemos en pantalla es lo que sucede en el estudio, como en el teatro. Las telenovelas, teleteatros, manejan la técnica actoral del teatro, no del cine. Los actores siempre dan la cara al público, en este caso a la cámara de video. Si se sientan a la mesa, se acomodan al fondo para que podamos ver sus caras, en el cine se sientan de manera natural y es la cámara la que nos deja ver sus caras porque se mueve, en la televisión la cámara es como el público que permanece en su asiento viendo la obra.

Por lo anterior, vemos que el trabajo de diseño escenográfico para televisión será muy diferente al del teatro y al del cine.

En la televisión el escenario es un estudio, un espacio a manera de foro donde se colocarán los elementos y componentes escenográficos y donde habrá de transcurrir la escena y el trabajo de los actores y presentadores. El estudio ofrece facilidades para la colocación de luces, cámaras y micrófonos, equipos que jamás deberán salir en las pantallas del televidente, o como se dice en el lenguaje del medio, “a cuadro”. Otra restricción es que el espectáculo televisivo tiene una duración determinada y en el mismo estudio a los pocos minutos habrá de representarse otro programa. El espacio se deberá vaciar y la nueva escenografía, previamente realizada, solamen-



“STORY BOARD”
Viñetas para filmar una escena



SOBREPOSICIÓN



FONDO

te se colocará en sitio para iniciar la transmisión. En la televisión se utilizan básicamente dos recursos para realizar las escenografías, el montaje de objetos, muebles y accesorios para simular un espacio arquitectónico, o el paisaje electrónico, efecto especial que en términos del argot especializado se denomina conjunto electrónico y se define como “el continente de un producto audio-visual generado por medios electrónicos, que acompaña al personaje y solamente llega a ser presente en la vista final de la pantalla de la televisión.”

Hay tres formas básicas de escenarios, el pequeño foro con un fondo fijo, el gran foro que puede simular ambientes, paisajes e interiores y los virtuales. Las Unidades con paneles modulares ofrecen los fondos más simples y económicos, en donde la principal atención de la audiencia se centra en los talentos y su acción. Generalmente son un cicloramа de fondo y simples paneles, la decoración es muy superficial y el principal apoyo de la escenografía es la iluminación. La mayoría de los paneles se fabrican con material suaves y ligeros. Al emplear paneles se tiene la facilidad de aplicarles pinturas y texturas. Se consideran como escenografías neutras y se utilizan generalmente sólo de fondo, cuando no se quiere tener relación directa con la idea de algún lugar.

Los Escenarios de área abierta son foros no limitados por paneles. Con este tipo de escenario se pretende dar máxima libertad de movimiento, tanto a los actores a cuadro como para el desplazamiento de cámaras. Son muy utilizados para programas en donde intervienen grupos de baile, concursos infantiles, en general, programas en donde es necesario al aprovechamiento máximo del área del foro. El uso de fotografías o fotomurales colocados sobre paneles o cicloramas reducen la neutralidad del fondo, ya que van dirigidas a reforzar un contenido específico del programa. Cuando las características de la producción se requieren tomas abiertas o de profundidad (wide o long shot), se utilizan fotomurales para que no se pierda la visualización del contenido de las imágenes. Si las tomas son cerradas (médium shot), las fotografías pueden ser más pequeñas y estar dispuestas en el foro, de tal forma que las cámaras puedan obtener encuadres en donde exista buena composición y percepción visual.

En la televisión se posibilita hacer efectos especiales, pero nunca como en el cine porque la escena se actúa en vivo, como en la sección de pronósticos del tiempo en los noticieros, donde un conductor simula señalar una fotografía del mundo que es solamente una imagen virtual. Los fondos, sean reales o virtuales, son los componentes mas importantes en la escenografía para televisión, pues son los limitantes a la profundidad del escenario de un programa. A pesar de esta importancia evidente, suelen ser desconocidos por quienes realizan trabajos de investigación sobre los fenómenos televisivos, que suelen centrarse más en el análisis del contenido, sin embargo, las aplicaciones que permiten las nuevas tecnologías de computación y la realidad virtual, están creando nuevas formas de trabajo y de considerar la televisión.



ESCENOGRAFÍA VIRTUAL

Finalmente y sabiendo que se ha generado más inquietud que conocimiento real respecto al diseño escenográfico, recordemos una vez más a Alejandro Luna, que trata al espacio escenoplástico como una realidad que se vive tanto en el cine como en la televisión, pero que en el teatro, bella arte y entidad que vive al tiempo del espectador, se hace más tangible: *"El teatro es un arte del presente, de lo efímero, en el encuentro directo, temporal, en vivo de los actores y el público reside su intensidad y poder. La escenografía vive con el teatro un tiempo limitado en intenso, el presente. En los últimos años la plástica ha envidiado al teatro la facultad de expresarse en el presente, durante los tiempos del movimiento moderno, funcional y racionalista, la escenografía y la arquitectura se diferenciaban por el uso del ornato, hoy, en la posmodernidad, ya no es así. 'Nada funciona, todo significa'. La arquitectura, que antes despreciaba a la escenografía, hoy le roba su lenguaje, mientras la escenografía, sorprendida por el asalto y el despojo, se refugia en la producción de imágenes bellas".*[133]

133 LUNA, Alejandro. *Op. Cit.* Págs. 246 y 247

2.6 DISEÑO ARQUITECTÓNICO



NACIMIENTO DEL MOVIMIENTO MODERNO

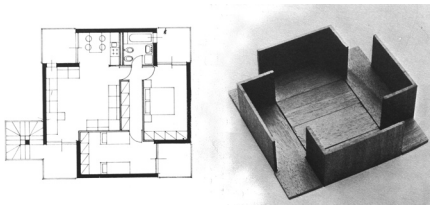
Existen dos maneras de interpretar lo que implica la conjunción de los términos Diseño Arquitectónico. La más generalizada es la que se refiere concretamente a la labor de diseño para definir las especificaciones, tanto de configuración como de carácter técnico, para cada uno de los componentes constructivos con que se realizará la edificación. Estos componentes se diseñan para que correspondan a la unicidad con el tratamiento formal que dicta el concepto de la obra arquitectónica, pero también para que el edificio cumpla su cometido en lo funcional, estructural u operativo, tales como los muros, las techumbres, las trabes y columnas, las tuberías para instalaciones, todos y cada uno se deben diseñar como un acto de planeación para posibilitar la realización constructiva de la obra.

Como vemos, estas labores de diseño arquitectónico constituyen un proceso posterior y supeditado al acto de proyectar arquitectura, labor esencial del arquitecto y cuyos resultados son la creación del concepto de la obra o la imaginación del manejo espacial.

En este sentido, el arquitecto, sus colaboradores y proveedores, habrán de realizar tantos procesos de diseño como el número de componentes que integrarán al edificio. La esquematización del concepto espacial y el dibujo de los planos, plantas, cortes y fachadas en vistas geometrales del edifico, son recursos que representan bidimensionalmente el manejo espacial, la ubicación de sus limitantes y ciertas generalidades de la configuración de cada elemento, pero no ilustran el diseño del edificio.

El diseño del edificio implica determinar y definir la configuración de cada uno de sus elementos activos, de sus materiales y los procesos de transformación para que, por ejemplo, piezas de barro cocido, barras de acero, piedras, polvos y agua, lleguen a ser muros y techumbres. Es una labor que, como en todas las disciplinas del diseño, busca adecuarse a principios de eficiencia y eficacia.

El diseño arquitectónico también se aplica para el proceso de planeación que se basa en conocimientos técnicos para manejar la configuración del edificio de manera que incremente sus prestaciones operativas y que sirva de mejor manera a sus ocupantes. Buscar la mejor orientación y aplicar los recursos para aprovechar las condiciones de clima y topográficas del terreno, el manejo y disposición de las instalaciones, lograr distribuciones y disponer las habitaciones para economizar recursos en instalaciones o estructuras.

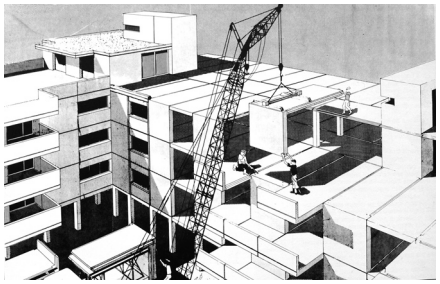


EL ESPACIO ARQUITECTÓNICO Y ELEMENTOS QUE LO GENERAN

Actualmente para la aceptación de un proyecto de diseño se debe tomar en cuenta la sustentabilidad ecológica, principalmente en el ahorro de energía y agua. Este es un fenómeno que se percibe cada vez con mayor intensidad, pues la preocupación por las condiciones y calidad de vida debe ser un objetivo obligado para todos los especialistas que laboran en áreas de planeación o cuyo trabajo repercute en la calidad de vida de las personas, con mayor razón cuando constituyen una herencia hacia generaciones futuras, como es el caso de las edificaciones. El diseño arquitectónico adquiere en este aspecto una fuerte responsabilidad, así como la oportunidad de encontrar una vertiente que proporcione un sentido trascendente al ejercicio de la disciplina.

La otra acepción para los términos Diseño Arquitectónico, diríamos que en mayúsculas, es la que denomina a una disciplina en sí. Entendida como una actividad, se deriva del trabajo de diseño arquitectónico en el sentido explicado anteriormente, el de los componentes que limitan el espacio, pero se constituye como disciplina cuando se entiende como el proceso de planeación total de la edificación. Es un proceso de diseño que incluye la creación arquitectónica, pero difiera de la Arquitectura, como arte, en cuanto que su interés u objetivo no es la construcción de un hito con importancia sociocultural o artística, sino que se dirige a la edificación de un bien raíz para el cumplimiento de una labor eminentemente socioeconómica y comercial.

Con un sentido más estricto, podemos decir que el Diseño Arquitectónico corresponde a una disciplina proyectual en cuanto que es el desarrollo de un proyecto, pero no se realiza una proyectación, en el sentido que hemos estado aplicando para caracterizar la labor creativo-artística del arquitecto, pues se realiza a partir del objetivo de realizar una



CONJUNTO PREFABRICADO

construcción eminentemente utilitaria, donde la distribución del espacio se realiza en función de interés de tipo económico principalmente.

En la disciplina del Diseño Arquitectónico se aplican soluciones para el espacio útil ya anteriormente probadas, es adaptar conceptos de uso del espacio preestablecidos y por tanto muy conocidos. Esta disciplina, evidentemente, se ha derivado del quehacer arquitectónico y aunque es probablemente la que tiene la tradición más sólida entre todas las disciplinas del diseño, es la que menos se ha definido en sí misma debido a que todavía hay una gran tendencia a desconocer su característica como rama diferente. La mayoría de los diseñadores arquitectónicos se resisten a aceptar que su preparación y campos de trabajo profesional hace ya tiempo que se separaron del ámbito de la Arquitectura, entendida como una de las bellas artes.

Para iniciar un análisis que nos lleve a una mejor comprensión del fenómeno y de esta disciplina, debemos establecer que, como vimos en su momento, la materia de la arquitectura es el espacio, mientras que la del diseño arquitectónico se dirige a sus limitantes. Es una disciplina que obedece a una serie de funciones prácticas, utilitarias y económicas, su papel social es, como lo hemos mencionado para todas las disciplinas del diseño, una labor que cumple una función práctica, la habitabilidad, y un papel en la economía de la sociedad. Mientras la arquitectura tiene una función monumental y su importancia cultural se señala como hitos de lo estético en una traza urbana, las obras de diseño arquitectónico tienen un objetivo eminentemente utilitario. En las ciudades, que podemos considerar un conjunto de construcciones para la vivienda y el trabajo de sus habitantes, existen pocas muestras de edificaciones que efectivamente respondan a los postulados de la arquitectura, mientras que abundan las obras de diseño arquitectónico.

Una diferencia fundamental entre la Arquitectura y el Diseño Arquitectónico es la atemporalidad de la primera. Las obras de Arquitectura crean formas y tendencias, imponen visiones nunca antes imaginadas, tal como sucediera con el Museo Guggenheim de Bilbao, donde se replantea la función de un museo y se generan nuevas maneras de entender su forma. El Diseño Arquitectónico se dirige principalmente a la configuración del objeto habitable, retoma algu-

nas de las propuestas formales de las obras de arquitectura, sobre todo las que se refieren al diseño de componentes arquitectónicos y las aplican en obras posteriores. Es una disciplina que, por ahora y a nivel de planteamiento teórico, sigue las tendencias de la arquitectura y se resiste a generar y aceptar sus propias tendencias.

La Arquitectura, como lo postula José Villagrán García (1901-1982) en su Teoría de la Arquitectura, transmite una sensación profundamente estética por el manejo del espacio, los recursos plásticos, la composición y la proporción, la sinceridad en el uso y disfrute de los materiales, la veracidad estructural y los valores poéticos de la máxima expresión con el mínimo de recursos. El acto de proyectar, no de diseñar, se dirige a la creación del espacio, un concepto que llevó a Juan Acha a decir que *"la crítica en arquitectura es imposible pues no existe una materia para realizarla, el espacio es una entidad abstracta, solamente podemos hacer la valoración estética"*.[134]

La visión del Diseño Arquitectónico no se preocupa por la creación de formas sino en la configuración de los componentes constructivos, tenemos el ejemplo de la casa unifamiliar urbana que es una secuencia ya muy probada de habitaciones para usos ya predeterminados: La estancia sala-comedor, cocina, recámaras y servicios sanitarios. Es una forma que ya está creada, lo que puede cambiar es el acomodo al terreno y el diseño de los componentes. El diseñador arquitectónico determina nuevas configuraciones para cumplir con los objetivos de función habitacional, adaptación al contexto urbano-climático, la construcción dentro de parámetros económicos y proyección estética adecuada al nivel sociocultural de sus propietarios. Reconsiderar las bases teóricas de esta disciplina, el Diseño Arquitectónico y no la Arquitectura, será un paso para comprender su proceso de síntesis configurativa.

Mientras la Arquitectura se preocupa por la trascendencia y la manifestación de valores del creador, el diseño arquitectónico, como todas las disciplinas del diseño, responden a los criterios y necesidades del mercado y por tanto, su proyección estética se rige por los patrones de gusto del público. Este fenómeno no ha sido del todo analizado, los especialistas en el tema insisten en calificar a todo lo relacionado con las actividades de proyectación para edificaciones como arquitectura,

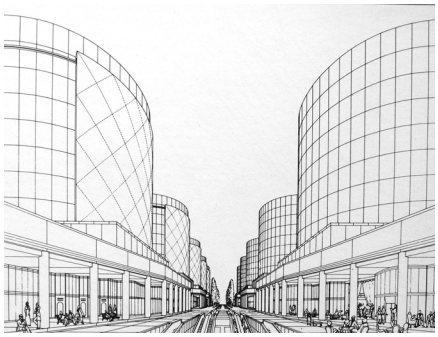


CASA PREFABRICADA



DISEÑO Y CONFIGURACIÓN

134 ACHA, Juan. *Crítica del Arte*. México D.F., Editorial Trillas. 1997



PROYECTO

sobre todo cuando el edificio necesita del tratamiento formal para provocar cierto impacto estético. Entonces, cuando el resultado responde únicamente a consideraciones comerciales, se tiende al desprecio de la obra. Un ejemplo de estos comentarios, lo tenemos en lo escrito por Stephen Bayley: *"En la rápida proyección de edificios, la construcción empieza antes que el proceso de diseño sea completado, de esta manera, en tiempo de alza inflacionaria, las partes costosas se superan primero. Se comienza con el basamento, luego con acero estructural, se sigue con las plataformas metálicas para el piso y al final viene el vaciado del concreto de los entrepisos. Cuando el marco está completo, las ventanas, paredes de separación y el aislamiento se ponen junto con los servicios mecánicos y eléctricos. Si llegara a sobrar algo, alguien diseña una forma insólita y atractiva para que el cliente piense que a cambio de su dinero recibió algo de arquitectura"*.[135]

Como vemos, los conceptos sobre lo que no tiende a ser estrictamente Arquitectura, como una de las bellas artes, tienden a lo peyorativo. Pero la gente vive en sus edificios, los disfrutan, los pueden decorar a su gusto, de manera que podemos ver conjuntos donde cada piso es un estilo. El interiorismo, mera decoración para amueblar y crear ambientes a gusto de los clientes, se realiza con independencia total al concepto del edificio. La gente manda construir sus casas, son reflejo de sus gustos y las calles de la ciudad son una muestra de la incoherencia formal. Edificios que se separan por un tabique parecieran separados por el océano y las épocas. En una ciudad tropical, como la nuestra, vemos a un edificio de siete pisos adornado, o más bien, disfrazado, para dar la idea de que es francés, que colinda con una caja de cristal de quince pisos que requiere de climatización artificial. Ambos proyectistas hicieron caso omiso a los dictados teóricos de su disciplina, en el diseño arquitectónico, como en los supermercados, *"el cliente es primero"* y el objetivo real es hacer negocio.

Esta realidad se trata de ocultar en los libros de arquitectura, pero hay un hacer exitoso y es un negocio exitoso porque acierta en la obtención de ganancias a pesar de sus equivocaciones teóricas. El abandono de los postulados del movimiento moderno con los que se intentó imponer una opinión estilística, se debió en gran parte al desconocimiento de la necesidad humana por ser individual y manifestar sus valores y recuerdos inconscientes o, si se quiere entender así, sus traumas.

135 BAYLEY, Stephen. *Op. Cit.* Pág. 76.

El trabajo de diseño para cumplir con este tipo de expectativas no ofende a nadie, cuando mucho, como todo lo relativo al gusto, pone en evidencia y nos deja ver calidades de sensibilidad y grados de educación. Si el diseño arquitectónico se realiza con atención a un manejo formal respetuoso de los valores de la plástica, si se persigue la belleza, aunque no se dirija a lo sublime, será aceptable. El problema no es estilístico, a fin de cuentas el funcionalismo moderno no fue más que un estilo que buscaba prescindir del adorno sobrepuesto. El problema es la fealdad. En las disciplinas de diseño, la fealdad no es, como en las artes, otra categoría estética, sino que es franca demostración de carencias. La fealdad no vende, las construcciones feas han sido fruto de un equivocado proceso de planeación o se componen de sucesivas improvisaciones o también pueden ser fruto de la intromisión de diversas opiniones que han deshecho el concepto. Posibilidades todas que no corresponden ni a la idea ni al proceso de diseño. Esto ya ha sido anotado por el catalán Joaquím Español, que en su persona reúne la práctica como diseñador y arquitecto, siendo también teórico y crítico de esta disciplina. En su obra reflexiona y nos orienta respecto a los valores plásticos que rigen la búsqueda de la belleza en el proyecto arquitectónico. Su análisis se centra en *"uno de los planos ingénitos de la arquitectura: el de las formas, su lógica interna y su combinatoria... Este procedimiento comparativo utiliza parte del instrumental de la vieja metodología estructuralista... confiando en la probada eficacia de dicho método para la obtención de conclusiones a partir de la observación de paralelismos y semejanzas. De estas observaciones surge la idea de que el orden formal ha gobernado siempre la operación de arquitectar, y que los mecanismos capaces de construirlo son recursivos y relativamente independientes de los condicionantes culturales".* [136]



DISEÑO ARQUITECTÓNICO
LA BELLEZA COMO RESULTADO
DEL MANEJO DE RECURSOS
DE LA PLÁSTICA

Para este autor, el orden arquitectónico es un esquema que siempre se está reconfigurando, de manera que la evolución de la arquitectura se refleja en nuevos conceptos de orden cada vez más abiertos y complejos. *"La voluntad ordenadora, recóndita o explícita, es una componente más de las ideas motrices de un proyecto. La naturaleza sintética de dichas ideas y su concreción flexible o imperfecta, explican las discontinuidades que se producen en los sistemas de orden, así como la creciente complejidad de las relaciones formales y la fragilidad de las*

136 ESPAÑOL, Joaquim. *El Orden Frágil de la Arquitectura*. Ed. Fundación Caja de Arquitectos. Barcelona, 2001.

formas. Una fragilidad compatible con el rigor y la economía de recursos expresivos, que son los atributos persistentes de la mejor arquitectura".



ARQUITECTURA
TRASCENDENCIA HISTÓRICA

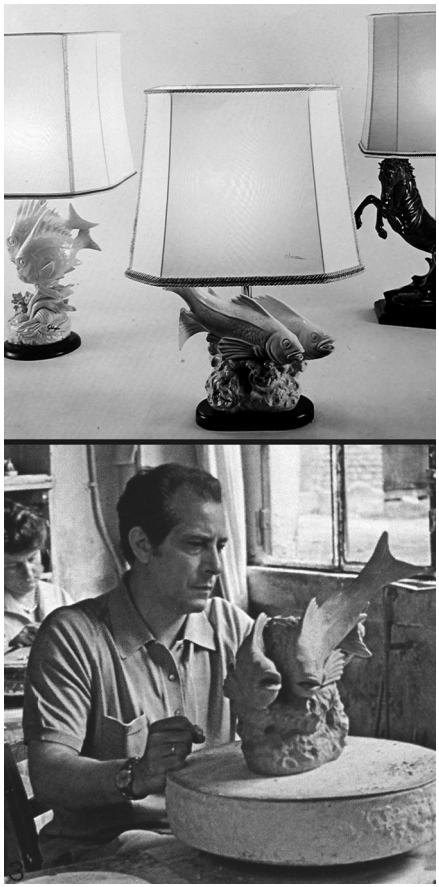
La belleza de las edificaciones o lo que cada autor y cada cliente entiendan, es un objetivo que debe supeditarse a la obtención de respuestas configurativas tendientes a mejorar la calidad de vida de quienes habiten y ocupen las edificaciones, pues los objetivos del diseñador no pueden dirigirse a los sentidos, sino a que éstos sean portadores de impresiones y valores que constituyan valores de mayor trascendencia.

La interacción o franca confusión entre lo que implica hacer arquitectura, una de las bellas artes, cuyo juicio y valoración se deja a la historia y lo que implica el ejercicio disciplinar del diseño arquitectónico, con sus objetivos de orden práctico, técnico y dirigidos a la calidad de vida, señala las diferencias entre el sentido de ambas ramas del hacer estético. Una es arte, la otra disciplina, una es intemporal y ajena a su valor económico, la otra tiene destinatarios precisos y un valor de mercado. El hacer diseño o hacer arte no son escalas de valor, sino oportunidades distintas. El arquitecto expresa mientras el diseñador arquitectónico propone soluciones. El arte es hito indispensable para señalar la evolución espiritual de la humanidad, el diseño es recurso que tiende a mejorar la calidad y condiciones de la vida presente. Ambas responden a sus respectivas valoraciones estéticas.



DISEÑO ARQUITECTÓNICO
OBJETIVO COMERCIAL

2.7 DISEÑO ARTESANAL



DISEÑO ARTESANAL

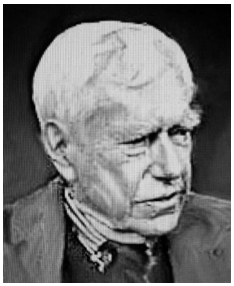
Para analizar esta disciplina habrá que distinguirla con respecto al campo que en general hemos conocido como artesanías y que ha sido desde siempre el recurso más aplicado para la realización de los objetos, bienes que el ser humano requiere para subsistir, tanto individualmente como en sus estructuras socioeconómicas.

Primeramente, trataremos de aclarar lo que entendemos con el término "objeto", ya que hay diversidad de opiniones al respecto pues los filósofos contemporáneos han planteado respuestas desde dos sus respectivos puntos de vista. Quienes se ubican en la corriente de lo fenomenológico parten de la negación del objeto en sí para implicarlo en el entorno, tal como distinguimos en el recorte figura-fondo. Para Moles, *"la complejidad funcional -diversidad de actos elementales que el hombre puede combinar en la utilización de un objeto- y la complejidad estructural -diversidad de montajes de órganos que se pueden hacer para obtener un objeto o un organismo complejo- aparecen ante nosotros como las longitudes y las latitudes del mapamundi de los objetos, del que conocemos ya un cierto número de regiones".*[137]

La semiología, en la versión de Curzio Maltese, considera la complejidad dentro del campo comunicacional implicando al sujeto; de esta forma amplía el concepto de objeto y adopta las siguientes conclusiones: *"1) No se puede hablar simplemente de orden 'lineal', aunque sí de orden 'uni- y plurilineal' (...). 2) No se puede hablar de 'atemporalidad' en el caso del mensaje objetual (físico) y de 'temporalidad' en el caso del mensaje secuencial (incluso físico), aunque sí se debe hablar -si se quiere emplear una terminología correcta- a) de separación (...), b) de sincronización (...); 3) todos los objetos producidos por las artes plásticas y gráficas (comprendidas las arquitectónicas son mensajes objetuales, ya sea intencionalmente o preterintencionalmente, pero no todos los mensajes objetuales son productos artísticos"*.[138] Considerar objetos a los mensajes, conceptos e ideas es rebasar el aspecto exclusivamente físico y relaciona a la artesanía con el mito.

137 MOLES *Op. Cit.* Pág. 36

138 MALTESE, Curzio. *Semiología del mensaje objetual.* Ed. Comunicación. Madrid, 1972. Págs. 79-80.



HALL
"Si no hay lindes los hacemos creando líneas artificiales"

T. W. Adorno, desde otra óptica, consideró integrados al sujeto y al objeto, pero siempre bajo la preponderancia del último. La preeminencia del objeto se impone estéticamente de forma inconsciente, mientras muestra su preeminencia frente al dominio de los otros objetos como su libertad. *"Si en el arte podemos captar su contenido, al mismo tiempo que también en lo otro respecto de él, esto otro, a su vez, le pertenece, pero sólo en su contexto inmanente, y no hay que imputárselo. El arte niega la negatividad que hay en la preeminencia del objeto, su irreconciliabilidad, su heteronomía, que hace exteriorizarse gracias a la apariencia de reconciliación de sus obras"*.[139]

La opinión más relacionada con nuestra temática y que nos ayuda a definir la materia del objeto de diseño artesanal la brinda Fernando Martín Juez, quien atinadamente lo define como *"un espacio cualificado"*, al respecto, menciona al antropólogo y lingüista norteamericano Edward T. Hall (1914-) quien sostiene: *"Nuestro concepto de espacio hace uso de los lindes de las cosas. Si no hay lindes los hacemos creando líneas artificiales... El espacio se trata en términos de un sistema de coordenadas. Por el contrario, muchos otros pueblos funcionan dentro de áreas; dan un nombre a los 'espacios' y distinguen entre un espacio y el siguiente, o entre las partes de un espacio. Para nosotros el espacio está vacío y entramos en él cortándolo en líneas"*.[140]

Lo que permite a Fernando Martín Juez llegar a la conclusión de que *"Hay muchas maneras de dividir el espacio, puesto que el espacio en sí no está dividido. Si aparece ante nosotros parcelado es porque caracterizamos límites para los objetos que lo ocupan. 'Un objeto es un espacio cualificado'. Los espacios y los bordes entre entidades son producciones culturales. Los límites pueden parecer continuos o discretos, e incluso no ser perceptibles para algunos; todo depende del 'nivel de resolución' que adoptemos para hablar de las cosas y el contexto en que las ubiquemos".* [141]

Caracterizar al objeto como un espacio cualificado implica que es una entidad discernible, cargada de atributos, relativa y vinculada externa e internamente a través de sus partes o componentes, a otros objetos y sucesos. Fernando Martín define como *"áreas de pautas"* a las agrupaciones funcionales del objeto que ocupan un espacio de límites dinámicos,

139 ADORNO, T. W. *Teoría estética.* Barcelona, 1983. Pág. 337.

140 HALL, Edward. T. *La dimensión oculta*, Ed. Siglo XXI. México. Pág. 188.

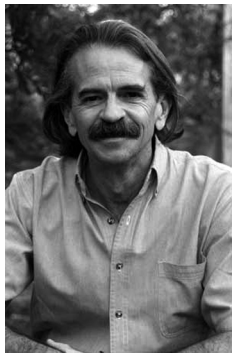
141 MARTÍN JUEZ, Fernando. *Contribuciones para una antropología del diseño.* Ed. Gedisa Barcelona, 2002. Pág 80.

pues caracterizan a su diseño como una unidad, a su interior, y determinan su desempeño en relación con el contexto externo. El concepto de área de pautas nos aclara lo relativo a la concepción formal del objeto, sus límites para ser una entidad, y su servicio, como razón de ser.[142]

En una jarra, por ejemplo, el área de pautas principal será el cuenco vacío, pues es recipiente y sin ese cuenco no será jarra, el asa o la configuración que permita tomarla, el borde para decantar, sea agudo o abierto, serán áreas de pautas secundarias. El diseñador artesanal trabaja sobre la principal, su trabajo es rodear de pautas secundarias a la principal para lograr la creación de una nueva entidad, que será su diseño particular. El trabajo del diseñador es, a decir de Edward Hall, *"...jugar con las pautas y descubrir que se puede hacer realmente con el material de que dispone. A menudo hace esto en el contexto de pequeños grupos centrados, o interesados, en áreas de presión, tensión y cambio cultural. Como muchos artistas participan en variantes no compartidas del total de la pauta, alcanzan con frecuencia la reputación de indicar el camino a todo el mundo. Se les atribuye la 'creación' de nuevas pautas; sin embargo, la mayoría de ellos sabe que su grandeza reside en su capacidad de exponer significativamente lo que ocurre a su alrededor".* [143]

Como dice Martín Juez, *"cuando los diseñadores proyectan se ven como parte del escenario que imaginan"*. Son al mismo tiempo el productor, el que está decidiendo que configuración es la conveniente, que criterios de composición visual seguir y que formas corresponden de manera más fluida con los materiales, y también son el usuario del objeto, una relación sensible que permite una especie de papel histriónico por el que asume la personalidad y circunstancias de quien habrá de relacionarse con el objeto, que lo utilizará y para quien se convertirá en parte de su vida.

El trabajo del artesano es un acercamiento entre los materiales y el hombre. En el trabajo de sus manos enriquece y otorga un espíritu a lo que da la tierra, al tiempo que del material recibe un aprendizaje, un saber que enriquece materialmente al espíritu humano. El trabajo artesanal es un diálogo entre materia y espíritu, ambos en las dos entidades.



MARTÍN JUEZ
"Cuando los diseñadores proyectan se ven como parte del escenario que imaginan"

142 MARTÍN JUEZ, *Op. Cit.* Pág. 84.

143 HALL, *Op. Cit.* Pág.149.



ARTESANÍA MEDIEVAL

Las artesanías emergen, como sistema de producción, en la edad media, no es que las hoy conceptuadas como artesanías, artes menores o industriales no tuviesen existencia con anterioridad a ese momento, existían, pero aún no habían alcanzado el grado de autonomía y transmisión del conocimiento con que se institucionalizaron y desarrollaron los gremios. Para el fundador de la escuela francesa de sociología Emile Durkheim (1858-1917), las cosas y las personas forman parte de la sociedad representando un rol específico. *"Luego, podemos decir que hay una solidaridad de las cosas cuya naturaleza es bastante especial como para traducirse hacia fuera en consecuencias jurídicas de un carácter particular"*. Durkheim, por tanto, considera solidaridad real aquella que liga las cosas entre sí, siendo el gremio medieval el lugar ideal para demostrar dicha relación.

En el tránsito del Medievo al Renacimiento los artesanos, al margen de consideraciones económicas más específicas y según el historiador Pierre Goubert (1915-1995), adquieren la siguiente postura: *"El puñado de poderosos y la masa de trabajadores artesanales reunidos en el oficio tenían al menos en común un rasgo de mentalidad particularmente vivaz: un celoso amor propio profesional, una fe obtenida en el toque personal, incluso el secreto de la profesión, una oposición radical y casi enfermiza a toda transformación, a toda novedad impía, un culto ingenuo a la tradición, cuya excelencia y carácter sagrado jamás son puestos en duda"*.

La antropóloga Victoria Novelo ha escrito acerca de los gremios artesanales que: *"Fueron las sociedades europeas feudales, las que dieron lugar a la existencia del artesano clásico, es decir, toda una capa social de especialistas en diferentes oficios que producían por encargo de los clientes tanto lo objetos cotidianos como los de lujo que la sociedad de esa época requería. En la época medieval, la producción se ubicaba sobre todo en las ciudades y tenía reglamentaciones especiales; los artesanos no eran libres para vender, pues los objetos debían tener una cierta calidad y un precio de acuerdo a esa calidad, todo lo cual era vigilado. El aprendizaje del oficio estaba también sujeto a rígidas normas y los especialistas debían recorrer toda una escala en su carrera profesional, primero aprendiz, luego oficial hasta llegar a ser maestro, que era el grado más alto entre los artesanos. En los talleres, los*

instrumentos de trabajo pertenecían al maestro del oficio, quien dominaba todo lo relativo a su especialidad y enseñaba a los alumnos; aceptaba los encargos de los consumidores; repartía el trabajo y cobraba por el trabajo terminado y también por enseñar".[144]



PORCELANA

Posteriormente y durante el renacimiento, el trabajo de los hasta entonces artesanos, algunos de ellos, músicos, pintores, escultores, arquitectos, dibujantes, gente del teatro y de la escena, pasa a ser considerado de otra forma y quienes lo practican adquieren una consideración especial que les granjea un mecenazgo dentro de la corte de los príncipes, con lo que se ubica en la misma categoría que se reservaba a la poesía, formando el grupo de expresiones estéticas que conocemos como las Bellas Artes.

Por su parte, las artesanías que permanecen como tales: corte y costura, carpintería, herrería, lapidaria, zapatería, cestería, alfarería, decoración, cerería y demás actividades productoras de los objetos necesarios para la vida cotidiana, incrementaron de pronto también su calidad estética por la exigencia de los mismos artistas, que como Leonardo Da Vinci, pasan a formar parte de a cortes y se les hace responsables por la contratación y supervisión de los artesanos que les ayudan a triunfar en la competencia por el lujo que se generó entre los príncipes italianos.

Una historia interesante, que nos ilustra la importancia que adquirió la producción de objetos de alta calidad estética sucedió en la ciudad de Dresde, donde el Rey Augusto I de Sajonia sostenía un laboratorio de alquimia a cargo de Johan Frederick Böttger (1682-1719) y buscaban descubrir el proceso para trasmutar el plomo en oro, la piedra filosofal. Nunca encontraron tal maravilla, pero en el camino y por iniciativa del mismo Böttger, se iniciaron experimentos para producir porcelana, un producto que junto con la seda solamente se lograba en China y bajo secretos tan celosamente guardados que por más de trescientos años los europeos habían pagado costos altísimos por cualquier pieza. Producir porcelana era otra forma de producir oro, porque quien lo lograra habría de enriquecerse de igual manera, así que ante los fracasos por obtener la piedra filosofal, pudo convencer al rey de continuar con la búsqueda de esa fórmula. Durante cinco años este falso alquimista estuvo trabajando, hasta que en 1709 pudo

144 NOVELO, Victoria, Compiladora. *Historia y Cultura Obrera*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) y el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. México, 1999



ERASMO
Una nueva manera de entender el mundo

mostrar al rey una verdadera pieza de porcelana. El pequeño reinado de Sajonia pasó a ser uno de los más importantes de Europa y pronto rivalizó con Prusia y Austria. Con el proceso para el desarrollo de la porcelana los pueblos alemanes descubrieron finalmente su destino, si no habían podido formar un imperio colonial como los demás europeos lo estaban haciendo, el desarrollo de la ciencia y las técnicas de producción les permitirían destacar y lograr sus propósitos.[145]

Esta época de oro en la producción artesanal motivó el desarrollo de técnicas que, junto con el pensamiento enciclopédico y positivista, habrían de provocar la revolución industrial. Un momento clave donde se repite el fenómeno de la bifurcación en las artesanías, ahora no en su concepción estética, sino en los modos de producción, iniciando un fenómeno totalmente inédito en la historia humana que impactó tremendamente a las concepciones estéticas de la sociedad.

La industrialización fue la comprobación material de la existencia de una nueva manera de entender el mundo que inició con las ideas y experimentos de una serie de pensadores que primeramente pusieron en duda las verdades de las antiguas escrituras y fueron demostraron sus ideas por medios experimentales. La lista de estos personajes inicia con Galileo Galilei (1564-1642) y se continúa hasta el momento que estamos revisando con Erasmo de Rótterdam (1469-1536), Giordano Bruno (1548-1600), René Descartes (1596-1650), Isaac Newton (1642-1727) Gottfried Wilhelm Leibnitz (1646-1716) Francois-Marie Aruet, Voltaire (1694-1778), Antoine Lavoisier (1743-1794) como las figuras principales que pusieron las bases de lo que conocemos como método científico. El nacimiento de la ciencia como recurso mental para demostrar, comprobar y validar los conocimientos generó un cambio radical en las costumbres y organización social, de pronto todo fue cuestionable y solamente se podía confiar en lo que se demostrara a partir del cálculo matemático.

La certeza que brinda el conocimiento científico permitió popularizar el conocimiento, hacerlo del dominio público y crear una nueva categoría social, a de los nobles, los burgueses, los artistas y los artesanos se unía ahora la clase de los científicos, que rápidamente se posesionaron de todas conocimiento, preferentemente en el campo de las

145 GLEESON, Janet. *El Arcano, la extraordinaria y verdadera historia de la invención de la porcelana en Europa.* Ed. Debate. Barcelona, 1999.

ciencias naturales. Una de las mayores y más espectaculares manifestaciones de esta nueva postura fue la creación de la Enciclopedia, obra cuyo objetivo era reunir en una sola colección de libros todo el conocimiento humano, una recopilación de las diferentes formas del pensamiento ilustrado, un himno al progreso científico y técnico. Finalmente esta obra que se antojaba imposible se publicó en 1772.



REVOLUCIONES

Las consecuencias de cambios tan radicales en tan poco tiempo no se hicieron esperar, en 1789 estalla en Francia el levantamiento popular con lo que se inicia un siglo de revoluciones liberales que acabarían modificando totalmente los mapas políticos de todo el mundo. Otro cambio paralelo y tan importante como los mencionados es la revolución industrial, que modifica para siempre la relación del hombre con los objetos. *"En otro tiempo, existía un 'trait d'union' (especie de acuerdo o entendimiento) entre los consumidores de una determinada forma de arte «popular» y esta misma forma y este nexo estaba constituido por el artesano. La presencia, la necesaria presencia del artesano en una sociedad primitiva, era constantemente reconocida. Hoy en cambio la producción en serie parece haber quitado todo derecho a la autonomía creativa del individuo singular, el público consumidor ignora, en la mayor parte de los casos, quién da vida a las nuevas formas del producto ... De modo que el producto parece haber surgido casi por generación espontánea. ¿Cómo hemos de considerar entonces la relación entre popularidad de la fruición y popularidad de la creación?"*.[146]

Nuestra relación con los objetos no es puramente operativa, la mayoría de nuestros objetos lo son porque hemos establecido con ellos una relación de tipo emocional y los apreciamos por su forma, esa cualidad que les otorga identidad y al mismo tiempo entra en una relación empática con nuestra propia esencia. La forma del objeto le fue dada durante su proceso de producción, tanto a l ser planeado como en su manufactura como corresponde al proceso artesanal. Por encima de todo, la forma del objeto es el factor que le otorga prestigio y lo hace "especial" dentro de su cotidianeidad porque se les percibe dotados del sentido de arte.

El diseñador brasileño Eduardo Barroso (1953-), consultor especialista en Planeación y Gestión del Diseño, determina un esquema para establecer las categorías que definen a los objetos que en general se co-

146 DORFLES, Gillo. *Naturaleza y artificio.* Barcelona, 1972. Pág. 218.



BARROSO NETO
Pirámide de consumo

nocen como artesanías, nos dice que *"Si imaginamos la típica pirámide de consumo adoptada por los especialistas en mercadotecnia, podríamos dividirla en cinco niveles distintos: en la base, la parte más grande, ubicamos a la artesanía de producción a gran escala, la industria del "souvenir". En el segundo peldaño encontramos a los productos típicos de una determinada región. En el tercero está la artesanía urbana contemporánea. En el cuarto los productos tradicionales, indígenas, de fuerte contenido étnico. Finalmente, en el pequeño triángulo de la parte más alta ubica a las artesanías que constituyen objetos de arte"*.[147]

Con base a su texto, explicaremos cada uno de éstos niveles: En el nivel más bajo se encuentra la artesanía de producción a gran escala, la industria del "souvenir" y recuerdos, también denominada "artesanía estereotipada". En general son productos banales, de bajo costo y grandes volúmenes, que vulgarizan elementos típicos de la cultura local. En virtud de sus características, estos productos pueden producirse independientemente de su lugar de origen, pues en este caso no traen ningún beneficio a la región. Eduardo Barroso denomina este tipo de producción "industrianía", neologismo irónico que ha acuñado para evidenciar la contradicción que existe en adoptar principios "fordistas-tayloristas" a la producción manual. El beneficio que se podría rescatar de este tipo de artesanía sería la posibilidad de emplear a una cantidad considerada de mano de obra con baja instrucción, pero desafortunadamente es una realidad muy escasa porque los productores pagan a destajo cantidades miserables y tienden a emplear niños para evadir las obligaciones de la contratación bajo la ley. En este nivel, el mejor apoyo es la introducción de métodos y técnicas modernas y eficientes de gestión empresarial, o la propuesta de productos con un diseño de acuerdo a su público consumidor.

Un paso más arriba están los productos típicos de una determinada región, tales como: dulces, compotas, jaleas, vinos, licores, aguardiente, frutas secas o procesadas, flores deshidratadas, esencias, etc. Estos productos tienen gran importancia porque junto con la artesanía tradicional forman un conjunto de productos que se apoyan mutuamente. Estos productos siempre tienen mercado pero actualmente requieren de un refuerzo en su imagen para sumar valor agregado, lo que deberá incluir diseño de empaques, etiquetas, rótulos

147 BARROSO NETO, Eduardo. *Artículo publicado en 1986 por el Programa de Transferencia de Tecnologías Apropiadas.* Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de Brasil

y campañas publicitarias, puestos de ventas y todo tipo de material promocional. Otro apoyo sería la optimización y modernización de los procesos de producción, incorporando nuevas tecnologías, reduciendo tiempos y etapas en el proceso y mejorando la calidad.



ARTESANÍA ETNOCULTURAL

En el tercer nivel está la artesanía urbana contemporánea, que es un producto individual que se desarrolla aplicando bases socio-culturales y tecnológicas más amplias. Su valor comercial está en gran medida determinado por el equilibrio entre el valor expresivo (referentes estéticos y culturales) y el valor de uso. En este nivel las intervenciones pueden ser totales y radicales, yendo de la substitución de materia prima, pasando por la racionalización de la producción, diseño de nuevos productos, estrategias comerciales, llegando hasta la gestión del negocio, porque en este nivel en general, el artesano es un aspirante a empresario.

En el segundo nivel de la pirámide están los productos tradicionales, de contenido etno-cultural, también llamada “artesanía de referencia cultural”. Son piezas que exigen gran destreza y habilidad y por general producidas en pequeña escala. Son originales de una cultura tradicional, heredada de padres a hijos, de maestros a aprendices. Enseñan parte de la historia y de la trayectoria del grupo social que la produce. En este grupo la mejor intervención es la que agrega valor sin alterar la esencia original de los productos. El valor agregado en este tipo de productos se obtiene por medio de empaques adecuados que lo revalorizan, sellos de procedencia, etiquetas que lo explican, resumiendo un poco de la historia del mismo. Se pueden hacer intervenciones directamente en los productos para atender a ciertas demandas especificas del mercado, pero es necesario respetar las características del proceso de producción y preservar los principales elementos de referencia cultural, de esta forma, el proceso de rediseño debe hacerse en conjunto con el artesano. Los cambios por general son graduales y ocurren solamente en una pequeña parte de la producción. En México tenemos múltiples ejemplos de esta fina y reconocida artesanía, muy tradicional y que en casos como la alfarería de Tonalá, los arcones de Olinalá, el barro negro de Oaxaca, la talavera poblana, ropa típica y bordados característicos de cada una de las regiones del país, artesanías que no pierden su vigencia pues son muestras de arte popular y que deberían ser



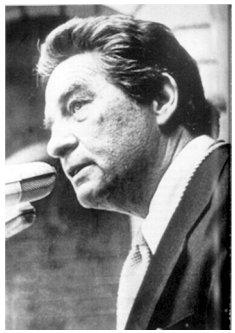
PIEZA DE GUSTAVO PÉREZ

protegidas de las malas copias y otras serias amenazas más relacionadas con políticas equivocadas que no viene al caso discutir ahora.

En el nivel más alto ubicamos los trabajos de los artistas populares, maestros artesanos cuya principal motivación es la satisfacción personal. Los productos de este nicho son verdaderos arquetipos, que serán tomados como modelos para los futuros artesanos. Es interesante observar en esta clasificación, que cuanto más subimos en dirección al vértice de la pirámide, mayor es el valor cultural de los productos y es menor el uso de elementos de mecanización de la producción. Lejos de querer establecer límites rígidos para la actuación del diseñador, esta clasificación intenta solamente proponer algunos parámetros éticos que deben ser considerados cuando se pretende rediseñar una determinada producción artesanal.

La vía para los artesanos que han logrado reconocimiento por la calidad de sus objetos, como objetos estéticos más que por su carácter funcional, es ahora la identificación de su trabajo con el arte. Muchas obras han sido recientemente adquiridas por museos de arte contemporáneo como el caso piezas del ceramista Gustavo Pérez, quien como artesano ha cambiado el nivel de expresión, si bien su labor técnica continúa siendo la misma en lo esencial. Muchas obras de textiles, orfebrería, vidrio y demás materiales propios de la artesanía están concebidas para ser consideradas como arte puro, ya despojadas de otra función utilitaria. Existen ejemplos de evolución comparables, pero en el sentido inverso. Así, algunos pintores y escultores realizan piezas de gran calidad plástica pero adoptando la forma de objetos útiles, como piezas decoradas destinadas a los espacios públicos. Desarrollando su trabajo hacia un perfil cada vez más artístico, algunos artistas crean lo que se ha convenido en denominar “piezas de museo”, es decir, obras únicas destinadas a colecciones públicas. Las instalaciones aparecen de forma recurrente en los salones anuales de artesanía artística, lo cual trae indudablemente consigo la consecuencia de desanimar a una parte del público, otras veces tan fiel. Conseguir educar a un nuevo público con sus “obras para exposición” constituye un desafío de envergadura para los artesanos artísticos. Estas piezas permiten a algunos brillar por sus aptitudes técnicas y poner a prueba sus ideas, pero dejan pendiente la cuestión

de si logran comunicarse, como artistas, con el mundo circundante. En este contexto, los objetos diseñados por un autor reconocido constituyen un elemento de ornato de primer orden, tanto o más que un cuadro. El diseño constituye la impronta de la originalidad y la singularidad de un objeto, en el que prevalece su valor mercantil por encima de cualquier otro. A pesar de lo cual, el objeto se ha reintegrado a la existencia común (la seriación numerada es la mayor falacia de quien pretende equipararla a *"popularización"*; la seriación indiscriminada se acerca, por su propia masificación, al Kitsch). Las artesanías acaban por perder el carácter utilitario que las había caracterizado por encima de cualquier otro, para pasar a convertirse en obra de artesanos artísticos que han logrado fundir el diseño, la moda, las artes plásticas con la artesanía como nunca se había hecho antes.



PAZ
"Las cosas son placenteras porque son útiles y hermosas"

El poeta Octavio Paz (1914-1998) nos describe con claridad el significado estético del objeto artesanal: *"las cosas son placenteras porque son útiles y hermosas. La conjunción copulativa 'y' define a la artesanía como la conjunción disyuntiva define al arte y a la técnica: utilidad o belleza. El objeto artesanal satisface una necesidad no menos imperiosa que la sed y el hambre: la necesidad de recrearnos con las cosas que vemos y tocamos, cualesquiera que sean sus usos diarios... El placer que nos da la artesanía brota de una doble trasgresión al culto a la utilidad y a la religión del arte. Hecho con las manos, el objeto guarda impresas las huellas digitales del que lo hizo. Son la firma del artista, no son un nombre; tampoco son una marca. Son más bien una señal: la cicatriz casi borrada que conmemora la fraternidad original de los hombres. Hecho con las manos, el objeto artesanal está hecho para las manos...la artesanía es una suerte de fiesta del objeto: transforma al utensilio en signo de la participación. En realidad la artesanía no tiene historia, si concebimos a la historia como una serie ininterrumpida de cambios. Entre su pasado y su presente no hay ruptura sino continuidad... El artesano no quiere vencer al tiempo sino unirse a su fluir"*.[148]

Probablemente este canto de Paz se refiriera con preferencia a la artesanía tradicional o etnológica, pero en el mismo texto nos hace ver la realidad de la recuperación de esta forma de producción principalmente en los países más industrializados. *"La vuel-*

148 PAZ, Octavio. *In-mediaciones*. Ed. Seix Barral, Biblioteca Breve. México, 1980. Págs. 15-17

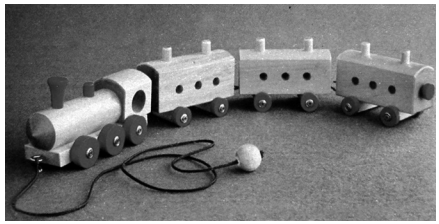
ta a la artesanía en los Estados Unidos y en Europa es uno de los síntomas del gran cambio de la sensibilidad contemporánea. Estamos ante otra expresión de la crítica a la religión abstracta del progreso y a la visión cuantitativa del hombre y la naturaleza".[149]

Esta producción artesanal que menciona Paz, evidentemente no se refiere a las artesanías tradicionales, sino que en los países desarrollados se ha creado una nueva forma de producción que aplica los principios del diseño para determinar la configuración de objetos que habrán de producirse por métodos de manufactura con alta aplicación de una mano de obra muy calificada y experta. Productos que constituyen satisfactores para un mercado específico que rechaza la masificación del producto industrial en la vida cotidiana, donde solamente los aparatos electrodomésticos e instrumentos similares son necesariamente productos de diseño industrial, pero el vestido, la decoración, el amueblado, la ropa de casa, los utensilios de cocina, vajillas y demás objetos que "hacen" el hogar se prefieren cuando su producción lleva, como dijo Paz, la huella del artesano. Sin embargo, aunque generalmente consideramos que la artesanía es la más vieja de las formas de producción de bienes, debemos entender que el diseño artesanal es una evolución de la artesanía tradicional, pero diferente en sus métodos, valores estéticos y objetivos. Es decir, estamos acostumbrados a considerar a la artesanía como una actividad basada en los materiales, no en las ideas, los pensamientos y los sentimientos. El diseño artesanal plantea lo contrario, la necesidad de diseñar, es decir planear anticipadamente la configuración y manufactura del objeto, le otorgan automáticamente a este proceso de diseño valores que no se sustentan en el uso de ciertos materiales, sino en su relación forma-función, base de todo objeto aceptable cuando debe ser útil.

Esto no significa una defensa tardía de la ideología funcionalista, que pretende subordinar los elementos constitutivos de un determinado producto y su función y cuya formas deberían por lo tanto tener un carácter y comprensión universales. El contenido simbólico de los artefactos esta intrínsecamente ligado a su valor de uso, debiendo pues ser entendido, respetado y valorizado. En este punto vale recordar, también, otra característica del diseño como individuo, cuya diferenciación profesional reside, sobretodo, en sus capacida-

149 PAZ, Octavio. *Op. Cit.* Pág. 21

des de buscar respuestas innovadoras para problemas de naturaleza técnica, a partir de la decodificación de repertorios culturales.



ARTESANÍA URBANA

De acuerdo a lo que hemos tratado de establecer como Diseño Artesanal, es evidente que en el esquema piramidal que propone Barroso, los dos espacios más altos, el objeto-arte y el arte popular, no son materia de diseño, en el primer caso, las formas de sus productos no se desarrollan por el proceso de diseño, su creación es totalmente artística y por voluntad estética del creador, sin obedecer a los requerimientos de utilidad. En el segundo caso, las formas han sido establecidas muchas generaciones atrás y los cambios evolutivos son solamente pequeñas modificaciones más decorativas que conceptuales. Entonces, tenemos que el diseño artesanal corresponde al tipo de trabajo que Barroso clasifica como tercer nivel y que denomina artesanía urbana. En este caso los objetos si cumplirán cabalmente con funciones prácticas y serán utilizados, el proceso para determinar su configuración corresponde totalmente al proceso de diseño, solamente que no se planea para cumplir con requerimientos de producción en serie, por lo que no se hacen grandes inversiones en herramentales, moldes o maquinaria especial, como sucede en el diseño industrial.

El diseño artesanal es el que la mayor parte de la gente asocia de modo directo con el arte de la forma. Los objetos domésticos y decorativos son elementos esenciales de nuestra búsqueda de confort y bienestar cotidianos, particularmente en cuanto atañe a forjarnos una identidad propia y al concepto que tenemos de nosotros mismos. Nuestros hogares reflejan frecuentemente nuestras ambiciones sociales y nuestro deseo de reconocimiento y aceptación por parte del medio circundante. Las industrias del mueble, los textiles y los metales y el vidrio y la porcelana cuentan con sólidas tradiciones de calidad que responden al deseo de los consumidores. Una vertiente que se ha desarrollado importantemente en los últimos años ha sido la manufactura de piezas, partes y componentes para la edificación, donde se desarrollan proyectos de diseño específicos para su integración a edificios, componentes que por ser exclusivos para ese proyecto no pueden plantearse para producción industrial. Hablamos de puertas especiales, ventanas, implementos para iluminación, relieves de porcelana monumentales, diversas composiciones textiles suspendidas



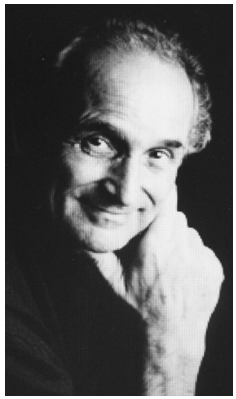
COMPONENTES PARA LA CONSTRUCCIÓN

libremente, tapicerías, esculturas realizadas en textiles, azulejos cerámicos decorativos insertados en suelos de otro tipo, jarras de cerámica monumentales, elegantes lavabos y accesorios de cuarto de baño, armarios y asientos de madera hechos a mano, fuentes de agua potable, conjuntos de objetos de diversos materiales combinados con sonido e iluminación. La ropa constituye indudablemente la parte más personal de la construcción de la imagen de nuestra identidad, siendo en este ámbito donde encontramos “nichos” en los que el diseño artesanal ha logrado mantener de manera bastante acusada un carácter nacional, aún en estos tiempos de mercados internacionales. La clave del éxito es una afortunada combinación de tradición y renovación.

Los materiales utilizados más corrientemente en los procesos de diseño artesanal son los textiles, el vidrio, la cerámica, el metal, la madera y el cuero, pero en nuestro mundo contemporáneo, altamente tecnológico, ya no existen límites para aquello que puede ser utilizado y combinado. La imagen y la moda se han convertido en una rama del espectáculo y la artesanía ha seguido una evolución afín. Mientras que antes hablábamos de la utilización y el carácter de los objetos y su funcionalidad era el elemento predominante, actualmente nos interesamos por experiencias y valores simbólicos. Ya no queda gran cosa de las actitudes pasadas y es evidente que ello representa un desafío para los creadores contemporáneos. La idea de que un objeto tiene un mayor valor o estimación particular porque el artista ha estado presente durante todo el proceso de elaboración, desde la concepción hasta el acabado, no es ya la principal razón para considerar la calidad de un producto.

La demanda de productos hechos artesanalmente se sostiene, aunque en términos de movimiento de capitales es evidente que se encuentran por debajo de la venta de productos de diseño industrial que inundan el mercado y que son procedentes del mundo entero. La producción artesanal, que corresponde a las llamadas PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) es todavía el proceso aplicado en la mayoría de las industrias nacionales. Esto en cierta forma quiere decir o implica un panorama de atraso tecnológico, si bien es cierto que la producción manufacturada es todavía muy importante para la economía de los países más industrializados, en los países latinoamericanos esta forma de producción no es una política de estado para revertir los pro-

blemas de la industria muy tecnologizada y que ya casi no ocupa manos de obra. En Europa existen reglamentos y políticas muy definidas para establecer las condiciones y resultados del trabajo en las empresas manufactureras. En nuestra área del mundo no es así, las empresas productoras que ocupan la mano de obra y que producen artesanalmente lo hacen por no poder alcanzar niveles más desarrollados.



NEUMEISTER
"Sentimiento profundo de responsabilidad"

El peligro de esta realidad es que naturalmente, son empresas con grandes carencias, muy poco eficientes, deficiente control de calidad, desconocimiento de procesos de diseño y avance tecnológico. Empresas que trabajan los materiales de maneras muy antiguas y cuyo resultado es una constante depredación al medio ambiente por desperdicio de materiales, uso de sustancias tóxicas, emisión de contaminantes al agua y a la atmósfera, producción de basura, nulos o muy escasos métodos de reciclado, poca atención a las condiciones de salud y seguridad para los trabajadores, condiciones laborales de pobreza y demás defectos que son conocidos por todos.

El agotamiento acelerado de los recursos naturales no renovables y la concentración exagerada de riqueza, exigen actitudes diferentes y más consecuentes. En un artículo publicado en la revista *"La Aldea Humana"* editada por el LBDI en 1997, el diseñador alemán Alexander Neumeister sostiene que *"... sobre este enfoque plural, el proceso creativo (generador de nuevas realidades) debe venir acompañado de un sentimiento profundo de responsabilidad, no sólo en el sentido estricto del carácter jurídico, pero sí desde un punto de vista moral. Debe originarse de un proceso de adquisición de la conciencia sobre la importancia de nuestras elecciones y de la propia revisión de las necesidades reales que tenemos sobre productos. De esta forma se vuelve necesaria la formulación de una nueva propuesta de ética profesional para los diseñadores basada en la conciencia del equilibrio precario de nuestro planeta, de las relaciones existentes entre los hombres y su medio, entre presente y pasado, entre tradición e innovación entre identidad cultural y perspectiva global"*. Es decir, pensar en los productos como un medio y no un fin.

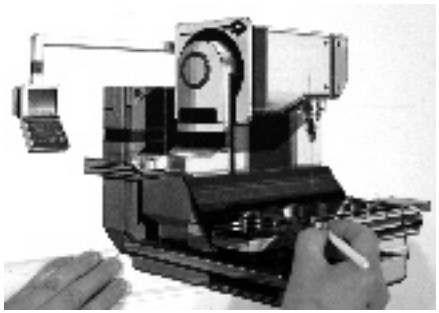
Los diseñadores de objetos deben evolucionar de simples creadores de productos cuya motivación e interés son la inducción del consumo

para el crecimiento de las industrias y la promoción del desarrollo económico, para pasar a ser decodificadores de necesidades y anhelos sociales, proyectando un nuevo “estilo de vida”, menos egoísta, hedonista, narcisista, consumista y auto-destructivo, en suma, más estético.

Esta nueva actitud incluye el trabajo integrado y multidisciplinario con un abordaje sistemático, en oposición a la jerarquía y acentuada especialización, la valoración del conocimiento intuitivo al lado de la deducción racional; la cooperación y las alianzas estratégicas, en oposición a la competencia; el respeto a la cultura y al medio ambiente, en defensa del desarrollo sustentable; en oposición al desperdicio y al consumo desenfrenado, la compasión, la solidaridad y el compromiso social.

Al poner en el centro de nuestras preocupaciones la búsqueda de mejores soluciones para los problemas que se nos presentan en nuestra vida cotidiana, y actuando siempre a partir de una perspectiva que permita ver al objeto y sus proceso de generación, su impacto en los medios sociocultural y ambiental, los productos resultantes pasarían, naturalmente, a tener una convergencia con su contexto de producción y uso. Es precisamente esta convergencia el principio de unidad deseado y la base sobre la cual se construye la identidad, único recurso válido para ser competitivos en un mercado global saturado por los productos fabricados de manera masiva y donde muchas personas prefieren al producto con sentido humano.

2.8 DISEÑO INDUSTRIAL



PROCESO DE DISEÑO INDUSTRIAL

Para analizar la integración del factor estético al proceso de diseño industrial debemos considerar que constituye una disciplina cuyos productos se perciben como objetos con valor de utilidad práctica, condición que ha planteado Abraham Moles: *"Desde el advenimiento de la civilización industrial y sobre todo desde la fabricación en grandes series, la profesión de creador de objetos, llamada diseño industrial, ha adquirido una importancia considerable. Ella se encarga de organizar la estructura de un objeto, sea nuevo o tradicional, de un modo que se pretende racional y en función de cierto número de objetivos que vienen dictados tanto por el usuario como por el mercado. Ella efectúa análisis de la función generalizada que se atribuye a un objeto, análisis en los que hace entrar no sólo el objetivo general, sino también el aspecto, la manejabilidad, la durabilidad, la separación, la limpieza, etc., en un complejo juego de funciones parciales del que construye un organigrama que expresa escalonadamente un diseño automático, en el que las funciones estéticas o estilísticas están situadas en el mismo nivel que la función tradicional"*.[150]

El diseño industrial es una actividad productiva que realizan orgánicamente grupos interdisciplinarios y tiene por objetivo determinar la configuración de los productos que se ofertarán en el mercado. Miguel Ángel Corzo, ingeniero industrial experto en desarrollo de producto, brinda una definición que resulta interesante porque proviene del punto de vista de una disciplina relacionada con la industria y ajena a la cultura del diseño en las disciplinas proyectuales: *"Una actividad cíclica y única para tomar decisiones, en la que el conocimiento de las bases de la ciencia de la ingeniería, la habilidad matemática y la experimentación se conjugan para poder transformar los recursos naturales en sistemas y mecanismos que satisfagan las necesidades humanas"*.[151] Además, explica lo que, en el lenguaje de la ingeniería industrial, se considera la metodología adecuada para el desarrollo de un proyecto con el objetivo de generar un nuevo producto. Es un texto donde revisa

150 MOLES, Abraham. *Teoría de los objetos*. Gustavo Gili. Barcelona, 1975. Pág. 55.

151 CORZO, Miguel Ángel. *Introducción a la ingeniería de proyecto.* Ed, Limusa Noriega, México, 1990. Págs. 39-45 y 73-90.



CORZO
"Una actividad cíclica y única para tomar decisiones"

un programa de trabajo y lo relaciona con las inversiones necesarias y, lo más importante, los aspectos de cálculo financiero que permitirá plantear las inversiones y garantizar su recuperación. Sus conceptos y esquemas son, en lo fundamental, muy similares a los que, ya hablando de la disciplina proyectual, explican el proceso de diseño industrial.

La diferencia radical está en que contempla todo el proyecto de ingeniería de desarrollo de producto y por tanto no considera que sea la labor de un experto, sino de todo un equipo de trabajo, que lo desarrolla por etapas y donde cada uno cumple labores específicas, mientras que para hablar de la labor proyectual del diseño industrial habremos de hacer un deslinde y tratar esta disciplina específica como una parte que centra su atención en el desarrollo de la configuración del producto.

Esta labor es parte integrante de todo el proceso de desarrollo de producto y constituye una disciplina que tiene sus propios objetivos, métodos y por tanto, un lenguaje propio. En la industria los ingenieros y diseñadores trabajan en conjunto y sin que alguna labor deba supeditarse a otra, pues tienen objetivos y orígenes muy diferentes.

Como podemos ver el Ingeniero Corzo incluye en su definición de proyecto al concepto de satisfacción de las necesidades humanas, sin embargo, aunque en su escrito dedica varias páginas para explicar cada uno de los incisos, pasos y temas que integran al desarrollo de producto, para el concepto de necesidades humanas, el objetivo final y razón de ser del proyecto mismo, no ofrece un análisis que explique que implicaciones tiene el hecho de que los objetos tengan el cometido de satisfacer necesidades humanas. Solamente menciona que los proyectos se generan por Evolución e Innovación, el primero es un proceso que consiste en el planteamiento de soluciones de carácter técnico y tecnológico con vías a mejorar un producto, mientras que el proceso de Innovación implica *"crear algo nuevo a partir de un estudio previo de las necesidades del mercado. Pero no basado exclusivamente en ellas, pues con cierta sensibilidad de los ingenieros es posible anticiparse y prever cuales serán las futuras necesidades del hombre y por tanto, proyectar con estas ideas en la mente"*.

En la industria los proyectos se inician a partir de varias posibilidades, entre las que podemos mencionar, siguiendo la idea del ingeniero

Corzo, la evolución del producto por carencias actuales, que pueden ser desde modificaciones mínimas, como ampliar la gama de colores que se ofrecen, hasta mejoras más o menos radicales, como la creación de modelos derivados del producto para ampliar las posibilidades de mercado. Generalmente los motores que generan la necesidad para el mejoramiento de los productos son la aparición de nuevos materiales y tecnologías que mejoran las prestaciones de los productos o sus procesos de fabricación, que son factores técnicos. Pero hay otros aspectos más subjetivos pero que impactan al mercado con más fuerza y transforman las condiciones de oferta de los productos. Son la obsolescencia, la moda y los cambios en las tendencias estéticas vigentes. Todas las anteriores y probablemente muchas más actúan como causas posibles que llevan a la decisión de modificar los productos actuales o llevarnos a plantear la generación de uno nuevo.

En el ámbito industrial y de acuerdo a la visión de los empresarios, los proyectos se inician cuando así lo deciden los directivos después de evaluar y considerar tanto las condiciones del mercado como sus recursos financieros. Si esta empresa todavía no tiene una cultura respecto al diseño industrial, suele atender las demandas en la medida de los recursos con que cuenta y que ya conoce, por ejemplo, encargando a los técnicos de planta o al creativo de publicidad la ejecución de los trabajos necesarios para mejorar el producto en los puntos que han detectado.

El proceso de diseño es un programa de trabajos secuenciados y con diversas fases o etapas. Una de ellas es la fase del “proyecto de diseño industrial” y tiene el objetivo particular de determinar la configuración, características y especificaciones del objeto-producto. Muchos autores han comunicado sus reflexiones respecto al objetivo del proyecto de diseño industrial, es un tema que se trata y explica de muchas maneras, pero detrás de todos esos conceptos permanece el viejo objetivo de lograr lo que el público consumidor podrá preferir por ser un buen objeto, al tiempo que para el fabricante sea un buen producto porque genera ganancias y permite la prosperidad de la industria. En el lenguaje de la disciplina, cada vez se utiliza más el término Objeto-producto para identificar a los objetos que son fruto del proceso de diseño industrial.

Las cualidades del Objeto-producto, como resultado dialéctico de un juego de intereses entre el usuario y el fabricante, responden a



SELLE
"La buena forma no es tan solo el contenido... sino que se refiere a una oferta potencial de productos"

las que desde las teorías de la Bauhaus corresponden al concepto de "Buena forma". En un artículo[152] sobre las condiciones para la calidad de los objetos, Eduard Schalfejew (1888-1962), experto en producción y desarrollo tecnológico y que presidió la institución alemana para promover el control de calidad en la posguerra, explicaba que *"La buena forma... no es fino valor en sí mismo, sino más bien la forma de aparición y la expresión de la calidad de un producto, la cual depende de su material, su fabricación y su funcionalidad. En la medida en que el hombre se rodea de objetos y aparatos, en la medida en que vive y trabaja con ellos, la buena forma adquiere una fuerza figurativa y pregnante en el ámbito humano, social y cultural. Su importancia económica resulta de su capacidad para representar sensiblemente el acabado y el valor de un producto."*

Sobre el mismo concepto, el teórico del diseño industrial y también alemán Gert Selle (1936-), opina que *"La buena forma no es tan solo el contenido de una concepción que únicamente fuera accesible a través de la critica teórica, sino que se refiere a una oferta potencial de productos portadores de aquel signo de calidad correspondiente a la unidad cualitativa del diseño, la adaptación del mercado y la capacidad competitiva".*[153]

Sin embargo, el concepto de "buena forma", pese a parecer tan aclarado durante la vigencia del movimiento moderno, cuando operaban a manera de doctrina los principios del funcionalismo y del racionalismo, ahora pudiera resultar insuficiente bajo la óptica del diseño en la mentalidad postmoderna. Hay un nuevo manejo de la expresión formal y se han revalorado los elementos ornamentales, por lo que se presenta el riesgo de que los diseñadores tiendan a considerar que su obligación y la razón de ser de su trabajo sea impactar con la generación de una estética cosmética o caprichosa que interese solamente e lo externo de los objetos.

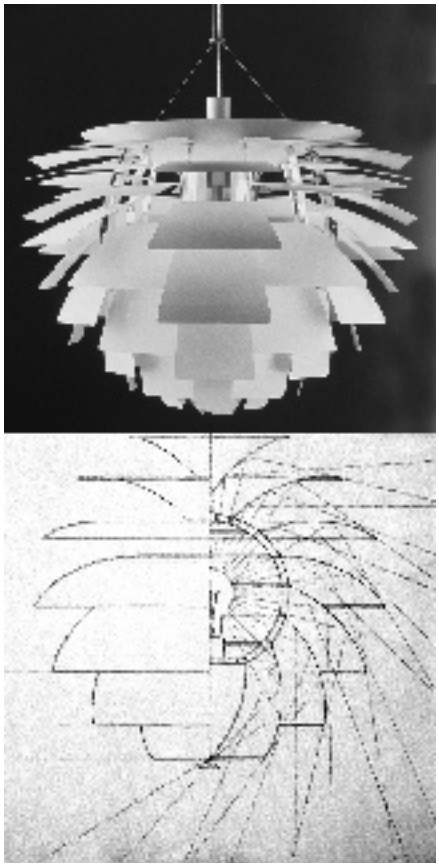
Aquí debemos reconocer que el proceso de industrialización condiciona al trabajo del diseñador. Los productos se fabrican con la certeza de su venta futura, no se propone al público para luego saber si lo acepta o lo rechaza. El rechazo a un producto industrial implicaría la pérdida de los capitales invertidos y muchas otras consecuencias que llegan hasta la pérdida de puesto de trabajo para empleados y obreros. Es

152 *Die gute Form: Signum der Qualitat, Textalammlung des Rates fur Formgebund, Darstad*

153 SELLE, Gert. *Ideología y utopía del diseño.* Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1975. Págs. 133-146

un riesgo que ninguna empresa puede tomar. El proceso para ofrecer al mercado un producto es la labor metódica de un grupo de expertos en muchas áreas, desde la mercadotecnia, la ingeniería financiera, la ingeniería industrial y por supuesto a los expertos en desarrollo de nuevos productos, donde se inscriben los diseñadores industriales.

El correcto proceso de diseño industrial constituye una “buena respuesta” a los requerimientos que plantean los factores que motivan o que dan origen al Objeto-producto y condicionan sus características. Con esto no debemos entender que el objetivo del diseñador sea el resultado de la suma o la optimización de cualidades o de respuestas a cada uno de los requerimientos que plantean por separado dichos factores, lo que podría ser efectivo si el objeto no tuviera la serie de connotaciones de tipo anímico que lo hacen valioso como posesión personal. La labor proyectual del Diseño Industrial es un proceso de valoración y decantación de los postulados de cada uno de los factores que intervienen, ya sea como requerimiento o como recurso, en la definición de ese listado que constituye el perfil de diseño del objeto y que de manera verbal expresa lo que deberá ser ese objeto. Todos esos factores y sus postulados se manejan, juegan y se modifican hasta encajar de una manera siempre inesperada en el conjunto, en una labor que ha sido un proceso de síntesis de formas y figuras, que llega a su clímax cuando se define la configuración del objeto-producto.



LÁMPARA

Esta labor es la característica medular de la actividad del diseñador industrial y la conocemos como “proceso de síntesis configurativa”, misma que es *“una actividad proyectual que genera resultados tangibles para responder a ciertos agentes externos que limitan las condiciones para realizar al objeto”. Sin embargo, es difícil definir esos “agentes externos”*, pues como dijimos anteriormente, el obstáculo para entender al proceso de diseño industrial es que no existe un común denominador para la problemática tal como sucede con el diseño arquitectónico, donde el problema siempre es la construcción de un espacio habitable para tal o cual uso. En el diseño industrial, cuya problemática incluye desde un clip sujetador de hojas de papel hasta un automóvil o un avión, es imposible determinar una temática que permita asimilar las características generales para los factores que condicionan la existencia y configuración de un determinado objeto-producto.



LA LABOR DE DISEÑO

Casi todos los autores que analizan y escriben sobre el diseño industrial han planteado alguna estructura que incluye un listado de esos agentes externos que condicionan al objeto, cada uno ha propuesto los que considera importantes y proponen un mecanismo de valoración para el proceso de síntesis configurativa. Por principio de cuentas, algunos los llaman agentes, para otros son aspectos y otros los conocen como factores. Creo que su nombre correcto es el de Factores Condicionantes, pues en el lenguaje técnico la palabra Factor identifica a *"cada uno de los agentes o elementos que concurren a un resultado"*.[154] Es decir, un término que indica su trabajo en conjunto y en dependencia mutua, tal como sucede en el proceso de síntesis configurativa que es el resultado del trabajo de Diseño Industrial. El proceso de diseño es la búsqueda de una configuración que será el resultado de un "juego" donde se han interpretado ciertos requerimientos y recursos. Los factores que condicionan al proceso de diseño son aquellos que permiten tal juego.

En el Diseño Industrial se reconocen dos grandes campos en los que se integran los factores que condicionan la síntesis configurativa durante el desarrollo del proyecto. El primer campo engloba los factores que podemos denominar Factores Técnicos del producto, pues se refieren a aspectos donde predominan los lenguajes de la tecnología y la ingeniería. El segundo incluye a los Factores Humanos, que son los que mayor importancia adquieren para la disciplina, pues los anteriores se consideran recursos o herramientas para cumplir con los objetivos de producción industrial y funcionamiento práctico, condiciones fundamentales para el objeto, pero que son realmente preocupación de los expertos en ingeniería.

La utilización del Objeto-producto implica contacto directo y una serie de relaciones físicas entre el cuerpo humano y el objeto como instrumento utilizable, como otras relaciones que van más allá de lo corporal y que se establecen en los planos mental y cultural del ser humano y en la forma en que percibe e interpreta al Objeto-producto. Estas dos facetas de la relación entre el hombre y el objeto constituyen la materia para el trabajo del experto en diseño industrial dentro de los grupos multi e interdisciplinarios que desarrollan los productos industriales. Son lo que hace indispensable al diseñador industrial si se quiere

154 Diccionario Larousse de ciencias y técnicas. Ed. Larousse, México 1987. Pág. 463

lograr convencer al público de las ventajas y cualidades del producto. La primera faceta, las relaciones de tipo físico y corporal, constituyen los aspectos de tipo objetivo, cuantificable y cognoscible, que se analizan y explican con los avances en la ergonomía, la antropología física y la psicología. La segunda, que corresponde a los aspectos de tipo subjetivo, por lo que resultan imposibles de generalizar o cuantificar, son aquellos que se analizan como fenómenos de carácter estético en el ámbito sociocultural.



FACTORES TÉCNICOS DEL PRODUCTO

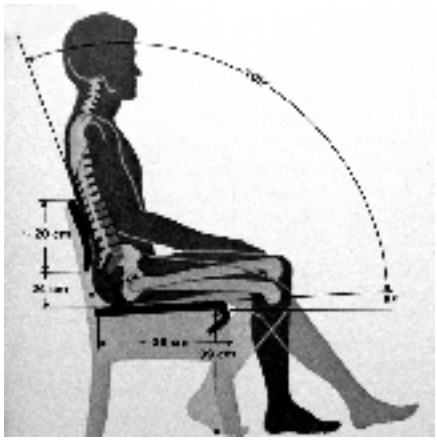
Así, tenemos que los factores se integran en dos campos, los de tipo Técnico y los de tipo Humano. Cada uno genera a su vez otros dos, de manera que finalmente el Diseño Industrial es una disciplina en la que se realiza la síntesis configurativa con el manejo de cuatro Factores Condicionantes que enunciaremos a continuación, aclarando que los nombres con que se mencionan solamente se deben a una costumbre generalizada en el gremio y que manejamos cotidianamente, aunque sabemos que incluyen un significado más amplio:

Factores de la Producción. Condicionan la realización física del Objeto-producto y su ubicación en el mercado. Incluye todos los motivos, objetivos y métodos de la actividad empresarial, la organización industrial y las tecnologías para transformación de materiales, su lenguaje es el de las disciplinas de tipo económico-administrativo.

Factores de la Función. Se refieren al cumplimiento del cometido, trabajo o desempeño del Objeto-producto. Se estructura alrededor del lenguaje de los motivos, objetivos y métodos de la ingeniería mecánica y las ciencias físico-matemáticas.

Factores Ergonómicos. Se establecen en la relación física y mental entre el objeto y el usuario. Se estructura alrededor del lenguaje de los motivos, objetivos y métodos de las ciencias que estudian al ser humano, la antropología, la fisiología, la psicología, la medicina del trabajo y en general, los conocimientos que permiten analizar los fenómenos que integran de manera sistémica el sistema Hombre-Objeto-Entorno.

Factores Estéticos. Relativos al impacto emocional y simbólico del Objeto-producto. Se estructura alrededor del lenguaje de lo intrínsecamente



FACTORES HUMANOS DEL PRODUCTO

humano, aquello que atañe a su ser anímico y que responde a los motivos, objetivos y métodos del saber filosófico respecto a la estética, la semiología, las ciencias de la comunicación, la psicología y los principios de las artes plásticas e integran el Sistema Hombre-Objeto-Cultura.

En éste trabajo, habremos de centrar nuestros planteamientos en el cuarto grupo de factores, los que hacen del Objeto-producto u objeto de diseño industrial materia de interés estético. Este factor, el más rico de los cuatro y que tiene la mayor carga de valores, apunta a su carácter de objeto apropiable, es decir, de identificación con el nivel intrínseco del hombre que habrá de adquirirlo. Esta posibilidad indica su característica de objeto trasmisor y modificador de la cultura material en la sociedad que lo demanda y genera. Aquí se hace indispensable profundizar en esos aspectos los relativos a las condiciones socioculturales del usuario, quien debe ser comprendido fundamentalmente como ser humano individual.

Si hemos de estudiar al Objeto-producto como una entidad con la posibilidad de establecer una relación empática con el ser humano, debemos de establecer ciertos parámetros para comprender sus cualidades y desentrañar sus significados.

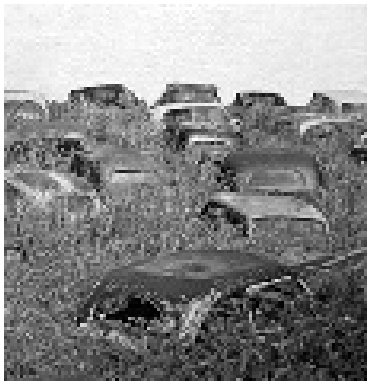
Gert Selle en su obra, que dirige exclusivamente al objeto de diseño industrial, nos dice al respecto que *"En la esfera del consumo y del uso, estos objetos actúan como signos, como elementos mudos de una especie de lenguaje cuyas leyes y cuyos efectos no siempre pueden reconocerse con claridad. Los objetos de diseño son formas de uso producidas industrialmente que poseen una determinación funcional diferenciada. Su característica, desde el punto de vista técnico y productivo, es su regularidad en el marco de una serie, así como su omnipresente multiplicidad."* [155]

Al definir al Objeto-producto como un lenguaje, se refiere a su valor como agente de comunicación, lo que constituye la base de la cultura. Al revisar el texto de Selle, tenemos que su mensaje principal, y la base para su libro, es la idea de que el diseño de un objeto es mucho más que una función práctica, pues es una interpretación de la realidad, de ahí su carga cultural e ideológica.

155 SELLE, Gert , *Ideología y utopía del diseño,* Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1973. Pág. 15.

El sentido del diseño de un objeto como un medio de comunicación humana es la suma de muchos valores que son los que explican y justifican en mayor medida al diseño industrial como disciplina y le confieren al Objeto-producto una dimensión superior al de bien de cambio y o de consumo duradero.

Los postulados del diseño de un objeto se pueden llegar a manejar hasta que sean un medio de expresión tan efectivo que lo identifiquen como símbolo y paradigma. Repitiendo a Octavio Paz, el Objeto-producto puede rebasar su razón de ser útil, su estética ya no es su función sino su presencia, ya no será considerado en su dimensión objetual, sino que adquirirá el calificativo de arte. El objeto será valorado por su significado.



EL OBJETO DE DISEÑO INDUSTRIAL TIENE UN CICLO DE VIDA

Esta posibilidad, el objeto como arte, tiende a provocar confusión entre esta disciplina y el diseño artesanal, donde precisamente la búsqueda estética se dirige a la obtención del calificativo como objeto-arte. Si bien es innegable que las consideraciones estéticas constituyen el supremo nivel al que puede aspirarse con el diseño de un objeto, debe entenderse que no es *"El"* objetivo de la disciplina. El hecho de que muchos trabajos de diseño realizados por destacados autores han llegado a niveles de paradigma y arte, no implica que todo su trabajo de diseño industrial pueda ser considerado en tal medida.

Octavio Paz menciona dos destinos cuando el Objeto-producto ha perdido su utilidad práctica: *"Hay un momento en que el objeto de diseño industrial se convierte al fin en una presencia con un valor estético: cuando se vuelve inservible. Entonces se transforma en símbolo o emblema... pasa de ser útil a pieza de museo" la otra posibilidad es más cruda "el destino del objeto industrial es el basurero"* para el poeta cualquiera de los dos finales de nuestro Objeto-producto es desoladora *"la indecencia del basurero no es menos patética que la falsa eternidad del museo"*. Paz menciona estas dos alternativas, absolutamente verdaderas, como un triste destino para la labor del diseñador industrial, quien trabajó pensando en el usuario y su disfrute con el objeto y que finalmente ve a su trabajo ajeno a ese cometido.[156]

Pero en la realidad, esto no implica una desvalorización para la disciplina ni para el trabajo del diseñador, puesto que el objeto de diseño

156 PAZ, Octavio. *In/mediaciones.* Seix Barral, México 1979. Pág. 13.



ALEXANDER
"La forma es el objetivo último del diseño"

industrial no encuentra su esencia o razón de ser en alcanzar los niveles de arte u objeto de cultura. El Objeto-producto deja de serlo cuando no es útil. Si dejó de ser utilizado porque su figura ya no corresponde a la moda, o por sus implicaciones simbólicas, o por sus materiales o debido a que sus componentes funcionales pertenecen a tecnologías superadas, simplemente ha terminado su ciclo de vida, la miseria del basurero o la gloria del museo son posteriores a esa vida del objeto.

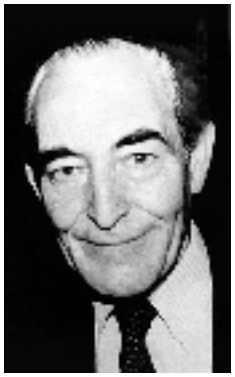
El diseñador trabaja para el momento en que el posible usuario decide adquirir ese objeto y lo usa el tiempo que el ritmo de su vida permita.

La diferenciación, a nivel teórico, entre el diseño y actividades similares fue realizada con mucha claridad por el maestro Juan Acha y se resume en una tabla comparativa donde analiza los principales aspectos y valores de las artes, las artesanías y "los diseños", concepto que este autor ha enunciado para identificar en un solo grupo a todas las disciplinas proyectuales, desde la arquitectura hasta las artesanías. Entre los diseños, el maestro Acha describe al diseño que surge de lo que él llama el proceso tecnológico-industrial y que obviamente, se refiere a la disciplina que nos ocupa. Para éste autor, el diseño basa su estética en su razón de ser utilitaria, por tanto y siguiendo esta línea de pensamiento, el Objeto-producto pierde su esencia al convertirse en *"objeto de culto"*, al ser un exprimidor de jugos que se expone sobre el mueble de sala y sin posibilidad de utilizarse.[157]

Aunque el importante teórico y arquitecto Christopher Alexander (1936) sostuvo que *"la forma es el objetivo último del diseño"*, debemos entender que hace referencia al concepto, ya mencionado, de buena forma, es decir, precisamente la conjunción racional de un tratamiento formal que exprese y sea consecuencia de la función. Su planteamiento es para deslindarse de las tendencias formalistas que surgían cuando escribió su libro. El Dr. Alexander es autor de libros y numerosos ensayos, con su obra propone un nuevo acercamiento al pensamiento del diseño, en la búsqueda metodológica para estructurar los procesos de diseño para una ciudad, un edificio, o un los objetos de una habitación con el mismo sistema de leyes y con base en razonamientos científicos, lo que lo ubica en contra de las teorías formalistas donde las propuestas de diseño son exclusivamente anímicas.

157 ACHA, Juan. *Introducción a la teoría de los diseños.* Ed. Trillas, México 1988. Pág. 59.

La búsqueda de “la Forma” como un valor expresivo que impacta emocionalmente al hombre y lleve al producto a niveles de obra de arte, divorciada de su cometido funcional y de utilización, frecuentemente es un proceso que actúa en contra del diseñador industrial, sin embargo, reconocemos que es válido para el diseñador artesanal. Son demasiados los valores que se quieren atribuir al objeto industrial y se ha hecho un mito basado en los trabajos excepcionales, como si el diseño de todos los objetos que utilizamos a diario tuvieran que llevarnos al arrebato estético o a las sesudas cavilaciones ideológicas. El diseño industrial no necesita recurrir a la mitología para ser aceptado como agente valioso en una cultura como la nuestra, donde todo se hace con objetos.[158]



SCOTT
“El diseño de los objetos cotidianos”

La mitificación de ciertos diseñadores y sus países de origen corresponde más a motivos de mercadotecnia que a la realidad en cuanto a su valor como productores de objetos útiles. Los grandes diseñadores son conocidos y reconocidos debido a su trabajo cotidiano, al desarrollo de muchos productos que cumplen cabalmente con la definición de Objetos-producto, si alguno de ellos en un momento dado se eleva a la categoría de arte es una excepción y no la regla. Nuestro querido maestro, el Diseñador Industrial Douglas Scott (1913-1990), participó durante la guerra en el proyecto del De Havilland “Mosquito” y fue el diseñador del autobús rojo de dos pisos, el Routemaster, símbolo de Londres . Pero su trabajo fue mucho más allá, pues alcanzó la fama y el reconocimiento internacional al recibir en Tokio, 1987, un premio por ser el diseñador con más productos exitosos en el mercado, desde un humilde batidor manual de huevos hasta automóviles y maquinaria pesada para excavación.

Todos los valores, incluidos los estéticos y culturales, del Objeto-producto se establecen para los momentos de vida útil del producto. El objetivo real, el que justifica verdaderamente a la disciplina y que señala el éxito o fracaso del desarrollo del proyecto, es el momento en que cualquier persona decide enlazarse al proceso de diseño, realizando su parte como consumidor y que consiste en adquirir mercantilmente un Objeto-producto. El proceso continuará con la evaluación del objeto en uso, su comportamiento en el mercado y con el desarrollo de un nuevo proyecto.

158 ALEXANDER, Christopher. *Ensayo sobre la síntesis de la forma.* Ed. Infinito, B. Aires 1973. Pág.15

La identificación emocional del posible propietario o usuario con el objeto, no se dicta por un impulso espontáneo o puramente anímico, puesto que el mayor valor del objeto en su consideración estética es la que se refiere a su valor como medio de comunicación humana o lenguaje simbólico. En este sentido, el Objeto-producto reúne valores o desvalores, según se quiera mirar, de tipo ideológico, ya que actúa como escaparate o reflejo de las cualidades o deficiencias de una cultura o de un segmento de la sociedad.

El valor sociocultural del diseño industrial se encuentra en su característica de ser una agente transmisor, modificador y generador de valores de la cultura material de las sociedades, pues es productor de objetos que operan como medios de encuentro entre distintos grupos humanos. Gert Selle (1936-) afirma que *"Indudablemente, la comunicación en la actualidad se establece a través de la forma del producto y el medio ambiente constituye una comunicación de masas"*. El hombre se comunica a nivel sensible y el medio constituye un lenguaje de signos que genera la labor del diseñador. En este sentido, un acierto en el tratamiento formal o estilístico del Objeto-producto equivale a establecer una comunicación positiva con el usuario, misma que puede ser tan simple como generar una sensación de sorpresa y novedad. Sin embargo, esa novedad debe ser tratada de cierta manera para que el consumidor pueda "leerla". *"El diseño adquiere sentido en la medida en que haya sido articulado en un código conocido para que el consumidor pueda captarlo"*.[159]

Evidentemente, la lectura del código se realiza en función de la información previa que tenga el consumidor. Si es una persona informada, con mayor conocimiento sobre su sociedad y su cultura, podrá aceptar con mayor amplitud de criterio las propuestas "de avanzada" que contenga el diseño de un producto, mientras que un desconocimiento, una desinformación o la falta de cultura, provocan una escasa posibilidad para comprender una propuesta sofisticada. La referencia estética de quienes desconocen las tendencias de avanzada se reduce a aceptar lo ya probado y consagrado. Formas que pueden estar vacías de contenido pero que se asemejan a lo que ya ha sido considerado en el medio sociocultural del usuario como de buen gusto, se adoptan sin esfuerzo. La identificación estética depende de la capacidad del objeto para

159 SELLE, Gert , *Ideología y utopía del diseño*, Ed. Gustavo Gili, 1973. Pág. 191

satisfacer expectativas a nivel individual, pero siempre y cuando su forma se adapte a los lineamientos aceptados por la cultura de la sociedad a la que pertenece en cuanto a tiempo y lugar, mismo que constituyen el código para interpretar al mensaje.

La relación entre el diseñador, como emisor, el Objeto-producto como medio y el consumidor como receptor de un mensaje es una relación en el plano del fenómenos de empatía estética. Sin embargo, es un fenómeno que no sucede como acto artístico, sino como una propuesta sujeta al tiempo en que el emisor se "reponga de la sorpresa" con que le impactó tal objeto.



DORFLES
"Es erróneo el querer someter al objeto industrial a los mismos cánones estéticos que regulan las obras de arte"

Estas condiciones y la necesidad de establecer un mensaje de acuerdo a un código preestablecido para cada grupo social o de mercado, provocan que el manejo de valores estéticos en el producto no pueda ser tan absolutamente libre como sucede en las artes, Gillo Dorfles ha escrito que *"... es erróneo el querer someter al objeto industrial a los mismos cánones estéticos que regulan la evolución y fruición de las obras de arte. Ningún elemento de los que contribuyen a crear la especial atmósfera de agrado ante el lento deterioro de las obras de arte... puede entrar en juego a la hora de valorar una obra industrial*".[160]

La realidad de la práctica profesional obliga al diseñador a trabajar estableciendo un determinado tratamiento formal en el Objeto-producto, que será el adecuado para cada sector de consumo al que se dirija. Aún al realizar propuestas de diseño dirigidas a los mercados más informados o de gusto más refinado, el diseñador se obliga a trabajar con un código; en este caso la ausencia de referencias a lo ya visto, a materiales que han sido superados o cualquier componente que pudiera leerse como vulgar.

El mundo actual, globalizado, donde las empresas constituyen corporaciones en feroz competencia y donde se busca la "pertenencia" del consumidor al "mundo" de esa empresa, uno de los aspectos que constituyen parte fundamental del código formal de los productos es su "identidad de marca", un recurso que en el mundo del diseño y la mercadotecnia se conoce como "branding". Este valor, que de manera muy generalizada equivale a que cada productor tenga

160 DORFLES, Gillo. *El diseño industrial y su estética.* Nueva colección labor. Ed. Labor. Barcelona, 1968. Págs. 41-44.

su “propio estilo”, es decir, que conserve ciertas características en el tratamiento formal de sus productos que los identifique y familiarice entre sí, al tiempo que los distinga de los de la competencia.



VICTORINOX

Incluso los mismos diseñadores tienden a establecerse como marcas comerciales, sobre todo los que laboran en el vestido y la tendencia se generaliza para las demás áreas del diseño, pues realizan su trabajo dentro del ámbito de un “concepto” que es su interpretación formal de la realidad y tratamiento formal como la propuesta que emiten hacia su mercado. Así, tenemos las obras de Pierre Cardín, Calvin Klein, Swatch, BMW, Victorinox, etc. Cuyos productos ya no son sólo estéticamente agradables, novedosos o de calidad, sino que identifican modos de ser y maneras de vida.



BÜRDEK
“El diseño corporativo significa la voluntad de visualizar el mensaje central de una entidad”

A propósito de los conceptos de identidad de marca o corporativa, el diseñador industrial alemán Bernhard Bürdek (1950-), egresado de la escuela de Ulm y autor de libros y ensayos sobre el tema, explica que *“la identidad corporativa no quiere decir otra cosa que la unidad de contenidos, mensajes y comportamientos de una empresa. Finalmente, el diseño corporativo significa la voluntad de visualizar el mensaje central de una entidad , esto es, su filosofía, en los productos de manera que sea perceptible para el usuario”*.[161]

El concepto de “Identidad de Marca” es un manejo de tipo estilístico para los productos y se explica como la referencia formal de los objetos para su comprensión en la circunstancia sociocultural. Se constituye por ciertos tratamientos a los componentes de la configuración. En el acto de percepción visual de un objeto, sea en el aparador o ya en uso, su tratamiento formal indica su función y cometido, su grado de vigencia o actualidad e inmediatamente su pertenencia o no a una merca reconocida. Durante el proceso de diseño, una de las condiciones preestablecidas como condicionantes del tratamiento formal será la necesidad de ajuste a los parámetros formales que establecen la identidad de marca. Podría decirse que el estilo de la marca es el más tangible de los valores o aspectos que constituyen el factor estético, ya que establece directrices para validar una propuesta formal para el desarrollo del producto. Otro aspecto sumamente importante para el manejo del factor es-

161 BÜRDEK, Bernhard. *Diseño. Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial.* Ed Gustavo Gili. Barcelona 1994. Págs. 276-281.

tético es el “Carácter” del producto, recurso que plantea algunas condiciones del Objeto–producto para que responda, formalmente, a ciertos requerimientos del usuario, identificado éste como persona que pertenece a un particular segmento de la población. La producción masiva impone una generalización y despersonalización del objeto, contrariamente a lo que sucede con los objetos de diseño artesanal, sin embargo, hay diferencias insoslayables obliga a establecer rangos y subdivisiones en el espectro de un posible mercado tendientes a satisfacer ciertas aspiraciones y deseos de tipo particular. No se trata, todavía, de dirigir el diseño hacia una persona, posibilidad que, con las tendencias tecnológicas del control numérico y diseño participativo, pudiera ser realidad en un futuro ya muy cercano. Sin embargo el diseño participativo es todavía una lejana posibilidad para la mayoría de los productores y fabricantes, quienes se ven obligados a proponer lo que considera adecuado al buscar la satisfacción de su mercado con métodos más indirectos.



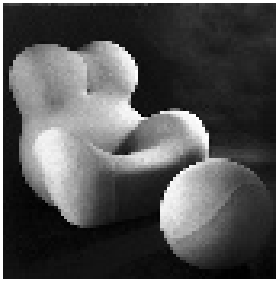
CÓDIGOS FORMALES DEL PRODUCTO INDUSTRIAL, RESPUESTA AL MERCADO Y SUS CARACTERÍSTICAS

En este sentido, el diseño de un objeto debe corresponder a ciertos valores o características para que se identifique con los códigos culturales de los diferentes grupos humanos, mismos que constituyen realidades aparte. De esta manera, el posible rango de compradores se identifica por su género, edad y otras realidades menos físicas y correspondientes a situaciones culturales, como la afinidad religiosa, gustos por un deporte, de condición de clase, de profesión y demás “compartimientos” sociales que nos llevan a un diseño de objetos para la mujer, para los ancianos, para los niños de cierta edad, para ejecutivos de empresas, para estudiantes, etc.

Esta diferenciación no es de tipo estilístico, como la identidad de marca, pues con el mismo estilo podemos diseñar un reloj de pulsera para “él y para ella” ni es una diferencia que separe al grupo humano por grados de conocimiento, cultura del diseño o capacidad de lectura a códigos de propuesta. El manejo del carácter del producto es un valor plenamente identificable desde el momento de iniciar el proyecto de diseño. El diseño de recámaras para bebé implica una serie de códigos y tratamientos formales que serán más o menos novedosos, según el segmento sociocultural o económico del mercado, pero en cualquier posibilidad el tratamiento al



SHEAFFERS
Manejo del aspecto formal del producto



SILLÓN MADONNA
Valores expresivos del producto

carácter de los productos, que en este caso sería el tipo de colores, el manejo de grafismos, el tipo de materiales y acabados, incorpora al producto al manejo de ciertos códigos ya establecidos.

La diferenciación del tratamiento formal de los objetos por aspectos de género o de acuerdo a la condición humana del consumidor es algo que siempre se ha realizado, pero es hasta ahora que el fenómeno se analiza y se aprovecha como el concepto que hemos identificado como el carácter del producto. Es incuestionable la necesidad de que el diseño de un objeto corresponda al género, la edad y demás atributos del consumidor como persona. Los zapatos para hombre, la sombrilla de mujer, la mochila del estudiante, la ropa del bebé, el sofá del anciano y tantos productos que son inaceptables si no se ajustan a nuestra condición, hacen evidente la necesidad de analizar este renglón al buscar la identificación estética en el diseño de un objeto.

El manejo del aspecto formal o estético de un objeto que impone, primeramente, la identidad de marca y después los que impone el carácter del objeto, puede hacernos dudar si el diseño industrial no se reduce a una manipulación del consumidor por razones mercadotécnicas. Como en toda aseveración respecto a un mundo tan complejo como lo es el de esta disciplina, algo hay de verdad en esas afirmaciones. Sin embargo, también hay mucha verdad en los planteamientos que han sostenido, desde los inicios, los teóricos que sostienen que el diseño industrial es una disciplina cuya principal virtud es generar propuestas tendientes a mejorar la calidad de vida de la sociedad. Los pioneros buscaban “la belleza pura y racional para liberar al hombre” ahora hay quienes proponen la libertad absoluta en las formas del mundo posmodernista, la realidad es que nadie puede alejarse mucho de los planteamiento y propuestas del “buen diseño” alemán, pues la disciplina siempre busca que los objetos sean útiles, seguros, durables, adecuados, libres, sustentables, comprensibles, de limpia belleza y estimulantes para la creatividad.[162]

El diseño es en nuestra sociedad, una realidad compleja y una promesa siempre en movimiento. Las posibilidades hacia el futuro: el diseño con más impacto estético, los objetos más inteligentes gracias a la microelectrónica, el diseño participativo, el diseño metafórico o

162 Quarante, Danielle. *Diseño Industrial 1, elementos introductorios.* Ed. CEAC, Barcelona , 1992. Pág. 45

inmaterial, el diseño como interfase, el diseño para producción sustentable y todas las tendencias que se vislumbran, hacen ver que el gremio sostiene una opinión que se aleja de la enajenación humana y continúa la preocupación por mejorar la calidad de vida. El diseñador dirige su trabajo a los niveles anímicos y más profundos del ser humano, a su calidad sensible y ética esta disciplina. Mejorar la calidad de vida no es la mera producción de artefactos, algunos de utilidad discutible o "gadgets" que son dispositivos interesantes y atractivos por una ingeniosa propuesta funcional, pero realmente inútiles.

El manejo de las cualidades sensibles del producto rebasan el plano de mero lenguaje o como instrumento de comunicación. El objeto de diseño industrial, nuestro Objeto-producto, es ante todo un objeto estético, es decir, nos proporciona un placer que se deriva de sus características funcionales y de su utilización, pero que contiene una serie de capacidades de disfrute que van más allá.

Prácticamente toda la literatura sobre el diseño industrial se refiere a los aspectos estéticos como una de las posibles funciones del objeto y de ahí pasan a considerar exclusivamente el aspecto de trabajo formal para lograr un impacto de tipo sensorial, por supuesto, principalmente visual. Löbach explica que *"la función estética es la relación entre un producto y su usuario experimentada en el proceso de percepción... es el aspecto psicológico sensorial durante el uso"*.[163]

Bürdek quien sostiene una opinión del diseño como medio comunicador exclusivamente, habla del aspecto estético del objeto como *"una serie de funciones, menciona funciones estético-formales que se explican totalmente por la teoría de la percepción de la gestalt en el receptor del mensaje y luego estructura la problemática del emisor con la explicación de las funciones indicativas, la forma como transmisor de información, y las funciones simbólicas, la forma como transmisor de valores"*.[164]

Danielle Quarante amplía la explicación de la teoría gestáltica y del mismo modo, explica los aspectos estético-formales del objeto de diseño industrial exclusivamente como una función comunicadora entre emisor y receptor.[165] Sin embargo, pese a la carga semántica del objeto, de sus significados

163 LÖBACH, Bernd. *Diseño Industrial*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona , 1981. Pág. 56

164 BÜRDEK, Bernhard. *Diseño. Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial.* Ed Gustavo Gili. Barcelona 1994. Págs. 250-274 , 301-321.

165 QUARANTE, Danielle. *Diseño Industrial 1, elementos introductorios.* Ed. CEAC, Barcelona , 1992. Pág. 213.



DE VENTÓS
"La posesión de los objetos comporta placer"

y de su utilidad como medio de expresión, las relaciones estéticas entre el hombre que disfruta y el objeto disfrutado contienen cargas emotivas que rebasaron la visón funcionalista que se erigió como paradigma en los cincuentas. Este sentido es lo que motivó, en su momento, la necesidad de ruptura que posteriormente se generalizó como movimientos de tipo posmodernista y que Rubert de Ventós pudo explicar y hasta cierto punto anticipar, en su texto sobre la "Ruptura fría" en la tendencia de las artes y disciplinas afines para el último cuarto del siglo XX.[166]

Abraham Moles señala que la relación del hombre con los objetos obedece a diferentes categorías. Entre las que menciona, encontramos a la posesión del objeto lo que provoca una relación de tipo hedonista. *"La posesión de los objetos comporta placer y el fin perseguido será la maximización de ese placer, que evidentemente no corresponde al número de objetos poseídos, sino a la capacidad de disfrute, como arte de vivir". "La adquisición hace del hombre un sistema coextensivo a sus posesiones en el que la magnitud de su espacio vital se redimensiona de acuerdo a lo que posee".* La relación de tipo estético "*se basa en la belleza pura, concepto solamente definible sociológicamente. En principio, es el motor del fruidor del objeto estético. El hombre no busca aquí la acumulación, pues la relación de posesión se somete a una fuerte censura interior*". Finalmente establece una relación de tipo funcionalista *"en la que los objetos existen exclusivamente a partir de su papel y con ello postula presencia y disponibilidad. Es una relación que establece un sistema Hombre-Objeto"*.[167]

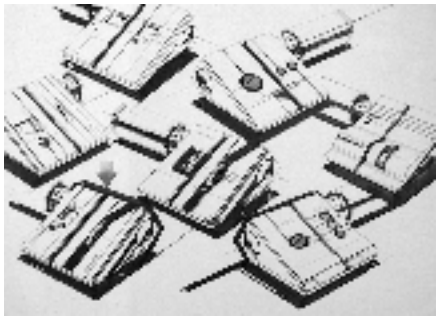
Como podemos ver, los contenidos de tipo estético en la relación entre el hombre y el Objeto-producto serán tema para muchas explicaciones y para muchos ejercicios de tipo teórico y filosófico. No obstante, podemos detenernos y aceptar que los Objetos-producto ni son simplemente manipulación, como tampoco belleza o satisfacción pura.

La identidad de marca que opera como condición estilística en el diseño industrial, el carácter con los valores simbólicos que conlleva y la expresión propia del diseñador en su manera particular de lograr el proceso de síntesis configurativa, son cualidades que manifiestan y emanan los objetivos del Objeto-producto como entidad. Durante el proceso de síntesis configurativa y del trabajo formal, el

166 RUBERT DE VENTÓS, Xavier. *La estética y sus herejías.* Ed. Anagrama, Barcelona 1973. Pág. 214

167 MOLES, Abraham. *Teoría de los objetos.* Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1981. Pág. 178

diseñador realiza una labor proyectual en la que efectivamente, no puede evitar hacer una proyección de sus propias esencias, es un acto de voluntad estética que rige al proyecto y se debe sostener hasta la definición de todos los detalles perceptibles por el hombre.



BOCETOS
Trabajo con los recursos de la plástica

Algunas tendencias academicistas en las artes y en las teorías de la forma y la percepción, sostienen que los recursos de la plástica (composición, proporción, simetría, armonía, color y demás dinámico-visuales) contienen leyes propias y ciertos cánones para el manejo de los elementos perceptibles que permiten asegurar un grado de belleza plástica como recurso para lograr cierto impacto positivo en el espectador. Indudablemente al búsqueda de "lo bello" es un valor acertado para la aceptación de un producto, el problema es que como lo demuestra Stephen Bayley, el gusto no es cuestión de reglas, sino que es un efecto cambiante a los largo del tiempo y realmente es un argumento para distinguir entre clases sociales. Además suele ser un proceso de aceptación cambiante y que pasa de las clases superiores a las más bajas, así, lo que en una clase hoy es bello, mañana puede ser ridículo.[168]

El manejo de valores compositivos, de un adecuado ritmo en la proporción de las partes y en la relación armónica de los colores, por ejemplo, es innegablemente un recurso sensible para que el objeto sea bello, hay multitud de casos donde los errores en estos aspectos que hacen de un automóvil un objeto muy atractivo contra otro que es poco agradable, aunque los dos responden al mismo concepto configurativo, ambos tiene la misma volumetría, el mismo orden en los componentes, el mismo tratamiento de superficies, pero uno es indudablemente bello y aceptado, queda a la posteridad como un clásico, mientras el otro ha sido rechazado y olvidado. Indudablemente el suceso se debe al efecto del tratamiento plástico.

La identificación entre objeto y posible usuario, no se logra por el análisis de sus cualidades materiales, ni por sus prestaciones funcionales, en la competencia hay muchos objetos que ofrecen lo mismo, tampoco por sus capacidades de adaptación para el uso o el trabajo pues estas cualidades son muy difíciles de predecir en el acto de la adquisición. Lo que impulsa esta decisión es el mensaje que transmite el objeto gracias a su tratamiento estético. En el acto de decidir la adquisición de un producto, el consumidor

168 BAYLEY, Stephen. *Op. Cit.* New York



LOEWY
"Entre dos productos... se vende mejor el más bonito"

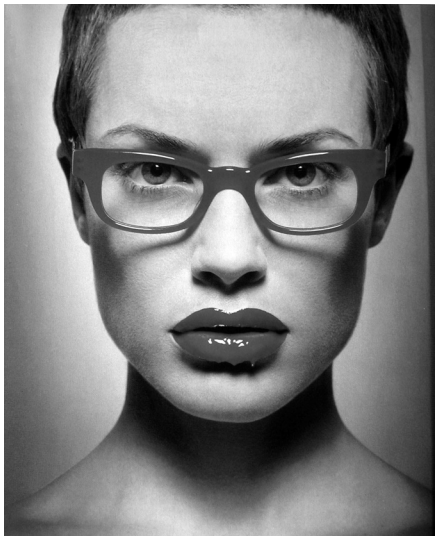
siempre tiende hacia el que establece una comunicación anímica con sus propios valores. Este concepto fue la base del pensamiento del gran diseñador francés Raymond Loewy, quien en la década de los años treinta introdujo los valores del diseño industrial en las empresas norteamericanas con un convincente argumento que tenía escrito en su tarjeta de presentación. *"Entre dos productos del mismo precio, la misma función y calidad, se vende mejor el más bonito"*.[169]

Independientemente del sentido que quiera otorgarse a sus postulados, los aspectos de tipo estético en el Objeto-producto son la esencia misma del proceso de síntesis configurativa. Ya que en última instancia el valor y la permanencia de un producto en el mercado se dictan por la preferencia de sus compradores.

Manejar los recursos de la plástica para comunicar y generar cualidades con valor expresivo, es manejar un número infinito de posibilidades de percepción y lectura por parte de quienes recibirán la propuesta y también de un incontable número de alternativas configurativas para expresar una forma. El diseñador se obliga consigo mismo para realizar una labor profundamente creadora en la búsqueda de su propia expresión, puesto que el acto de comunicación humana es la última instancia de su trabajo. De tal manera que los postulados de los otros tres Factores, los referentes a la producción industrial, los de tipo funcional u operativo y los del sistema hombre-objeto-entorno, deben considerarse supeditados a las consideraciones y manifestaciones de los contenidos que componen el conjunto de condicionantes que integran al Factor Estético del Diseño Industrial.

169 FIELL, Charlotte & Peter. *Op. Cit.* Ed. Taschen, Colonia, 2001. Pág. 339

2.9 DISEÑO MODA-IMAGEN



DISEÑO, MODA E IMAGEN

Hace años que la moda rebasó el nivel de frivolidad en las formas de los vestidos para convertirse en una manifestación sociológica que merece un análisis más detallado, por lo que algunos filósofos importantes han dedicado su trabajo al planteamiento y estudio de éste fenómeno. La moda tiene un papel relevante en las sociedades avanzadas, pues ahora más que ser un modo de actualización, es el recurso que las personas utilizan para proyectar y expresar una imagen específica, lo que en el mundo mercadotécnico es el concepto que ya se conoce como el *"look"*.

Como intento para descifrar el papel de la estética en este ámbito y dentro de los procesos de diseño, atenderemos al fenómeno de la moda con base a los conceptos que nos puede aportar la nueva perspectiva, aclarando que utilizaremos el término "moda-imagen" para tener una idea más clara y no caer en el término anglosajón look que en nuestro idioma no identifica realmente la idea que deseamos transmitir.

Primeramente habremos de hacer una revisión de tipo histórico para comprender con mayor exactitud lo que implica ahora el acto de ataviarse como recurso expresivo del ser humano, lo cual va más allá del vestirse para cubrir al cuerpo o como protección ante el clima. Con seguridad la necesidad del vestido aparece cuando el Homo Sapiens inicia el proceso de emigración desde el sur de África, donde vivía en un ambiente propicio y cálido, para dirigirse a lugares con otros climas que le obligaron a buscar refugio tomando cosas de la naturaleza, probablemente lo primero fueron hojas y otros residuos vegetales como la paja, posteriormente logró aprovechar las pieles de los animales que cazaba.

El uso de las pieles posibilitó mejores condiciones de vida para la especie humana y pronto estuvo en condiciones de desarrollar conocimientos e instrumentos para mejorar las prendas. Hasta hace muy poco los esquimales curtían sus pieles para hacerlas más flexibles, aún en sus climas, con el proceso de masticarlas con abundan-



APROVECHAMIENTO DE LAS PIELES

te salivación y no es difícil pensar que esta fuese una técnica anterior a la glaciación, época en que se supone llegaron al círculo polar para quedarse para siempre. Si no hubiera sido una técnica anterior el hombre no hubiera sobrevivido a esos siglos de la edad de hielo.

Ya en la remota antigüedad, hace más de veinte mil años, aparecen pruebas del uso de los textiles. El aprovechamiento de las fibras vegetales o del pelo animal por medio del hilado y el tejido ha sido el paso más importante en la historia del vestido y corresponde a las épocas en que se abandona el nomadismo. La experiencia en la creación de objetos tejidos y cestería a partir de fibras vegetales, se aprovechó para la fabricación de cordajes y posteriormente la elaboración de telas, lo que permitió lograr las velas marinas, los toldos, sacos para el transporte, mejores ropajes y son el principio de las maneras para amueblar las viviendas, superando una etapa en que simplemente se colocaban piedras o trozos de madera para acomodarse en las cuevas.

Muchos siglos después y ya en épocas históricas tenemos que la producción de telas con diferentes calidades, gracias al origen de sus materiales, procesos de extracción y técnica de transformación, provocó el primer fenómeno relativo al concepto cercano a la idea de moda y que fue el uso del ropaje para hacer distinción entre diferentes castas, roles sociales, clases, pertenencia a las castas militares o diferencias por motivos religiosos, como vemos en la Torá del pueblo judío: *“Habla a los Hijos de Israel y diles que a través de sus generaciones se hagan flecos en los bordes de sus vestiduras y que pongan un cordón azul en cada fleco del borde. Los flecos servirán para que al verlos os acordéis de todos los mandamientos del Eterno, a fin de ponerlos por obra, y para que no os desviéis en pos de vuestro corazón y de vuestros ojos, tras los cuales os prostituís. Será para que os acordéis y cumpláis todos Mis mandamientos, a fin de que seáis santos para vuestro Elokim.”* (Bemidbar, Números 15:38-40)

Todas las culturas de la antigüedad, hasta donde hemos podido saber, hicieron del ropaje un medio para la distinción social más que para la exhibición del gusto individual, el concepto cambia poco a poco durante los años finales de la Edad Media y se consolida, como fenómeno de moda, durante el Renacimiento.

Aunque resulta bastante complicado saber cuales eran las prendas que usaban los medievales en cada momento, es cierto que encontramos algunas pautas, como que el vestido femenino solía ser largo mientras que el masculino era corto. Los sectores privilegiados utilizaban los colores, sobre todo el púrpura que era el signo de pertenencia a la máxima altura social, mientras los más modestos de la sociedad utilizaban colores oscuros, generalmente negro. Sin embargo, estas afirmaciones son muy limitadas.

Lo que sabemos es que el vestuario medieval experimentó una importante transformación con la neciente clase burguesa de las ciudades y por el contacto con otras culturas, especialmente la bizantina y la musulmana a partir de las Cruzadas.

En una sociedad tan estratificada como la medieval no debe extrañarnos que los asuntos relacionados con el vestuario también tuvieran reglamentaciones. Alfonso X el Sabio regula en 1258 las maneras del vestir tanto para los oficiales mayores de la casa real como de los menores. Para estos últimos se manifestaba expresamente una serie de prohibiciones: *"no traigan prendas blancas ni con bordes dorados ni plateados, ni espuelas doradas, ni calzas de escarlata, ni zapatos dorados, ni sombreros con oro, plata o seda".*

Los eclesiásticos no podían utilizar ropas coloradas, rosadas o verdes. Debían llevar calzas negras y olvidarse de zapatos con hebilla, utilizando en sus cabalgaduras sólo sillas de color blanco. Los canónigos vestían de manera más relajada al estarles permitido el uso de colores siempre y cuando no fueran amarillos o rojos. La marginación de algunas clases sociales, como judíos y musulmanes, se extendía al vestuario. Los judíos no podían llevar pieles blancas, ni prendas de lino, ni calzas rojas, ni paños de color. Los mudéjares tampoco podían llevar zapatos blancos o dorados, aplicándose las normas anteriores. A lo largo del siglo XII apreciamos las primeras innovaciones en el vestido procedentes de las ciudades. Las modas empezaron a manifestarse con cierta fuerza y los tejidos fueron adaptándose al cuerpo para marcar las siluetas.

Durante el período de los primeros siglos de la edad media los ropajes de ambos sexos eran muy similares, alrededor del siglo XII y con



ENSEÑANZA RELIGIOSA Y VESTUARIO



VESTUARIO MEDIEVAL

la aparición de los conceptos de amor y galantería, se inició una época en que la distinción entre las ropas masculinas y las femeninas pasó a ser radical. En los tiempos finales del Medievo encontramos un acentuado gusto en las damas por los largos cabellos, los pechos altos y el encorsetamiento de la cintura. Estas modas fueron impuestas por las clases urbanas acomodadas y posteriormente se irían acercando al resto de estamentos sociales tanto del campo como de la ciudad.

Con la multiplicación de los roles sociales, el nivel de cada persona estaba determinado no por el linaje, sino por la función que cumplía en su contexto. Un adinerado feudal, no usaba ropa igual a la de un siervo o un sirviente. Es así como surge la necesidad de diseñar uniformes que serán utilizados en el lugar de trabajo, con el fin de denotar el rango social, pues el vestido cotidiano empieza a indicar elementos tales como el tipo de actividad que se realiza, la hora del día en la que se utiliza, la ocasión específica, el género al cual se pertenece.

A raíz de la horrible Peste Negra que diezmó a la población europea, entre los sobrevivientes se desató un irrefrenable deseo por disfrutar de lo terrenal, por lo que los labriegos y artesanos iniciaron un cambio de costumbres al imitar a los burgueses en sus atuendos. Durante ese momento crítico, el cronista florentino Mateo Villani observa escandalizado como *"las mujeres de baja condición aprovechan para casarse los ricos vestidos que habían pertenecido a damas nobles ya difuntas".* También los predicadores, pretendiendo aprovechar el recuerdo de la peste para probar el castigo divino a los pecadores en esa sociedad decadente, exponen desde los púlpitos sus críticas al desenfreno en las costumbres del vestido, pero como vemos, logran el efecto contrario.[170]

La estrategia de imitación de las clases subalternas que imitan a las clases superiores fue una tendencia que lejos de "volver a la normalidad" se continuó y evolucionó ya como una manifestación social con características propias, la imitación ya no se hace solapadamente, en un momento pasó a hacerse de manera abierta y retadora, con la confección de vestidos ex profeso. La burguesía empieza a adoptar las maneras de vestir de la nobleza mientras los artesanos les copian a ellos. Este fenómeno da pié a lo que conocemos como moda, una manera de distinción social en la

170 RACINET, Albert. *La historia del Vestido.* Editorial Libsa, Madrid, 1984

que vemos como surgen las innovaciones, cada vez más sofisticadas, caprichosas y difíciles de imitar para establecer la diferencia.



EL REY SOL

La moda es una carrera donde los privilegiados derrochan para señalar su posición y los inferiores para tratar de alcanzarlos. Cuando la clase inferior adopta una tendencia, la superior la cambia por otra más extravagante o costosa. Esta situación caracteriza o define a los siglos XVIII, XIX y la primera mitad del siglo XX. Las pelucas blancas, los puños de encaje sobre las manos, las tiesas levitas y los tacones altos en la corte de Luis XIV eran una manera de decir que su portador jamás habría de trabajar, situación que no era fácil de imitar para quienes pertenecían a una naciente burguesía que aún estaba muy cercana a sus orígenes en los gremios artesanales.

Entonces, debemos entender que el fenómeno de la decantación de las modas no era simplemente de un proceso de imitación, de haber sido así, las clases menos poderosas hubieran encontrado con mayor celeridad la manera de igualarse a las poderosas, pero existe otro ingrediente en los procesos de adopción de la moda.

Como anotamos anteriormente, las súplicas y amenazas de los eclesiásticos a partir de la gran peste lograron un efecto contrario al que pretendían. Porque como lo hemos visto para todos los fenómenos relacionados con lo estético, la empatía se genera dentro de un proceso dialéctico, “eros y tanatos” (amor y muerte), de atracción y repulsión.

El acto de recibir la motivación que desencadena la emoción estética nos toma desprevenidos, pues una de sus características es su sentido de creación. Al carecer de antecedentes un impacto estético siempre genera un momento de confusión de valores y de duda entre el disfrute o la repulsión. Nuestras emociones ante una película de terror ilustran con claridad estas sensaciones que se deben al grado de facilidad con que podemos captar, valorar y en su caso, aceptar los fenómenos estéticos. La educación respecto al arte y las actitudes de tipo circunstancial influyen en nuestras reacciones, pues son lo que va formando nuestro gusto, que es el recurso que aplicamos para recibir negativa o positivamente el impacto estético. La percepción de la nueva moda es exactamente lo mismo, las cla-



WORTH
"El arte de la moda"

ses menos "adelantadas" perciben la novedad como motivo de escándalo, hay una repulsión por que siempre entra en conflicto con los valores de tipo ético que aparentemente sustentan "lo que debe ser" en cuanto a lo estético. Siempre habrá algunos miembros de determinadas capas de la sociedad que se nieguen a aceptar esas manifestaciones que consideran inmorales, frente a los que con cierta capacidad o flexibilidad adoptan poco a poco las novedades, cuando cierto estrato las ha asimilado, aparecerá en las capas superiores una nueva moda, que implicará un nuevo reto de asimilación estética.

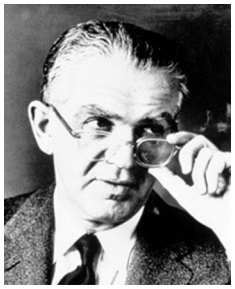
Por lo anterior, vemos que la adopción de una moda no es la copia automática de las prendas, sino que primeramente debe darse la aceptación de la conducta, el fondo, para poder adoptar el ropaje, la forma.

Durante los principios del siglo XIX, cuando el fenómeno de moda se consolida como una expresión estética. La ropa deja de ser para siempre un símbolo de casta y pasa ser un símbolo de clase. Es a partir de la revolución francesa y ya en pleno desarrollo industrial, con el ensanchamiento de las ciudades y el crecimiento demográfico, cuando la ropa más ligera e informal reemplazó a los trajes aparatosos.

La primera industria que reflejó los avances de la industria, y los cambios en el modo de vida para los involucrados, fue precisamente la industria textil. Las primeras fábricas, es decir el lugar de trabajo con maquinaria instalada al que debían acudir los obreros cotidianamente y bajo horarios preestablecidos, fueron los productores de lienzos de tela. Esto abarató la tela y la puso al alcance de una mayoría que anteriormente recogía los sobrantes de las clases privilegiadas o que se vestían con tejidos muy toscos. Los tiempos cambiaban, la sociedad se iba transformando y nuevas tendencias en el vestido señalaban cambios en la moda, surge la democratización de la ropa.

Esto aceleró, lógicamente, el proceso de movilidad de la moda, para la mitad del siglo XIX podemos hablar ya de una moda consolidada con el concepto de la Alta Costura, es decir, la elaboración de prendas diseñadas y confeccionadas específicamente para ciertas personas, de muy alto nivel adquisitivo. Probablemente el primer diseñador que logró fama internacional y posicionó a Francia como el centro de la

moda, paradójicamente fue el inglés Charles Frederick Worth (1825-1895), quien abrió su taller y salón de modas en el centro de París el año de 1857. Este excéntrico personaje se consideraba a sí mismo un artista y solamente recibía a su clientela si cumplía con sus requisitos en cuanto al abolengo e importancia social de la familia.



DREYFUSS
"La antropometría y las tallas del vestido"

Worth dejó de confeccionar vestidos para pasar a diseñar moda, su gusto se convirtió en el canon y sus diseños tuvieron una influencia persistente hasta ya entrado el siglo XX. La moda pasó a ser una forma de vida, una presencia que, a decir de Henry van de Velde era *"una provocación recurrente"*. Este arquitecto y famosos diseñador de muebles, pionero del modernismo, defendía la idea de una belleza permanente, decía que un vestido bonito siempre lo sería y que las mujeres no tenían porque cambiarlos constantemente, por lo que consideraba a la moda como algo ajeno a la estética y profundamente inmoral. Por otra parte, la moda tenía sometida a los cánones de a belleza femenina, al conservar al corsé y las "cinturas de avispa" como soporte de la moda, aunque les provocaran deformaciones y desmayos frecuentes, los que se consideraban *"muestras de delicadeza y temperamento romántico"*. De ahí que el mismo van de Velde se refirió al corsé en términos bastante certeros *"el corsé ha sobrevivido tal y como lo precisan los modistos de ropa femenina no para realzar la belleza de la figura de la mujer, sino simplemente para validar los modelos que han creado".*

Pasando la primera guerra mundial, el diseño de modas, como todos los demás, se transformó radicalmente. Paul Poiret (1879-1944), un diseñador francés que trabajaba con Worth, suprimió totalmente al corsé y sus diseños, vestidos con caída libre a partir de la parte baja de los senos, impusieron la moda que prevalecería durante la década de los 20's. Muchos de sus diseños tienen una marcada inspiración oriental y se relacionan con actitudes de fantásticas y de ensueño. El baile de moda, que después del vals fue el segundo que arrastró a la juventud a las actitudes que desaprobaban los mayores, contribuyendo a su popularidad, fue el Charlestón, un baile que escandalosamente, requería, por primera vez en la historia de occidente, que las mujeres enseñaran descaradamente las pantorrillas.

Al finalizar la segunda guerra mundial y como una aplicación de las mediciones antropométricas que en los estados Unidos hicie-



"MY ONLY UNDERWEARE IS CHANEL 5"

ra Henry Dreyfuss (1904-1972) para establecer los parámetros y tallas de los soldados americanos a fin de facilitar la confección de uniformes y equipamientos, se desarrollaron industrias del vestido bajo el concepto de elaborar la ropa con tallas preestablecidas, prendas listas para usarse, *Ready-to-wear*, algo que la aristocracia europea consideró pragmático y vulgar, pero que, por la movilidad de la moda, los jóvenes impusieron allá también.

Para 1949 la moda dejó de ser privilegio de alta costura y se democratizó definitivamente, pues Europa finalmente aceptó como algo de buen gusto el concepto de la ropa con tallas preestablecidas y las prendas listas para usarse, lo que en lenguaje de la moda francesa se llama *prèt -á- porter*. Inicia una época dorada de la moda, los 50's, durante la cual la humanidad, cansada de guerras, destrucción y muerte, busca la belleza y la elegancia. Coco Chanel (1883-1971) introdujo en sus modelos el pañuelo e impuso una visión delicada de la mujer eficiente que podía trabajar sin perder sus cualidades, otra aportación suya fue la idea de convertir al perfume, Chanel 5, en un accesorio más del vestido.

En pocos años se reconstruyen los países afectados por la guerra y se vive un clima de abundancia sin presentes. Florecen la arquitectura y los diseños. Hay una gran expectativa por la ciencia y los adelantos tecnológicos, el futuro, representado por el año 2000, promete maravillas y una muy alta calidad de vida. Christian Dior (1905-1957) presenta en el 49, apenas a unos años de las restricciones por la guerra, una colección con gran derroche de telas y accesorios lujosos y que todo mundo consideró equivocada, pero él intuyó que eso precisamente era lo que la gente deseaba. El automóvil pasa a ser un objeto de moda, el auto deportivo y los electrodomésticos son referentes de un lujo al alcance de cualquiera. Anchos sombreros, faldas muy amplias, guantes para las fiestas, trajes para hombre de cortes impecables y combinaciones de colores de gran alegría son lo que constituye la moda.

Ya para iniciar la década de los 60's y con el advenimiento del tercer baile escandaloso, el Rock'n roll, la generación nacida durante los últimos años de la guerra impuso la moda rebelde que se inicia con la utilización cotidiana de la ropa para los trabajos más bajos, los Jeans, pantalones de una mezclilla de lona y manta azul son la pri-

mera prenda que utilizan indistintamente hombres y mujeres. Había nacido la primera moda *unisex*, creada por y para los jóvenes, mientras el rompimiento con la generación anterior se establece como el paradigma de la época. En 1965 la falda subió por encima de la rodilla y Mary Quant (1934-) impuso la mini, escandalosamente alta y que dejaba ver, sin dificultad, las prendas más íntimas de las muchachas que no se avergonzaban por ello. Un año después, Yves Saint Laurent (1936-) se convierte en el modisto de la época al crear un estilo andrógino, el vestido trapecio, el smokin para mujer e introdujo en su colección a los Jeans con lo que proclamó la "moda callejera". Este diseñador entendió perfectamente su momento y los deseos de su público: *"Las personas ya no quieren estar elegantes, sino seducir"*.[171]



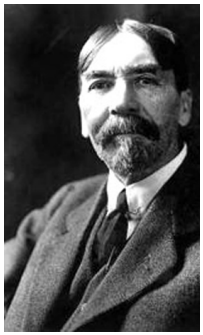
1965 NACE LA MINIFALDA

La moda inicia una nueva transformación, ya no estará más en el diseño de la ropa, sino en la actitud de quien la porta como símbolo de su pertenencia a cierto grupo de la sociedad. La década de los 70's es francamente de transición y crisis, el diseño en todos los ámbitos es indeciso y la moda lo refleja con claridad. No es ya la moda de ruptura juvenil de la década anterior pero tampoco tiene una fisonomía propia. Es el preludio a la sociedad posmoderna.

En los ochenta ya no hay una moda tal como se había entendido casi por tres siglos, los movimientos juveniles ya no son una postura sociopolítica como lo fueron en los sesentas, sino la creación de distintos clanes, cada uno con sus modas, unos atuendos para los yuppies y otros para los punk's, hay un definitivo divorcio con la belleza y la elegancia. En los noventa mueren los tabúes del vestir, los grunges y los raperos son clanes de jóvenes que reivindican lo estrafalario y usado. Las prendas elegantes han quedado arrinconadas para algunas, muy pocas, ocasiones especiales, donde habrán de alternar distintas generaciones en ceremonias muy institucionales, pero incluso éstas empiezan a perder su carácter y llega el momento en que todas las tendencias se pueden usar, mientras manifiesten la imagen que el portador quiere comunicar.

Al desaparecer la moda como ese proceso de cambio constante y como la carrera sin fin donde las clases privilegiadas imponían tendencias que las inferiores imitaban, el acto de la proyección de una imagen por medio del atavío se convierte en asunto interesante para los estudiosos.

171 LEHNERT, Gertrud *Historia de la moda del siglo XX*, Ed. Konemann. Colonia, 2000



VEBLEN
"Apariencia más que protección"

El primer teórico que trató el tema de la moda y el vestido fue el sociólogo noruego-americano Thorstein Veblen (1857-1929), quien escribió: *"Nadie encuentra difícil aceptar que gran parte de los gastos para vestirse en que incurren las personas de todas las clases, se hacen más en el sentido de lograr una apariencia aceptable más que por la protección del cuerpo. Probablemente un aspecto andrajoso nos hace caer socialmente más que ninguna otra circunstancia, la gente preferirá sacrificar su confort o lo que realmente necesita antes que privarse de lo que cree que se considera una compra de buen gusto. Esta no es una actitud poco común, para todos los que viven en sociedad es preferible aparecer bien vestido. La realidad es que la necesidad del vestido es más espiritual que física"*.[172]

El vestido es un medio para la manifestación del ser humano, Stephen Bayley menciona a una muchacha que exclamó: *"después de todo, gran parte de la vida es lo que vistes"*, palabras que este autor aprovecha para elaborar una serie de reflexiones hasta llegar a la conclusión de que el origen, contenido y mensaje de la frase encierran un significado que enfatiza la riquísima carga de contenidos que puede tener el lenguaje del vestido.[173]

Bayley sostiene que es un lenguaje, dado que *"no hay transmisores más eficaces que los objetos que nos visten, pues actúan como unos extraños dispositivos que ponen el corazón por delante de la piel".* El atavío, ese conjunto de objetos, accesorios , afeites, maquillaje, joyas, zapatos e incluso la actitud para llevarlos puestos, representa y expresa valores o posturas ideológicas que nos negamos a decir abiertamente, es una especia de código del inconsciente para quien sepa leerlo.

El mismo autor recuerda al modisto Ralph Lauren, quien en una entrevista que le hiciera la revista New York magazine en 1985, dijo que *"La ropa muestra tu gusto, es tu mayor expresión y es lo primero que dice algo de lo que quieres mostrar al mundo"*. Puede parecer algo banal y pedestre, pero hay que reconocer que pocas cosas son tan eficaces para decir algo de alguna persona como describir su ropa, los novelistas usan mucho este recurso: *"era un profesor con un saco de Tweed y zapatos tenis"*, inmediatamente nos permite crear ideas de muchas cosas relativas al carácter, conducta y comportamiento del personaje.

172 VEBLEN, Thorstein. *Teoría de la Clase Ociosa*. Alianza Editorial, Madrid, 2004.

173 BAYLEY, Stephen. *Op. Cit.*. Panteón Books. 1992. New York

Hasta la primera mitad del siglo XX gran parte de las reflexiones sobre la moda aparecen incompletas y fragmentadas, pues al ser considerado pura frivolidad fue un tema bastante abandonado por los estudiosos. Un primer marco conceptual lo tenemos en la obra del ya mencionado sociólogo Thorstein Veblen, quien analiza y critica los mecanismos que van llevando a las clases privilegiadas a apropiarse del ocio y a una entrega al consumo exacerbado, lo que, a manera de función social fundamental, repercute en la reproducción económica y reproducción simbólica por emulación, lo que incentiva las actitudes de consumo en las otras clases. Pese a que su obra fue publicada en 1899, podemos ver que muchas de las observaciones de Veblen mantienen una inquietante vigencia, siempre teniendo en cuenta y asumiendo las inevitables metamorfosis que ha llevado aparejadas el siglo XX.

Sin embargo y pese a las agudas observaciones de Veblen, los fenómenos colectivos como la moda y su inseparable conducta, el consumo, permanecen prácticamente en el olvido hasta 1968, año crucial para la sociología y cuando se despierta un interés más riguroso hacia estos asuntos.

A esta atenta reflexión han contribuido los estudios sobre el comportamiento y características de nuestra sociedad del filósofo francés Jean Baudrillard (1929-), cuyo mérito consiste en haber colocado en un solo cuadro explicativo los fenómenos que normalmente habían sido analizados singularmente. A partir de entonces nuestro contexto social fue definido y caracterizado como una sociedad de consumo, este concepto quedó establecido con presencia relevante en el campo de las ciencias sociales, donde se han multiplicado los estudios realizados con la intención de desvelar el papel de la moda en las sociedades modernas. En efecto, sus obras principales: La sociedad de consumo, El sistema de los objetos y La economía política del signo, siguen siendo el punto de partida obligado de toda reflexión respecto de la moda en la sociedad contemporánea.[174]

Para adentrarnos en el análisis de este complejo fenómeno, tan ligado a la estética y a la socioeconomía, debemos recurrir a los textos de Baudrllard, pionero en el estudio filosófico del tema. En su análisis hay un esfuerzo por desmitificar la ideología del consumo como un

174 BAUDRILLARD, Jean. *La sociedad de consumo.* Plaza y Janés. Barcelona, 1974.



EL DERROCHE OSTENSIBLE

comportamiento utilitarista de los sujetos condicionado por el goce y la satisfacción de sus deseos, así, hoy en día la lógica social que condiciona el conocimiento operativo de los objetos de acuerdo con las diversas clases o categorías, tiene que ser al mismo tiempo un análisis crítico de la ideología del consumo. Este doble análisis, el de la función social distintiva de los objetos y el de la función política de la ideología que con ella se relaciona, se basa en una condición previa: la superación de la visión espontánea de los objetos en términos de necesidad o de su valor de uso, de ahí que la hipótesis consistente en asignar a los objetos un único estatus funcional sea ya insuficiente. Lo fundamental en las sociedades modernas es el valor de cambio y de signo. En efecto y como lo ha señalado el propio Baudrillard, *"una verdadera teoría de los objetos y del consumo se fundará no sobre una teoría de las necesidades y de su satisfacción, sino sobre una teoría de la prestación social y de la significación".*

Esta función primordial de los objetos se encuentra en Veblen bajo la noción de *"derroche ostensible"*, cuya meta era significar el rango social. Y es siempre en aquello que tienen de fútil, de superfluo, de no funcional, esto es, en el juego de la moda, donde los objetos adquieren su significación de prestigio, designando al ser y la categoría social de su poseedor. Por ello, la teoría de Veblen se ha convertido en un marco de referencia y ha adquirido un valor de modelo interpretativo para entender el consumo como una estructura de segregación y de estratificación.

Para Baudrillard nunca se consume un objeto por sí mismo o por su valor de uso, sino en razón de su valor de cambio, es decir, en razón del prestigio, del estatus y del rango social que confiere. Pues, por encima de la satisfacción de las necesidades, hay que reconocer en el consumo de moda un instrumento de la jerarquía social, y en los objetos un ámbito de producción social de diferencias y valores clasistas. La sociedad de consumo, con sus obsolescencias orquestadas, sus marcas más o menos cotizadas, no es más que un inmenso proceso de producción de valores signos cuya función es otorgar connotación a los rangos y reinscribir las diferencias sociales en una época igualitaria que destruye las jerarquías de nacimiento. Al efecto, la ideología hedonista que sustenta el consumo no es sino la coartada de una determinante más fundamental, la lógi-

ca de la superdiferenciación social. Pues la carrera del consumo y el afán de novedades no encuentran su fuente en la motivación del placer, sino que opera bajo el impulso de la competición de clases.



BOURDIEU
"La búsqueda de la diferenciación"

Ante semejante problemática, lo que motiva básicamente a los consumidores no es el valor de uso de las mercancías, sino que a lo que aspiran es al rango y a la diferencia social, pues los objetos no son más que exponentes de clase que funcionan como signos de movilidad y aspiración social. Precisamente, es la lógica del objeto signo la que impulsa a la renovación acelerada de los objetos y su reestructuración bajo el imperio de la moda, pues el fin de lo efímero y la innovación sistemática es reproducir la diferenciación social. Las audaces y aberrantes novedades de la moda tienen como función volver a crear distancias, excluir a la mayoría incapaz de asimilarlas de inmediato y distinguir, por el contrario, a las clases privilegiadas que sepan apropiárselas. En este sentido, la función social de la innovación formal en materia estética es una función de discriminación cultural, ya que la innovación formal en materia de objetos no tiene como fin un mundo de objetos ideal, sino un ideal social.

Lo nuevo en moda es ante todo un signo distintivo, un *"lujo de herederos"* que, lejos de acabar con las disparidades sociales frente a los objetos, *"la moda como la cultura de masas, se dirige a todos para volvernos a poner a cada uno en su lugar. Es una de las instituciones que mejor restituye y cimienta, so pretexto de abolir, la desigualdad cultural y la discriminación social"*.[175] (Aún más, contribuye a la inercia social por cuanto la renovación de los objetos permite compensar una ausencia de movilidad social real. En este sentido, la moda como instrumento de distinción de clases, reproduce la segregación social y cultural, y participa de las mitologías modernas que enmascaran una igualdad inexistente.

Pierre Bourdieu (1930-2002), sociólogo y profesor del Collège de France, ha establecido un punto obligado de reflexión teórica en las sociedades contemporáneas. Para este autor el principal concepto que caracteriza al seguimiento de una moda es la búsqueda de la *"diferenciación"*, un valor que ejemplifica al capital cultural como generador de estilos de vida diferenciados. En este sentido, opina que cada uno de los universos de preferencias que existen, al funcionar

175 VEBLEN, *Op. Cit.* Pág. 34.

como un sistema de variaciones diferenciales, permiten expresar las diferencias sociales de forma tan completa como los sistemas más refinados. *"Y es, porque la relación de distinción se encuentra inscrita en él y se vuelve a activar, en cada acto de consumo, mediante los instrumentos de apropiación económicos y culturales que se exigen"*.[176]

De ahí que la posesión de ciertos bienes culturales atestigüen no sólo la riqueza de su propietario, sino también su buen gusto, como una garantía de legitimidad. Pues, de la misma forma que los bienes culturales están sutilmente jerarquizados, para marcar los grados de progreso iniciático, los beneficios de distinción están destinados a deteriorarse si el campo de producción, regido por la dialéctica de la pretensión, no ofreciera continuamente nuevos bienes o nuevas maneras de apropiárselos.

Sin embargo, en materia de vestimenta el ajuste entre la oferta y la demanda no está en los condicionamientos de la producción, ni en el sometimiento de ésta a los gustos de los consumidores, sino, como dice Bourdieu, en *"la correspondencia de dos lógicas relativamente independientes, la lógica de los campos de producción y la lógica del campo del consumo"* (Pág. 223). Este principio de la homología funcional y estructural hace que la lógica del campo de producción y la lógica del campo de consumo sean concertadas de manera objetiva, por el hecho de que todos los campos especializados como el del vestido tienden a organizarse según el mismo criterio.

Por tanto, el acuerdo que se establece entre unas clases de productos y unas clases de consumidores no se realiza más que por mediación entre unos bienes y unos grupos que definen el gusto, de manera que se entiende que elegir según los gustos propios es delimitar unos bienes concebidos según su posición, armonizados entre sí y ayudados a su vez por unas instituciones que se rigen por el mismo principio. Así, las incesantes transformaciones de la moda son producto de ciertas luchas internas en el campo de producción que se organizan según la oposición entre lo antiguo y lo nuevo, lo caro y lo barato, pero sobre todo del conflicto entre la clase dominante que posee los niveles más altos, contra quienes pretenden serlo.

En lugar de un espacio social subjetivista, Bourdieu llega a construir el espacio social en un sentido objetivo, es decir, con una es-

176 BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. Madrid, 1988. Pág 223

tructura de relaciones objetivas que determina la forma que pueden tomar las interacciones y la representación que de ellas pueden tener aquéllos que se encuentran en dicho espacio. De ahí que las posiciones sociales se presentan como unas plazas que hay que defender y conquistar, empleando estrategias para ello.

Ahora bien, no es casual que la búsqueda de la distinción no necesite presentarse y afirmarse como tal, pues una educación burguesa basta para determinar los cambios más especiales en un momento dado del tiempo. Por el contrario, *"la pequeña burguesía de formación reciente hace demasiado, traicionando así su inseguridad, y se desvaloriza por la propia intención de distinción. Lo que significa que las estrategias de pretensión estén perdidas de antemano"*. Lo que Bourdieu quiere decir es que la ilusión sociológicamente fundada de la distinción natural reposa en el poder que tienen los dominantes de imponer, con su existencia misma, una definición de la excelencia que, al no ser otra cosa que su propia manera de existir, está destinada a presentarse, a la vez, como distintiva y natural.

Los elementos conceptuales propuestos están muy lejos de agotar las posibilidades de análisis para los fenómenos de la moda y de la imagen. De hecho y como consecuencia, Bourdieu elabora un espacio social estructurado en base a los tres componentes de la clase social, *"capital económico, capital cultural y capital social"*. Estos agentes influyen sobre el espacio social con puntos de vista que dependen de la posición que en el mismo ocupan y son los que en determinados momentos se comportan como medios para expresar la necesidad de conservar o transformar determinado contexto social.

Nuestra sociedad postmoderna ha generado fenómenos cada vez más complejos y ambiguos, mismos que han sido analizados por distintos sociólogos, que señalan principalmente o de manera muy destacada dos actitudes identificadas como el Individualismo y la Multidimensionalidad, mismas que generan las conductas sociales características o que distinguen a esta nueva sociedad de consumo masivo. El interés de este trabajo arranca precisamente de estas nuevas perspectivas que intentan descifrar el papel de la moda-imagen como manifestación del ser humano en las sociedades avanzadas.



LIPOVETSKY
"La segunda revolución individualista"

El sociólogo Gilles Lipovetsky (1944-) ha estudiado a nuestra sociedad y analiza el fenómeno del Individualismo, reconociendo que *"el diseño de los objetos y los discursos de justificación de sus usos, en coherencia con este marco, han ido evolucionando del funcionalismo y el styling opulento, a un nueva «razón» pragmática, efectista, ecléctica, hiperconsumista y cínica que se consagrará como el gran significante de toda la época: el postmodernismo".* Este autor aborda el papel de la moda aceptando que los actos de consumo para integrarse a la moda han sido sustituidos por el placer y la comodidad. En su opinión el concepto de integración a una moda ha pasado de ser un símbolo temporal que identifica a un momento histórico, para ser un símbolo de estilo, es decir, la apariencia ya no indica la pertenencia a un lapso en el tiempo dentro de una cultura, sino ahora es la manifestación de pertenencia a una especie de tribus formadas dentro de las sociedades, independientemente del tiempo en el que se vive. [177]

Este proceso de cambio, que ha sido definido por Lipovetsky como la *"segunda revolución individualista"*, se traduce en el declive de la moral centrada en el deber del individuo, el individualismo narcisista se convierte en el nuevo trasfondo moral de las sociedades contemporáneas. En este sentido, *"los valores permisivos, hedonistas y psicologistas relevan a los valores disciplinarios y rigoristas, que eran los dominantes en la cultura del industrialismo burgués hasta el desarrollo del consumo y la comunicación masiva"*.[178]

Uno de los cambios que testimonian el surgimiento de personalidades narcisistas propias del individualismo contemporáneo en el ámbito de la moda, es que, paralelamente a la apariencia legítima, aparecen nuevos comportamientos individuales y colectivos en ruptura con el momento anterior. Si durante mucho tiempo la lógica social de la moda fue la de distinguirse socialmente mediante la manera de vestir, con el surgimiento del *prêt-à-porter* y el fin de las tendencias de temporada marcadamente unificadas se vaticina el final del dirigismo disciplinario de la apariencia y la aparición de la multiplicidad estética.

Ya no hay una "sola moda", sino "una multiplicidad de modas" igualmente legítimas. Paralelamente, frente a esa fragmentación estilística, se producen otros cambios muy significativos en los comportamientos y en las motivaciones del individuo frente a la proyección social de su imagen.[179]

177 LIPOVETSKY, Gilles *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades humanas.* Ed. Anagrama. Madrid, 1990.

178 LIPOVETSKY, G. *La era del vacío.* Anagrama. Barcelona,1986. Pág. 9.

179 LIPOVETSKY, G. Op. Cit. *El imperio...* Pág. 161

En primer lugar, se constata una mayor autonomía de los consumidores en relación con las novedades. Mientras en la fase anterior, durante la era moderna, había que adoptar los últimos modelos lo más rápidamente posible, en la sociedad posmoderna, por el contrario, la tendencia es meramente indicativa. Ya no hay una correspondencia entre la innovación y la difusión, entre la vanguardia creativa y el público consumidor, pues "la calle" se ha emancipado de la fascinación de los líderes de la moda y asimila las novedades a su ritmo y a su antojo.



MORACE
"Coincidencias en el consumo y la vida"

Así, es muy difícil estar absolutamente pasado de moda. En segundo lugar, cuando ya no hay moda unitaria, pues como ha dicho Lipovetsky, *"el look funciona a la carta"*. Las mujeres continúan siguiendo la moda, pero de manera más libre. Llevan lo que les gusta, lo que les va, no la moda por la moda, sino que la moda por la imagen que se quiere expresar y proyectar. El mimetismo directivo característico de la moda clásica ha dado paso a un mimetismo de tipo optativo. Se imita lo que se quiere, cuando se quiere y como se quiere. En tercer lugar, este individualismo narcisista conduce a la relajación de la preocupación por la moda.

La moda entra en la era desapasionada del consumo, en la era de la curiosidad relajada y diversificada. La lógica del desenfado ha invadido el espacio de la moda-imagen y no sólo el de la escena política. En cuarto lugar, otro de los efectos más importantes del individualismo contemporáneo respecto a la moda-imagen es que ha reducido la dimensión del símbolo jerárquico en favor del placer, la comodidad y la libertad. Pues a través del vestido ya no se busca prioritariamente hacer alarde de pertenencia a una clase social, sino de un gusto, de un estilo de vida. En este punto, los análisis de la sociología moderna, representada hoy por Bourdieu y Baudrillard, parecen haber olvidado una parte esencial de la explicación de la moda-imagen contemporánea al haber permanecido ciegos a un nuevo tipo de regulación social cuya base es la seducción y la capacidad para elegir en mercados con tal abundancia de productos y donde se genera una competencia despiadada por la venta, que dan lugar a la posibilidad amplificada para elegir.

Ahora bien, tanto Lipovetsky como el también sociólogo italiano y director del *"Future Concept Lab"* Francesco Morace (1963), aceptan que los objetos son significantes sociales y signos de aspiración so-



MAFFESOLÍ
"Las tribus, microgrupos en la sociedad"

cial. El primero aduce que *"lo que cuestionan es la idea de que el consumo de masas se rija exclusivamente por el proceso de distinción y diferenciación clásica"*, pues en las sociedades modernas se ha desencadenado un proceso de desocialización del consumo y de regresión de la primacía inmemorial de los valores clasistas de los objetos en provecho del valor dominante del placer individual y del objeto uso, mientras Morace afirma que *"Estamos asistiendo a una coincidencia cada vez mayor entre el mundo del consumo y el mundo de la vida"*.[180]

Así, el consumo de toda la suerte de artículos que ayudan a proporcionar una moda-imagen para cada individuo, ha dejado de ser una actividad regulada por la búsqueda de reconocimiento social para desplegarse hacia el bienestar, la funcionalidad y el placer en sí mismo. De este modo avanza el individualismo narcisista, al cual corresponde no sólo el desarrollo del furor psíquico y corporal, sino una nueva relación con los demás y con las cosas.

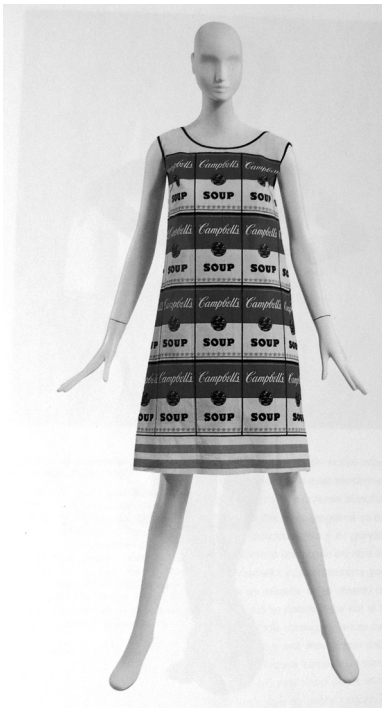
La era de las motivaciones íntimas y existenciales, de la gratificación psicológica, del placer por sí mismo, de la calidad y de la utilidad de las cosas, ha tomado el relevo. Todo esto contribuye a adoptar una perspectiva muy distinta acerca del papel tradicional de la moda. Lejos de aparecer como un vector de reproducción de las diferencias sociales, el sistema de la moda-imagen en expansión ha permitido, más que cualquier otro fenómeno, la continuidad de la trayectoria secular hacia la conquista de la autonomía individual y la reducción de las distancias sociales.

Reforzando estas ideas y frente al individualismo que rechaza cualquier consideración de orden social al devenir de la moda, ha surgido otra corriente del pensamiento que, sin reproducir los patrones clásicos de la distinción de la moda, cuestiona el papel exclusivo del yo y realza la importancia de la extensibilidad del yo en tribus a las que se pertenece simultáneamente o sucesivamente. Esta hipótesis ha sido planteada por Michel Maffesolí (1944-), profesor de la Universidad de la Sorbona, al tiempo que dirige el Centro de Estudios sobre lo Actual y lo Cotidiano en París y también el Centro de Investigaciones sobre lo Imaginario en Grenoble, quien ha asegurado que *"nuestro fin de siglo exhibe una sociabilidad caracterizada por una dialéctica constante entre la masificación creciente y el desarrollo de unos microgrupos llamados tribus".*[181]

180 MORACE, Francesco. *Contratendencias. Una nueva cultura de consumo.* Ed. Celeste. Madrid, 1993 Pág. 124

181 MAFFESOLÍ, Michel. *Los tiempos de las tribus. El declive del individualismo de la sociedad de masas.* Ed. Icaria, Barcelona,1990.

En este sentido, para poder reflexionar sobre el devenir de la moda hay que aclarar la idea de por qué hoy asistimos al reemplazo de una identidad estable por un portador de máscaras sucesivas en esferas sociales cambiantes. Lo que el mencionado Maffesolí ha denominado la Multidimensionalidad, pues nos dice que en relación con la persona, hay que llamar la atención sobre la existencia de que tenemos una multiplicidad de yoes en cuanto que en cada momento, “soy otro”.



LOS VESTIDOS RETRO

Por consiguiente, lo que caracteriza y lo que marca nuestro tiempo es la estética como expresión efectiva del ambiente tribal. Esta idea de tribu, hace que estemos entrando en un tipo de sociedad en el que va a dominar la idea de extensibilidad del yo, un ego que se pierde en la tribu. Cuando uno se viste de la misma manera que se viste su tribu, ya no tiene, propiamente hablando, un sólo ego: hay aquí un ego extensible. Cuando uno lleva el uniforme punk, cuando uno lleva el traje burgués de tres piezas, se pierde en su tribu. Y si en otro momento del día lleva otro uniforme (cambia, por ejemplo, su traje clásico por el pantalón tejano, o por cualquier otro vestido de sport) entra en otra tribu. De ahí, que hay algo de extensible en mi identidad, pues no soy únicamente estable, me pierdo mediante la idea de extensibilidad del yo.

Si durante mucho tiempo uno de los grandes conceptos básicos que había caracterizado a la sociedad moderna era el concepto de separación, tal como ha sido formulado por la tradición sociológica francesa, Maffesolí piensa que este concepto de separación y de distinción está superado y lo que se aplicaba a la modernidad es la integración emocional, a través del paradigma estético.

En este paradigma estético, la mezcolanza vestimentaria (los cabellos multicolores, la manera de reutilizar los vestidos retro) tiene, en cierto sentido, la función de cemento, de unirme a los otros. En este sentido, la apariencia, el retorno de la imagen a un primer plano, va a tener una función de tipo comunitario. Pero se trata de un sentimiento y de una experiencia compartida que hacen que sea siempre en el interior de un grupo donde yo experimente algo y donde tenga que expresarme. Esto le lleva a decir a Maffesolí que no hay narcisismo en las sociedades postmodernas, sino más bien una especie de sujeto colectivo, una extensibilidad del yo, que aparece particularmente representada en especies de reagrupamientos de tipo puntual.



EL VESTIDO COMO SIGNO Y LENGUAJE

Las grandes ciudades modernas nos ofrecen buenos ejemplos de estas agrupaciones cuando uno observa en la vida cotidiana la representación en público de la sucesión de clichés (del jogging, del punk, del look retro o la moda grunge, etc.). Todo esto da buena cuenta de este proceso tribal, que es el proceso de la modernidad. De ahí la importancia de éste fenómeno de la apariencia que hemos tratado de definir como moda-imagen y que en el lenguaje de la publicidad se conoce como *look*.

Podemos decir que diversas valoraciones sobre la moda-imagen han visto la fragmentación de clases, la consolidación de la importancia de la imagen y el triunfo del deseo como móvil del comportamiento individual, más aun, en estos principios de siglo la moda-imagen se está orientando hacia formas más maduras y sutiles creándose un mecanismo de autorregulación mediante el cual los consumidores eligen los productos en términos de ecología, rechazando con decisión la lógica de la diferenciación y buscando en su vestimenta la lógica de la identidad profunda.

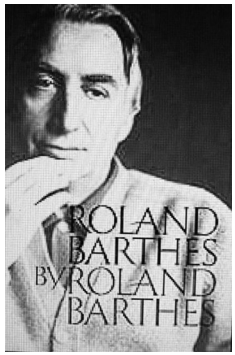
La moda con sus cambios permanentes transformó al atavío en signo, que consumido vorazmente ha sido el fetiche de la sociedad industrial. Ahora el vestido ya no se utiliza como signo, sino como lenguaje para señalar los propios valores. Podemos pensar con cierto optimismo que será más real y auténtico, con lo que dejará de ser un mero informador de variables sociológicas de los usuarios, para convertirse en comunicador de la trascendencia de las personas.

El cambio que resulte de ese proceso, que por su extensión y profundidad puede hacernos creer en la desaparición y muerte de la moda, será también el reflejo de las transformaciones que la misma sociedad está llevando a cabo en todos sus órdenes, pues no es difícil suponer que el conjunto de las relaciones sociales habrán cambiado hacia el 2020 y se va a consolidar la transformación de nuestra todavía sociedad industrial hacia una sociedad cibernética, basada en la tecnología digital y que habrá de motivar un reordenamiento con nuevos valores.

Al alterarse la jerarquía de los valores, cambia la índole de las relaciones sociales y por ende la manera como las personas se visualizan y se muestran a los demás. El vestido, producto de la moda actualmente masificado, se convierte en el conjunto de productos para proyectar la

moda-imagen, seleccionados por el parecer individual, pasando a ser más importante su valor de uso en detrimento de su valor de cambio.

Como diría Roland Barthès (1915-1980) *"permanece el significante pero cambia el significado"*, es decir, los condicionantes colectivos como el status social, la marca, el prestigio de clase ya no son los más importantes, lugar que están tomando los objetivos individuales como autoestima, placer por la posesión, por el placer del tacto a determinadas texturas, por la valoración de la imagen personal, por la capacidad de juego para presentarse de una manera original, entre otras razones. Un juego de condicionantes que por supuesto incluye a los demás en una relación social que nos permite configurar, recortar y contrastar nuestra propia identidad.[182]



BARTHÉS
"Mismo significante, nuevo significado"

Con la actualización del valor de uso y la variación de su significado, el atavío ha cambiado radicalmente su esencia hacia motivaciones primitivas y tribales. Sin embargo esa vuelta al pasado no puede implicar un eterno retorno, cíclico y ritual y por lo tanto inmutable, sino una aproximación conocida pero diferente, transformada por nuevos materiales y la complejidad tecnológica de sensores.

Un abandono de la masificación que provoca con la moda basura industrial, a favor de una homogeneización de las formas del traje que denote con su estabilidad y calidad, el interés por los principios ecológicos. Tal vez la nueva indumentaria pueda resultar relativamente inmutable y por lo tanto estable, pero a diferencia de la primitiva, podrá ser personalizada con juegos de múltiples variaciones en sus colores o en sus texturas, ya que al usar telas tridimensionales se podrán cambiar como los hologramas al ritmo de los movimientos del cuerpo. Por supuesto tal despliegue de necesaria creatividad va a tener que estar sostenida por un proceso creciente de espiritualización que la pueda nutrir.

Podemos observar que hasta los años 60' el acatamiento total a los dictados de una moda rígida, fragmentada y efímera tenía el beneficio secundario de la seguridad, de la disminución de la angustia y la soledad o sea la ilusión de borrar los grandes males de la modernidad. En nuestros días el aumento de las comunicaciones, la posibilidad de obtener cualquier información y la certeza de per-

182 BARTHÈS, Roland, *Elementos de Semiología.* Madrid, Alberto Corazón, 1971.



NUEVOS CONCEPTOS DE LA IMAGEN PERSONAL

tenecer a una cultura de masas que sobrevuela las culturas nacionales, ha provocado paulatinamente que el acto de ataviarse pierda su postura ideológica. Por una curiosa paradoja, tan propia de la posmodernidad, ese vestido sin ideología y despojado de sus referentes culturales que acompaña el lento proceso de individualización y personalización, se descubre y revaloriza en sí mismo.

En tal sentido el desarrollo tecnológico puntual que ya es una realidad en diversas tecnologías provocando el fenómeno del diseño participativo, al aplicarse a la producción de textiles y al vestido, permitirán cada vez más la organización y desarrollo de *"series de estructuras de vestimentas únicas"*. Jean Baudrillard diría que no las podemos llamar modelos porque de ellas no se van a derivar copias.

En una nueva forma cultural con características planetarias y con una fuerte homogeneización cultural, las relaciones serán entre personas altamente individualizadas que buscarán marcar su heterogeneidad y por lo tanto su identidad en sus objetos y vestidos. Si bien toda homogeneidad cultural impone su sello común a las formas que utiliza, el vestido tenderá a mostrar su homogeneidad las formas que sintetizan la multiplicidad de las diferentes tipologías.

E S T É T I C A D E L D I S E Ñ O

DISEÑO, FORMA Y CONFIGURACIÓN 3.1

DISEÑO Y CREACIÓN 3.2

EL FENÓMENO DEL GUSTO 3.3

CATEGORÍAS ESTÉTICAS DEL DISEÑO 3.4

LA SIMBOLIZACIÓN, CATEGORÍA ESTÉTICA 3.5

LA EFICIENCIA FUNCIONAL, CATEGORÍA ESTÉTICA 3.6

LA NOVEDAD, CATEGORÍA ESTÉTICA 3.7

LA ELEGANCIA, CATEGORÍA ESTÉTICA 3.8

DISEÑO Y FUTURO 3.9

3.1 DISEÑO, FORMA Y CONFIGURACIÓN



VITRAL DE TIFFANY

Los conceptos acerca de forma y configuración en las artes plásticas recibieron una transformación radical a principios del siglo XX, cambios que significaron una revisión total a las ideas y principios teóricos que se habían manejado hasta entonces y principalmente durante el neoclasicismo romántico que sustentó sus conceptos de la belleza en los cánones clásicos. Sin embargo, en un momento fue evidente que esas formas ya no correspondían al momento cultural y la forma de vida de la sociedad europea que aceleradamente se industrializaba, la primera reacción fue un eclecticismo que buscaba sus referencias en los estilos del pasado, los rascacielos tomaron formas del gótico, se retomaron influencias del oriente, lo mudéjar y lo japonés se pusieron de moda. Se llegó a extremos tales como el proyecto de un rascacielos con forma de columna clásica, porque “era la forma lógica para algo tan vertical”. Eran conceptos frívolos que tomaban las figuras y despojaban a la idea de forma de su sentido trascendental. En opinión de algunos contemporáneos, el arte había caído en la vaciedad porque se utilizaban las formas sin que correspondieran a las esencias.

Para el momento que analizamos, el cambio de la sociedad tradicional y basada en la producción artesanal hacia la sociedad industrializada, el concepto de forma y el manejo de lo estético se encontraban en total confusión, por un lado los que temían la cambio y no aceptaban el mundo que se vislumbraba, como las opiniones derivadas del romanticismo, Prerrafaelistas, Naturistas, Arts & Crafts, Simbolistas y otros similares, que abogaban por la anulación de lo industrial y la vuelta a la edad media, antes de renacimiento, el humanismo y la ciencia. Por otra parte, quienes adivinaban en el mundo regido por la ciencia y la técnica la promesa de una sociedad racional y capaz de satisfacer los anhelos de la humanidad.

Los creadores se todas esas corrientes realizaban sus trabajos artísticos como propuesta y manifiesto, cada obra era una manera de

hacer ver su opinión. Se formaron grupos y cada uno proponía formas que pretendían ser el estilo nuevo que habría de encausar de nuevo a toda la producción estética en un sentido unificado y aceptado por todos, tal como anteriormente lo hiciera el neoclasicismo. Solo un estilo auténtico, reflejo de su realidad y su tiempo, respuesta integral a las necesidades de la sociedad podría dar sentido a las formas que utilizaban, pues en el arte la idea de forma siempre ha estado ligada a la de estilo. Así, H. P. Berlage, arquitecto y diseñador suizo, señaló en su obra de 1905 *"Pensamientos sobre el estilo en arquitectura"* la necesidad de encontrar un estilo que respondiera realmente al momento histórico como había sucedido con los estilos del pasado. *"No sólo un reino, sino el cielo mismo daríamos por un estilo; él es la dicha perdida: lo que hay que hacer es combatir la mentira del pseudoarte. Volver a tener la esencia, no la apariencia."*[183]



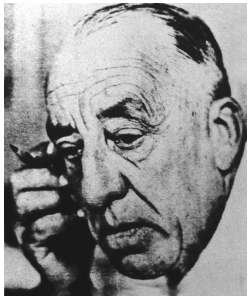
FORMA FUNCIÓN Y ORNAMENTO EN EL MODERNISMO

En el lenguaje de las artes plásticas, el estilo es una manifestación del sistema de imágenes, de los medios y procedimientos de expresión artística y condicionada por una unidad de contenido estético-ideológico e histórico-social. El estilo se alcanza sobre la base de un determinado método de creación y refleja tanto las condiciones socioeconómicas, como las peculiaridades y tradiciones de los grupos culturales. Aunque cada estilo se manifiesta con plenitud máxima en determinadas artes, los estilos se manifiestan con independencia a las expresiones artísticas, de manera que hay unidad de estilo en, por ejemplo, en las formas del barroco arquitectónico y las de la literatura y la música barrocas. El surgimiento de un nuevo estilo es la expresión de profundos cambios sociales que establecen la nueva relación entre forma artística y contenido ideológico. Debemos aclarar que la idea de estilo suele identificarse con el método artístico, que en realidad es la manera de hacer de cada artista o de un grupo específico que se ha integrado por mutuos intereses, como el caso del cubismo, Picasso, Brake y Gris, por ejemplo, que no integran un estilo. Otro sentido que también resulta confuso es el "estilo de la época", que intenta reunir como estilo a grupos culturales que solamente se identifican por su contemporaneidad. En cada época existen distintos maneras y tendencias artísticas y dentro de sus límites se desarrollan diferentes estilos, los cuales, a su vez, son cultivados por artistas que poseen maneras creadoras distintas.

183 Hendrik Petrus Berlage, citado por FAHR-BECKER, Gabriele. El Modernismo. Ed. Konemann V. Colonia 1996. Pág. 171..



SULLIVAN
"La forma sigue a la función"



VAN DE VELDE
"Ornato para estructurar la forma, no para decorar"

Una primera respuesta para aquel clamor por un estilo llegó y se conoció como el Modernismo, movimiento que apenas tuvo vigencia por algunas décadas y no logró consolidarse, solamente alcanzó a ser la suma de diversas tendencias con similitudes que posibilitan su identificación entre sí. Fueron manifestaciones que surgieron con ciertos rasgos nacionalistas, como el Art Nouveau francés, el Modern Style británico, el Modernismo catalán, el Jugendstil alemán, el Liberty italiano, el Modernismo americano en Chicago y el Simbolismo ruso.[184] El Modernismo significó un momento de gran capacidad creativa y el clímax de la imaginación para el ornamento, al que Henry Van de Velde, uno de sus impulsores en Austria, identificó como una función más y entendió como un medio para *"estructurar la forma, no para decorar"*, con lo que en este movimiento se avizoran los principios del funcionalismo, tendencia que señaló finalmente el cambio radical que requería una sociedad ya absolutamente industrializada y cuya producción estética no podía ser ajena al progresivo dominio de las tecnologías industriales para la fabricación de bienes.

Una figura sobresaliente del modernismo en Norteamérica, el arquitecto Louis Henri Sullivan (1856-1924) fue también un prestigioso teórico que expresó sus ideas en conferencias y escritos como *"Autobiografía de una Idea"*, donde expone su famosa afirmación *"la forma sigue a la función"* y que se convirtió en la razón de ser para el trabajo de muchos de sus colegas, aunque cabe aclarar que él nunca la aplicó de forma literal, sino en el sentido de que la idea de un proyecto podía partir simplemente de sus consideraciones funcionales, de hecho, Sullivan empleó en todas sus obras un elaborado lenguaje ornamental. La postura radical fue aportación del arquitecto y escritor austriaco Adolf Loos (1870-1933), quien estableció los principios teóricos para una arquitectura sin ornamento, donde la estética fuera el concepto mismo y cuya forma fuera respuesta inmediata y simultánea a la función.

El luminoso período que ahora se conoce como la *"Belle époque"* y que corresponde al auge del modernismo, termina abruptamente con la primera guerra mundial, una guerra que inicia con la caballería tradicional y termina con el uso de armas químicas, lanzallamas y aviones. A su término la humanidad quedó agotada y por primera vez pudo ver hasta donde podían llegar el odio y la capacidad destructiva, el mundo no

184 FAHR-BECKER, Gabriele. *Op. Cit*, Colonia, 1996.

habría de ser lo que había sido. La producción estética abandona completamente las tendencias expresivas y exuberantes del modernismo, que pese a su valor plástico quedó reducido a un movimiento efímero. Así, surgió la urgencia de encontrar expresiones artísticas que no reforzaran las diferencias entre los hombres, sino su identidad esencial.

Una respuesta fue la estética de lo abstracto, un arte sin posibilidades de interpretación y por tanto sin referencias a religiones, ideologías, culturas, grupos raciales e idiomas, el arte abstracto es la respuesta que busca volver a lo más puro del espíritu humano ante el horror de la guerra. Uno de los movimientos más sólidos del naciente abstraccionismo fue el de los artistas holandeses que publicaron la revista De Stijl de donde se tomó el nombre para identificarlo, en su mayoría, estos artistas pertenecían a la sociedad teosófica, grupo que abogaba por una nueva visión de lo cósmico y lo divino sin rituales, sin la idea de un creador específico, sino una entidad abstracta a la que pertenecemos todos. Piet Mondrian (1872-1944), Theo van Doesburg (1883-1931) y Gerrit Thomas Rietveld (1888-1964) fueron los más connotados miembros del grupo y sus trabajos, sustentados en una sólida postura teórica, fueron la mayor influencia para que en todo el mundo se impusieran los valores de un arte basado en la abstracción.



MONDRIAN
"La búsqueda del abstracto perfecto"

Paralelamente en la nueva Rusia posrevolucionaria se desarrollaba el Constructivismo Soviético, *"un movimiento que preconizaba una estética racional y comprometida con la sociedad obrera y que aporta la base teórica para separar lo ornamental de la estructura, identificando ornamentación con falsedad derivada de los historicismos burgueses más crepusculares".*[185] Boris Arvatov (1896-1940), pensaba que *"la liberación del formalismo (esteticismo) implicará la liberación de la forma (estética) y la invención de la forma (arte) como profesión"* [186], inaugurando un futuro en el que Técnica, Forma y Arte se implicarían permanentemente. Una figura muy destacada en el constructivismo fue Vladimir Tatlin (1885-1953), preconizaba el fin del ornamento buscando ubicar su obra *"lejos del costumbrismo ligado al mundo del ornato"* y aseguraba pertenecer a *"una vanguardia en el arte que sería la avanzadilla del mundo del futuro".*



LOOS
"La ornamentación es un crímen"

La sustancial diferencia entre la belleza que aporta la estructura formal del objeto y la que deviene de su ornamento, no fueron una pre-

185 MARCHÁN FIZ, Simón. *La estética en la cultura moderna.* Alianza Editorial, Barcelona, 1982. Pág. 73.

186 ARVATOV, Boris, *Arte y Producción.* Ed. Alberto Corazón. Madrid, 1973. Págs. 162-163



TATLIN
"Una estética racional"



GROPIUS
"El final de los estilos"

ocupación que apareciera de pronto a principios del siglo XX, ya Kant hace la diferenciación entre belleza adherente y belleza pura: *"Las oposiciones entre los juicios puros y los impuros, la belleza pura o la adherente, no solamente traslucen principios fundantes, sino que se han extrapolado a lo artístico y promueven dicotomías, que atraviesan nuestra modernidad, entre las artes puras y las artes aplicadas (...), entre el arte puro y el representativo..."* [187] Sin embargo, aclararemos que el sentido de lo que Kant señalaba como belleza pura se aplicaba metafóricamente a las artes. A las bellezas adherentes, u ornamentales, se les había confiado el cometido ingrato de justificar la actividad artística en las sociedades industriales.

Ya en la segunda década del siglo, Walter Gropius (1883-1969) aceptó la dirección de una escuela que habría de sentar las bases de la nueva educación para los artistas plásticos y donde se gestarían los fundamentos de los procesos de diseño. Es muy conocido el papel de la *Bauhaus* como el fenómeno donde se desarrollaron las ideas funcionalistas y el concepto de la forma arquitectónica como un medio para satisfacer necesidades predeterminadas. Sin embargo, todos los ideales del abstracto, del Constructivismo y de Bauhaus tuvieron que enfrentarse a la realidad de una nueva guerra todavía peor que la anterior.

Después de la Segunda Guerra Mundial los esposos Inge y Otl Aicher (1922-1991), fundaron la Escuela Superior de Diseño de Ulm (Hochschule für Gestaltung, Ulm), considerada la entidad más importante creada en Alemania para la formación de profesionales en éstas áreas y que ha dejado una profunda huella a nivel mundial. Desde su apertura en 1947 se planteó un programa de estudios que seguía de alguna manera el modelo Bauhaus, sin embargo, la visión ya no era con las artes como tema central y se incluyeron con un interés meramente instrumental. Su preocupación fue desarrollar los proceso de diseño como las disciplinas que habrían de satisfacer las necesidades humanas. La escuela de Ulm acentuó la estrecha relación entre diseño y tecnología por medio de la inclusión de asignaturas de carácter científico, con lo que lograron hacer entender a los empresarios la importancia de integrar el diseño industrial a la producción, su influencia llegó al punto de que sus profesores y alumnos eran una especie de jueces que determinaban qué era buen o mal diseño en la República Federal Alemana.

187 KANT, Immanuel: *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime. Ensayo sobre ética y estética.* Ed. Calpe, Barcelona, 1919

Las áreas cubiertas por esta escuela fueron la construcción, la cinematografía, la información, productos diversos y la comunicación visual.



AICHER
Fundador de la Escuela de Diseño de ULM

Se considera que su principal aportación fue plantear al diseño como una actividad con bases científicas y tecnológicas, para lo cual se establecieron procesos metodológicos y la necesidad de validar las propuestas de diseño con aplicación de conocimientos y certezas. Estas ideas, expresión del racionalismo y la objetividad germana se extendieron al mundo generando el movimiento funcionalista de la " Buena Forma" *(Gute Form)*, que llevó a sus más altos niveles aquel concepto de *"La forma sigue a la función"*

En la escuela de Ulm, el diseño es aquello que ha sido realizado sin *artisticidad*. El diseño se incorpora al universo de los objetos cotidianos, por lo que queda desprovisto en buena medida de aquel halo bauhausiano de transformación del entorno objetual. Es decir, se pretendía que los objetos industriales conservaran su concepto formal, nacido de su función, y fueran fabricados con esa determinada forma admitiendo variaciones solamente en cuanto a planteamientos de configuración, así, el refrigerador doméstico deberá ser vertical y no de otra manera. Pero como vemos, el gusto popular puede variar el acento estético, pues el refrigerador, artefacto eminentemente práctico y desnudo de adornos, al estar colocado fuera de la cocina y ubicarse en la estancia familiar, pasa a ser obtener el valor de símbolo de estatus, muy ajeno a su propio tratamiento formal o su sentido configurativo.



ESCUELA SUPERIOR DE DISEÑO DE ULM

Los conceptos desarrollados y puestos en práctica en la escuela de Ulm dieron consistencia al proceso de diseño, eliminando para siempre su posibilidad de ser incorporado a la categoría del arte. Su metodología incorporó la validación científica, no haciendo del diseño una ciencia, sino apoyando sus propuestas creativas en la aplicación de las ciencias, así se incorporaron al lenguaje del diseñador conocimientos sobre antropometría, ergonomía, ecología, economía, psicología, percepción, tantas otras ramas de la ciencia que el diseñador aprendió a aplicar para validar sus propuestas. Estos métodos, desarrollados primeramente para el diseño industrial, rápidamente se derivaron hacia el diseño arquitectónico, al gráfico y se comprobó su aplicabilidad para todas las disciplinas proyectuales.



CONSTRUCTIVISMO EN ARQUITECTURA

Como vemos, en los procesos de diseño se hace un tratamiento de la forma muy diferente al que se realiza en el arte. En el diseño y con las ideas de Ulm sobre la "Gute Form" se reinventa el concepto de forma. Aunque *"la noción Forma es antigua y se ha hecho muy compleja. Los empleos diversos y la utilización del término en un gran número de contextos diferentes reflejan, prácticamente, toda la historia del pensamiento occidental"*.[188]

La metafísica aristotélico-tomista maneja dos sentidos. La forma substancial, que es la razón esencial o específica de un ente, constituida por aquellas particularidades que si se ponen o se quitan afectan la esencia del ser y que lo distinguen de otros entes. La forma accidental o la que determina las cualidades y notas de un ente cualquiera, que si se modifican no alteran la esencia. Es decir, existe un sentido de la forma que particulariza y otro que califica.

Para Kant la forma *"es una unidad apriorítica de ordenación de la multiplicidad sensible. Las formas de intuición espacio y tiempo, así como las formas de la razón, o categorías, son las que, como elementos aprióricos subyacentes al conocimiento humano, hacen posible la experiencia en cuanto dan forma a la materia bruta de la sensibilidad, constituyéndola en un objeto"*.[189]

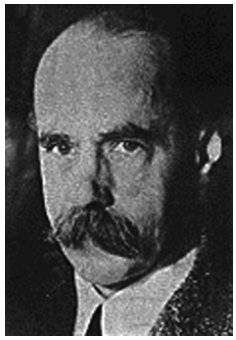
Por otra parte, la teoría constructivista permite reconocer con facilidad los fundamentos epistemológicos del concepto de forma, pues ha heredado de la tradición aristotélica un lugar eminente en la teoría del conocimiento. Es una postura opuesta a la de materia, que "informa", a la vez que "forma" el objeto cognoscible, pues la forma es lo que garantiza su permanencia e identidad. En esta acepción fundamental, la forma está próxima a la concepción de estructura y como tal es una categoría fundamentalmente dinámica y que encierra la posibilidad de crecimiento y progreso.

Este planteamiento, ha dado lugar a un gran número de desarrollos en el marco del enfoque constructivista, para el cual la percepción de formas y de objetos se funda en una acumulación de predicciones sobre lo que significan los límites, predicciones, por su parte, fundadas a la vez en la desigual distribución de la información de la redundancia en la forma y en las expectativas del espectador.

188 GREIMASA. J. y J. Courtés, J., *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del Lenguaje*. Editorial Gredos, Madrid, 1990.

189 MULLER, Max. *Breve Diccionario de Filosofía*. Ed. Herder. Barcelona, 1986.

Para el constructivismo, la percepción de la forma de las superficies visuales y de las imágenes es un fenómeno totalmente aprendido, es cultural e implica valores semiológicos.



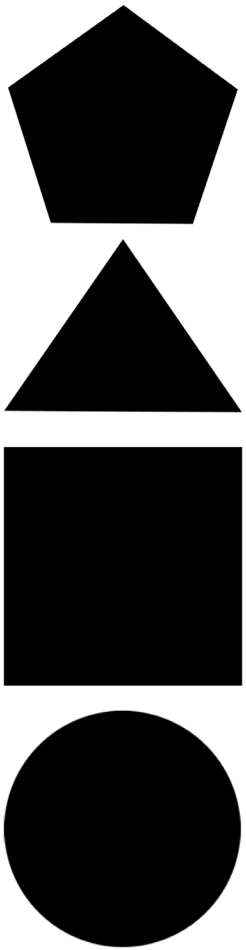
WERTHEIM
"Un esquema de relaciones invariantes entre ciertos elementos"

Podemos ver que hablar del concepto de forma, tan lleno de interpretaciones posibles, es una materia resbalosa y con muchas interpretaciones filosóficas. Los diseñadores hemos entendido el concepto de forma con un sentido de "forma de conjunto" es decir, en cuanto se considera al conjunto de figuras geométricas y de componentes que integran a un objeto útil como una sola entidad, la forma así es la unidad o configuración que implica la existencia de un todo que estructura a sus partes de manera racional.

Así concebida, la noción de forma es abstracta y relativamente independiente de las características físicas del objeto en las cuales se encuentra materializada. Una forma puede, por ejemplo cambiar de condiciones físicas, de tamaño, de situación, cambiar algunos de los elementos o algunas características de la relación entre los componentes que la componen, sin verse realmente alterada como forma.

Las sillas pueden presentar una amplísima gama de soluciones estructurales, de materiales y tecnologías de construcción, de dimensiones, de proporciones y colores, del sentido armónico entre sus componentes y de tantas variaciones que han hecho de este mueble uno de los objetos-producto por excelencia, justamente porque podemos efectuar una infinita cantidad de variaciones y de diseños sin que dejen de ser una silla.

Esto es lo que ha formulado, más claramente que cualquier otro enfoque, la teoría de la Gestalt que ha definido a la forma como *"un esquema de relaciones invariantes entre ciertos elementos".* Esta teoría desarrollada por Max Wertheimer, se basa en la vivencia de la forma *(gestalt)* entera y no en lo parcial de las vivencias sensoriales. Su concepción fundamental es que toda vida mental, esto es, toda existencia, consiste en todos organizados segregados, o configuraciones *(gestalten)* que poseen su propia estructura unitaria y se rigen por sus propias leyes intrínsecas. Las configuraciones según dicha concepción, no pueden ser analizadas, descompuestas en partes integrantes o elementos, pues no son más que la suma de sus



IDEA DE FORMAS

partes, y, además, también, son anteriores a ellas y las determinan. La labor y el pensamiento de la Gestalt tomaron como punto de partida la percepción, pero más tarde se hicieron extensivos al proceso de aprender y a la memoria. En el campo del aprendizaje y de la memoria, los configuracionistas abogan por la compenetración, los factores perceptivos, la organización y el entendimiento totales.[190]

Las tentativas para superar la teoría de la forma *(Gestalttheorie)*, se han apoyado en la noción de información, en el sentido técnico que le dieron las teorías surgidas de los trabajos de Shanon y Weaver, de corte estructuralista en cuanto a las consideraciones al valor semiológico de la forma. La noción de información ha permitido reformular los principios gestálticos de modo más general, englobándolos en el principio del mínimo, el cual nos dice que de dos organizaciones informacionales posibles de una forma dada, la más sencilla es la que será percibida, la que implica más redundancia o, lo que viene a ser lo mismo, aquella cuya descripción moviliza menos información.

Al hablar de forma, debemos atender a un concepto que no desconozca las posibilidades abiertas para este término, pero que resulte adecuada para nuestra disciplina, aunque, como vemos, existen básicamente dos posturas teóricas acerca de la cuestión de la forma.

La noción clásica nos dice que la forma se compone por el conjunto de delimitantes que separan a una entidad del resto. Esta delimitación debe ser efectiva en cualquier sistema de clasificación y por tanto manifestarse en lo concreto, su materia perceptible, pero también en el sentido de lo abstracto y nos ubica en las razones de ser de cierta entidad u objeto, lo que también es su forma misma. Aristóteles en su libro Metafísica habla de la forma como la sustancia o el componente necesario, lo que hace que algo sea. La forma es entendida como acción y energía, como el propósito y elemento activo de la existencia del objeto. La concepción clásica ha dado origen a muchas tendencias e interpretaciones, una es la semiológica que sostiene que la forma es perceptible en cuanto identifica a una entidad, lo que implica que la forma adquiere la característica de signo y por tanto, presenta valores de tipo semiológico, por la forma es una interpretación de lenguaje. Otra idea es la esencialista que sostiene entre otros Josep Maria Montaner

190 BÜRDEK, Bernhard. *Diseño, Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial.* Ed Gustavo Gili. Barcelona , 1994

(1954-), quien maneja *"la forma entendida como estructura esencial e interna, como construcción del espacio y la materia. Desde esta concepción, Forma y Contenido tienden a coincidir. El término estructura sería el puente que anudaría los diversos significados de la forma"*. [191]

La otra noción de forma es la gestáltica, donde la forma es *"un todo que puede estar compuesto por elementos pero que se organiza en una entidad que es más que esos elementos"*.[192] La organización es la forma y subsiste aunque se cambien los elementos. Para esta teoría, la característica de la forma como delimitante de una entidad respecto al resto es una cualidad del todo que denominan "pregnancia" y es lo que nos permite reconocer a la forma aunque no se perciban todos sus elementos.

Para ubicarnos dentro de la discusión entre las dos posturas teóricas sobre la noción de Forma que hemos esbozado, tenemos que aprovechar las ventajas que pudiera ofrecer cada una, sobre todo porque la discusión de tipo filosófico rebasa nuestra preocupación, dado que los diseñadores vamos más hacia la aplicación de los conceptos y no a su explicación.

A propósito y ya con la visión de los diseñadores, el arquitecto argentino Tulio Fornari (1937-)explica que *"debemos entender por forma no solo la configuración del perímetro o de las superficies limitantes de los objetos físicos, sino también los demás aspectos perceptivos de la misma, tanto exteriores como interiores. En este sentido, la forma de un objeto sería su imagen percibida a través de un conjunto complejo de canales sensoriales"*.[193] Esta noción de forma abarca no incluye la organización de los elementos materiales del objeto, la distribución de interrelación de sus componentes, tanto en sus configuraciones estáticas o dinámicas que adquiere una porción de materia que será manipulada y estructurada para una finalidad precisa.

El profesor Brasileño Joao Vila Ortiz, sostiene que la forma es un atributo común a todos los objetos artificiales, pues *"la forma tiene una interpretación de tipo conceptual que debe integrarse a su interpretación perceptual. Por tanto, el término forma debiera tener una implicación más amplia y que trasciende a la de configuración, puesto que abarca a la definición de un suceso o acto humano, la percepción"*.[194] Como vemos, Fornari y Vila sostienen que la forma es una constante que permanece aunque los elementos configurativos puedan ser modificados.



MONTANER
"El término estructura sería el puente que anudaría los diversos significados de la forma"

191 MONTANER, Josep Maria. *Las Formas del Siglo XX*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002. Pág. 8.

192 QUARANTE Danielle. Diseño industrial 1. Ed. CEAC, S.A. 1992

193 FORNARI, Tulio. *Las funciones de la forma*. UAM Azcapozalco, México, 1989.

194 VILA ORTIZ, Joao. *Notas para uma análise do produto artificial sob a perspectiva do desenho*. Edición del grupo de Desenho Industrial. Río de Janeiro, 1976.



LOS PRINCIPIOS DE SÍNTESIS FORMAL DEL ARTE ABSTRACTO

Sobre la visión semiológica, donde la forma es un signo y no una entidad innata, tenemos que efectivamente, el diseño puede constituirse en lenguaje y su mensaje será identificado de acuerdo al antecedente cultural del receptor, la forma será vehículo y no entidad. Esto tiene aplicaciones directas en el diseño, sobre todo por supuesto, en el diseño gráfico y en la arquitectura, donde las formas deben ser comunicadoras o representativas.

En los objetos útiles, la forma que los define está en la posibilidad de su existencia relacionada con las necesidades y deseos que les han originado. Cuando no tenemos la herramienta específica, una piedra puede adoptar la forma de martillo sin perder su configuración.

El concepto de forma incluye también a la relación que establece la que contemplamos con otras formas del contexto en que se ubica y con el momento cultural del producto. La pluma de ave que primeramente fue órgano del ser viviente y luego obtuvo las características para considerarse como una forma de objeto para escribir, hoy tiene forma para pieza de museo.

La “forma silla” es un objeto para sentarse con una estructura que sostiene una superficie proporcional a los muslos y a la altura de las corvas y con una extensión para otra superficie casi perpendicular proporcional a la espalda. Este es un concepto que permanece e incluye a todas las posibles configuraciones de una silla. Del mismo modo, la “forma silla” se incluye entre las formas adecuadas para satisfacer las necesidades de sentarse, como sería el banco, el taburete, el sillón, el sofá, etc.

La creación de una nueva forma en el mundo de los objetos útiles corresponde, pues, a la invención de un nuevo objeto, es decir, a encontrar una nueva función operativa a satisfacer con un objeto hasta entonces inexistente. No es una actividad que necesariamente pertenezca al campo del diseño industrial, aunque evidentemente en la invención pueda caber el desarrollo de un proyecto de diseño industrial. Para hacer un intento de clarificación y volviendo a las opiniones sobre el concepto de forma con que iniciamos este capítulo, podemos decir que el concepto de forma corresponde al *“todo gestáltico que organiza una serie de elementos en un objeto-producto para que cumpla*

con su función".[195] La Forma de un objeto es su Función, es su organización y permanece aunque se cambien algunos de sus elementos.



LA FORMA DE UN OBJETO ES SU FUNCIÓN

El trabajo del diseñador sucede exactamente en el cambio de esos elementos, de modo que la forma permanece y se generan nuevas configuraciones. Entendiendo por configuración a la disposición material de elementos que será su característica perceptible a través de los sentidos.

La configuración es el instrumento que otorga valor simbólico al objeto en una determinada cultura, de ahí que la configuración de los objetos sea el campo de acción para el diseñador. Es decir, es un generador de configuraciones, esta labor es su materia de trabajo y en ella se centra en el desarrollo de un proyecto de diseño, en todas las disciplinas que se identifican con este nombre.

Aceptando que nuestra labor es la generación de configuraciones y no la creación de formas, podemos deducir la importancia de los enunciados que aporta cada uno de los Factores Condicionantes del diseño, pues cada propuesta para la modificación de un componente del objeto debe tener una razón de tipo práctico, desde la elección de una tecnología específica por motivos de eficiencia económica para el fabricante o del resultado plástico o estético de los materiales involucrados, hasta sus más altos valores de tipo simbólico o expresivo como testimonio cultural.

El proceso de síntesis que aplicamos para generar una configuración requiere del análisis y comprensión de cada uno de los cuatro factores. Sería una labor sumamente compleja si lo intentamos hacer sin analizar previamente todo lo concerniente, tal como se practicaban la creación y el diseño de objetos en la etapa preindustrial.

El concepto de diseño es una manera particular de organizar la configuración para los elementos de un objeto, de manera que la conviertan en característica individual. Retomando nuestros términos de forma y configuración, podríamos decir que el concepto de un diseño es la solución particular que genera un diseñador y que convierte al resultado en una nueva entidad. Es una manera especial y única de organizar los elementos de un todo. Es, en términos propios de la disciplina, una gestalt.

195 QUARANTE, D., *Op. Cit.* Pág. 176.

El proceso de diseño es la aplicación de los planteamientos del movimiento moderno, crear desde dentro de la tecnología; fabricar según sus potencias y requerimientos, no en contra de ellos; idear formas originales de la industria que integren belleza, técnica, funcionalidad y economía. El diseño es proyecto de bienes de uso. Mientras el artista es un productor de metáforas, el diseñador es un creador de medios de trabajo y objetos de uso humano para todas las áreas de la vida, incluyendo la apariencia corporal de las personas, sus objetos, artefactos e instrumentos, sus espacios y todo aquello que configura el entorno físico con y en el que se desarrolla la vida humana. El arte se dirigió hacia la especialización en el ámbito espiritual, la industria le arrebató las posibilidades de atender a lo material. El diseño es el proceso generador de bienes que incluye todas las expectativas objetivas y subjetivas del hombre como ser social, su descubrimiento es el gran mérito histórico del llamado movimiento moderno.

3.2 DISEÑO Y CREACIÓN

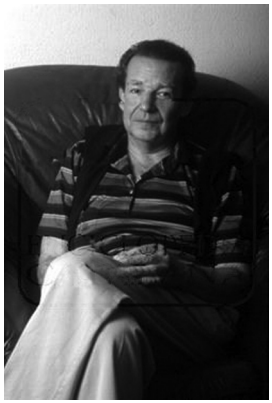


IMAGINACIÓN, DIBUJO, DISEÑO,CREACIÓN. ACCIONES DE UN MISMO ACTO

Identificamos al Diseño como un grupo de disciplinas distintas y con características comunes tanto en sus objetivos como en sus procesos de producción estética, sin embargo, el fenómeno más interesante que las identifica es que se sustentan en el talento y la creatividad, habilidades de ciertos individuos que permiten manejar de manera concomitante todas las variables de un problema, eligiendo de manera intuitiva y generando conceptos que constituyen propuestas configurativas, mismas que simultáneamente se van confrontando con procesos de validación para fincar el máximo grado de certeza y para asegurar la eficacia de la solución planteada.

El talento individual es una actitud que se reconoce en algunas personas y que se deja ver como una “facilidad” para realizar las actividades, tanto de tipo científico como artísticas, que requieren del acto creativo. Estas habilidades creativas se refieren a ciertas capacidades intrínsecas de la mente humana cuya naturaleza, origen y posibilidades de desarrollo han sido desde siempre materia de discusión entre los filósofos y para los científicos actuales son un apasionante tema de estudio en las ramas de la psicología, la fisiología y en general para todas las ciencias interesadas en lo antropológico.

La condición fundamental del acto creativo es que corresponde a un proceso necesariamente dialéctico, Lluis Racionero (1940-) señala que: *”Dialéctica es cambio, y cambio cíclico: cada elemento se convierte en su contrario y así comienza un nuevo ciclo, hay interacción, lucha de opuestos y renacimiento. ¿Quién puede hablar de progreso? En la evolución de la creatividad no existen progresos sino cambios a propósito, el hombre tantea a ciegas para asegurar su improbable supervivencia. Sólo en el camino hacia la libertad es indiscutible el progreso de la creatividad. En la creatividad el hombre realiza sus aptitudes potenciales y se expresa en libertad; paralelamente, la libertad es el marco necesario para el despliegue, sin trabas ni censuras, de la creatividad.*



RACIONERO
"La creatividad consiste en conectar estructuras"

Sólo una vez satisfechas las necesidades físicas, sólo una vez garantizadas las necesidades psicológicas de respeto y pertenencia, se abre ante el individuo la aventura personal e intransferible de la creatividad. Para los seres humanos crear equivale a construir una nueva relación a partir de elementos preexistentes. Lo que creamos son estructuras. En última instancia, la creatividad consiste en conectar estructuras mentales, el objetivo de la creatividad es competir con la naturaleza en la producción de formas y fenómenos".[196]

Como vemos la capacidad creadora del hombre se circunscribe a su mundo mental, no sucede en el mundo físico, no aparecemos nueva materia a la manera de cómo se imagina la creación divina, pero es un fenómeno indudablemente real y sus consecuencias se trasladan al mundo de la materia, de manera que aunque el acto creativo sucede exclusivamente en la mente humana, la relación que debe establecer con el mundo solamente puede llevarse a cabo mediante el uso y aprovechamiento de la materia. El ser humano utiliza los sentidos y percibe los aspectos concretos que le rodean, busca comprenderlos, los interpreta y en última instancia, se apropia del mundo.

Concebir las facultades del pensamiento o anímicas sin hacer referencia al cuerpo humano resultaría imposible en el estado actual de la ciencia. De ahí que la psicología contemporánea y la ciencia, en términos generales, tratan con mucho esfuerzo a vocablos como alma, a la manera como se hace en los conceptos religiosos, donde el alma es una entidad separable e independiente al cuerpo.

La ciencia ha encontrado caminos con sustento teórico para ligar lo somático, es decir lo relativo al cuerpo, con lo psíquico, lo relativo a la mente. Sabemos que el cuerpo condiciona los procesos que el cerebro conformará a través del conocimiento de lo objetivo y las relaciones del ser humano con el medio en que se encuentra.

Es muy posible que en los albores de la especie humana la contemplación de los cuerpos ajenos y su identificación con el propio fuese un motivo de agrado. La pertenencia al grupo humano, tribu o clan, se expresaba con la realización de actos para manifestar esa identificación, ciertas actitudes gestuales, las maneras de modular los sonidos y los

196 RACIONERO, Lluis. *Arte y Ciencia, la dialéctica de la creatividad.* Ed. Laia, Barcelona.1986.

adornos en el cuerpo serían los recursos más idóneos, mismos que se han desarrollado en la medida en que evoluciona la mente humana.

El hombre ha contado con su cuerpo como medio para expresar sus más arraigados conceptos, con el cuerpo como objeto se busca comunicar con los otros y aprender de ellos, posteriormente habría de hacerlo utilizando otros objetos tomados también de la naturaleza, pero ya transformados por él para acrecentar su valor expresivo y dotarlos de un valor propio y más allá del que tenían al ser tomados. Eran posiblemente unas plumas tomadas de un ave cazada para alimento, ahora ha pasado a ser un objeto, un penacho que lo distingue entre sus semejantes y que en esa misma distinción como persona afirma su pertenencia al grupo.

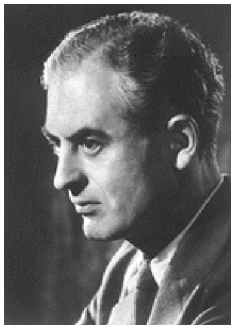
El cuerpo interviene en todas las actividades humanas, aún las que pertenecen a la esfera de lo puramente mental, lo anímico. La producción de lo estético, un acto eminentemente creativo, tampoco escapa a esta realidad. Lo que es fruto de la creatividad human debe expresarse y manifestarse por medio de las habilidades y capacidades corporales, esto es válido tanto para quien lo produce como también para quien será receptor del acto. El cuerpo condiciona a los procesos de creación de los fenómenos estéticos y de ahí se trasmiten como obras de artesanía, arte, diseño o cualquiera de los ya mencionados ámbitos para lo estético. Estas obras, en lo corporal, completan la idea y la noción que el creador ha intuido



LA IMAGINACIÓN ES LA LOCA DE LA CASA
Imagen Digital Jorge Soto

Por medio de los sentidos el hombre ha captado la vida y el ambiente, ha intentado poseerlos o hacerse de ellos no solamente viéndolos escuchándolos o palpándolos, sino tratando de dejar plasmado por medios materiales el hondo impacto que la naturaleza siempre le ha causado.

La cualidad más importante para el acto creativo es la que se conoce como imaginación, que es una función de la mente humana a la que se ha llegado a identificar como “la loca de la casa”, porque parece ser totalmente aleatoria, incontrolable y que a veces se desborda, pero que en un sentido estricto es una de las cualidades que nos distinguen como especie. Al respecto, Sir Peter Medawar (1915-1987), quien en 1960 recibió el premio Nobel de medicina por sus trabajos



MEDAWAR
"El pensamiento científico una interpretación a dos voces una imaginativa y la otra crítica de sí misma"

sobre inmunología, escribió: *"Todos los adelantos en el campo de la ciencia, a todos los niveles, inician con una aventura especulativa, con una preocupación que imagina lo que podrá ser cierto, preocupación que necesariamente va más allá de aquello que para lo que poseemos autoridad lógica o probabilidad de llegar a ser cierto. Es la invención de un mundo posible que, como conjetura, se expone a la crítica para averiguar hasta donde ese mundo ideado se puede o no parecer a la realidad. El pensamiento científico una interacción a dos voces una es imaginativa y la otra crítica de sí misma. Un diálogo entre lo posible y lo actual, entre proposición y posibilidad, conjetura y criticismo. Entre lo que pudiera ser cierto y lo que ya lo es en realidad. Dentro de esa concepción del proceso científico, la imaginación y la crítica se combinan integralmente la pura imaginación sin crítica puede ser solamente la profusión cómica de nociones grandilocuentes y tontas, mientras por sí solo el razonamiento crítico es estéril"*.[197]

Tal como lo dice el texto, la imaginación integra mundos, crea sucesos que en términos generales no coinciden con la realidad establecida, pero indudablemente son una primera semilla para que lleguen a serlo. Un sentido que se asigna al término imaginación corresponde a imaginar o plantear lo que todavía no es real y por tanto corresponde a lo fantástico. La fantasía es fruto de lo que, a falta de un conocimiento más profundo sobre los mecanismos de la mente, se conoce como la imaginación creadora y que constituye la capacidad mental más misteriosa y potente del cerebro humano. Quien vive el momento del acto creador entra en un estado incomprensible dentro de los parámetros de la cotidianeidad y de los mecanismos lógicos. El ejercicio de la imaginación es la construcción de mundos excepcionales y no puede ser constreñida. Este tema es particularmente importante porque una de las diferencias fundamentales entre el trabajo de arte y el de diseño es que el artista propone formas, mientras el diseñador trabaja siempre sobre formas ya elaboradas, esta situación puede llevarse incluso a lo que se ha denominado "rediseño" o "estilismo", que términos que se han utilizado para identificar el acto de reconstruir la configuración respetando las características básicas y que dan la forma del objeto.

El problema más agudo para el pensamiento creativo es que la men-

197 MEDAWAR, Sir Peter. *Consejos para un joven científico.* Fondo de Cultura Económica, México 1992.

te siempre está repitiendo lo que ya concibió y tiende a encontrar soluciones a los nuevos problemas con base a los recursos que anteriormente le han dado resultado, lo que tiende a convertir al trabajo creativo-productor en una rutina. Aunque el productor sea estupendo, domine la técnica e incluso la mejore, lo que sucede en realidad es que en lugar de proponer, consigna. Lo que se reproduce no puede ya considerarse como fruto de la fantasía creadora, ya que hay una gran distancia entre la creación y la producción. Ésta última corresponde a una labor de repetición que reduce la actividad de imaginación y limita al creador en sus capacidades, por lo que la creación va ligada siempre a la innovación y la originalidad.



GAUDÍ
"Originalidad es un apego al orígen, no la novedad caprichosa"

Antonio Gaudí (1852-1926) sostenía que la creatividad está relacionada con el concepto de originalidad, a la que definió diciendo: *"Originalidad es un apego al origen, no la novedad caprichosa"*. Lo que quiere decir que el verdadero creador se fundamenta en las bases de su cultura, que su trabajo será expresión de lo que en mayor medida compone su autenticidad, que en el acto creativo no podemos jugar a ser quienes no somos. Porque en los ámbitos de lo estético, aunque se trabaje con la irrealidad de la fantasía, se descubre la mentira. De ahí que no puede encontrarse lo trascendente o la calidad humana más allá de la manufactura en las manifestaciones como el cine de Hollywood, con su carga ideológica para forzar los valores, con su querer minimizar el valor de la cultura al sobrentender que en todo el mundo privan los mismos valores culturales, su maniqueísmo y su absoluto desconocimiento y valoración a otras formas de pensar y sentir.

Según Racionero, *"La creación, invención o descubrimiento no son en modo alguno una mutación accidental, sino una nueva síntesis de experiencia acumulada o la asimilación de un elemento nuevo por un sistema cultural. Para que se produzca debe existir una acumulación previa de cultura que proporcione los elementos, materiales e ideas, necesarios para que se realice la síntesis. La evolución cultural, por tanto, determina al genio y no es uniforme. Sabemos que en el organismo del genio se da una síntesis significativa de elementos culturales. Aunque ignoramos mediante que sutiles mecanismos el creador alcanza a vislumbrar una nueva posibilidad de síntesis nunca antes percibida. (...) Pero aunque ignoramos los mecanismos, conocemos*

las motivaciones, el acto creativo es analogía y metáfora del juego infantil, obedece a la tendencia lúdica del ser humano en cuanto es curiosidad y satisfacción. La curiosidad impulsa a observar a explorar a desentrañar funcionamientos y acostumbra centrarse en los detalles particulares. La satisfacción que se obtiene al contemplar la nueva síntesis conseguida con el acto creativo es intelectual".[198] El acto creativo es un placer estético en sí mismo, independiente del manejo estético de la obra producida, sea de arte o de diseño, científica o en un juego.

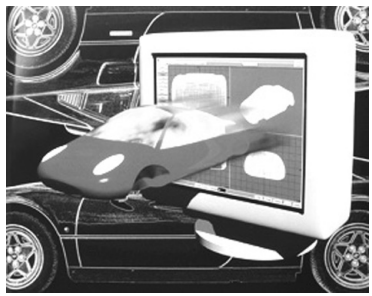
El disfrute por la acción creadora es de naturaleza dialéctica y nos convierte en nuestra propia imagen ditirámbica. Hacemos y nos contemplamos, gozamos ver aparecer en nuestra imaginación la nueva síntesis, al tiempo que nos convertimos en sus contempladores. Esta posibilidad de desdoblamiento, este ser dos a la vez es lo que produce una actitud estética y que en el caso del diseño, al no ser arte puro, o lo que es lo mismo: creación pura, genera una manera diferente de transmisión del fenómeno estético a la que denominamos "Proyección", de ahí que a las disciplinas del diseño también se les llame disciplinas proyectuales.

La proyección difiere de la expresión como difiere el diseño del arte.

Expresar es manifestar nuestras esencias intrínsecas y aunque la obra de arte no es un código con significados idiomáticos, pues no trata de estructurar un mensaje, tenemos que, como lo ha señalado el lingüista Karl Vossler (1872-1949), *"la gramática del lenguaje como una categoría de significados, nunca coincide con las categorías psicológicas. Son las significaciones en contraposición a las formas".* Aunque ambos, lenguaje y arte son recursos expresivos. Para este autor la lengua es "alógica", porque las palabras son sólo unos símbolos, unas metáforas, que nunca coinciden de un modo perfecto con las nociones expresadas. En el arte las formas se comportan de manera similar, pero la diferencia fundamental se encuentra en que mientras el primero se centra en la expresión, el lenguaje lo hace en el vehículo, como lo menciona Rubert de Ventós (1939-): *"El artista siente y quiere expresar precisamente lo extraordinario... Pero la auténtica expresión está y consiste sólo en ésta tensión entre lo psíquico y lo idiomático".* El arte no dice, expresa, el receptor no escucha o entiende, siente en concordancia. Cada uno, artista emisor y espectador que contem-

198 RACIONERO, Lluis. *Op. Cit.* Ed. Laia, Barcelona.1986.

pla, han manejado los mismos valores, pero cada uno los ha incorporado con diferentes calidades y matices a sus propias vivencias. El diseño obedece a otra realidad, la calidad del disfrute contemplativo y utilitario ante el objeto de diseño no estriba en su calidad de objeto extraordinario, sino *"en su calidad de integrante de lo ordinario o lo cotidiano"*, tal como lo ha señalado Fernando Martín Juez.[199]



PROYECTO DE DISEÑO

Diseñar es desarrollar un proyecto en el lenguaje y con los recursos de la disciplina del diseño en cuestión, sea arquitectónico, artesanal, industrial, etc., es una acción voluntaria y dirigida hacia la obtención de objetivos específicos. Proyectar es la acción involuntaria que se deriva del acto de diseñar. El diseñador se proyecta, no proyecta.

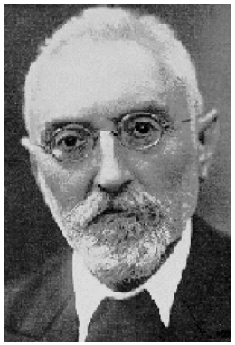
La proyección es fruto del desdoblamiento que vive el diseñador durante el proceso de síntesis configurativa. El diseñador está sujeto por los enunciados de ciertos factores que condicionan las formas y configuraciones que puede generar su disciplina. Debe cumplir con objetivos claros. No puede interpretar sino conseguir.

El manejo de valores plástico-formales, aquellos que otorgan significados y belleza al objeto diseñado no son una expresión del diseñador, son recursos comunitarios que se deben saber administrar y manejar para lograr la aceptación en el mercado. El diseñador, al contrario del artista, no diseña para sí, sino que trabaja para un grupo organizado de personas que tienen diferentes roles profesionales y cuyo fin, como equipo, es lograr el beneficio económico.

El diseñador no es quien se comunica, lo hace el objeto con sus características forma-funcionales. Su configuración es o no acertada, cumple o no con los requisitos, llega o no al mercado. El acto de diseñar es un proceso de síntesis configurativa, se cumple con postulados y programas preestablecidos, en este sentido, el diseñador no es libre, pero es un tipo de trabajo que no puede pasar a ser mecánico ni permite las soluciones automáticas.

El hallazgo de la configuración acertada, aquella que con un mínimo de recursos logra el máximo de resultados es el valor paradigmático que se persigue siempre en el proceso de diseño. El principal valor estético del diseño es su cercanía a lo poético. Es un mane-

199 MARTÍN JUEZ, Fernando. *Op. Cit* Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2004



UNAMUNO
"Lo poético (...) es la sublimación del arte"

jo sintético que en su configuración, como conjunto gestáltico, manifiesta lo que no podrían hacer las partes si solamente se sumaran. El lenguaje poético es sucinto, elegante. Como lo indica el autor brasileño Joao Stroeter, si la forma es síntesis y consecuencia de la función utilitaria, su valor será económico. Así, cualquier agregado será exceso y el adorno estará en la esencia misma. Pues la economía (del griego oikonómos), *"consiste en lograr la máxima expresión de contenido con el mínimo de elementos formales"*.[200]

Respecto a lo poético y en opinión de Don Miguel de Unamuno (1864-1936), tenemos que: *"Los más grandes pensamientos se han escrito en verso... porque la poesía posee una capacidad de expresión, ignorada por la mayoría de los hombres, que le permite hacer de cada palabra una evocación y de cada sonido un centro de fuerza emotiva (...)Lo poético no es un género literario, porque su objetivo no es relatar ni explicar nada. Lo poético se encuentra de pronto tanto en las palabras como en la música, aparece en todas las manifestaciones artísticas, no es un arte, es la sublimación del arte".*

Armando Estrada sostiene que *"La poesía es el lenguaje de la metáfora, es decir, de la figura del pensamiento, que tomando de la realidad los elementos propicios para su construcción, los lanza en catapulta a surcar los espacios, con el objetivo preciso de contagiar a los interlocutores, de una permanencia esencial de las palabras en el ánimo del audiente"* .[201]

Como vemos, la poesía es el decir con un efecto estético, plástico y sonoro, producido por transposiciones de la realidad y plasmadas en comparaciones, imágenes, símbolos y alegorías. Es innegable que la obras arquitectónicas de Luis Barragán (1902-1989) tienen *"un toque poético y crean una atmósfera que parece llegar a través de los siglos, o que semejan una pintura surrealista cargada de presencias misteriosas".*[202] Hay poesía en la pintura de Tamayo, en las esculturas de Pedro Cervantes y en las novelas de Rulfo. Sabemos que no todo el arte persigue lo poético, solamente lo hace cuando trata de ser mínimo en su recurso y máximo en su discurso.

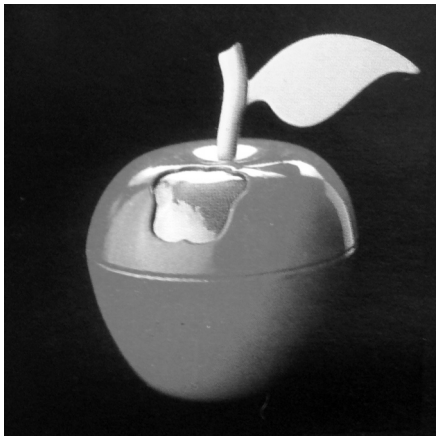
El máximo valor estético del objeto de diseño se encontrará en el hallazgo de la síntesis. En efecto, el diseñador trata de establecer tal relación de servicio con el usuario, quien tiende a desaparecer al

200 STROETER, Joao Rodolfo. *Teorías sobre Arquitectura.* Ed Trillas, México. 1994. Págs. 31 a 34.

201 ESTRADA, José Armando. *Op. Cit.* Pág. 163

202 RAMOS S., Maya y DE MARIA Y CAMPOS, Teresa. *Enciclopedia Biográfica Universal, Doce Mil Grandes de la Arquitectura.* Ed. Promesa. México, 1982. Pág.25

objeto en cuanto no lo necesita, pues los objetos son, como lo ha definido Fernando Martín, una prótesis. Solamente un suplemento para nuestro cuerpo que nos posibilita realizar una acción física. Sobran en nuestra vida, pero los necesitamos para casi todas nuestras actividades. La ciudad, la casa, el automóvil, nuestra ropa, el adorno sobre el mueble, el cepillo de dientes, la cama, la computadora, el teléfono y la estufa. Todos ellos solamente son realmente nuestros en el momento de su uso y no van más allá. Al contrario de la obra artística que nos genera cambios de percepción y visión del mundo. Al contrario también del objeto artesanal que tiene una raigambre y una identificación, un valor por la mano que lo ha realizado.[203]



ENVASE PARA MEDIAS
C.D. SOTO
"El diseño es una extracción de la realidad, no una abstracción de los deseos"

El objeto de diseño es nuestro en el sentido intrínseco de identificación emocional, por lo cual va más allá del acto de adquisición. Al desear ser su propietario, al compararlo con los otros posibles cuando algo de él nos llama. Algo en su configuración, en su manejo plástico, en las ideas de temporalidad y novedad que podemos identificar. Algo en su color y dimensiones, algo en la fama de su marca y en todo eso que lo hace deseable, aunque posiblemente luego pasará a ser solamente un útil que se irá consumiendo, sus formas pasarán a ser de otro tiempo, sus colores ya no serán del gusto y pasará a ser sustituido.

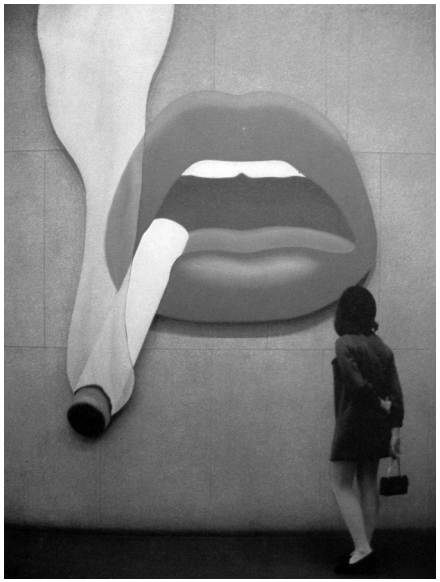
La configuración de los objetos es siempre fruto de un acto creativo, un enamoramiento y gestación que han hecho al diseñador disfrutar del proceso, gozar los instantes en que su mente ha entendido, comprendido, aprendido y aprehendido. Cuando se ha visto a sí mismo crear y lograr, como ya dijimos, utilizar el mínimo recurso para lograr el máximo discurso.

Un diseñador proyecta su satisfacción creativa en la medida que logra la síntesis configurativa y el objeto será proyección de la calidad de su trabajo. Su creatividad se materializa y se limita en función de lo existente, porque el diseño es una extracción de la realidad, no una abstracción de los deseos.

El concepto de diseño opera de manera orgánica, el objeto refleja una fuerza vital en su síntesis, en la cualidad de haber resumido sus funciones, sus materiales, sus limitantes, su contexto, todo aquello que lo hace existir, en una configuración donde todo encaja, nada sobra, todo es cierto y ningún adorno es necesario, por-

203 MARTÍN JUEZ, Fernando. *Op. Cit.* Ed. Gedisa Barcelona, 2002.

3.3 EL FENÓMENO DEL GUSTO

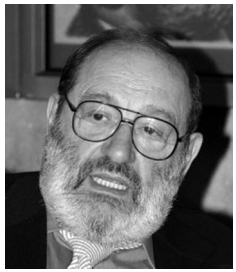


El término Gusto se maneja con dos significados, la sensación física y la predilección estética, es decir, para definir algo como el gusto por el vino o como el gusto para asimilar el arte. El antiguo dicho latino “De gustibus non est disputandum” (en gustos no hay disputa), demuestra que desde la época de los romanos la materia del gusto involucraba un modo para medir o establecer grados de aceptación, ya sea individual o colectiva. Por otro lado establece que el gusto es un fenómeno sumamente delicado, pues se concede a cada persona la posibilidad de elegir, aceptando que se producirán diferencias y sin necesidad de que alguno se ubique en la verdad o en la posición correcta.

La palabra española Gusto viene casi sin modificación del latín y se refiere al sentido del paladar. El uso metafórico de la palabra “gusto”, para hacer referencia a una satisfacción de orden espiritual, derivó del sentido con que el filósofo español Baltasar Gracián (1601-1658) se refería al sentido de la felicidad humana a partir de disfrutar “lo que nos gusta”, de ahí el término adquirió un sentido moralista, como algo que puede tener un valor bueno o malo de acuerdo a las enseñanzas católicas. De ahí, el concepto de buen gusto pasó al francés como algo con una idea de valor más en sentido estético, *“le gout fin”*.

El gusto es una facultad moderna y peculiar de Occidente, en las sociedades jerárquicas de la antigüedad y del Oriente nadie se molestaba por ver cual de los puntos de discernimiento era el mejor. Incluso en la Europa medieval este concepto no existía, la economía se basaba en la supervivencia y subsistencia, mientras que el arte era un recurso para ejemplificar aspectos de religión y moral. Aunque los escolásticos medievales dejaron muchos comentarios acerca de las conductas sociales apropiadas para un mundo que no era materialista, sus restricciones se confinaban a cánones de comportamiento, nunca a la elección de las adquisiciones.

Sin embargo lo artístico como un medio dedicado a la exaltación de los placeres físicos parece ser algo inherente al ser humano, sabemos que ya durante la Edad Media se generaron algunos ejemplos interesantes de objetos que fueron adquiridos por placer y superación, en lugar de hacerlo por supervivencia. Los museos no existían, pero ciertos aristócratas adquirían curiosidades para sus colecciones sólo por capricho, como símbolo de poder y como coraza contra un desastre económico, tales colecciones no servían para conservación cultural o como muestras de arte, sino solamente para ser contempladas en privado. En aquellos años nadie hacía una distinción entre los objetos atractivos por su belleza y los que eran una mera curiosidad. Entendiendo al arte y la vida como una sola entidad, la sociedad medieval no podía distinguir entre lo moral o lo estético en las piezas de arte. Como consecuencia, no existían ni la experiencia estética desinteresada, ni el concepto de gusto como preferencia sociocultural.



ECO
"El gusto es el alma del consumidor"

Todo esto nos parece ahora difícil de dilucidar, pues no podemos conocer realmente las maneras en que los hombres de la antigüedad disfrutaban o contemplaban a sus objetos, pues tal como lo ha apuntado Humberto Eco: *"El gusto es el alma del consumidor, un sentido para ordenar sus ideas acerca del arte y la moralidad, que a lo interno se viven un poco entre uno u otro. Cuando encontramos que el arte y la moralidad están en conflicto es porque tratamos de reconciliar una concepción moderna de la estética con una concepción medieval de la moral"*.[204]

A partir del renacimiento, cuando el hombre y lo humano pasaron a ser el principal objeto de estudio, fue inevitable que la idea de la belleza derivada de la inspiración divina fuera sustituida por una noción materialista de la satisfacción estética, por lo que algunos pensadores desarrollaron nuevos planteamientos y explicaciones para los asuntos del disfrute y el gusto.

En 1687, en la antesala de la revolución industrial, surgió la "Querella", la célebre batalla de los libros que dividió a los miembros de la Academia Francesa entre Antiguos y Modernos. Los primeros sostenían los esquemas medievales y la suprema autoridad de los autores clásicos. El suceso se dio a partir de una sesión en la que el poeta Charles Perrault afirmó que así como la ciencia moderna era superior a la de

204 ECO, Humberto. *Arte y belleza en la estética medieval.* Ed. Lumen Barcelona, 1997. Págs. 10-11



SHINER
"... el viejo esquema de las artes estaba siendo reorganizado"



SPINGARN
"El gusto pasa a ser la meta para los virtuosos y su éxito radicará en alcanzarla"

Aristóteles, los escritores de la época eran equiparables o superiores a los antiguos. Sin embargo, como lo escribe Larry Shiner, *"lo que se debatía era mucho más profundo que una simple disputa académica... la Querella ponía de relieve hasta que punto el viejo sistema de las artes liberales se veía convulsionado por el prestigio alcanzado por las ciencias y la declinación de la retórica, proceso que había tenido lugar durante la segunda mitad del siglo XVII. Hacia 1700 el viejo esquema de las artes estaba siendo reorganizado y finalmente llevaría a separar las categorías de las Bellas Artes, las Humanidades y las Ciencias."* .[205]

Probablemente estos sucesos señalen más que ningún otro el momento oficial del nacimiento del concepto de Bellas Artes y de una nueva idea de los fenómenos estéticos. Nació el culto a la inspiración y el trabajo del artista, además del prestigio que podía aportar a los nobles y a las personas refinadas el hecho de "saber" apreciar y distinguir las obras de arte. Esto marcó también el nacimiento del concepto del gusto como medio de distinción social. La nobleza y el clero, hasta el momento las clases educadas y que podían preocuparse por las cosas elevadas del espíritu, se autoerigieron como las clases educadas y que podían detentar y apreciar el buen gusto.

A principios del siglo XVIII la palabra gusto en sentido metafórico se empezó a hacer familiar en ensayos literarios y el "Gusto" se convertía en sinónimo de juicio. Un sutil concepto había nacido, los elementos de refinamiento y distinción se adjuntarían tiempo después, pues como señaló el educador americano Joel Elias Spingarn (1875-1939), a partir de ese siglo y tras haber incorporado el concepto de bellas artes a los procesos culturales, *"el gusto pasa a ser la meta para los virtuosos y su éxito radicará en alcanzarla"*.[206]

Si algo sabemos sobre el asunto del gusto es que es cambiante. El gusto empieza a ser tema de estudio cuando se abandonó la idea de que lo bello solamente se encontraba en la naturaleza, concepto con que se manejaban los artistas o los escritores neoplatónicos y medievales. Ahora entendemos que la naturaleza y el arte tienen valores opuestos, pues la belleza de los objetos naturales no plantea la posibilidad de interpretación estética, mientras el arte ha sido el indicador de un comportamiento filosófico ante la belleza.

205 SHINER, Larry. *Op. Cit.* Ed. Paidós. Barcelona, 2004

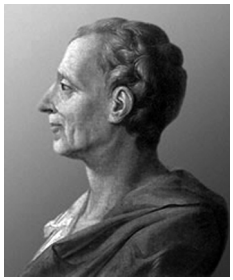
206 SPINGARN, Joel Elias. *Ensayos críticos sobre el siglo XVII.* Universidad de Columbia, Nueva York, 1989.

Los Discursos que el famoso pintor y retratista Joshua Reynolds (1723-1792) presentó en la Real Academia de Inglaterra en 1769 formaron la base para eliminar la idea del genio por mandato divino y reforzaron la capacidad humana para establecer las reglas estéticas. Reynolds declaró, *"Si enseñáramos el gusto o el genio por reglas, no serían más gusto o genio"*, y al plantear por completo el caso para las reglas, hizo la más persuasiva declaración del principio académico, pues sostuvo que *"en toda oportunidad, debemos negar la falsa y vulgar opinión que las reglas son el confinamiento del genio. Solamente lo son para el hombre sin genio; como esa armadura, que sobre los fuertes se convierte en un ornamento y defensa, sobre los débiles se convierte en una carga e incapacita al cuerpo que debía proteger... Cuanta libertad se debe tener para romper las reglas... debería ser una consecuencia a considerar cuando los discípulos se convierten en maestros. Ahí es cuando su genio ha llegado al máximo progreso que las reglas hayan podido proveer. Pero no destruyamos la plataforma hasta tener el edificio en pie."*

Reynolds continuó tratando de encontrar el fundamento de las certezas clásicas, lo que le llevó a preguntarse como era el mecanismo mental por el cual materializamos nuestras preferencias. Los creadores del gusto del siglo XVIII buscaban saber si la capacidad de juicio se basaba en misteriosas fuerzas internas, imposibles de comprender o si existían patrones para hacer del gusto algo que fuera racional y sujeto a algún tipo de dimensión, de modo que pudiera ser científicamente determinado y que ningún hombre razonable dudara en aprobarlo. Al respecto, el filósofo escocés David Hume (1711-1776) sugirió que la belleza no era un valor subjetivo por parte del espectador, sino que era inherente a los objetos. Esta sospecha fue reforzada por Kant, quien sostuvo que los juicios estéticos tienen validez universal, es decir, negaba la idea del gusto como algo individual y sostenía la existencia de un "deber ser" como una serie de reglas que dictaban los cánones de lo estético.

Estos pensamientos reforzaban la idea de que el conocimiento de ciertas normas era un recurso válido para la apreciación estética. Todas las artes se debían ajustar a un orden estético de acuerdo a las reglas derivadas del arte clásico, la sección de oro para las pro-

porciones, los ordenes clásicos para la arquitectura, el manejo del color, etc. Así, el arte ganaba una posición equiparable a las ciencias rebasando los aspectos meramente de oficio o de habilidad, para convertirse en motivo de conocimiento. Había una postura elitista y de superioridad intelectual al saberse poseedor de tales cánones



MONTESQUIEU
"La importancia del sistema de proporciones"

Montesquieu (1689-1785), una de las figuras más importantes de la ilustración francesa, estuvo contemplando las esculturas grecorromanas y llegó a la conclusión de que *"estas estatuas no pueden ser suficientemente observadas, pues gracias a ellas los artistas modernos construyen su sistema de proporciones"*. Finalmente el buen gusto, como la capacidad de discernir en materia de arte, estaba totalmente identificado con algo objetivo, las artes y las expresiones estéticas debían ceñirse a los postulados que las academias imponían como reglas para el sentido de calidad en las obras de arte.[207]



WINCKELMAN
"Belleza es la noble simplicidad"

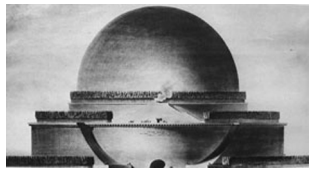
En gran medida, la consolidación de las reglas artísticas se debe al prusiano Johann Joachim Winckelmann, (1717-1768), considerado como el hombre que generó una corriente de pensamiento que habría de alcanzar el nivel de estilo estético, el Neoclasicismo. Tal como lo ha señalado Stephen Bayley, *"Winckelmann encontró en el arte griego la confirmación de su teoría personal de belleza. Consideraba que la simplicidad, la armonía, la función estructural, la función práctica o de adaptación al ambiente local y el respeto por los materiales, eran un requisito para alcanzar la belleza en el diseño arquitectónico. Lo que no vio fue que el color y los ornamentos jugaban una parte también muy importante. Sostenía que la belleza era el resultado de un acuerdo entre las figuras y las formas que de alguna manera expresaban los ideales. Esto era lo que significaba, a su entender, 'la noble simplicidad'. Al proporcionarnos una base teórica de la estética neoclásica, Winckelmann se convirtió en una misteriosa y profunda influencia en la historia del gusto para el mundo occidental"*.[208]

El neoclasicismo, que pudo ser tan solo una postura teórica, alcanzó tanta importancia porque fue precisamente la primera manifestación artística, como estilo, con una base teórica que sustentaba su expresión estética con reglas académicas. Nunca fue tomado como un intento de regreso a lo pasado, en este caso las épocas de la

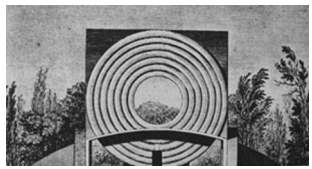
207 MONTESQUIEU. Charles Louis de Secondat, Barón de. *Viaje por Italia*

208 BAYLEY, Stephen. *Op. Cit.* Panteón Books. 1992. New York

antigüedad grecorromana, sino como un propuesta racional basada en conocimientos a partir de analizar los principios matemáticos y geométricos que regían la belleza y con los que todos los pensadores y artistas del momento estaban de acuerdo. Algunos disidentes que se rebelaron a la aplicación del estilo, de cualquier manera sucumbieron ante las reglas al aplicar los principios de orden y simetría que lo caracterizaban.Tal fue el caso de los arquitectos visionarios, Étienne-Louis Boullée (1728-1799) quien proyectó el Epitafio a Isaac Newton. Otro fue Claude-Nicolas Ledoux (1736-1806) que dejó edificios construidos, entre ellos una parte de la utópica ciudad industrial de las Salinas de Arc-et-Senans, una edificación con planta circular en el Franco Condado o el conjunto de la Villette en París.



ESPITAFIO A ISAAC NEWTON
BOULLÉE



PROYECTO DE LEDOUX

Es evidente que Europa en aquellos momentos históricos, entre el renacimiento y la revolución industrial, estaba sufriendo los cambios más radicales en cuanto a la consolidación del perfil de la cultura occidental que se encaminaba a conformar una civilización positivista, fundamentada en la ciencia, los avances tecnológicos, el poder económico y como consecuencia de todo esto, la sociedad de consumo.

El consumismo, fenómeno que automáticamente nos lleva a una descalificación y que es casi sinónimo o reflejo de la decadencia de una cultura, era una consecuencia inevitable de la revolución industrial y prácticamente nació con ella, a propósito, es conveniente recuperar el texto del ya citado Stephen Bayley, donde nos habla de Madame de Pompadour (1721-1764) y quien, según este autor, realizó la contribución más importante en materia del comportamiento social del gusto en aquella naciente cultura europea hacia lo material. Esta enigmática mujer nacida en cuna humilde y cuyo nombre era Jeanne Antoinette Poisson, logró cautivar a Luis XV, al grado que la nombró Marquesa, demostrando la cercana relación que se ha dado entre la aspiración social y el gusto moderno. Una relación que desde entonces ha sido inseparable, algunas veces con mayor o menor intensidad. La Pompadour hizo tangible la elevada idea del “gusto”, pues dejó de ser una metáfora para convertirse en una visión peculiar del estilo de la alta-burguesía.

Al respecto Bayley escribió que *“Ella convirtió el esnobismo arribista de la clase media en toda una tendencia en la historia del arte,*



POMPADOUR
"Objet du goût"

creando los bienes "de status" dos siglos antes de que el término fuera inventado. Ella fue quien creó el "objet du goût", *su legado fue la mentalidad del consumidor... Las habilidades decorativas y el gusto de madame de Pompadour se facilitaron con el acceso a tanto dinero que la convirtió en el prototipo del consumismo moderno, frecuentemente se dice que su colección era él más sobresaliente conjunto de objetos adquiridos por algún ciudadano francés.*

Madame de Pompadour era la versión antigua del fenómeno 'nacidos para comprar'. Su búsqueda de adquisiciones materiales alcanzaba el siniestro lado de la neurosis, aunque según uno de sus biógrafos, Jules Beaujoint, 'la describe como una mujer de 'gusto severo' que era la máxima autoridad en materia de arte en la Francia inmediatamente anterior a la Revolución y nos dice que no era una persona banal', pues dejó una biblioteca con 3,826 títulos que cubrían temas de comercio, finanzas, industria, filosofía, teología e historia. Además, fue una fuerte impulsora para la realización de la Enciclopedia y entre sus amigos se contaban Diderot y Voltaire.

Ella hizo que Jacques Ange Gabriel diseñara el Pequeño Trianon, una obra con tan perfectas proporciones que más tarde inspirarían a Le Corbusier para opinar que toda la buena arquitectura es producto de una guía invisible a base de trazos reguladores. La historia de ésta mujer extraordinaria, tiene, además de todos sus detalles interesantes, un propósito más allá de lo anecdótico. Gracias a su posición como artista del escenario obtuvo gran poder e influencia como para dar rienda suelta a sus preferencias estéticas. El lienzo donde habría de plasmar su obra no estaba sujeto con grapas a un marco, pero lo cubrió todo de una Francia moderna y tangible. Sus logros dieron paso al rol de 'creador del gusto', cuyo fantasma nos persigue hasta ahora, pero su entendimiento de las posesiones marginales y el rol de deseo en el diseño, llevaron a esas mujeres 'objeto de gusto' por la ruta de amantes de reyes a dueñas de franquicias'.

Madame Pompadour fue un asomo del arribo de una nueva clase ajena al clero y a la nobleza. Esa clase que ya no obtenía sus bienes por la cuna y el señalamiento divino, sino que los lograba con el trabajo y el comercio, una clase que acumulaba un poder eco-

nómico generado con el esfuerzo y la educación. Con la revolución industrial y su producto inmediato, la revolución francesa, el poder de los burgueses ejemplificó la instalación definitiva de nuevos tiempos para la humanidad. A partir de entonces, la ostentación de objetos con alta consideración por su valor estético se convirtió en la afirmación de la posición social y sustituto del origen familiar.

La revolución industrial ofrecía una inmejorable oportunidad para expandir las posibilidades de comercio de las metrópolis europeas hacia las colonias americanas. El ceramista inglés Josiah Wedgwood (1730-1792) se asoció con el escultor John Flaxman (1755-1826), quien posteriormente realizó el monumento a Horacio Nelson, y ofrecieron productos como vajillas y juegos de té cuyos diseños se basaban en trazos de gran elegancia que aparentaban ser herederos de una tradición de sencillez campirana al tiempo de aplicar conceptos formales inspirados en la pureza del arte clásico. Sin embargo, estas formas no se debían solamente a una preferencia estética, sino a las exigencias de la producción en serie que señalaba imperativos económicos y prácticos que sustentaban esta elegida simplicidad, el diseño simple sería más fácil de producir, sin embargo, todas las expresiones de la pureza clásica se interpretaron como cánones de la belleza y refinamiento

Las innovaciones en la cerámica para lograr objetos de producción industrial fueron solamente las primeras, rápidamente esa experiencia se derivó a otras áreas de la producción artesanal que evolucionaba de esta manera para ser industrial. Un ejemplo fue la fábrica de Coade en Lambeth, que gracias a conocimientos de química logró una piedra artificial para hacer nuevas versiones de supuestas esculturas clásicas, una verdadera perversión de los ideales del neoclásico.

La producción industrial democratizó el consumo que se abrió a clases sociales que no necesariamente tenían una educación refinada, la idea del gusto dejó de ser una opinión personal, y si se quiere, discutible, para ajustarse a las decisiones hechas por razones de mercado, que, como lo observaban los líderes expertos, se expresaban de manera grotesca y sin fundamento.

Tal como lo sostiene Stephen Bayley, *“El término consumidor se empezó a usar para describir la actividad económica burguesa del*



ADORNO
"El gusto no es autónomo"

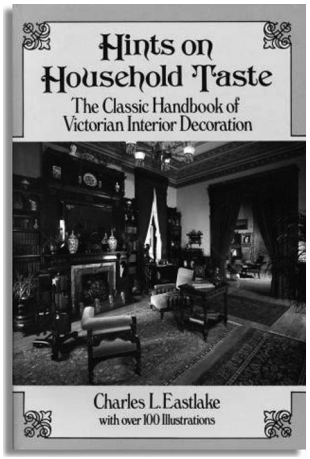
siglo XVIII. En los mercados emergentes de las naciones que rápidamente se industrializaron, los términos hacer y usar se cambian por producir y consumir. Es interesante graficar el relativo declive de lo fuera de moda, la más gentil palabra cliente contra el surgimiento de la más abstracta y agresiva consumidor. Semánticamente, cliente sugiere familiaridad, regularidad y relación uno a uno con el vendedor o fabricante, mientras que la remota consumidor es una más relevante e impersonal etiqueta en el mercado global de frívolos excesos. Consumir casi siempre tiene una desfavorable y casi hostil connotación como cuando decimos 'consumido por el fuego' ".

La historia de la palabra "consumidor" revela el desarrollo de la economía de Occidente. La producción en serie, las inversiones, los monopolios, costos bajos por unidad y pronta disponibilidad; son conceptos que reemplazaron un sistema más gentil en donde los artesanos podían articular y satisfacer las necesidades. Con un sistema comercial donde el artesano productor es sustituido por la empresa fabricante y el comprador solo tiene contacto con el distribuidor, los clientes se convirtieron en consumidores, los términos destructivos de este sistema nos ayudan a explicar como opera el gusto en el mundo moderno.

Justo como la idea moderna del dinero deriva en el concepto del crédito (del latín credo, creo o confío), el concepto del gusto vino a llenar el vacío creado por la posibilidad ilimitada de consumo a su vez creada por la posibilidad de crédito ilimitado. La etimología del crédito hace claro que el dinero, al igual que el gusto, es meramente un acto de fe. Con el pensamiento de la Escuela de Frankfurt, el filósofo y también musicólogo Theodor Adorno (1903-1969) hizo notar la extraña paradoja que sucede en el capitalismo, donde el gusto no es autónomo, como uno pudiera esperarse de un sistema que promueve el individualismo, sino que la publicidad y los medios de comunicación electrónica han desarrollado una verdadera cultura de masas que no tiende al desarrollo de las cualidades humanas, sino a la deformación de los valores para promover el consumo y generar un gusto colectivo. Un esquema social donde los mercadólogos basan el éxito de su trabajo en conocer cuales son los más efectivos símbolos que evocan privilegio como instrumentos de estatus.[209]

209 ADORNO, Theodor Wiesengrund. *Op. Cit.* Barcelona, 2004.

La revolución industrial generó también otro fenómeno que caracteriza a nuestra sociedad, la concentración en las ciudades. Entre 1850 y 1910 la población urbana en el mundo se incrementó en más del 70%, lo que hizo aparecer una nueva clase social que era generalmente ignorante y que demandaba cada vez más viviendas, productos y objetos. A partir de ese mercado en expansión y del deseo de los productores por ganarlo, la producción y la demanda ya no se podrían controlar por una elite de conocedores, sino por los principios económicos de los mercados. Esto produjo una revolución fundamental en el comportamiento, haciendo claro que los dictados del neoclásico en el siglo XVIII ya no eran vigentes. Para el consumidor del siglo XIX, la reglas del gusto fueron reemplazadas por las fuerzas del mercado. Los principales pensamientos filosóficos se reemplazaron por frases hechas y dichos domésticos. Esta nueva clase media podía llenarse de basura vulgar y producida en serie mientras estuviera dentro del rango de los precios accesibles.



PORTADA DEL LIBRO DE EASTLAKE

Sin embargo, todavía persistían los valores estéticos en las clases educadas, que vieron con preocupación como se generalizaba el consumo de objetos de cada vez más pobre diseño y peor manufactura. En 1868, apareció el libro “Consejos para el Gusto Doméstico” cuyo autor, Charles Eastlake (1836-1906), que trataba de establecer principios para mejorar el gusto en la vida doméstica. Argumentaba, evocando los valores estéticos del XVIII, que el caos artístico en la mayoría de las casas era resultado de una falta de entrenamiento para hacer juicios. Sostuvo que una parte necesaria de cualquier mujer de buena educación debería ser contar con una guía en materia de lo que llamamos “gusto acertado”. El uso absoluto de la palabra “acertado”, en oposición al menos certero “bueno”, revela claramente su convicción de que sólo podía existir un gusto correcto.

En su obra, Eastlake se cuestiona: ¿Cuando fue que la gente adoptó la monstruosa noción que el ‘último patrón’ en el mercado debe ser lo mejor? ¿Es el gusto tan rápidamente progresivo que cualquier tarro que sale de las manos del alfarero necesariamente mejora la forma del último que moldeó? Terminaba afirmando su temor de que se estuviera retrocediendo en el arte de la manufactura en lugar de incrementarlo y progresar.[210]

210 EASTLAKE, Charles L. *Hints on Household Taste.* Courier Dover Publications. London, 1986.



COLE
Creador de la “Gran Exposición Industrial de todas las Naciones”

Pero debajo de realidad que aparentaba la sociedad civilizada a mediados del siglo XIX, ya existían paradojas que hasta ahora permanecen sin solución. El posible orgullo por la industria europea se veía limitado por el desprecio a la calidad, propósito y apariencia de casi todo lo que se fabricaba. Al mismo tiempo que se confiaba en el progreso por el desarrollo científico y el positivismo se conformaba como la ideología prominente, los esteticistas buscaban su inspiración en el pasado.

El deterioro del gusto y de los valores culturales era un reflejo de la mala situación moral y de la mala calidad de vida de las clases obreras, las cosas debían cambiar y se inició la búsqueda de medios para lograr el bienestar social. Con el propósito de ayudar a esos desmoralizados consumidores se publicaron numerosos manuales de autoayuda cuyas ilustraciones dejaban ver, casi como fondos sin aparente intención, una visión que informaba de lo dañino de cierto gusto popular. Las culturas paternalistas del siglo XIX prepararon los museos para llevar el gusto de la sociedad a un nivel más elevado, aunque en este caso se manipulaba para que se identificara con lo antiguo. Se exhibieron algunos objetos y manifestaciones del arte con la clara intención de que fueran tomados como modelos. La idea de presentar tales ejemplares para su imitación era también la de informar sobre la necesidad de evitar a sus opuestos, así, el gusto adquiría una peculiar fuerza social que los filántropos del siglo XIX estaban ansiosos por explotar.

Esta situación tuvo su mas claro paradigma en Inglaterra con la combinación de filantropía y oportunismo, propósito público e interés propio, así como el más genuino entusiasmo por popularizar el arte, que se manifestaron en la persona de Henry Cole (1808-1882), quien fue el creador y realizador de uno de los más sobresalientes eventos culturales, la “Gran Exposición Industrial de Todas las Naciones” de Londres en 1851. Cole logró la confianza del Príncipe Alberto, cuyo principal interés era incrementar la exportación de productos manufacturados británicos, entre los que se tuvieron que incluir los horribles objetos con “decoraciones” superfluas. Aunque la gente sentía que la Gran Exposición era un festejo, sus organizadores estaban animados por un espíritu didáctico y la promovieron como un ejercicio de orgullo nacional.

El propósito oculto de Henry Cole era educar al exponer lo mejor y lo peor, permitiéndole al visitante llegar a sus propias conclusiones. Esta

intencionada lección de gusto talvez se perdió en algunos casos, pero el éxito de la empresa motivó a sus organizadores para renovar los esfuerzos educativos de una manera más enérgica y por otros medios.

Para beneficio y conocimiento del gran público se compraron algunas piezas notables de la Gran Exposición para montar una exposición permanente del arte industrial contemporáneo. De acuerdo al texto del Catálogo de esta nueva Exposición, cada una de las piezas fue seleccionada por sus méritos y como ejemplos diversos en los tratamientos de su construcción y ornamentación. La muestra se abrió al público en el Departamento de Artes Prácticas de la Casa Malborough, donde se señalaban las mejores piezas que "ilustraban los principios correctos del Gusto" solicitando que los estudiantes y productores analizaran sus valores estéticos.



PAZAUREK
Museo de las Indiscreciones del Arte

Por otra parte, la galería dedicaba una sección a exhibir "los falsos principios del diseño" y que fue conocida como la "cámara de horrores de Cole". Una muestra de algunos productos industriales a los que se les señalaban los errores estéticos contrarios al criterio del museo, deformaciones que se mencionaban como falta de simetría, menosprecio por la estructura, confusión formal y decoración anodina o falta de contenido. Este museo demostró las contradicciones del gusto entre el público asistente, pues lo que unos aceptaban provocaba desprecio en otros. Finalmente los productores señalados como de mal gusto lograron que se cerrara.

De manera similar, algunos comerciantes de Praga detuvieron otra muestra de mal gusto, un experimento en el Museo del Norte de Bohemia con el que Gustav Pazaurek (1865–1935) intentaba mostrar algunos horribles y extravagantess artículos domésticos, por lo que tuvo que contener su proyecto hasta que llegó a la provincia de Wütenberg un gobierno más liberal. Posteriormente, ya como director del Museo Industrial de Stuttgart, Pazaurek creó su Museo de las Indiscreciones del Arte. Entre los objetos exhibidos se encontraba una armadura moderna propuesta como objeto decorativo, unas cajas de lata pintadas para imitar jarras de barro, madera recubierta que se hacía pasar por granito, piezas de hierro imitando cerámica de Wedgwood, metales "presuntuosos" como piezas de latón imitando

plata, zinc imitación bronce, golosinas de chocolate con la figura de un busto del Kaiser y que, aunque eran del peor gusto, resultaron ser medios para la adulación con un significativo impacto popular.

Los museos alimentaban el ego y le daban a las nuevas naciones la aprobación autorizada del pasado. Estabilizaban el arte, pero el arte necesita ser volátil, así que para compensar la estabilidad de los pasillos de mármol, con la clase media firme en su confortable rutina de costumbres y sus falsos principios, los artistas han tenido que operar al margen a partir del último cuarto del siglo XIX, cuando el concepto de arte, y con él los conceptos de gusto, vuelven a sufrir otro cambio radical. El fin del siglo XIX se ve señalado por el auge del impresionismo, un movimiento pictórico que señaló el rompimiento definitivo con las normas académicas o clásicas. La radical novedad de esas obras fue tan impactante que desató entre los artistas la búsqueda de nuevas técnicas, nuevas temáticas y todo aquello que significara un cambio contra lo anterior. El estar en la avanzada del arte significaba más que la calidad de la obra, así surgió el avant-garde, término que expresa un concepto fundamental para entender los fenómenos del gusto moderno.

Con el concepto de avant-garde la idea de vanguardia se volvió inseparable a la idea de progreso en el arte, aunque nos lleva a una paradoja por la contradicción que se genera con la incesante búsqueda de lo novedoso, pues como había dicho Baudelaire, *“la principal tarea de un genio es precisamente crear un estereotipo”.*

El avant-garde aparece como reflejo de la imagen de la misma sociedad, pero vista desde un espejo distorsionador. Con el avant-garde, el arte se redujo a una serie de modas efímeras, los “ismos” se sucedieron hasta que se perdió la noción misma de movimiento o tendencia, cada artista era su propio movimiento. Los poetas decadentes, artistas que arrojaban pintura al público, los esclavos de los sentidos y el tratamiento brutal hacia el amor eran invenciones convenientes para los artistas que se podían aislar y definían su territorio como ajeno a los límites de la sociedad. Querían verse como peligrosos bohemios con una ferviente imaginación que brillaba debido al ajenjo, a las desveladas y a las largas mañanas cuando les temblaba el labio inferior, sufrían la degradación humana con un objetivo de sacudir a la sociedad burguesa.

Con la primera guerra mundial, la sociedad europea está totalmente fatigada y desencantada, los artistas no parecían tener otro objetivo que la denuncia. A mitad de la guerra, en 1916, Marcel Duschamp (1887-1968) inicia un movimiento antiarte, el Dadá, que marca la ruptura definitiva entre el arte y el público, a partir de ese momento, el arte es solamente para iniciados, se convierte en la más clara referencia para la discriminación cultural. Lo estético abandona la búsqueda de la belleza, el impacto emocional se logra por otros caminos.

Es un momento de ruptura similar al que se genera con la "Querella" en el siglo XVII, y tal como sucedió entonces, una nueva ramificación e lo estético toma su propio cuerpo: los procesos de diseño. Derivados de la estética artesanal, los productos industriales poco a poco fueron mejorando su relación con los usuarios, y aunque en principio sus configuraciones y tratamiento formal correspondían a la confusión del momento y se decoraban superficialmente para disfrazar su origen industrial, el dominio tecnológico fue aclarando sus propios valores estéticos, de manera que para la última década del siglo XIX ya podía hablarse del diseño, tanto a nivel de objetos tridimensionales como de carteles y grafismos para los envases de los productos.

Como ya mencionamos, Adolf Loos fue uno de los que rechazaron las eclécticas alucinaciones del siglo XIX que tanta confusión crearon. Loos escribió: *"Desde que la humanidad pudo discernir el estatus de la antigüedad clásica, los grandes arquitectos han solo tenido en común una idea: pensar que estaban construyendo como los antiguos romanos lo hubieran hecho. Sabemos que esa presunción es falsa de principio, pues tiempo, lugar, propósito y clima lo hacen imposible".*[211]

Sus motivaciones iban en la recuperación de un sentido moral y por valores de honestidad y congruencia que por el deseo de adaptarse a principios estilísticos, sin embrago y contra todos sus deseos o intenciones, estaba señalando el nacimiento de un nuevo estilo.

Para Loos, el "*ornamento contemporáneo, es decir, el ornamento realizado por arquitectos y artistas en obras contemporáneas, es utilizado por los "rezagados", aquellos hombres que no son modernos, viven y tienen los gustos del pasado, retrasando la evolución cultural de los pueblos y de la humanidad. El ornamento no es, por*

211 LOOS, Adolf. *"Ornamento y Delito"*. Gustavo-Gili. Barcelona. 1972. Pág. 44 y siguientes



VAN DER ROHE
"La estética de la función y la eficiencia"

tanto, un producto natural de nuestra civilización o algo con futuro y pasado, ni se relaciona con el orden actual del mundo, es algo pasajero, de moda, algo que pierde su valor al cabo de los años".

Consideraba que *"la realización productiva del objeto ornamentado se encarece, pues el objeto sin ornamento supone la reducción de horas de trabajo, mayor producción y un consecuente aumento de sueldo, mientras el objeto ornamentado supone una fuerza de trabajo, salud, material y capital desperdiciado. Pero a esto hay que añadir otro factor social importante, la conveniencia del ornamento. Para el comerciante el mejor consumidor es aquel que opta por lo ornamentado, pues su valor estético es pasajero y le obligará a adquirir uno nuevo en consonancia con la tendencia de la época"*. Por ello, Adolf Loos establece que la forma del objeto debe ser vigente tanto en lo estético como en lo físico, así, el consumidor pagaría un precio que le posibilitara un ahorro y tener que trabajar menos. Como vemos, los fundamentos del movimiento moderno que Loos defendía, eran un aviso contra los excesos de la sociedad de consumo, y aunque su pensamiento y valores estéticos le hacían denunciar la explotación del consumidor, al mismo tiempo ensalzaba la producción industrial y la belleza de los objetos realizados con y por las máquinas.

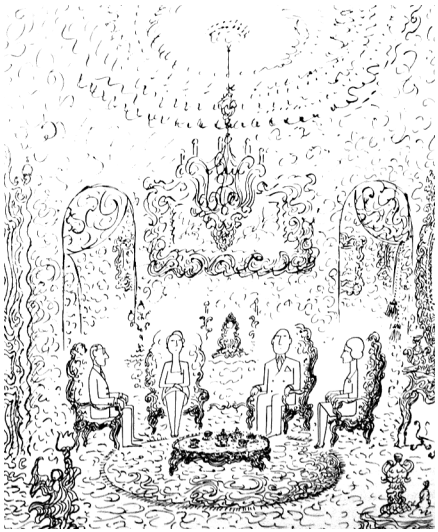
La postura de Loos fue rápidamente adoptada por otros creadores dando origen al movimiento moderno, destacaron Peter Beherens, Walter Gropius, le Corbusier, Mies van der Rohe, Alvar Aalto y un gran cantidad de hombres geniales que replanteaban una estética basada en la función y la eficiencia. Sin embargo, adoptaron una actitud paternalista hacia el bienestar común y la pretensión de tener el monopolio de la eficiencia práctica, con lo que ahora podemos ver que el movimiento moderno fue un intento por hacer popular el avant-garde. Sus líderes trataban de imponer sus exclusivos gustos a una población reacia y que no se mostraba dispuesta a tales cambios. Con todo lo heroico y original del movimiento moderno, vemos que se equivocó al confundir el idealismo con el propósito. Asumir que las soluciones técnicas para los muebles y el diseño arquitectónico de 1929 serian valores permanentes, era aceptar una sociología equívoca y en una psicología arbitraria. Los postulados del movimiento moderno fueron absolutamente radicales, buscaban eliminar totalmente los valores artísticos del pasado, se sustentaban en valores éticos y de tipo científico, anunciaban un

nuevo mundo sostenido en la tecnología y el constante progreso. Sin embargo nunca logró satisfacer a plenitud las expectativas de la mayoría de la población, que añoraba el sentimiento de lujo y elegancia que le aportaban los objetos con formas ya probadas del pasado.

Se trataba de una confrontación sin posibilidades de diálogo, el movimiento moderno defendía un postura racionalista y priorizaba la función, el mercado buscaba estilo. Ambos se auto engañaban, pues sus argumentos pretendían ser racionales, cuando realmente estas posturas fueron solamente materia de gusto. Incluso hubo autores como el escritor, cartonista y diseñador británico Sir Osbert Lancaster (1908-1986) que supieron reflejar la opinión de las mayorías al escribir en 1958: *"Creo que más que al arte o la lógica, correspondería al dominio de la psicología estudiar la falta de impacto real de los arquitectos modernos en el ámbito de la arquitectura doméstica. Los espacios con plantas abiertas, la producción masiva de muebles de acero con madera contrachapada y mostrar los elementos estructurales o mecánicos, son aspectos perfectamente lógicos en teoría, pero la lógica siempre ha estado de más en el hogar"*.

El avant-garde del movimiento moderno logró cautivar a una elite intelectual que fue imitada por la elite social. El movimiento de arquitectura moderna fue, por haber sido internacional, la más extraordinaria muestra de la voluntad avant-garde, sin embargo, los modernos nunca entendieron que su postura no correspondía ya al ámbito de las bellas artes y que sus principios teóricos conservarían su esencia en el ámbito de los procesos de diseño. Fue una manifestación estética en un contexto que estaba naciendo y que por tanto, requería de planteamientos no radicales con respecto a lo anterior, sino originales en el sentido de la aparición de una nueva realidad.

Los modernos nunca vieron que en el nuevo ámbito, los procesos de diseño, el regulador ya no era el artista, sino el mercado al que nunca trataron de entender. De buscar hacerlo, se hubieran dado cuenta de que la explosión consumista significaba una esperanza perdida para lograr una sociedad homogénea con un solo sistema de valores. El movimiento moderno, al no asimilar completamente que su trabajo se desarrollaba fuera del arte, que se



ANTIGUOS

rige por principios y manifiestos de una nueva visión del mundo; sino dentro del diseño, que se rige por el gusto del mercado, nunca fue vigente para la realidad cotidiana de la mayoría de la gente.

Pero *"Donde hay una vanguardia, generalmente encontramos una retaguardia."* Esta retaguardia en oposición al movimiento moderno fue bautizada por el autor alemán Fritz Karpfen, que en 1925 publicó *El Kitsch*, libro donde trata sobre el aceptable mal gusto y ofrece un cuidadoso análisis de las condiciones sociales que hacen necesaria la producción de objetos equivocados. En su texto nos hace ver que lo kitsch y lo avant-garde aunque parecen muy diferentes se relacionan en términos de sustancia. Son las manifestaciones iguales y contrarias de esa histórica y particular conciencia que produjo el concepto de lo moderno.

El término Kitsch viene del alemán y significa "abaratar", en español puede ser entendido a veces como lo *Cursi* y en México corresponde a lo *Naco*. Es un fenómeno que se alimenta de los procesos de fabricación industrial, pues casi invariablemente lo kitsch implica la adaptación de un medio a otro, de apropiado a inapropiado, transformaciones que son posibles gracias a los avances tecnológicos. Lo es la mentira hecha objeto, es un truco para la venta de lo innecesario que apela a un sentimentalismo muy elemental.

El kitsch no solamente es la consecuencia inevitable de la sociedad industrializada, su existencia y difusión se deben a la reproducción mecanizada, pues se produce en fábricas y se consume en grandes volúmenes. Es un fenómeno que sustituye el significado por la información y mientras crece dificulta la distinción entre el arte y la vida. Un pretil exagerado para simular un frontón clásico o los balcones con balaustres de concreto y detrás una cancelería de aluminio dorado, son algunos ejemplos típicos en arquitectura. Dentro de la casa aparecen las figurillas de pasta blanca simulando porcelanas o los cuadros de escenas domésticas con cartón barnizado y relieves recortados, en el vestido los accesorios dorados simulando oro y pedrerías, etc. Lo kitsch se encuentra en todo y aparece con una innumerable cantidad de manifestaciones, pero se identifica porque su denominador común es la impropiedad. La producción masiva de lo que serían obras únicas es una violación a los más caros principios del

arte occidental y las reproducciones aplicadas al mercadeo mundano atentan contra los valores tradicionales. Ese “momento privilegiado” que los esteticistas identifican cuando se da un chispazo de comunicación inmediata entre un espectador y la obra única, se ha ido destruyendo con la degradante familiaridad de las reproducciones. Una realidad que se manifiesta en todos los ámbitos de la estética.

Antes de la arquitectura post-moderna la esencia de los objetos kisch era todo este tipo de cosas sin sentido que contaminaban y confundían las formas de la cultura genuina y de las obras de arte original. Ahora ya es costumbre utilizar abusivamente fragmentos de música clásica en los anuncios comerciales, lo cual tiende a formar en nuestra mente asociaciones banales cuando la pieza se toca completa.



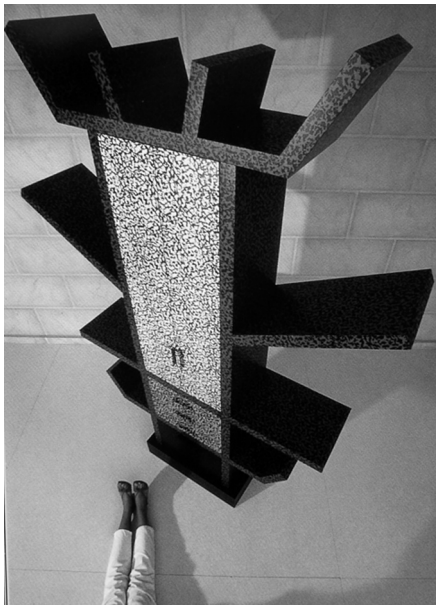
MODERNOS

Nuestra época ya no acepta el dogmatismo en cuanto al sentido estético, como sucedió con el movimiento moderno y hasta la década de los sesentas, ahora lo kitsch puede suceder debido al contexto o al menos por la intención. Gillo Dorfles, ensayista italiano y experto en temas de diseño, fue de los primeros en discutir los temas de la fealdad y el caos visual de la moderna vida urbana. Un aspecto muy interesante de su análisis se refiere a la manera en que el caos genera la fealdad, pero también la posibilidad de la expresión original, menciona al horizonte de Manhattan que se ha integrado sin una voluntad expresa y por varias monstruosidades individuales, aunque el conjunto genera un efecto estupendo.

Pero como Dorfles observa, un ambiente sofisticado puede, por extensión, transformar el significado de los objetos que contiene, no siempre es una fórmula de escape para evitar lo kitsch y declara a manera de prevención: *“Es por esto que nunca será correcto aplicar columnas con mármol de imitación, estatuas de papel maché, papel tapiz imitando madera, figuras de vidrio de Murano, porcelanas de Yadró y las conchas de madreperla como ceniceros. Indudablemente todo ese kitsch está más allá de la recuperación”*.[212]

Por todo un siglo, el avant-garde ha cultivado intencionalmente al mal gusto, contraponiendo los valores tradicionales de la burguesía mediante una sutil y conciente sofisticación para sugerir que un exceso

212 DORFLES, Gillo. *El kitsch. Antología del mal gusto*. Ed. Lumen. Barcelona, 1973.



MEMPHIS
La vanguardia del posmodernismo

de buen gusto es tan lamentable como la evidencia del malo. El gusto que es demasiado bueno delata a quien obedece por conformidad debido a su inseguridad, lo curioso es que nuestra personalidad se debe a la combinación de ciertos detalles que llamaríamos mal gusto, con otros de un aceptable buen gusto. El equilibrio estriba en una ecuación exquisitamente balanceada, cierto grado de mal gusto es admisible de acuerdo a la medida que establece el escrutinio social. Es un juego que requiere mucha sensibilidad por parte de los ciudadanos comunes, quienes carecemos de la posibilidad que tienen las elites artísticas, aristocráticas y adineradas de imponer sus propias reglas.

Tan pronto como ha perdido su impacto original, el avant-garde, ya como un nuevo fenómeno kitsch, se suma a las corrientes pasadas como otra "escuela" para que los historiadores de arte la analicen y cataloguen. A principios de la década de 1980 los más radicales diseñadores de Milán, incluyendo a Alessandro Mendini y Ettore Sottsass, producían muebles para Studio Alchymia y Memphis, cuyo objetivo era el impacto escandalizador. Andrea Branzi usó patrones de las obras de Mondrian y Kandinsky en su poltrona falsa porque los consiguió *"buenos y baratos"* al tiempo que Mendini habló vehementemente a favor de su galería del copismo. Estas ordinarias y banales reproducciones de los 50as, concebidas como oposición a todas las premisas del movimiento moderno, aparecieron en las más destacadas revistas de moda. Entonces ya podían ser consideradas simplemente como otro gesto chic de los ricos, pero rápidamente se popularizó como un estilo y pronto estaba por todas partes. Este movimiento oriundo de Milán y que inició como una postura irónica de Sottsass, pronto se convirtió, apropiadamente, en el más celebrado cliché de la época reciente. Ese "estilo Memphis" nos hizo ver recordatorio que el eclecticismo contemporáneo difiere del historicismo del siglo XIX en que ahora todo se convierte inmediatamente en un cliché y por tanto en algo potencialmente kitsch.

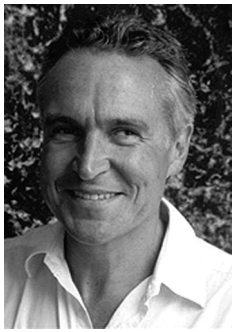
Los términos que califican al gusto como bueno o malo, no representan absolutos, pero su uso es tan distintivo y revelador que nos muestra detalladamente las preferencias y prejuicios de los grupos sociales. El juicio del gusto es una de las maneras más crueles para asignar cierto valor a las cosas, pero solamente resultarán juicios válidos depen-

diendo del poder y prestigio del grupo social que los aplica. El valor no es inherente al objeto mismo, sino a la intención del consumidor, pues el gusto tiene que ver más con modales que con lo que se percibe. Si algo adquiere el calificativo de buen gusto es porque ha llenado ciertas expectativas, mientras el mal gusto las ofende. Pero un mal gusto intencionalmente cultivado, lo kitsch, puede funcionar en ambos sentidos. El gusto es al mismo tiempo mito y realidad, pero no es un estilo.

La mayor parte de la actividad económica de Occidente se debe a la búsqueda del gusto o bien al disfraz de las clases. El gusto, como concepto que marca las diferencias entre los estratos sociales, tuvo su origen junto con la clase media, por lo que no es difícil asumir que es un fenómeno casi exclusivo de esta clase que se desarrolla en los contextos urbanos. La clase media se halla presa de los vaivenes y caprichos del gusto, pues es la más voraz consumidora y de ahí la más motivada por los dictámenes del gusto.

El gusto nos expone a un terrible escrutinio social, es un despiadado delator del origen y ubicación sociocultural, así, mientras alguien puede hablar sin medida de sus éxitos personales, se sentirá muy inseguro si se enfrenta a exponer los asuntos de su gusto. A juzgar por la publicidad, el gusto está en el corazón de la motivación personal en cuestiones de consumo. La clase y el gusto son casi inseparables, la pertenencia o exclusión de alguien respecto a un grupo social depende de condiciones y signos que en ocasiones son un misterio, pero se rigen por la publicidad comercial para consumo y en el acto de adquisición que le sigue.

Aún así, el gusto implica un código de señales que son indicadoras para los demás de nuestra posición social. Las clases superiores, en cuanto son más cercanas al momento de aparición de los bienes o actitudes que habrán de ser lo aceptable para los próximos tiempos, pueden ver como inferiores a quienes todavía no aciertan a asimilar esas novedades, discriminando las que serán consideradas como de buen o mal gusto. Aunque el gusto es un valor siempre cambiante y que solamente puede medirse de acuerdo al punto de vista de quien juzga, pero como lo ha señalado Stephen Bayley: *"Al clasificar a cualquiera socialmente, uno se clasifica al mismo tiempo".*

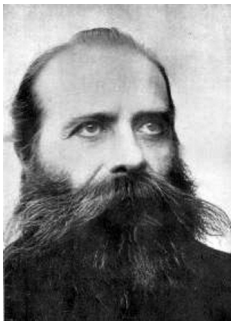


BAYLEY
"Al clasificar a cualquiera socialmente, uno se clasifica al mismo tiempo"

Toda novedad, sea una forma de hablar, un nuevo tipo de productos, la vestimenta o actitudes de trato social y con las demás personas, será sometida a una valoración, cada estrato social la aceptará o rechazará de acuerdo a sus propios códigos.

El símbolo del estatus es tan importante ahora como lo fue en el tiempo de Madame Pompadour, pero toma diferentes formas y cumple diferentes propósitos. No es sorprendente que en el siglo XVIII los emblemas del gusto hayan sido estatuas clásicas y en el siglo XIX valores morales. En nuestra época, donde la mayoría de la gente se intimida ante los frutos de la tecnología, los bienes de consumo se han convertido en paradigmas de valor, nuestro status puede señalarse por el tipo y marca de automóvil que manejamos, dado que el gusto sólo puede ser comprendido en términos de la relación entre el individuo y su necesidad de consumo.

3.4 CATEGORÍAS ESTÉTICAS DEL DISEÑO



VON HARTMANN
"Aquellos fundamentos por los cuales un ente es lo que es"

Por sus raíces griegas, la palabra Categoría significa afirmar o predicar algo de algo. Los filósofos han empleado este concepto para significar la atribución de un predicado a un sujeto, Aristóteles aplicó el término categorías, así en plural, para los *"predicamentos atribuidos al ser"*, postura aceptada por la filosofía escolástica para indicar que la palabra categorías enseña la objetividad de las cosas, qué son y cómo son. Siglos más tarde, Kant perfila un concepto diferente, las categorías pierden su objetividad y pasan a ser *"formas a priori"* del conocimiento, que responden a las funciones esenciales del pensamiento discursivo.

Para Eduard Von Hartmann (1842-1906), *"las categorías son aquellos fundamentos por los cuales un ente es lo que es, pero el fundamento no es el ser en sí, el ser en sí lo es por su relación o correlato"*. Lo que nos hace ver que aunque las categorías explican el ser de algo, no necesariamente deben ser semejantes al ente al que se refieren, constituyen una actividad ordenadora y reguladora del pensamiento partiendo de la realidad pero implican la unidad con el objeto. Las categorías son leyes de la realidad, ésta incide en la de los objetos cognoscibles, no son como sostuvieron Aristóteles y Kant, producto exclusivo de la inteligencia, pues su naturaleza es compleja. Las categorías implícitas en la realidad de los objetos se han de convertir en explícitas mediante la actividad del sujeto cognoscente. El pensamiento ejercita sus funciones lógicas y al contacto con la experiencia surgen los principios, sin que esto signifique que se suprima el carácter a priori de las leyes del pensamiento.

Entonces, las categorías filosóficas constituyen una unidad que engloba lo objetivo y lo subjetivo, lo que un objeto es y cómo lo es, no es un elemento aislado que por sí mismo signifique algo, debe encontrar su correlato en el espíritu mismo del hombre. No corresponden las categorías a alguno de los dos aspectos solamente, representan una dualidad, son lo que son, pero se dan en el hombre y provocan ciertas reacciones.



CASA QUE SIMULA UN HORIZONTE INCLINADO

La vida entera, con sus momentos dolorosos, cómicos o extravagantes, es susceptible de trasladarse al arte. Todas las cosas, por triviales o vulgares que sean, pueden ser motivo para desarrollar una obra de arte, pues gracias al sentimiento de su creador, esas cosas triviales, rostros vulgares, actitudes cómicas o grotescas, momentos trágicos o dolorosos, sufren un proceso de sublimación y se presentan a quien, también sensibilizado, podrá ser su contemplador.

Cuando en la obra se plasman tales valores, el resultado no será feo, cursi o extravagante, sino que será la expresión de lo feo, lo extravagante y lo ridículo. La acción que es expresión o manifestación como vía para comunicar genera una reacción emocional ante lo puramente sensible, que es lo que constituye al fenómeno estético, es una acción-reacción que establece una relación dialéctica en la que nunca podrá existir una sin la otra.

Esta relación es ajena a los objetos en sí y constituye una de las funciones más complejas de la mente humana, pues el procesamiento mental del fenómeno estético ha sido materia de discusión científica donde se plantean dos opiniones divergentes. Una, que considera acertada José Ingenieros (1877-1925), filósofo y médico argentino, nos dice que lo estético es una consecuencia sensible de la curiosidad, facultad inherente al ser humano, que es una capacidad mental que, como la razón, solamente requiere el estímulo para manifestarse.[213] La otra opinión sostiene que la mente no tiene operaciones preestablecidas, pues es una entidad animista, por lo que lo estético es una actitud aprendida que se desarrolla en virtud de la cultura a la que se pertenece.

Sin adentrarnos en esta discusión, más relacionada a lo psicológico que al campo que por ahora nos interesa, tenemos que el ser humano percibe gracias a las facultades sensibles que ya expusimos en el capítulo dedicado al tema. Lo importante ahora es que la percepción de los fenómenos tiene efectos emocionales que no pueden asimilarse racionalmente, lo que equivaldría a su comprensión cabal, por el contrario, el efecto emocional, cuando implica un impacto que supera nuestra capacidad de asimilación, requiere de una vía de desahogo que impulsa a expresar y comunicar tales emociones. Son acciones que no se pueden realizar de una manera objeti-

213 INGENIEROS, José. *La sicopatología del arte*. Editorial Losada. S.A. Buenos Aires, 1961.

va, pues quien desea expresar un impacto emocional nunca podrá repetir exactamente el fenómeno que le afectó, tanto en sí mismo como la circunstancia en que ha sucedido. Otra realidad del impacto estético es que se vive de acuerdo a las vivencias y experiencias de cada persona, de manera que cada quien lo habrá de relacionar con sucesos y emociones anteriores, de manera que siempre hace una interpretación personal del efecto emocional. El mismo hecho o la misma vivencia es una experiencia emocional totalmente diferente para cuantas personas lo presencien, el ser humano debe recurrir a otros medios o recursos para comunicar sus vivencias, lo que a su vez provocará nuevas reacciones emocionales en los demás.

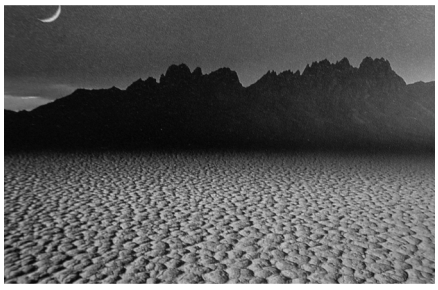
Supongamos que un niño se queda por un tiempo contemplando el cielo, observa el volumen inmenso de las nubes y sus formaciones, el contraste que hacen contra el purísimo azul, la luz del sol que a manera de franjas salen como haces por detrás de los reflejos dorados de esas nubes. Un espectáculo de todos los días, pero que hoy, para ese niño que empieza a vivir, adquiere un significado especial. Hoy lo contempla y se siente al mismo tiempo apabullado por la grandeza que se esconde tras ese misterio del cielo y por su propia emoción que le hace partícipe de todo el fenómeno. El impacto emocional ante un suceso estético que pudiera calificarse como bello, es una capacidad intrínseca al ser humano, el hombre lo contempla desinteresadamente, es decir, por el disfrute mismo y el impacto emocional habrá de trascender el momento de la contemplación misma. Los objetos de la naturaleza siempre han sido paradigmas de lo bello.

Imaginemos ahora al mismo personaje y en el mismo lugar un tiempo después, una noche profundamente oscura y lluviosa. Ruidos que llegan de todos lados pero cuyo origen desconoce, un viento que amenaza, el frío que impide el movimiento, un relámpago que ilumina la escena sólo para hacerla más confusa y luego el aterrados sonido del trueno. El niño sufre y se siente apabullado por toda esa grandeza, pero ahora se siente ajeno, nada de lo que le rodea permite suponer que él sea partícipe de los elementos furiosos que amenazan su vida y le trastornan. Se siente solo y abandonado en ese entorno espantoso y sobre todo desearía estar acompañado por alguien que le hiciera sentir seguridad.









NUESTRA PROYECCIÓN EN LA BELLEZA NATURAL

Ambas circunstancias han tenido un valor estético, una en lo agradable y otra en lo atemorizante. Imposible saber cual de las dos produce mayor impacto, pero la primera es disfrutable, deja una enseñanza sin palabras, quien lo vive ha aprendido algo de sí mismo y de su entorno, mientras la segunda vivencia ha dejado una enseñanza de tipo moral o lógica: no me quedaré al descampado en la noche cuando vea señales de lluvia.

En el primer caso, el hombre ante lo bello y la emoción que le provoca, la posibilidad de haberlo compartido con otra persona hubiera incrementado el goce, en el segundo caso no deseaba compartir sino buscar consuelo. En el primero el hombre ha sido motivado para hacer más de sí mismo, en el segundo solo piensa en sobrevivir.

La contemplación de los objetos, sean de la naturaleza o sean producidos por el hombre, establece una primera forma de manifestación estética, pues al ser contemplados por el hombre se convierten en vehículos que a manera de espejo, nos reflejan una imagen que concuerda con nuestra propia esencia. Esta dialéctica entre el objeto contemplado y quien lo contempla es el proceso emocional, donde de acuerdo a nuestras esencias, sean inherentes o culturales, se hacen múltiples lecturas e interpretaciones, de manera que nadie puede recibir un mensaje estético igual al que recibe otra persona, por lo que al actuar como emisor del mensaje, ya habrá sido transformado y de alguna manera personalizado. De aquí que lo estético constituye un valor individual y que no puede compartirse de manera idéntica a como se percibe. Lo que una persona siente como bello o positivo será percibido en sentido negativo por otra, todo dependerá de sus antecedentes mentales y culturales.

Si pensamos que la estética se refiere a una forma de conocimiento cuya preocupación es lo relativo a la emoción humana, tendremos que establecer ciertos limitantes para posibilitar el análisis, lo que en filosofía equivale a determinar las categorías de lo estético. La emoción humana, como materia de conocimiento puro o en sí, es un área de la psicología, pero interesa a la estética en cuanto fenómeno de interacción humana que se establece por la contemplación de ciertos objetos, de manera que el que contempla se proyecta en el objeto.

Este fenómeno es mencionado por Adolfo Sánchez Vázquez y se refiere a los principales teóricos que han pretendido explicar lo complejo del acto de contemplación estética. Theodor Lipps (1851-1914) y Johannes Volker (1848-1930) coinciden al sostener que la contemplación estética es un acto de proyección del sujeto en el objeto. Así, nuestro yo traslada a los objetos sus propios valores y sentimientos. Lo que llamamos "Bello" o "Feo" no es más que mi propio sentimiento de afirmación o negación de la vida a partir del acto contemplativo *"respectivamente objetivado sentido o vivido en un objeto"* De acuerdo con ésta teoría, los objetos se convierten en medios expresivos gracias a lo que estos autores definen como *endopatía* y que se refiere al fenómeno de la proyección sentimental. Se basa en el hecho de que para que un artista sea capaz de expresar algo en relación con una circunstancia, utilizando el medio o lenguaje que prefiera, es indispensable que pueda llegar a la sensación real o imaginaria de estar anímicamente dentro del objeto para aprender a vivir a partir de él y lograr expresarlo a los demás.



LA CONTEMPLACIÓN ESTÉTICA PROYECTA AL SUJETO EN EL OBJETO

A la endopatía también se le conoce como comprensión estética y es una acción humana que se debe a una especie de reactivo o si se quiere, a un elemento externo de inducción, pero que sea tal que no elimine la perspectiva de juicio que permite el percibir desde cierta distancia para que no se genere la disolución de quien contempla en el objeto.

Podemos decir que la endopatía ha dado la posibilidad hacia una comprensión auténtica cuando regresa del objeto para convertirse en conocimiento con carácter teórico, sin ella sería imposible la correlación objeto-sujeto a través de una liga afectiva o enamorada, y por esto mismo, se llegaría a la imposibilidad de la obra estética, pues la proyección no puede ser arbitraria, dado que para poder objetivar nuestros sentimientos en las cosas es preciso que nos ofrezcan cierta analogía con los sentimientos que en ellas reconocemos.

Racionero opina que *"El arte tiene dos vidas, una en el autor y otra en el espectador. La creación que no cumpla ambas encarnaciones no es una verdadera obra de arte. La obra artística verdadera es como Dionisio, al que llamaron Ditirambo, el de las dos puertas, aludiendo al mito de su segundo nacimiento de la pierna de su padre. Misterioso segun-*

do nacimiento que implica un rito iniciático por el cual Dionisio adquiere una segunda naturaleza además del cuerpo que ya había recibido de su madre. Éste era el ancestral Ditirambo genetlíaco dedicado a Dionisio, el cual dio origen a un género literario mayor y más vital que él mismo: la tragedia. Igual que Dionisio, toda obra de arte es ditirámbica porque ha nacido dos veces, en el autor y en el espectador".[214]

La contemplación estética requiere del distanciamiento psíquico entre sujeto y objeto. La persona del primero no debe percibirse como parte integrante o disuelta en el objeto, sino para que al percibir al objeto, el sujeto no lo reduzca a su realidad cotidiana. Sujeto y objeto se deben separar de sí mismos para poder encontrarse en la situación estética, el hombre de su realidad vivida, el objeto de su realidad corpórea como cosa entre las cosas.

Podemos atribuir una expresión de fuerza y vitalidad a un árbol y no lo hacemos con una de sus flores. Lo objetivo se torna así subjetivo, el objeto percibido se convierte en simple expresión o atributo del sujeto. Toda percepción genera una proyección sentimental, como podemos entender, toda contemplación que hace el hombre realmente es una autocontemplación, pues lo que encontramos como valor estético en un objeto no puede ser más que lo que proyectamos de nosotros mismos.

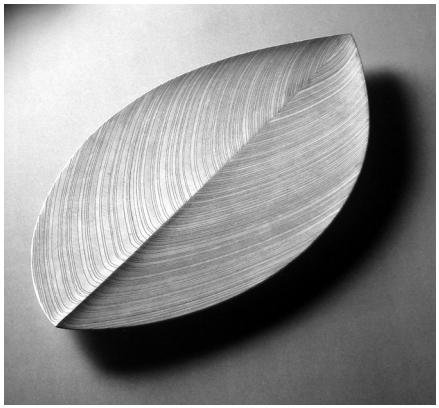
Dentro del universo infinito y real de lo que llamamos estético, se hace necesario determinar ciertos campos para establecer las diferencias entre la gama de posibilidades que se darían en la relación estética del hombre y los objetos. Sánchez Vázquez establece un listado de ciertas determinaciones esenciales a las que reconoce como las categorías de la estética y nos dice que *"Lo estético, como categoría general, caracteriza un tipo de objetos que por su forma sensible poseen un significado inmanente que determina, asimismo, el comportamiento del sujeto que capta, percibe o contempla esos objetos de acuerdo con su naturaleza sensible, formal y significativa. Pero lo estético sólo califica a uno y otro (sujeto y objeto) en la relación humana, histórica y social que hace posible su existencia estética y en la situación concreta, singular, que en esa posibilidad se realiza efectivamente."*[215]

El autor parte de establecer una gran categoría general de lo estético y de ahí pasa a otras categorías particulares, que son adjetiva-

214 RACIONERO, Lluis. *Arte y Ciencia, la dialéctica de la creatividad.* Ed. Laia, Barcelona.1986

215 SÁNCHES VÁZQUEZ. *Op. Cit.*

ciones al suceso estético y que señalan una forma o la manera de estructurar los medios expresivos para lograr una emoción específica, lo que produce en quien contempla un sentimiento o encuentro de sentimientos que le proporcionan una visión del mundo. En estas categorías ubica, desde luego al concepto de belleza, a la fealdad, a lo sublime, a lo trágico, a lo cómico y a lo grotesco, que para mayor compatibilidad con los objetivos de aplicar estas categorías a los objetos de diseño, mencionaremos de aquí en adelante con el sinónimo de extravagante. Estas categorías serán la base para señalar los campos de interés o ámbitos de la estética.



OBJETO BELLO
Charola deTappio Wirkala

LO BELLO

La primera categoría particular que menciona el maestro Sánchez Vázquez es evidentemente la *Belleza*, indicando que podemos entender como bello a *"un objeto que por su estructura formal, gracias a la cual se inscribe en ella cierto significado, produce un placer equilibrado o goce armonioso."* El propio autor reconoce la pobreza de su definición, pero considera que es una carencia necesaria por la extensión y universalidad que se requiere para determinar un concepto con tan discutibles y amplias aplicaciones.

La cantidad de intentos para definir la belleza que se han hecho desde Platón hasta nuestros días, demuestra la intangibilidad del concepto y cómo, a lo largo de los siglos, ha variado la percepción de la humanidad a este respecto. La belleza es anhelo y referencia, es un adjetivo y materia de estudio. La historia de la humanidad ha sido también la búsqueda de lo que el espíritu humano encierra misteriosamente, nuestras capacidades como seres racionales y nuestros valores morales de alguna manera han sido la base para establecer ramas del conocimiento, pero el conocimiento de lo relativo a nuestras emociones, lo que sentimos anímicamente, se nos ha ocultado, es la parte de nosotros mismos que más nos afecta, que rige la mayoría de nuestros actos, pero que escapa a nuestro escrutinio.

Probablemente la más pura de las emociones es la que nos provoca la contemplación de la Belleza, porque no podemos hacerla información y transferirla, porque no podemos hacerla aprendizaje y enseñarla, porque no nos es posible nada más que asimilarla y dejarla como

experiencia pura. Es la categoría estética inicial y por excelencia, de modo que al comparar su efecto emocional, podemos sentir que las otras categorías estéticas tienen cierta impureza. La Fealdad es en sí misma oposición y negatividad, su existencia nos hace pensar en su carácter efímero, porque inmediatamente genera en quien contempla la idea de la posibilidad de mejoramiento. Lo Sublime afecta a los valores de la realidad, siempre es un ideal en sí mismo, mientras lo Trágico nos deja la lección de un acto estético y ético. Lo Cómico se atiene a la circunstancia y la oportunidad, lo Extravagante es siempre mejorable pues se refiere a la forma que debería haber sido. Lo Bello es simplemente eso que contemplamos y termina en sí mismo.

Pero en la actualidad la idea de belleza parece haber perdido el venerable e indiscutido arraigo del que gozó durante la mayor parte de la historia. Las vanguardias artísticas del siglo XX pusieron en crisis su vigencia, su carácter homogéneo y reconocible, incluso dejaron de aspirar a ella. La marginaron y la ridiculizaron. Pocas nociones se hallan tan asociadas a nuestra idea convencional del arte como la de belleza. Pocas, sin embargo, se encuentran tan a menudo alejadas de nuestra experiencia habitual del arte contemporáneo y solamente se manifiesta en los objetos hechos por el hombre cuando tienen el objetivo del consumo.

Desde los griegos, y durante más de dos milenios, la belleza fue la característica principal de la obra de arte o de lo que se entendiera por tal. Si en Platón el concepto no tenía, primariamente al menos, una carga estética, en la “Poética” de Aristóteles ya encontramos un concepto apropiado para determinar la belleza de los objetos hechos por el hombre, los cuales requerían orden y proporción como requisitos esenciales que debía cumplimentar una obra lograda. En su Metafísica, Aristóteles añadió otro término, el de armonía. Ese legado griego que Aristóteles supo impulsar, sería una fórmula perdurable en el pensamiento occidental.

Todavía Tomás de Aquino define a la belleza en términos similares. Sólo en el siglo XVIII la estética burguesa iniciaría una revisión. Pero ella no estuvo dirigida a discutir los términos de la definición, sino que más bien intentó hallar un lugar para las nuevas pretensiones del sujeto. Para Kant lo bello, sea en la naturaleza o en los objetos,

era eso *"cuya forma generaba un sentimiento de placer en el observador"*. Lo que caracterizaba a la belleza no eran las propiedades objetivas de la obra, sino sus efectos sobre la sensibilidad individual.

Hasta el siglo XVIII la idea de la belleza presentaba muchas ramificaciones, durante la Edad Media la idea de belleza se adaptó a la poderosa presencia del pensamiento cristiano, con el Renacimiento se inició el pensamiento humanista, pero con cierto trasfondo entre lo platónico y con la noción de proporción asociada al juego y significado de los números, que fueron los conceptos que siguieron definiendo a la belleza.

A lo largo de la historia los cambios en la percepción sobre lo estético se han debido a factores de tipo sociocultural, generando nuevas categorías estéticas y a partir de la revolución industrial, con la idea de las bellas Artes como manifestaciones de la individualidad del artista y las disciplinas del Diseño como manifestaciones de los deseos colectivos.

Humberto Eco, analiza al fenómeno de la belleza en su libro más reciente. Nos explica la manera en que los trastornos de la belleza confluyen con la crisis de la cultura contemporánea y constituyen uno de los momentos más confusos en lo que denomina la "historia de la belleza". Nos hace ver como ha sido aprovechada, y redefinida, por las disciplinas del diseño o el reclamo comercial, lo que le lleva a cuestionar si todavía existe una relación entre la belleza y el Arte, pues la belleza está en crisis por la confusión entre lo culto y lo popular, dado que los medios masivos de comunicación exponen como la gran dificultad para identificar un ideal específico de belleza en una era como la nuestra que se halla rendida *"a la orgía de la tolerancia, al sincretismo total, al absoluto e imparable politeísmo de la belleza"*.[216]

El autor sostiene que es momento de deslindar a la Belleza de concepto de Arte, sus historias son paralelas en muchos momentos y se bifurcan en otros, pero nunca han sido lo mismo. La belleza es un concepto y el arte un modo de producción, puede haber belleza en las obras de arte, pero su ausencia no las desmerece. Sin embargo, la vida humana no puede acontecer sin la belleza, sin que el ser humano tenga momentos de contemplación de lo bello para mantener su equilibrio emocional. La necesidad de comunicar o expandir la contemplación de algo bello, de hacer partícipes a los demás de ese momento que encierra



LA AUSENCIA DE LA BELLEZA NO DESMERECE LA OBRA DE ARTE

216 ECO, Humberto. *Historia de la Belleza.* Ed. Lumen, Barcelona. 2004



VENUS DE WILLENDORF

magia y misterio es lo que ha dado origen a las manifestaciones o ámbitos estéticos, el arte y la religión originalmente y ahora con otros recursos, pero esa emoción pura, ha sido y es invariable. La emoción siempre ha sido sentida por el hombre, lo que ha variado son las formas con que ha podido comunicarla. En el momento en que el arte y la belleza estuvieron más unidos, este último ha sido un recurso para "congelar el instante" y copiando lo bello que hizo nacer la emoción estética. Pero rápidamente se pudo ver que no lograba su objetivo, la emoción que sintió el artista ante la belleza de lo contemplado no es la misma que produce en el espectador de la obra de arte. Quien contempla la obra del artista es impactado por la obra, no por lo que la inspiró. La idea de la belleza como emoción pura en intransferible permanece, aún después del intento humano por comunicarla.

La belleza del cuerpo humano resulta por supuesto crucial para una aproximación no específicamente artística, aunque todos los ejemplos previos al final del siglo XIX sean para nosotros artísticos. En especial lo que se refiere a la hermosura femenina, que es uno de los temas más remotos y constantes en la tradición occidental. Humberto Eco ha hecho un análisis con base al recuento histórico y revisa una serie de imágenes que abarca desde las estatuas antiquísimas que representan mujeres de pechos generosos, como la "Venus de Willendorf" que data del siglo 30 antes de Cristo, hasta las más recientes y muy esbeltas chicas de calendario, sin olvidar el esquizoide modelo de mujer fatal típico del cine. Pero el análisis nos deja solamente con el conocimiento de la descripción y poco ayuda para desentrañar la esencia de lo bello. Lo único cierto que se puede decir es que en el mundo la belleza nunca parece suficiente.

La idea de analizar la belleza aparece como un imposible, puesto que debemos conjugar un relato histórico que solamente toma en cuenta las obras de manifestación de la belleza y que se conjuga, además, con problemas mayores como los del bien y la verdad, siempre mezclados con lo bello por la filosofía y la religión. No es sólo que cada época tenga su ideal de representación de la belleza, sino que, al mismo tiempo, en cada una conviven muchas tendencias divergentes, incluso sin llegar a los extremos de profusión que distingue a la nuestra, en la que el propio ideal se ha cuestionado. Tratar de definir la belleza con

el lenguaje es una empresa imposible porque que nos lleva a convertirla en un concepto cuando en realidad es una experiencia. Cada uno vive la belleza, la experimenta, la siente... pero es imposible pensarla.



ESTÉTICA DE LA FEALDAD

LO FEO

La *Fealdad*, como una representación cruda de la realidad, alcanza una dimensión estética cuando esta representación en las obras de arte se realiza con el dominio técnico y expresivo del artista para lograr una actitud contemplativa y reflexiva ante la realidad. Comprendiendo la intención de la idea, podemos extender este concepto a las artes en general, pero en cuanto a otros objetos, deberemos entender que lo feo, como resultado de la impericia, del descuido o del desdén, ya no son materia de la estética, pues son realidades que impiden la proyección. Son pues objetos que no permiten una contemplación estética al carecer de recursos expresivos.

Otro fenómeno distinto es lo feo como resultado fallido, donde podemos encontrar lo que se ha denominado lo Cursi o lo Kitsh. Aunque el citado autor no se refiere a estos fenómenos dentro de la categoría de lo feo, deberemos suponer que se integran a ella ciertos objetos que son simplemente de gusto reprobable o que encierran un desvalor por generar a propósito una imagen falsa de su realidad. Su condición de fealdad es la mentira en su tratamiento formal.

La fealdad es la antítesis de la belleza, si bien es un fenómeno que ha existido siempre y en demasía, inicialmente se le consideró como la ausencia de belleza o como algo carente de proporción. El primer filósofo que reflexionó acerca de la naturaleza de lo feo y lo extravagante fue Ulrico de Engelbert, quien durante la edad media escribió al respecto y consideró que estas manifestaciones eran algo que debía ser superado algún día y que mientras tanto, tenían el propósito de inducir por razón de contraste, a una más clara percepción de la belleza. Estos conceptos han variado y actualmente se considera la fealdad no como un contraste solamente, pues aun opuesta a la belleza constituye una categoría estética tan susceptible de expresarse en el arte como lo bello. La fealdad penetra en lo estético con todo derecho y los artistas no la esquivan. Si en el arte sólo se había dado cabida a la belleza, algunos artistas dotados de infinita sensibilidad miraron sinceramente la vida,



IMÁGEN DE REPULSIÓN

sin ocultar sus aspectos desoladores y sus miserias y representaron en sus obras la fealdad con tanto vigor como la belleza. Puesto que la vida se encuentra plena de contenidos emotivos, el mundo de la sensibilidad que recoge el arte comprende la fealdad, lo desagradable, lo despreciable. Ciertas pinturas parecen discordantes respecto al concepto clásico y equilibrado del arte, algunas obras escultóricas se exhiben con aparente desproporción que choca al gusto tradicional, hay composiciones musicales que se antojan estridentes a un oído acostumbrado a la música conservadora, la representación de tipos degenerados, incluir palabras fuertes y duras en una novela o una obra teatral puede resultar intolerable para quien carezca del sentido dramático que verdaderamente posee la vida; sin embargo, estas obras que no son la expresión de la belleza, pueden encerrar un genuino contenido de gran valor estético. Por eso algunos autores para evitar confusiones y no caer en la paradoja de considerar que hay fealdades bellas, en vez de hablar de que el arte es la representación de la belleza, lo consideran como la expresión de valores estéticos, incluyendo toda la gama de contenidos que puedan ser volcados en una obra de arte.

Hay cosas por las que se siente desagrado, repulsión, que se rechazan en la vida diaria: un cuerpo mutilado o contrahecho, una riña, un asesinato, la miseria moral del hombre, los horrores de la guerra, y que producen sensaciones desagradables; sin embargo el arte repara en ello, el artista capta esa cruda realidad que se convierte en un motivo de inspiración y el hecho de ser vertida fielmente de acuerdo con el propósito del artista, le concede un innegable valor a sus obras, las convierte en ocasiones en obras maestras, ya que el artista transfigura todo lo desagradable de la vida diaria en lo que es expresivo en el arte. Es difícil comprender la actitud de un avaro, mas no hay duda que la descripción del personaje por Moliere fue perfectamente realizada al grado que nos permite penetrar en la mentalidad del personaje avaro y hasta entenderlo. Quien limite al arte solamente como un reflejo de sensaciones placenteras no podrá concebir ninguna obra de arte en su complejidad total. Su valor intrínseco puede ser mayor o menor, según determinadas condiciones, pero en todo caso lograr la expresión de la fealdad depende de la fidelidad con que sea

volcada en la forma y cómo se logre trasmitir el contenido de la intuición misma, es por esto que un cuadro que expresa lo deforme tiene valor estético si el deseo del artista fue expresar dicha deformidad.



BURKE
"La fealdad es una forma de comunicación..."

Sören Kierkegaard filósofo danés, nos dice que *"la fealdad es una forma de comunicación y ésta nos ayuda a recuperar la realidad de aquí y de ahora"*. Quizá también nos ayuda a ver aquella vertiente débil de la sociedad o, quizá mejor, de la vida. La fealdad habla por sí misma, nos explica una faceta real de nuestra sociedad y nos muestra aquello que quisiéramos rechazar, aunque resulta imposible porque es inherente al ser humano. Estas realidades son de cualquier manera un estímulo que nos impulsa a redimensionar el concepto de persona. Nos muestran la pobreza y la grandeza de la humanidad, que es capaz de moverse entre lo sublime y lo ridículo, entre lo plácido y lo macabro, entre lo delicado y lo grosero. La fealdad, lo desagradable, aquello que hace bajar la mirada porque los sentimientos lo desaprueban, provocan en el espectador una nueva lectura ética de los hechos denominados sociales.[217]

LO SUBLIME

Lo bello perderá la exclusividad del goce estético con la aparición del concepto de lo *Sublime*, que fue desarrollado por Edmund Burke (1729-1797). Según este autor la belleza es un amor sin deseo y lo sublime implica cierto grado de temor, dolor por aquello que se contempla. Ambos son goces estéticos. Si la belleza es susceptible de producir amor, lo sublime tiene la capacidad de crearnos inquietud y pertenece al ámbito de lo que sobrecoge al hombre, de lo que le aterra y de lo que le maravilla, en el arte se manifiesta en las obras maestras, aquellas que descubren firmas nuevas y que dan nuevo sentido al arte mismo.

Lo sublime es reconocido como otra categoría estética que se refiere a lo excelso, eminente o sumamente elevado, por lo que se aplica tanto a fenómenos naturales como a ciertas acciones o resultados humanos. En éste sentido, son sublimes un huracán, un cielo estrellado o el comportamiento de quienes arriesgan su vida por una causa noble. Es una categoría estética que tiene una fuerte relación con lo bello o lo trágico y que puede, cuando se exagera su sentido más allá de lo prudente, derivar a lo extravagante. Al hablar de lo sublime debemos aclarar que lo hacemos en referen-

217 KIERKEGAARD, Sören. *El concepto de la angustia.* Ed. Espasa Calpe, Madrid. 1963



LO TRÁGICO EN EL ARTE

cia exclusiva a las obras del hombre, no de sus actos pues el juicio sobre éstos no es materia para la estética, mientras un acto sublime, por la posibilidad de haber sido evitado pero cuyo cumplimiento es impuesto por valores sociales pasa a ser materia para la ética. El concepto complementario para el acto sublime es el acto trágico, en la medida en que se hace por la voluntad heroica de un individuo y a diferencia del anterior, sí constituye una categoría estética.

LO TRÁGICO

Lo *Trágico*, como categoría estética en el arte es la contemplación del valor moral, pues es la representación estética del acto humano basado en el ideal y enfrentado a la imposibilidad de la renuncia, es una superación dialéctica del pesimismo y el optimismo. Lo trágico ocupa un lugar preponderante como categoría estética, su significado profundo está tanto en la afirmación de una condición humana universal que exige la realización de ciertos fines a toda costa, como en el sacrificio que impone a los individuos concretos que se ven forzados a establecer una lucha al límite de sus capacidades, aunque puedan fracasar, morir o ser derrotados.

En el mismo sentido, Max Pohlenz (1872-1962), estudioso de las culturas clásicas, sostiene que *"Lo trágico ha sido definido también como categoría metafísica que indica desorden, fractura, quiebre. Ese desorden supone un recorrido "perverso" en sentido etimológico. Perversus, a um, significa inverso, trastocado y viene de perverto que significa desordenar, echar por tierra. La mirada perversa es aquella que mira de través y no de frente. Aquella que anda por lugares oscuros. (...) La conciencia trágica residiría en el sentimiento de incomprensión frente al orden cósmico que aparece atravesado por eventos irracionales y escandalosos. Si la pasión erótica pone en juego la relación entre el amor y la muerte y la idea de lo inalcanzable, el sentimiento trágico parecería ser el más conveniente para contenerla".*[218]

La tragedia exige que el punto culminante de la acción exterior al personaje nunca se represente en escena, sin embargo, las descripciones de los sucesos sangrientos suscitan tanto o más horror que si hubieran sido representados. Es decir, en lo trágico tenemos

dos momentos, la tensión y la distensión. El primero nos provoca una emoción similar a lo erótico, hay un deseo por loo que percibimos irremediablemente perdido, aunque después pudiera venir un final feliz, que provoca otro tipo de emoción estética más cercana a lo sublime. La imagen borrosa es inquietante y genera tensiones, no ocurre lo mismo si no se deja al espectador nada por imaginar.

Lo trágico debe emanar del heroísmo, porque cuando sucede en la naturaleza solamente tiene un efecto aterrador o negativo. Un desastre natural, un terremoto por ejemplo, deja una estela trágica que no puede contemplarse estéticamente. Lo trágico es una categoría estética que se refiere casi con exclusividad a las obras humanas. Afirmando el sentido heroico de lo trágico, Hegel menciona que el héroe se aísla en su determinación y levanta contra sí la pasión opuesta, engendrando los conflictos:

"Lo trágico, originariamente, consiste en que ambas partes opuestas, tomadas en sí mismas, tienen cada una su derecho. Pero por otro lado, no pudiendo realizar lo que hay de verdadero y positivo en su fin y carácter más que como negación y violación de la otra fuerza igualmente justa, pese a su moralidad, o más bien en razón de la misma, se encuentran forzadas a caer en culpa. (...) aunque constituye el fondo sustancial y verdadero de la existencia real, sólo se legitima y justifica en tanto que se destruye como contradicción".[219]

LO CÓMICO

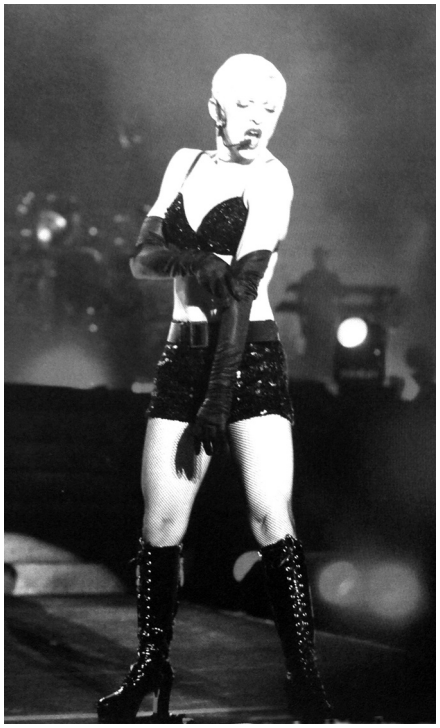
El maestro Sánchez Vázquez incorpora también a lo *Cómico* como categoría estética. Su producto es la risa, expresión humana y que nos hace diferentes a los otros seres. La comicidad es una cualidad del acto humano, no existe nada cómico en sí mismo, es la mirada del espectador quien lo traduce. Sin embargo, para que cierto acto humano tenga efecto estético en quien lo contempla, es necesario que exista una intención de deformación de la realidad. Lo cómico adquiere categoría estética necesariamente porque se refiere a la producción de lo disfrutable. El que entiende o vislumbra la comicidad manifiesta un amplio conocimiento del suceso real al que se refiere. Son múltiples las formas y los matices de lo cómico, el arte, sobre todo la



DETALLES GRACIOSOS EN EL DISEÑO

218 POHLENZ, Max. *La tragedia Griega.* Ed. Paideia. Brescia. 1978

219 HEGEL, Friedrch. *Poética*, Ediciones Austral, Buenos Aires, 1947. Pág. 175



LO EXTRAVAGANTE

literatura, nos ofrecen una muestra muy amplia de trabajos con sentido cómico, que tienen en común la desvalorización del acto ajeno. Pero como manifestaciones con carácter artístico, tenemos que aparecen tres variedades fundamentales: el humor, la sátira y la ironía.

El Humor es una crítica compasiva, comparte el sentimiento pero no deja de verlo como equivocado, desatinado. La Sátira se refiere a lo que provoca risa por indignación, la desvalorización del fenómeno es tal que nos lleva a la conclusión de que no merece existir, nuestra risa es un voto por la aniquilación. La Ironía es la manera más sutil de lo cómico, encierra una clave que solamente descubren los iniciados. En la ironía el objeto se hunde tras su aparente o fingida exaltación. El objetivo de la ironía es dar por hecho que el sujeto involucrado no podrá sentir la burla por encontrarse encerrado en sus defectos o limitaciones, pero un tercero, sabedor del hecho, será quien disfrute la ironía.

LO EXTRAVAGANTE

En el listado elaborado por los autores consultados respecto a las categorías estéticas se incluye también lo *Extravagante* o grotesco, un fenómeno que siempre incluye la presencia de algo extraño, fantástico, irreal o antinatural. Es una manifestación artística que busca alejarse de la realidad, destruye los ordenes naturales. Lo extravagante es también lo absurdo y, en este sentido, no solamente se da en el mundo de lo fantástico, sino también en la realidad que quiere pasar por racional.

El mundo de lo extravagante muestra las contradicciones en una realidad que pretende ser coherente. En el arte siempre ha estado asociado a los movimientos rebeldes o inconformistas. Fue extravagante, en su momento y ante lo ojos de los académicos, el Impresionismo, tal como lo fue el Jazz. Lo extravagante pasa a ser asimilado como realidad o permanece como denuncia y manifestación de una humanidad que no se entiende a sí misma, como en los cuadros del Bosco.

APLICACIÓN DE LA CATEGORIZACIÓN ESTÉTICA

Las mencionadas categorías estéticas son un recurso para ubicar y diferenciar los fenómenos estéticos, pues califican o deslindan los distintos tipos de actos estéticos para facilitar su valoración y comprensión.

Permiten discriminar y diferenciar la respuesta emocional que puede provocar o generar cada categoría, pues es un calificativo para el fenómeno. Sin embargo, debemos dejar claro que el acto de otorgar un calificativo estético no implica el haber realizado un análisis del fenómeno, sino solamente una proyección empática, pues las categorías no señalan las posibilidades reales donde se manifiesta lo estético.



CONFIGURACIONES HUMORÍSTICAS

Lo cómico, lo feo o lo bello son arreglos que pueden encontrarse en cualquier aspecto de la vida, ni siquiera será necesario que nos aproximemos al Arte o cualquier otra de las denominadas actividades estéticas para percibir la emoción estética que pueden proporcionarnos, esto se debe a que lo estético no tiene valor en sí mismo. Cada expresión estética responde a su propia escala de valores, de ahí que se suele hablar de una estética de la música y de otra estética del cine, por ejemplo.

Debemos entender pues, que las consideraciones de esas diferentes formas estéticas no pueden referirse a la posibilidad de que existieran diferentes ramas de la filosofía con el mismo nombre, sino que, obviamente, se trata de diferentes manifestaciones estéticas. Para acercarnos al conocimiento estético debemos de entender que se trata de la aplicación del método deductivo, como quedó establecido con anterioridad, por lo que dejaremos establecido que la finalidad del estudio estético es la realización de un análisis.

El hecho de hablar de la estética de la arquitectura, una manifestación integrada al ámbito de las artes, por ejemplo, implica que a tal rama del arte corresponde una manera particular de valorar el suceso estético y que este no será mayor o menor, sino distinto al que pueda darse en el arte literario con la lectura de una novela. No se trata de cual nos emociona más, o si alguna nos lleva a la risa o a las lágrimas, solamente se trata de que cada una de las manifestaciones estéticas son distintas. La sensación que puede provocar la contemplación de un ballet es tan válida como la que nos provoca ver los primeros pasos de un bebé o el triunfo de nuestro equipo deportivo. Son emociones, no las hay ni cultas ni vulgares, son formas de percibir y registrar anímicamente.

En este sentido y con la finalidad de aproximarnos al análisis estético, entendemos que deberemos partir de comprender a cabalidad las características y circunstancias que identifican y dan valor a de-

terminados ámbitos donde puede suceder la manifestación estética. Si no conocemos a fondo los aspectos que determinan y dan valor a las formas de manifestación estética que identifican a cada ámbito, nunca podremos realizar el análisis estético. Anteriormente hemos presentado el panorama que incluye a los diferentes ámbitos donde sucede el fenómeno estético, es un listado con el que hemos ha tratado de establecer los valores que identifican a cada uno, pero como podemos ver, este tipo de conocimiento solamente nos podrá acercar al ámbito mismo, pero no al fenómeno estético en cuestión. Tal es la función del análisis con base a establecer la o las categorías estéticas que corresponden a la manifestación analizada.

Como hemos visto, los autores que han tratado el tema de las categorías en la estética han desarrollado un listado que incluye seis categorías para analizar las manifestaciones estéticas: lo Bello, lo Feo, lo Sublime, lo Trágico, lo Cómico y lo Extravagante. Son categorías que han permitido analizar los fenómenos estéticos y principalmente las manifestaciones artísticas, pero que se revelan insuficientes para analizar los procesos de diseño, que como ya vimos, constituyen un ámbito particular.

Indudablemente lo Bello, como la categoría estética esencial, es también indispensable para ubicar, analizar y calificar algunos aspectos de la calidad estética de los objetos de diseño. Pero lo Feo, tan socorrido como sostén del impacto estético en muchas manifestaciones del arte no puede ser aplicable a los objetos de diseño. No por esto se debe entender que no puedan existir objetos de diseño que resulten feos, pero esta fealdad no podrá manejarse en el sentido de voluntad estética, sino que ser, como se mencionó al detallar y explicar las categorías, el resultado fallido o como resultado del paso del tiempo, lo que en relación a la terminología relativa a los procesos de diseño, se conoce como lo fuera de moda o demodado. La fealdad que algunos espectadores pudieran percibir en algún objeto no lo es para otros, su percepción les indica algún aspecto atractivo que les motiva a aceptar tal objeto, sin embargo no lo calificarán de bello, sino de simpático, chistoso, adornado y otros adjetivos similares que al entendido en la materia le pudiera permitir calificarlo como objeto cursi o kitsch, lo que en término de las categorías nos puede llevar a lo extravagante o lo cómico. A propósito, es conveniente mencionar lo que escribe Stephen

Bayley acerca de la vigencia del gusto o la consideración estética de los objetos de diseño al paso del tiempo: *"Está demostrado que en cuanto a pintura, edificios, diseño, libros, música y comportamiento social, lo que una generación aceptó y disfrutó, será perversamente despreciado en la siguiente. El contraste del gusto de una época contra otra hace que lo pasado se vea como algo curioso y puede llegar a los extremos de lo ridículo e hilarante"*.[220]

Este comentario se refuerza con el Ciclo de la Moda, esquema que presentó James Layer en un número de la revista inglesa "Gusto y Moda" en 1945 y que nos indica los calificativos que se aplican a un mismo objeto al paso del tiempo:

Indecente. 10 años antes de su tiempo
Desvergonzado. 5 años antes de su tiempo
Exagerado. 1 año antes de su tiempo
Elegante. Cuando está de moda
Pasado. 1 año después de su tiempo
Horrendo.10 años después de su tiempo
Ridículo.20 años después de su tiempo
Interesante.30 años después de su tiempo
Revolucionario. 50 años después de su tiempo
Encantador. 70 años después de su tiempo
Romántico. 100 años después de su tiempo
Bello. 150 años después de su tiempo

Como podemos ver, un objeto antes de su tiempo de vigencia es considerado como inadecuado por razones que más tienen que ver con valores de tipo ético que con los estéticos, en su momento adquiere una connotación de aceptable por su valor funcional y operativo, luego empieza a adquirir valores ya relacionados con las categorías estéticas, primero recorrerá las fases de lo simplemente feo y luego pasará a lo extravagante y lo cómico. Treinta años después iniciará una revalorización estética donde será considerado materia de interés histórico, luego será considerado sublime, como muestra de una hazaña de imaginación que se anticipó a su tiempo. Finalmente pasará por una escala de diferentes consideraciones ya puramente estéticas para finalmente, siglo y medio después de su creación será considerado un objeto bello y con valor artístico.

220 BAYLEY, Stephen. *Op. Cit.* Panteón Books. 1992. New York. Pág. XIV.

Lo anterior nos sirve para apoyar la idea de que en nuestra cultura los objetos de diseño no soportan a la fealdad como valor estético, sino que se percibe como carencia. Esto se explica también debido a la naturaleza misma de los objetos de diseño, la función práctica, que es su característica principal y su razón de ser. Este primer postulado establece la categoría esencial y ontológica de los objetos de diseño, explica su razón de ser en la sociedad, al tiempo que lo clasifica e integra dentro de una de las diversas taxonomías que se han desarrollado para analizar o conocer el conjunto de los objetos.[221]

Aunque su principal valor es su valor de uso y aquellas cualidades de tipo practico-funcional que han motivado su realización, es decir, un cometido de función que los convierte ante todo en objetos de comercio, por tanto, el primer valor que se les otorga es de tipo económico. Los objetos aparecen en el contexto del mercado y con un precio específico en dinero, pues como lo ha señalado Gert Selle, los objetos de diseño son, primero que otra cosa, bienes con valor de cambio.[222] Posteriormente y a partir de haber sido comprado, utilizado y aprovechado, el objeto puede llegar a ser considerado con valores de tipo superior o más trascendentes en la cultura humana y que pueden ir desde la consolidación de una fama como producto eficiente, funcional o duradero, la posibilidad de llegar a ser pieza de colección o reconocido por ciertas cualidades expresivas, adquiriendo valor histórico como una acertada respuesta estética a un momento o su importancia documental en diferentes momentos. Pero fundamentalmente, la sociedad industrial genera los objetos con la finalidad de realizar transacciones comerciales, su meta es conservar esta dinámica y la del fabricante ganar un segmento del mercado.

La obtención de un lugar en el mercado, como proveedor de bienes de uso para un sector de la sociedad lo más amplio posible, no se logra solamente ofreciendo la mercancía, se requiere de que el posible comprador acepte adquirir el producto. Desde el punto de vista y con el lenguaje de la mercadotecnia, para que un producto diseñado pueda tener éxito y se convierta efectivamente en un bien de consumo, deberá ser un buen negocio para sus fabricantes, sus distribuidores comerciales y sobre todo, para el comprador y usuario. Si éste no se siente satisfecho con el producto adquirido, más pronto que tarde ese producto desaparecerá y el productor habrá perdido su in-

221 MOLES, Abraham. *Op. Cit.*

222 SELLE, Gert, *Ideología y utopía del diseño*, Ed. Gustavo Gili, 1973. Pág. 158-163

versión. Este fenómeno sucede sean cuales sean las características estético-culturales o la sofisticación del mercado al que se destina. Para que el objeto de diseño sea aceptado por el segmento social que integra su mercado, el producto debe percibirse adecuado a su tiempo, ni antes ni después, pues solamente durante su tiempo de vigencia se le acepta como mercancía, pues se ubica dentro del gusto de sus posibles compradores, aunque por su tratamiento formal pudiera ser inaceptable para otro segmento del mercado. Este fenómeno nos aproxima a ciertas condiciones de la realidad sociocultural que habremos de analizar más adelante. Basten por ahora estos enunciados para anticipar como conclusión que la fealdad no puede ser una categoría estética para los objetos de diseño.



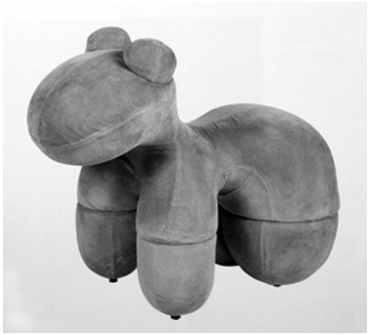
HAL 9000
"2001, una odisea espacial"



DESCONECTANDO A HAL 9000

Tampoco puede existir un producto de diseño que nos haga sentir lo trágico. Como se ha dicho anteriormente, lo trágico es el sentimiento del heroísmo, de la lucha contra una realidad superior pero que se sostiene porque aún en el aniquilamiento, permanece la emoción estética del sacrificio por el interés de la trascendencia. Esta emoción es totalmente ajena a los objetos que tienen valor mercantil y utilitario, porque no tienen una voluntad propia que les impulse a ser participantes de una lucha heroica. Un ejemplo de esta situación sería la computadora HAL 9000 que aparece en la película de ciencia ficción "2001, una odisea espacial", un objeto que no es culpable de haber sido diseñado superior a si mismo, por lo que generó facultades para ser emocional y actuar en consecuencia. Se equivoca y actúa sentimentalmente, lo que le lleva a aniquilar a quienes debía proteger. Finalmente, al saberse derrotada y próxima a su desconexión, ruega por su existencia, es en efecto, un objeto trágico. Pero esta situación de tragedia todavía no es una realidad tecnológica, por lo que seguiremos considerando que lo trágico es una categoría estética ajena a los objetos de diseño.

De igual manera, lo Cómico es inaplicable al diseño, aunque aceptamos que existen productos que manifiestan cierta aplicación del humor y la ironía. Aún así, no podemos considerar que el ser espectador de un objeto de diseño genere las emociones o actitudes que corresponden a lo que nos mueve a la risa. El humor es una referencia indirecta pero dentro de un código que reconocen los iniciados y como vimos anteriormente, la comicidad implica un desentrañamiento que es en sí mismo un acto de creación, pues implica



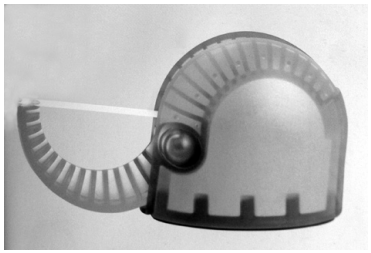
LA GRACIA EN LA FORMA

reconstruir una realidad conocida que por acción bisociativa se refiere a dos realidades, una es la cotidiana que se refiere a lo acostumbrado y otra que se genera por acción de una falsa referencia, lo que genera la situación cómica. Esta es una acción que no corresponde a la contemplación del objeto de diseño, si su configuración resulta graciosa o cercana a lo que se definiría como chistosa debemos entender que es un juicio que se origina en la deformación del objeto, lo que se entiende mejor si se clasifica como una acción extravagante, categoría que efectivamente es inherente al diseño.

Podríamos decir que en su momento, todo objeto de diseño resulta extraño para los grupos sociales que componen los segmentos de mercado ajenos al del destinatario específico del objeto de diseño. Fueron extravagantes las propuestas de diseño del movimiento moderno y las tendencias bauhausianas para el grueso de la población europea del período entre guerras, mientras los intelectuales que lo impulsaban sostenían que su racionalismo, su funcionalismo y su pureza estética eran los únicos valores aceptables en cualquier objeto. Cuando ellos deseaban borrar de una vez por todas el pasado, la mayoría de la población nunca logró entender ese diseño falto de ornato y atractivo visual que finalmente se dejó para ciertas élites. De esta manera, observamos que los objetos de diseño que corresponden a la categoría de lo gracioso o lo extravagante cubren una muy amplia gama de apreciaciones que van desde los que han sido deformados sutilmente y cuyo manejo formal expresa cierto ingenio y picardía. En el otro extremo tenemos la deformación pretenciosa, exagerada y llena de referencias tan obvias como falsas y que merecen los calificativos de naco, cursi y kitsch, manifestaciones que son consideradas peyorativamente por quienes han recibido una mejor educación.

Un objeto extravagante implica necesariamente un manejo de la configuración que trasciende los principios de la relación forma-función y cuya expresión primaria es deformada para exaltar valores plásticos que van más allá del valor operativo o útil del objeto. Esta deformación puede hacerse de cuantas maneras se pueda imaginar, por ejemplo, la caricaturización cuando el objeto deviene en parodia de sí mismo o por la de la exageración de valores que son ajenos al producto.

En el diseño existen multitud de ejemplos en de productos de diseño realizados expresamente buscando la aceptación por despertar el sentimiento de lo gracioso, de aquello que hace sonreír o simplemente de la referencia fantasiosa. Puede parecer un trabajo tramposo, sin embargo hay que aceptar que son productos que se mueven exitosamente como mercancías, uno de los casos menos elaborados o sutiles es el falso llamado a la fantasía infantil, que realmente se dirige hacia quienes consumen que son los adultos y que aceptan ese "diseño de objetos para niños" donde es frecuente la imitación o caricaturización de animales o a referentes fantásticos que tienden a provocar un sentimiento de diversión exacerbado. Es frecuente el caso de edificaciones, sean parques de diversiones, comercios específicos, escuelas preprimarias, salas de espectáculos y muchos otros que recurren a ciertas referencias formales como castillos medievales, el circo, el zoológico, los personajes de cuentos e historietas y un largo etcétera.



EXTRAVAGANCIA EN EL DISEÑO
Expedidor de cinta adhesiva

Con mayor grado de elaboración, o de cuidado en el diseño, para dirigir productos hacia el mercado adulto se han desarrollado ciertos productos que contienen un componente humorístico, que es referencia caricaturizada, pero que se ajusta funcionalmente al producto logrando su aceptación en el mercado gracias al efecto de comunicar juguetonamente cierta alegría de vivir. Tal es el caso de los objetos Alessi, marca de productos industriales cada vez más reconocida y cuya característica particular y distintiva es precisamente el detalle de humor en la configuración del producto sin perder sus cualidades de función operativa. También, podemos incluir dentro de este tipo de objetos de diseño algunos generados dentro de las tendencias formales del deconstructivismo o del diseño retro, que son aceptadas precisamente por incorporar destellos de humor y gracia.

Lo Sublime, como sentimiento de la grandeza y del máximo disfrute, corresponde a una categoría aplicable a los objetos de diseño, pero con la condición de que ya no funcionen operativamente como tales, exactamente, como lo ha dicho Octavio Paz, (In-Mediaciones) cuando el producto industrial se ha enfrentado a su destino como deshecho en el basurero o para alcanzar el nivel de sublime, como testimonio en el museo. Ninguna de las dos opciones conserva el atributo

o razón de ser del objeto que es la de ofrecer un servicio como su cometido de función operativa. En el ciclo de la moda vemos que rebasando el momento en que el objeto viejo se reconsidera y se encuentra interesante, tal objeto, si logra permanecer en la memoria y contemplación de los espectadores, empieza a ser considerado por los críticos como Revolucionario para su momento; Encantador y digno de ser conservado como propiedad para los coleccionistas y estetas; Romántico, es decir, con ciertos tintes de heroicidad por parte de su autor por haber desarrollado algo tan en contra de la corriente de su tiempo y precisamente por eso muy atractivo para los museos. Finalmente, el objeto será considerado paradigma de una belleza que entonces se considerará clásica y representante de la permanencia y conjunción de valores eternos, es decir, Sublime.

Sin embargo, las categorías estéticas que se han mencionado como aplicables a los objetos de diseño, Belleza, Extravagancia y Sublimación, no alcanzan a cubrir los valores emocionales que nos relacionan con todos los objetos de diseño, pues se trata de un tipo de relación empática que tiene el principal objetivo de promover el deseo de posesión por quien contempla, muy diferente a la relación con el arte, cuya experiencia es la contemplación vivencial. La diferencia fundamental estriba en que las categorías estéticas para valorar las artes obedecen a la contemplación desinteresada, mientras que la estética de los objetos de diseño debe corresponder al carácter eminentemente utilitario de estos objetos.

Entonces y con referencia a lo explicado anteriormente, tenemos que las categorías tradicionales que permanecen vigentes para valorar los objetos resultantes de los procesos de diseño son la Belleza, lo Sublime y lo Extravagante, pero no resultan suficientes para cubrir o explicar la gama de sensaciones estéticas diferentes que nos proporcionan los objetos de diseño. Buscando abarcar estas emociones, proponemos la inclusión de algunas nuevas categorías que reúnen el disfrute de su contemplación con el disfrute por el uso del objeto: La Eficiencia, la Simbolización, la Novedad y la Elegancia.

3.5 LA EFICIENCIA FUNCIONAL, CATEGORÍA ESTÉTICA



ESTÉTICA DE LO FUNCIONAL

Los objetos de diseño encuentran su razón de ser en su posibilidad de ser útiles y brindar un servicio, de manera que un objeto será valorado en la medida en que cumpla acertadamente con las expectativas del usuario. Esta característica primordial de los objetos constituye su cometido de función, donde observaremos diferentes grados de *eficiencia* como valores fundamentales en la relación de los objetos de diseño con el ser humano.

La eficiencia es una cualidad de los objetos útiles que motiva el deseo de su posesión y provoca reacciones de tipo emocional que van más allá del aprovechamiento práctico. El tronco de un árbol caído que se utiliza como palanca para mover una piedra, ha dejado de ser una cosa y pasa ser objeto en cuanto ha sido aprovechado funcionalmente, pero si el tronco resulta ser de un material más resistente y duro que otros, si tiene un tamaño que lo hace más versátil y una superficie que no lastima las manos, el hombre que lo ha usado tenderá a conservarlo y el objeto pasará a ser su palanca. Esta posesión establece ya una relación de gusto y ser dueño de esa palanca podrá ser motivo de distinción en un grupo de personas, pues haber tenido la fortuna de encontrar tal palanca y el tino de saber aprovecharla pasan a ser razones de prestigio. Este ejemplo que describe un tipo de relación muy primitiva entre el hombre y el objeto, que no ha tenido que ser ni planeado ni manufacturado, sino que era una cosa que simplemente fue hallada y seleccionada, nos permite postular a la eficiencia funcional de los objetos de diseño como una categoría estética, pues genera relaciones de tipo empático entre el objeto y su poseedor, quien recibe una satisfacción placentera debido a la calidad en el comportamiento funcional del objeto.

Al respecto, el teórico checo Jan Mukarovsky (1891-1975) reflexiona sobre lo que denomina *“pensamiento funcionalista”* y lo menciona como el cambio radical que transformó al ser humano a partir de la



MUKAROVSKY
"Las cosas y personas son portadoras de funciones"

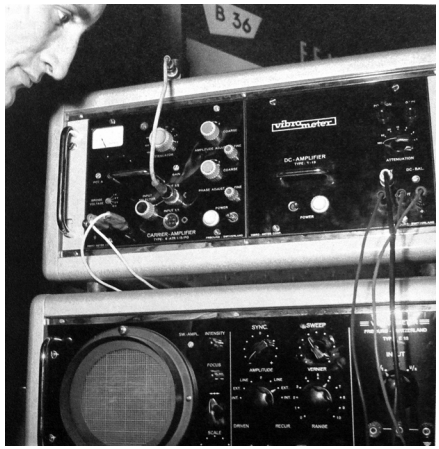
revolución industrial, los postulados de la ciencia y los avances tecnológicos. A partir de estos momentos, la humanidad no pudo seguir siendo como había sido, pues para aprovechar las ventajas que le ofrece la automatización debió acoplar su pensamiento y organizarlo de acuerdo a los procesos de mecanización que fuimos creando. *"El funcionamiento de las máquinas regulan retroactivamente la actividad humana y le obligan, imitando a su creación, a especializarse también en una sola actividad, o más bien, a una sola fracción de un acto, que en virtud de su especialización ejecuta casi a la perfección mecánicamente. El hombre establece la idea que habrá de señalar un cambio de actitud histórico y del que no habrá manera de regresar: cuanto más perfectamente se adapta algo con miras a un fin, más exactamente se puede alcanzar el fin. Las cosas y personas empiezan a ser vistas como portadoras de funciones, entienden sus diferencias y coincidencias mutuas, como diferencias y coincidencias funcionales"*.[223]

El pensamiento funcionalista, explícito e implícito, pero siempre eficaz, se apoderó de la sociedad durante la primera parte del siglo XX y por lo que se vislumbra, es una manera de entender la vida que habrá de permanecer en esta sociedad que depende cada vez en mayor medida de la tecnología y la industrialización. Los esquemas funcionales no pueden ser rechazados ni olvidados, tan sólo podemos ir hacia delante y repensar la mejor manera de aprovechar esta nueva realidad y continuar hasta sus últimas consecuencias. Dice Mukarovsky: *"El equilibrio de la relación natural del hombre y su naturaleza ha sido alterado, pero no por eso podemos rechazar al funcionalismo porque es inútil pensar en devolver a la humanidad al estado anterior"*.

Aunque desde finales del siglo XVIII el pensamiento funcionalista ya operaba en los grupos sociales más cercanos a las novedades que planteaba la creciente e avasallante revolución industrial, es hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando se manifiesta en los movimientos artísticos y de lo relacionada con la estética. Durante el período de *Modernismo* o el *Art Nouveau* se plantea la necesidad de hacer un arte que responda y funcione para una sociedad que no puede volver sobre sus pasos y a los estilos del pasado. Sin embargo, estas ideas no llegaron a cuestionar el fondo de la relación funcional entre el hombre y su espacio, se innovaron formas y tecno-

223 MUKAROVSKY, Jan. *Signo, Función y Valor.* Ed. Plaza y Janés. 2000, Bogotá

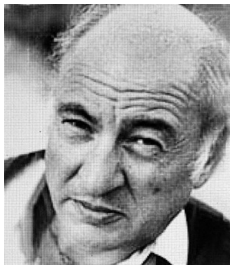
logías, pero fue un cambio que alcanzó solamente los aspectos decorativos conservando las formas de vida y los conceptos del espacio.



NOS HEMOS ADAPTADO A LA IDEA DE LO FUNCIONAL

Las explicaciones mecanicistas, la eficiencia funcional y los conceptos intelectuales racionales y positivistas se generalizaron como postura filosófica desde el período entre guerras, cuando se manifiestan abierta y totalmente en todas las áreas de las actividades humanas como demostración del triunfo del pensamiento científico y rebasan su propio campo, por lo que tienen una fuerte repercusión en el arte. En las artes plásticas y sobre todo en la arquitectura, estas ideas dieron paso al movimiento moderno, una corriente de pensamiento que privilegiaba directamente a los objetivos funcionalistas cuyos planteamientos significan que la configuración del edificio habrá de supeditarse a las labores del hombre que lo habita. Le Corbusier sentencia que “la casa es una máquina de habitar”, así, la vida se concibe como el acto de habitar y éste como una serie de objetivos bien determinados y unívocos que corresponden a otras tantas funciones, cada una relacionada con determinados actos vitales.

Sin embargo, es hasta la segunda mitad del siglo XX, después de la terrible experiencia de la segunda guerra mundial, cuando la humanidad adopta completamente los esquemas de organización que corresponden al pensamiento funcionalista. Este cambio, indudablemente uno de los más intensos y radicales que ha experimentado la humanidad a lo largo de su historia, ha requerido de diversos análisis filosóficos, desde la visión puramente material y estructuralista hasta lo que actualmente corresponde a los planteamientos del pensamiento posmoderno, postura que ha surgido ante la superación de los primeros planteamientos funcionalistas que solamente alcanzaban a entender los aspectos directamente relacionados con la utilización práctica y operativa, dejando de un lado otro tipo de funciones de carácter anímico que ya hemos constatado, dado que los objetos de diseño cubren o satisfacen una serie de funciones que no corresponden estrictamente a sus funciones predeterminadas. Las actividades humanas y el uso que podemos dar a cualquier objeto no son unívocas, sino que son relaciones que se combinan mutuamente en una serie de síntesis muy complejas. *“Las funciones no son un agregado superficial al hombre, están ancladas a su misma naturaleza, (...) Para asegurar su equilibrio psíquico y físi-*



MORÍN
"El pensamiento complejo"

co, el hombre necesita poder actuar (funcionar) de muchas maneras diferentes frente a la realidad natural y social. Hay muchas necesidades contradictorias que limitan la libertad funcional del hombre".[224]

Ahora, cuando podemos ver con cierta distancia las ventajas materiales que se han derivado de una sociedad regida por el pensamiento funcionalista, pero también con una postura crítica para asimilar las promesas que en su momento se hicieron por la ciencia y la tecnología, podemos aprovechar el pensamiento funcionalista si se supedita a objetivos de mayor importancia como la industrialización sustentable o la comprensión de los fenómenos sociales y científicos como realidades con un grado de complejidad mucho mayor que el inicialmente planteado. Si el pensamiento funcionalista y moderno se esforzó por reducir todo a sus esquemas, la visión de la complejidad es ahora la propuesta que enriquece la comprensión de la realidad, aunque dificulta infinitamente su explicación.

Uno de los intentos más consistentes para analizar y describir la complejidad humana se debe al filosofo francés Edgar Morin (1921-), en sus textos plantea una complejidad multidimensional al mismo tiempo interrelacionada: la complejidad antropológica, sociológica, ética, política, histórica, que son visiones diferentes y complementarias para un mismo fenómeno: lo humano. Según Morin, las diferencias de mitos, creencias, lenguas, costumbres, han ocultado la común identidad bio-antropológica de la especie humana y es preciso, si queremos la continuidad de la especie, recuperar esta unidad conservando sus diferencias para compartir un destino que nos es común porque vivimos en la misma tierra, que no es la adición de un planeta físico, más biosfera, más la humanidad. La tierra es una totalidad compleja físico-biológica, antropológica, donde la vida es una emergencia de la historia y el hombre una emergencia de la historia de la vida terrestre, no somos ciertamente, dice Edgar Morin, el centro cósmico, pero no nos concebimos sin el cosmos. *"Hasta ahora hemos ignorado algunas realidades que conforman nuestro destino, hemos ignorado que estamos perdidos en el cosmos, que la vida está sólo en el sistema solar y sin duda en la galaxia, que la tierra, la vida, el hombre, la ciencia, son frutos de una aventura singular llena de peripecias y repercusiones sorprendentes; que el hombre forma parte de la comunidad de la vida aunque la conciencia humana, nuestra conciencia, sea un fenómeno solitario".*[225]

224 MUKAROVSKY, Jan. *Op. Cit.*

225 MORIN, Edgar. *Introducción al Pensamiento Complejo.* Editorial Gedisa. Barcelona, 1995.

Según las ideas del pensamiento complejo, la base de las políticas de desarrollo deben reconsiderase a partir de un juego contradictorio y a su vez, complementario de acciones que conduzcan a conservar y revolucionar la vida. La humanidad debe unir dos finalidades aparentemente antagonistas, la supervivencia de la humanidad y la persecución de la humanización. La primera es conservadora, trata de salvaguardar las diversidades culturales y naturales. La segunda finalidad es revolucionaria, se trata de crear las condiciones para que la humanidad se cumpla como tal en una sociedad-comunidad de las naciones. Ambas finalidades plantean una paradoja inevitable: la conservación necesita la revolución que asegure la prosecución de la humanización, la revolución necesita la conservación no solo de nuestros seres biológicos sino también de la adquisición de nuestras herencias culturales.

La comprensión de nuestra realidad como un fenómeno complejo nos permite superar la visión positivista según la cual la humanidad era una realidad independiente a las tramas que va tejiendo la vida en el planeta. Sin embargo, no podemos hacer a un lado las ventajas de la organización social que se dicta privilegiando el pensamiento funcionalista, que de cualquier manera es el esquema operativo que constituye la trama visible donde se tejen las estructuras de nuestra sociedad posmoderna. Ya no podemos separar nuestra existencia como especie que habita este planeta de la realidad que constituyen el desarrollo tecnológico y los avances científicos, nadie pensaría en la posibilidad de revertir lo avanzado ni en abandonar el camino de la sociedad industrializada y de su pensamiento funcionalista, pero necesitamos y debemos encontrar el sentido responsable en los términos que ha planteado Edgar Morin. Esta realidad afecta profundamente al quehacer del diseño, pues los objetos pueden mejorar sus prestaciones porque han sido fruto de una técnica que ha ido evolucionado hasta constituir tecnología, aquí cabe hacer una distinción entre lo que entendemos como la técnica y lo que implica el concepto de tecnología.

El término griego *“téjnee”* que se aplica para identificar la habilidad con que se realiza algo de buena manera, y que se ha relacionado frecuentemente también con el origen del concepto de arte, en nuestro idioma ha derivado etimológicamente hacia el término “técnica” con el mismo significado que en su lengua de origen. La técnica, de acuerdo



a los diccionarios, es un conjunto de conocimientos para la ejecución de obras de arte, un oficio o una ciencia, también se refiere como la habilidad psicomotríz para ejecutarlos. Como vemos, es una definición muy vaga y poco acorde con los conceptos de nuestra sociedad que, por cierto, ha sido definida como una sociedad tecnificada. En nuestro medio, la técnica es un saber acumulado para entender el comportamiento de las cosas materiales y lograr su aplicación o aprovechamiento en la construcción de objetos. Ambos, cosas y objetos pueden ser de carácter material, como el lograr aprovechar una rama para hacer un bastón, o más elaboradas como aprovechar la fuerza de una corriente de viento para mover una embarcación. La técnica también permite aprovechar cosas y objetos abstractos, como el saber organizar un grupo de personas para lograr un objetivo, por ejemplo, una coreografía.

El conocimiento técnico es de la habilidad y para la ejecución, la técnica sabe que tal acción tendrá tal o cual reacción, pero no explica la razón del fenómeno ni podría conformar el conocimiento teórico para extrapolar o incrementar los conocimientos, tales acciones ya estarían en el papel de lo científico. La comprensión científica de las causas permitirá, lógicamente, derivar y ampliar el aprovechamiento de los fenómenos si a partir de los conocimientos validados científicamente se desarrolla una tecnología. Entonces, tenemos que la técnica permite aplicar un conocimiento y la ciencia explicar sus causas, validar las razones y derivarla al conocimiento organizado, probado y sustentado que denominamos tecnología. La técnica y la ciencia son conceptos globales y abstractos, mientras que la tecnología constituye un bien material.

El concepto de tecnología responde a un término de cuño mucho más reciente. Es un anglisismo que se deriva de los términos griegos *"téjnee"* y *"logos"*, lo que podría traducirse como *"un saber de lo técnico"*. La tecnología se considera una acumulación de conocimientos documentados, sustentados y ordenados de tal manera que constituyen una mercancía. No debe confundirse con el secreto industrial, que es un conocimiento de carácter técnico que se ha descubierto y con el que se logra la producción de algo, pero que, como la famosa receta de la Coca-cola, que no es una fórmula química y que no se divulga porque en ella radica el negocio de la empresa. Por otra parte, tenemos que la tecnología no es necesariamente un descubrimiento de-

rivado de la técnica o la ciencia, aunque efectivamente puedan estar muy relacionados, existen empresas que se dedican exclusivamente al desarrollo de tecnologías, como en el ramo de la medicina que se puede adquirir todo el paquete de métodos, equipos, instrumentos y recursos para realizar las más avanzadas operaciones quirúrgicas.

Nuestra civilización se sostiene en la propiedad de la tecnología, pues las naciones que tienen los mayores avances en esta materia son las que dominan al mundo. Los frutos de la tecnología constituyen nuestro entorno en la forma de objetos que se han diseñado para satisfacer necesidades, cumplir cometidos prácticos y dar cuerpo a los deseos. Hemos creado una segunda naturaleza formada por los objetos de diseño, desde la ciudad, las calles, los edificios y las viviendas constituyen y componen este medio en el que suceden nuestras vidas. Incluso los objetos naturales pasan a formar parte de la naturaleza de objetos, los parques y jardines son creaciones de artificio donde los componentes naturales viven fuera de su contexto y son adaptados a un nuevo entorno y convivencia diseñado por el hombre.

Hablar de lo estético en los productos de la tecnología pudiese parecer a primera vista un intento forzado por vincular dos cosas que habitualmente vemos como aisladas, todavía está muy difundida la idea de que lo estético se refiere únicamente a la búsqueda o apreciación de aquello que suele verse como bello y en el campo de las artes. Sin embargo, hoy en día esta aproximación ha cambiado y tal como escribió Omar Calabrese (1949-) a propósito de lo estético *"... ya no es más el territorio de lo bello... es el territorio de la 'aisthesis', como la entendían los griegos, es decir, la percepción del mundo."* [226]

En este sentido resulta muy útil recordar la manera en que el maestro Juan Acha diferencia lo artístico de lo estético al acotar que en la copia de una obra de arte lo único que se pierde es el valor artístico ya que el valor estético permanece. Esta es una idea que Acha complementa al supeditar lo estético *"al conjunto de preferencias y aversiones mediante las cuales entablamos relaciones diarias e inmediatas con la realidad"*.[227]

Según esta definición, la estética es una forma de vincularnos al mundo que se puede dar en cualquier momento y sin la necesidad de vernos involucrados en experiencias altamente elaboradas.



CALABRESE
"El territorio de la aisthesis"

226 CALABRESE, Omar. *La estética a finales del milenio, entrevista en Forma, No 4/1,* Talleres Gráficos Universitarios de la U.L.A., Mérida, 1999, p.12.

227 ACHA, Juan. *Op. Cit.* Trillas, México, 1990, Pág.22



HOSPERS
"Saborear la experiencia de percibir"

Con base a lo anterior, trataremos de revisar los términos o parámetros mediante los cuales vamos a abordar la estética de los objetos que emanan las disciplinas de diseño, sea arquitectónico con las casas que habitamos y los espacios donde trabajamos, sea industrial que incluye a los objetos que produce la industria o sea el relativo a eso que hemos denominado moda y que se refiere a los objetos accesorios que proyectan una imagen de nuestra persona.

En primer lugar nos vemos en la obligación de aclarar, sin duda alguna, la posibilidad de que estos objetos nos brinden realmente una experiencia estética, pese a que en nuestro acto de consumo, es decir cuando los hemos hecho nuestros, los hemos seleccionado por que los hemos considerado más bellos que sus similares. Sin embargo, el juicio de belleza o aceptación de una figura no implica la experiencia estética. Hay autores, como John Hospers (1918-), que niegan esta posibilidad, pues ha llegado a decir que la *"forma estética de contemplar el mundo es generalmente contrapuesta a la actitud práctica o aquella que sólo se interesa por la utilidad del objeto en cuestión"*.[228]

Es una apreciación con la que no podemos estar totalmente de acuerdo, dado que si algo es verdaderamente difícil de determinar es el momento a partir del cual el receptor del fenómeno estético se desvincula totalmente de lo útil y pasa a una dinámica centrada en lo que el mismo Hospers define como el "saborear la experiencia de percibir" en sí misma.

Ahora bien, si evaluamos el planteamiento de Hospers desde la perspectiva que ofrece la etimología del término estética, es decir, desde aquella primera definición que lo consideraba como *"aquello que es perceptible a través de los sentidos"*, encontraremos que si bien es cierto que el impacto estético es inmediato, también es cierto que como resultante de un acto de percepción, se ve mediado por procesos de selección, ordenamiento e interpretación del tipo de información que propicia esa forma de placer. De ahí que podamos referirnos a ese impacto como a una experiencia significativa, donde el objeto estético no debe estar necesariamente desvinculado de su capacidad para ser útil.

De hecho, el diseño de un objeto tan cotidiano como nuestra vivienda, por ejemplo, puede generar el impacto placen-

228 HOSPERS, John. *Estética: Historia y fundamentos*, Ed. Cátedra, Madrid, 1997, Pág.99

tero al elevar el acto funcional que lo define, nuestro espacio para la vida cotidiana, a una secuencia de actos metafóricos.

Esta aseveración nos conduce a un razonamiento importante, pues podemos concluir que gran parte del valor estético de los objetos de diseño pueda considerarse de acuerdo a la actividad que ejecutan, pues como dice Fernando Martín Juez el buen objeto es prótesis, bueno para usar, y metáfora, bueno para pensar.[229]

Esta interpretación tiene implicaciones para el acto de concebir la razón estética del objeto, al respecto, Lucius Garvin (1908-1977), filósofo americano experto en temas relacionados con la ética, propone *"visualizar la configuración de sus rasgos físicos de manera semejante a las palabras de un poema, es decir, como rasgos estéticamente elaborados para suscitar significados más allá de la simple expresión de la función a la que aluden"*.[230]

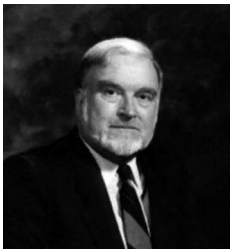
Deberemos entender que no es la función práctica, o la utilidad del objeto, lo que aquí interesa sino las asociaciones mentales que éste suscita en torno a esa función. También, que la interpretación o "lectura" de esos rasgos viene a darse de manera subjetiva y por ende mediada por el interés selectivo de quien percibe o capta el objeto.

Hablar de la estética de los objetos útiles, sea una habitación o su mobiliario, un espacio descubierto, un jardín, el automóvil o nuestra ropa, implica necesariamente considerar su función como la experiencia a través de la cual se presentan, pues sólo a través de tal función sabremos valorar con certeza todas sus cualidades y significados. Esta es una faceta de la estética de los objetos que se ha tratado de sustentar de manera científica.

Una de las primeras publicaciones al respecto ha sido la recopilación de ensayos y reportes de ciertos experimentos sobre apreciación estética que aparece en el libro *"Psicología y artes visuales"*. Es una presentación de trabajos realizados a partir de 1950 para contrastar y evaluar diversos métodos para conocer los mecanismos psicológicos que nos llevan a manifestar diversas preferencias e impactos emocionales de tipo estético. Desafortunadamente, como la búsqueda se ha

229 MARTÍN JUEZ, Fernando. *Op. Cit*

230 GARVIN, Lucius. *"The paradox of aesthetic meaning"* en Susanne Langer (ed.) *Reflections on art: a source book of writing by artists, critics and philosophers*, Oxford University Press, Londres, 1968.



CSIKSZENTMIHALYI
"La postura emocional"

centrado en los procesos mentales y en la percepción de algunas representaciones plásticas, no se lograron conclusiones de tipo práctico u aplicable para esbozar algunas bases teóricas que se encaminaran al estudio de la relación anímica entre el hombre y los objetos.[231]

Por su parte, Mihaly Csikszentmihalyi (1950 -), psicólogo de los Estados Unidos, desarrolló en la década de 1980 algunos trabajos de investigación y experimentos de carácter mercadotécnico para evidenciar que la preferencia estética de los objetos está marcadamente determinada por lo que denominó la *"postura emocional"* que asume el posible futuro propietario cuando los percibe.[232]

De manera que podemos asegurar que al apreciar estéticamente a los objetos de diseño no es posible desvincular su uso o función de su aspecto o cualidades formales perceptibles. Esta es una idea también defendida por el artista británico James Somerville (1936 -), quien lo ha aplicado al campo de la pintura. Según él, en nuestras *"descripciones estéticas"*, es decir, la información en torno a cómo son las cosas, está mediada por la información en torno al tipo de cosas que son y afirma que *"las descripciones estéticas sólo son posibles si tomamos como base el hecho de que tanto quién la emite (un crítico, por ejemplo), como el que la escucha saben de antemano a que tipo de objeto se refieren"*.[233]

Abundando sobre el mismo tema, tenemos que Abraham Moles nos aclara que la estética de un objeto de uso cotidiano se construye sobre *"las variaciones que puede sufrir el mensaje objetual sin alterar notablemente su significación funcional básica"*. En otras palabras, que *"lo estético del objeto cotidiano se erige alrededor de su función"*. Esto es precisamente lo que caracteriza el sentido metafórico antes mencionado, ya que a través del objeto *"se objetiva no sólo una función, sino también a una forma de verla realizada; exponiéndonos no sólo a un objeto sino también una manera de sentirnos frente a esa función"*.[234]

El acto creativo implica realizar la síntesis configurativa por la que el diseñador establece el concepto de diseño, la configuración y las características del objeto. El diseñador realiza un proceso dialéctico en el que enfrenta los requerimientos que desea para el objeto con las posibilidades reales y materiales que le permitirán, has-

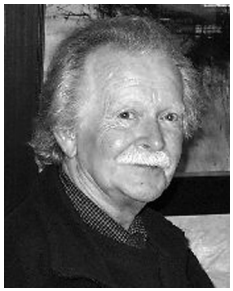
231 HOGG, James y otros. *"Psicología y artes visuales"* Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1969

232 CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *"Design and order in everyday life"* en V. Margolin y R. Buchanan (ed.) *The idea of design: A design issues reader,* The MIT Press, Cambridge, 1995,Págs.118-126

233 SOMERVILLE, James. *Are there aesthetic qualities? Documentos del XI Congreso Internacional de Estética,* Nottingham-Inglaterra, 1988, Pág.208.

234 MOLES, Abraham. *Op. Cit.*, Gustavo Gili, Barcelona, 1975, Pág.50.

ta cierta medida, su satisfacción. Es una labor en que solamente se va vislumbrando el objetivo, que nunca puede plantearse en términos definidos precisamente porque se desconocen las posibilidades que puede brindar la imaginación creadora para resolver lo que no se ha planteado como problema, sino solamente como deseo. Esto nos lleva a entender al diseñador en términos semejantes a como el pintor Pablo Picasso describía su trabajo cuando dijo: *"cuando pinto, lo que quiero es mostrar qué he encontrado, no que buscaba"*.[235]



SOMERVILLE
"Descripciones estéticas"

Monroe Beardsley (1915-1985), filósofo americano que desarrolló la teoría instrumentalista, define lo que es una *"experiencia estética"*, para él se trata de *"un tipo de experiencia de cierta intensidad que se devela ante su espectador de manera continua, coherente e inconclusa, interrelacionando los componentes del objeto en torno al cual se construye"*.[236]



PINTURA DE SOMERVILLE

Desde nuestro punto de vista, esta definición nos ayuda a sostener lo que hemos esbozado y nos permite llegar a algunas conclusiones fundamentales en relación a la experiencia estética de los objetos de diseño. Primeramente, que a diferencia de la relación con el arte que actualmente escapa a la mayoría de la población, todas las capas de la sociedad entran cotidianamente en contacto con los objetos de producción industrial y tecnológica, por lo que debemos tener claro que su dinámica expresiva debe permitir que la sensibilidad de las personas que habrán de establecer una relación emocional o práctica, les habilite para la vivencia estética en su relación cotidiana con los objetos, es decir, el diseñador debe conocer con mucha claridad las características socioculturales y por ende los gustos de los sectores que, entendidos como mercado, se identificarán con tales objetos.

Otro aspecto importante es que todas nuestras experiencias estéticas dependerán del reconocimiento a la función del objeto que, a manera de identificación primaria, evita que el impacto estético se vea malogrado o desvirtuado. La experiencia estética es una actividad mental que, por su naturaleza casi automática, se da en gran parte de manera inconsciente, pero que se incorpora por medio de los sentidos corporales.

La interpretación de lo percibido sensorialmente para que se asuma como experiencia estética, depende de las vivencias acumula-

235 KALHER Erich, citando a Pablo Picasso. *La desintegración de las formas en las artes*, Siglo XXI, México, 1978, Pág.56.

236 BEARDSLEY, Monroe Curtis. Aesthetics: Problems in the philosophy of criticism, Harcourt, Brace & World, New York, 1958, Pág.527-529.

das (conocimiento) y de esa actitud que el ya citado Csikszentmihalyi definió como “postura emocional” y que es la actitud que frente al objeto, y lo que éste representa, asume la persona involucrada. Esta postura implica un pre-juicio en el sentido real de la palabra, un acto de valoración inmediata e inconsciente que nos lleva a favorecer ciertas características del objeto o por lo menos el énfasis o atención que ponemos sobre algunos de sus aspectos, condicionando a su vez aquello que vivenciamos como parte de esa experiencia.

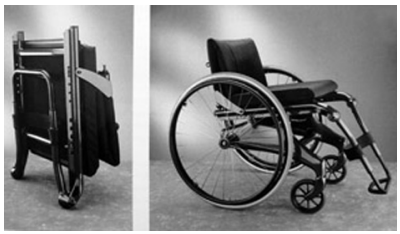
Finalmente, otra conclusión fundamental es que la experiencia estética de quien crea el objeto no es la misma, ni siquiera similar, a la de aquel que lo contempla o usa, aún cuando en las experiencias de ambos exista un sentido de descubrimiento que parezca unificarlas.

Esto último es sumamente importante, la experiencia estética de quien desarrolla el proceso de diseño y logra la síntesis configurativa no es sensorial como la de quien lo contempla, es exclusivamente mental y se encuentra en la calidad emocional del acto creativo mismo. Como hemos ya mencionado, la calidad del proceso de diseño es consecuencia de la comprensión al proceso de síntesis entre lo postulado por los factores que condicionan su forma y a la dialéctica entre lo requerido o deseado contra lo materialmente posible. Esta calidad permite en mayor o menor grado el acoplamiento entre factores, la identificación de un concepto configurativo con sus materiales, sus funciones operativas, u entorno y las características estéticas del producto serán consideradas más afinadas, más limpias o puras en la medida en que se cumpla con la mayor sinceridad para el tratamiento de todos los factores y posibilidades que intervienen.

Entonces, el acto creativo en sí mismo es el objeto estético del proceso de diseño. El diseñador lo disfruta y proyecta su placer por medio de la calidad de la síntesis, no de sus características formales, que paradójicamente, es lo primero que percibe el receptor del fenómeno estético, que lo hace en calidad de espectador. Por otra parte, tenemos que existen diferentes espectadores, dependiendo de su grado de interés o involucramiento con el objeto de diseño.

El espectador puede ser el propietario, aquella persona que mediante un acto volitivo y conciente decide adquirir el objeto, esta

persona ha sido atraída por las características operativas o funcionales del objeto, lo adquiere porque necesita del cumplimiento de esas funciones para satisfacer alguna necesidad, sea objetiva o subjetiva. Su preferencia se ha dirigido al objeto porque le ha proyectado una imagen que corresponde a sus expectativas y deseos, de ahí que lo valora en el sentido de haberlo "hecho suyo".



Otro espectador será el usuario, la persona que probablemente no lo ha seleccionado en un acto de adueñamiento, pero que entra cotidianamente en acción práctica con el objeto. Su apreciación será en la medida en que el objeto le facilite realizar las acciones o cometidos para los que el objeto ha sido diseñado. Para él, como dice el ya mencionado profesor Martín Juez, el objeto *"es fundamentalmente una prótesis"* (del griego *próthesis*, colocar delante)

Otro espectador puede ser aquel esporádico que solamente lo contempla, que no lo utiliza pero que lo observa, para quien el objeto de diseño se presenta como parte del paisaje o de su ambiente. El objeto, de manera individual o como parte de un conjunto en el que puede o no ser armónico, provoca un disfrute debido a que sus valores formales logra captar nuestra atención.

También está la persona que trabaja con el objeto pero que no lo utiliza. El plomero que llega a construir o reparar esa parte del edificio, el albañil que levanta el muro o que coloca la ventana. El técnico que llega a reparar al equipo de aire acondicionado o a la fotocopiadora.

Tantos posibles espectadores que resultan innumerables. Cada uno tendrá una percepción distinta de las cualidades estéticas del objeto. Porque el disfrute estético de los objetos de diseño no se limita, como en el caso del arte, a la contemplación, sino que se deriva de la función y el cometido que se habrá de cumplir con él.

Nadie se limitará a contemplarlo desinteresadamente, sino que apreciará los valores operativos de la configuración en la medida en que satisfagan las expectativas de uso con el objeto. Si somos el propietario, además de sus cualidades prácticas de utilidad y uso, tendremos los significados que nos identifican al objeto, es

símbolo de nuestra persona y adquiere un valor que refleja nuestro estatus social. Manifiesta nuestras preferencias en materia del gusto personal, lo que nos identifica con nuestro grupo sociocultural.

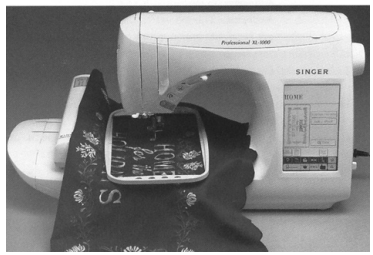
Si la relación se limita a nuestra labor como la persona que le da mantenimiento, valoraremos la configuración del objeto en la medida en que nos permita detectar deficiencias o fallas, el acceso a todas las partes, la posibilidad de recambio de partes, si permite que trabajemos en una postura aceptablemente cómoda, etc. Nuestro juicio estético se supeditará al grado de cumplimiento con tales expectativas, si no cumple adecuadamente nadie podrá convencernos de que se trata de un objeto admirable.

Esta característica es otra diferencia fundamental de las disciplinas del diseño con las artes. Mientras las obras de arte se dirigen exclusivamente a establecer la proyección sentimental o relación empática, es decir, provocar un impacto emocional o estético, los objetos de diseño, como hemos visto, tienden a la satisfacción de necesidades humanas y son agentes que interactúan con los tres valores que rigen al hombre en sus actos cotidianos, la verdad, la bondad y la belleza.

Para valorar un objeto de diseño, será imposible tomar en cuenta un solo tipo de valor. Ni el dueño, ni el más alejado de los espectadores, se referirá a un objeto pretendidamente útil, solamente porque le reconoce como “bello”, deberá también ser ”bueno”, en cuanto cubra las expectativas de calidad y en su relación costo-beneficio y también deberá ser eficiente, término que aceptamos como manifestación del sentido de lo “verdadero” en el objeto, en la medida en que cumpla con el cometido de utilidad.

3.6 LA NOVEDAD, CATEGORÍA ESTÉTICA



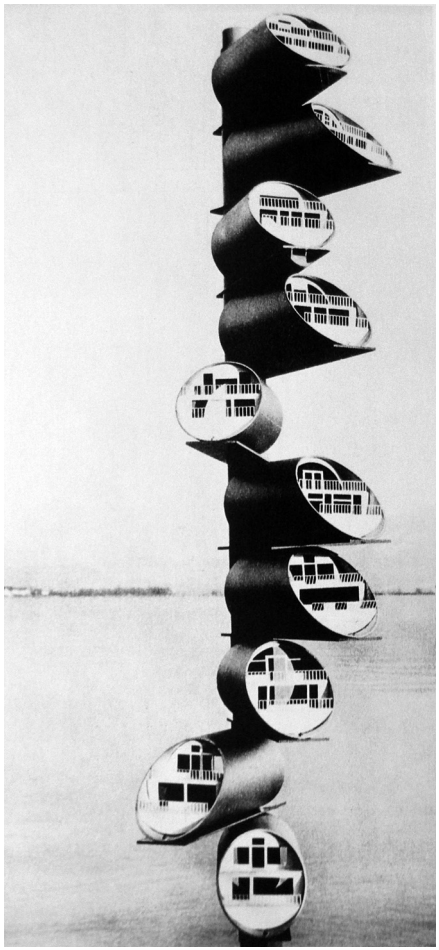


EVOLUCIÓN, EFICIENCIA Y NOVEDAD

Los objetos de diseño tienen un ciclo de vida útil, esto implica que constantemente aparezcan en el mercado nuevas versiones de todos los objetos, mientras otros van desapareciendo. Lo significativo es que automáticamente se presume que los nuevos serán mejores en cuanto a sus prestaciones y capacidades de servicio, que se percibirán como más bellos y que todos los conocedores habrán de adquirirlos. Son razones poderosas que imponen obligaciones y que arrastran a toda la sociedad en esos procesos de cambio, la posición social se sostiene permaneciendo dentro de los límites de vigencia en la moda por medio de la posesión de los objetos más nuevos.

Pero estos planteamientos o expectativas sólo operan si la imagen externa y la configuración del objeto se conjugan para hacer muy evidente la novedad de los objetos, deben hacer sentir el paso del tiempo y sobre todo, las cualidades formales del objeto nuevo deben hacer que el objeto anterior se vea francamente superado. Este es un fenómeno que nos inscribe en la idea de que la constante renovación de los objetos es una manera de manifestar la superación personal y la ostentación de los valores que son aceptados en nuestros ambientes sociales.

La búsqueda de la eficiencia técnica en los objetos se ha convertido en un proceso interminable que obliga a procesos de constante evolución, una sucesión de cambios que ya no persiguen el mejoramiento en las prestaciones funcionales del objeto y que se dirigen realmente al impacto emocional. Un impacto motivado por la certeza de que una nueva versión de cualquier cosa, será necesariamente mejor que la anterior, aunque esta idea de lo nuevo no tiene fundamento real, ya que nada asegura que algo es obligadamente mejor por ser más reciente. Sin embargo las ideas del progreso y la eficiencia están tan arraigadas en nuestra sociedad que damos por hecho el valor superior de la novedad. Así, en nuestra sociedad industrial y de consumo, hemos asumido totalmente que los objetos viven un continuo proceso de mejoramiento.



NOVEDAD Y CAMBIO DE PARADIGMAS
Edificio de departamentos orientables

Con esta idea, es moderno y aceptable solamente lo más nuevo, lo que ha hecho aparecer al concepto de la *moda* como recurso para señalar la pertenencia a grupos sociales y así mostrar nuestro propio progreso. La novedad confiere cualidades especiales a los objetos de diseño. Lo que muestra y demuestra ser nuevo es satisfactorio en sí mismo, las formas clásicas se aceptarán si pertenecen al grupo que ahora está de moda. Hoy puede llevarse lo "minimalista" o lo "mediterráneo", antes eran el "colonial mexicano" y el "provenzal francés", luego será el "orientalista" y así sucesivamente. Estos estilos para la vivienda, para el mobiliario doméstico y el vestuario pasarán de moda y señalarán su pertenencia a un momento específico, no el que les vio nacer originalmente y de donde se inspiraron las versiones modernas, sino la década reciente en que estuvieron de moda. La idea será siempre vivir con lo nuevo como recurso para demostrar un gusto estético refinado debido a estar informado acerca de lo que se ha impuesto recientemente.

El valor de la novedad es un concepto que aparece con el diseño como proceso de producción estética, no se identifica con la producción artesanal ni con el arte, que sostienen valores que no cambian con el tiempo, el valor estético de la pintura rupestre no se modifica ni disminuye porque ya es vieja, una pieza de artesanía tampoco, las "antigüedades" muebles y objetos con más de un siglo de haber sido manufacturadas nunca desmerecen. Los objetos de diseño son diferentes, solamente algunos productos se hacen intemporales y adquieren el valor de objetos paradigmáticos o iconos de su momento. La mayoría, casi la totalidad, se avejentan y son sustituidos por los nuevos.

Desde su aparición el concepto de diseño se ha propagado y ahora se puede aplicar a todos los campos del hacer humano, ya no se limita a las disciplinas del diseño, ahora se habla del diseño de organizaciones, de diseño institucional e incluso agua y hasta drogas de diseño. Todo empieza a ser considerado como objeto de diseño, se aplica tanto a objetos materiales como inmateriales, tanto a los aparatos más comunes de uso diario como a las ideas que se deben utilizar en momentos excepcionales, tanto con el propósito de expresar la belleza como con la intención de resolver problemas prácticos o dar satisfacción a los sentidos.

La sociedad está literalmente inundada de nuevas propuestas y todo indica que son fruto de los procesos de diseño. Lo más impor-

tante que aporta la idea del diseño es que se lleva a cabo a partir de una forma renovada de ver el mundo y una nueva manera de interpretar las necesidades que presenta. Detrás de cada producto de diseño hay una reflexión sobre la realidad que, en mayor o menor medida, consiste en una reinterpretación de las necesidades, los deseos, los gustos y los anhelos de las personas.



CON LA MODA EL OBJETO DEBE EXHIBIR SU NOVEDAD
Sacapuntas 1933

Siempre ha habido personas que determinan cómo deben ser los objetos y las situaciones o alguien que confiere la forma y el color de los objetos, que decide los materiales a utilizar y cuales serán las formas de los objetos y sus maneras de uso. De una manera similar, también siempre ha habido quien establece cómo actuar en unas circunstancias determinadas y que es lo que cabe pensar, lo que se debe creer, lo que es necesario sentir y cuales son los ideales y grandes principios que se tienen que defender. Antes del diseño, las persones que decidían este tipo de cosas eran los maestros de oficios, los líderes morales y todos aquellos otros que transmitían la tradición. Los artesanos, los líderes y los transmisores de la tradición raramente proponían una nueva lectura de la realidad, ni llevaban a cabo ninguna reflexión personal sobre la posibilidad de fórmulas o conceptos alternativos. Es decir, antes de la explosión del diseño, las propiedades formales de los artefactos y las situaciones estaban determinadas por cánones, por unas maneras de hacer y por estilos que raramente se ponían en entredicho.

Con la aparición del fenómeno del diseño, se introduce la idea de que el cuestionamiento a los cánones tradicionales o su replanteamiento arrojarán resultados positivos, así, las dosis crecientes de novedad empiezan a afectar la vida cotidiana de un número cada vez mayor de personas. Desde esta perspectiva, la generalización del diseño representa una modificación radical en el comportamiento de una sociedad que se ve continuamente enfrentada a novedades, de esta manera el diseño aparece como un punto de inflexión que separa nítidamente dos etapas de la vida humana. Es la frontera entre un período en el que las desviaciones respecto de lo convencional eran una rareza y el período en el que esas desviaciones lo afectan todo y se convierten en usuales.

La acción de diseño es una reinterpretación de la realidad y relectura de las necesidades, lo que ha dejado de ser hecho excepcional para con-



BURCET
"Una relación entre lo conocido y lo desconocido"

vertirse en actividades frecuentes que se llevan a cabo por un número cada vez más grande de personas. Si la naturaleza última del diseño está estrechamente relacionada con la introducción de la novedad, conviene observar más de cerca cual es exactamente la mecánica de la novedad.

Tal como veremos a continuación, podemos asumir que, en última instancia, el diseño es un acto de administración de la novedad.

El uruguayo Juan Fló, crítico de arte, analiza en su Ensayo sobre la Novedad y Creación, precisamente estos conceptos y se plantea desde el principio la cuestión de adoptar *"un sentido bastante preciso del concepto de novedad"; proponiendo "medir la novedad por la relación que existe entre una relación productora previa, por una parte, y lo que se deriva de ella, por otra"*. Más concretamente, nos dice que hay novedad *"toda vez que aparece una estructura o un conjunto ordenado de alguna manera sin que la información necesaria para establecer ese conjunto de relaciones en las que consiste la estructura esté incluida en los antecedentes que la producen."* Dicho de otro modo: *"solamente hay novedad cuando la producción de una estructura no está controlada por agentes de igual estructura o de una estructura más compleja de la cual la primera es una parte o una consecuencia".*

Otro autor, sociólogo y experto en temáticas de la comunicación, el catalán Josep Burcet, aporta conceptos sobre la novedad que se basan en la idea de *"la relación entre aquello que ya se conoce y de lo otro que aún se desconoce. El significado de las cosas depende de la capacidad de quien observa para reconocerlas. Un objeto, un mensaje o una situación solo tendrán significado cuando sugieran algo, quiere decir que se tendrá que ver una relación con lo ya conocido. Si aparece algo que no se reconoce en absoluto, que carece totalmente de referentes contra los cuales comparar, no significará nada y no aportará novedad al no plantear incógnitas, pasa desapercibido y no transmite información alguna"*.[237]

Entonces podemos imaginar que si todo es completamente conocido, tampoco habrá hallazgo de novedad, porque no llega nada que antes no se conociera. Por tanto, la cantidad de información que aporta un objeto depende de la proporción de cosas conocidas y cosas desconocidas que presenta. Entre esos dos extremos es en donde se encuentra la novedad.

237 BURCET LLAMAPAYA, Josep. *Ingeniería de Intangibles*, Editorial Germanía, Barcelona, 1997 Pág. 124 y siguientes

Las transformaciones económicas, sociales y culturales están alimentadas por la introducción de novedad en el sistema social. Para que el proceso de cambio prospere, sea útil y no desemboque en situaciones catastróficas, es necesario que la introducción de novedad esté en consonancia con la capacidad de la gente para acogerla, asimilarla y utilizarla Una exposición prolongada a dosis crecientes de novedad solo será viable en el caso de que la capacidad de la población para afrontarla aumente de forma proporcionada y esté acompañada de una acogida emocional conveniente. La velocidad de cambio de una población depende de sus posibilidades y recursos culturales para mantener este equilibrio.



EL DISEÑO ES UN ACTO DE ADMINISTRACIÓN DE LA NOVEDAD

La noción de novedad útil se define, por tanto, en función del estado en que se encuentra la capacidad para asimilar la novedad. Sobre este punto, lo primero que se debe tener en cuenta es que la carga de novedad que puede acoger cada persona es diferente. Algunos necesitarán una pequeña dosis de novedad en un contexto ya conocido y otros podrán absorber toda la novedad casi sin referencias, la máxima novedad comprensible y aceptable depende, por lo tanto, no únicamente de la composición de la propuesta en sí misma, sino también de la capacidad del receptor para asimilarla. Para cualquier persona, el punto de máxima información no necesariamente se corresponde con el punto de máximo confort. Como ha señalado J. Burcet, en general, las propuestas que tienen mucha novedad y muy poca confirmación suelen ser más excitantes, pero también son más perturbadoras e incómodas y requieren más esfuerzo de asimilación.

En el mismo texto, nos indica que para cada tema y cada persona el punto óptimo de novedad asimilable es distinto y depende del cúmulo de conocimientos y experiencias adquiridos previamente, así como de las reacciones emocionales que le suscita la propuesta y del vigor que posee. Sin embargo, el juego de estos elementos no siempre es el mismo. Una acumulación de referentes conocidos puede representar una ventaja para afrontar la novedad, pero también puede erigirse como un obstáculo. La reacción emocional intensa puede ser lo mismo una ayuda o una dificultad añadida, ya que disfrutar de una vitalidad desbordante se considera una ayuda para afrontar, asimilar y aprovechar la novedad, pero también aquí vamos a encontrar excepciones.



CASI SIEMPRE LA NOVEDAD DE LIMITA A LA CONFIGURACIÓN

En principio, una persona culta dispone de muchas referencias distintas que le permiten reconocer e interpretar una gran diversidad de propuestas. Este tipo de persona está más capacitada para afrontar la novedad y más entrenada para aprender cosas nuevas, sin embargo, al mismo tiempo se puede dar el efecto contrario, ya que el bagaje de conocimientos bien asentados puede llegar a producir la sensación de que en todo lo que observa encuentra referentes que le son de sobra conocidos, lo que provoca un efecto de inercia que actúa como obstáculo en el momento de asimilar nuevas propuestas.

Este efecto de inercia es especialmente intenso cuando sucede un cambio de paradigmas o cuando el ritmo de aparición de la novedad es muy alto. Las personas con una gran cultura, con conocimientos sólidos y que manejan referentes históricos pueden no reconocer los cambios radicales que se vislumbran en la producción de los jóvenes y que presentan nuevos puntos de vista. En un caso así, el neófito puede asimilar propuestas vanguardistas porque al carecer de una estructura propia no sufre el proceso de modificación, sino solamente incorpora las vivencias.

En este sentido, vemos que los procesos de asimilación de la novedad no son conscientes y racionales, sino que intervienen las emociones e influyen sobre la capacidad para afrontar lo desconocido, porque las reacciones emocionales dan color e intensidad al impacto producido por la novedad. Las emociones determinan si la nueva propuesta será acogida con entusiasmo, con indiferencia o con hostilidad. Hacen que la propuesta despierte curiosidad, miedo, indignación o euforia.

La respuesta emocional a las propuestas que contienen una proporción alta de novedad posee características paradójicas, dado que a menudo se genera una respuesta en la que coexisten la atracción y el rechazo, lo que constituye un recurso para modular la actitud, la atención y el grado de entusiasmo que más tarde se concederá a la propuesta.

La novedad siempre llega cargada de incógnitas. No se sabe muy bien qué es lo que se puede esperar de una tecnología nueva, de un nuevo conocimiento, de una nueva propuesta estética o de una actitud ética poco convencional, que pronto pueden parecer que nos agradan tanto como que nos pueden desconcertar. Frente a la novedad, la res-

puesta emocional se polariza con más dificultad y se hace más ambivalente. El potencial de paradoja que se halla implícito en la novedad se refuerza cuando los componentes de confirmación, aquello que reconocemos en la propuesta, ocasiona también una ambivalencia.



LA NOVEDAD SUSTENTADA POR LA INNOVACIÓN

En un mundo regido por la competencia por los mercados, el impacto emocional que produce el enfrentamiento a la novedad se ha convertido en el recurso más socorrido para provocar el deseo de posesión y, en consecuencia, de compra. Se suele aceptar como axioma que lo nuevo es mejor porque es resultado de un proceso evolutivo hacia la perfección. De ahí que se considere que la reacción emocional de aceptación ante un objeto que encierra una cantidad considerable de novedad pase a ser una emoción de carácter estético porque procura satisfacción.

La mayoría de las veces, la idea de novedad en los objetos de diseño se circunscribe a los aspectos configurativos, donde no intervienen las condiciones de tipo técnico que corresponden al concepto de innovación tecnológica. Aunque ambos fenómenos suceden en el contexto de la producción industrial, las innovaciones en diseño se refieren al replanteamiento de la relación entre el hombre como espectador y como usuario del producto, mientras que la innovación tecnológica corresponde en mayor medida a las disciplinas de la ingeniería que se dirigen a la optimización de los procesos productivos, la transformación de los recursos naturales para lograr materiales con mejores prestaciones, el aprovechamiento de las leyes de la física y la química y la organización de los grupos humanos para beneficio de las condiciones prácticas que se aprovecharán en la producción de los bienes que se desarrollan con los procesos de diseño.

Tratando de establecer con la mayor claridad posible los distingos entre novedad e innovación, podemos aceptar que la Innovación es un proceso deliberado para producir la novedad, mientras que esta última es el sentimiento que nos provoca enfrentarnos a lo que identificamos como diferente a lo que anteriormente hemos conocido. La novedad motiva nuestra curiosidad y el sentimiento de satisfacción ante nuestra propia capacidad de descubrimiento, pues como hemos señalado el enfrentamiento ante la novedad implica una discriminación entre la información con la que ya contábamos y la que nos



RIVIERE
"La novedad es el hecho de comprar"

aporta el nuevo objeto de atención, la sustracción de lo desconocido a lo conocido es lo que implica desentrañar la novedad. Por tanto, es un acto de descubrimiento y de reestructuración de la realidad.

En ese sentido, las emociones que nos aporta el hallazgo de aspectos novedosos equivale a una acción de creatividad, puesto que si reconocemos lo nuevo es porque lo hemos reinterpretado en relación a lo ya conocido. Si logramos entender, comprender y asimilar los aspectos novedosos, ha sido gracias a que hemos podido generar una nueva estructura mental para incorporar el nuevo conocimiento a la estructura previa, de otro modo la novedad sería impalpable. Lo que no encaja en nuestros esquemas previos no puede ser nuevo, es simplemente otra realidad que no podemos captar si no lo interpretamos y reconstruimos de acuerdo a nuestras experiencias y conocimientos previos.

Es un efecto similar al que deben haber vivido los conquistadores españoles al enfrentarse a ese fenómeno incomprensible e imposible de asimilar que fueron las culturas prehispánicas de mesoamérica. Solamente hasta que se desarrolló la interpretación de la cosmogonía religiosa de los naturales americanos como una versión del paganismo greco-romano, hasta trataron de equiparar los dioses y posteriormente intentaron la explicación de que los mayas eran los griegos americanos mientras los aztecas eran sus romanos. Octavio Paz acuñó el término otredad para definir la sensación de novedad sin posibilidad de asimilación a lo ya conocido, tal como fue la situación real de enfrentamiento entre las culturas mencionadas. La otredad no es novedad en cuanto no permite la asimilación, es la sensación ante lo absolutamente desconocido que se hace presente ante los sentidos, aunque no permite la interpretación. En los objetos de diseño, no hay posibilidad de otredad, que dejamos como un concepto posible para el Arte, el diseño implica planteamiento previo para anticipar sus efectos en el mercado o en las personas que podrán desear la propiedad de estos objetos.

Entonces, la novedad en el diseño no es el enfrentamiento a lo realmente nuevo, a lo mayormente desconocido, porque como lo señala acertadamente la ensayista española Margarita Riviere, la novedad en los objetos de consumo es más espectáculo que logro. *"En el espectáculo todo ha de parecer nuevo, ser actual, estar a la última. Pero lo nuevo*

entendido como creación y riesgo siempre es un problema cuando sabemos que la gente prefiere lo redundante." Es decir, en el mercado hay que saber que la novedad ya no es el objeto, sino lo que nos ofrece el objeto, y lo que más deseamos que nos ofrezca es un refuerzo a nuestra personalidad. "La novedad es el hecho de compra, más que lo que se compra... Aquél producto que pueda ser verdaderamente nuevo no interesa si no ha pasado por el tamiz simbólico de la moda... Más que la posesión, es el consumo lo que nos refuerza en la novedad".[238]



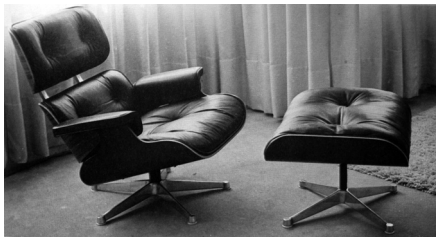
LA NOVEDAD ES SUBLIMACIÓN DE LA EFICIENCIA TÉCNICA
Tetera

Así, la novedad, como resultado de la anticipación de efectos emocionales en quien contempla, se constituye como categoría estética, dado que nos aporta emociones que ninguna otra categoría incluye. Por otra parte, tenemos que las categorías estéticas del arte: lo Bello, lo Sublime, lo Extravagante y lo Cómico, o la otra categoría que hemos propuesto para los productos del diseño: la Eficiencia Funcional, no bastan para incluir las sensaciones placenteras y de reestructuración creativa que son la esencia del efecto novedoso.

Aceptando que la Novedad es categoría estética para los objetos de diseño, podemos hacer un parangón con la categoría de lo sublime, que es la belleza llevada a planos más allá de lo que percibimos con los sentidos, de manera que podemos decir que la novedad es sublimación de la eficiencia funcional.

238 RIVIERE, Margarita. *Lo cursi y el poder de la moda.* Ed. Espasa Calpe, Col. Mañana. Madrid, 1992. Págs. 155-156

3.7 LA SIMBOLIZACIÓN, CATEGORÍA ESTÉTICA



NO SÓLO ES LO DECIMOS CON EL OBJETO, SINO TAMBIÉN LO QUE EL OBJETO DICE DE NOSOTROS

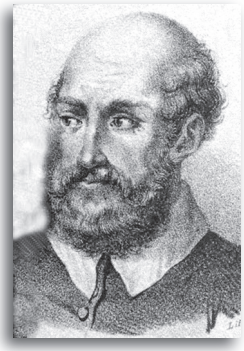
Para iniciar el análisis de lo simbólico en los objetos de diseño, debemos aclarar que tenemos dos sentidos de referencia, uno es el que identificaremos como la posibilidad que tienen los objetos para operar como agentes o medios para comunicar un mensaje, fenómeno que corresponde al campo de la semiótica de los objetos pues en este caso funcionan como lenguaje. El otro sentido es el que atiende a su valor como medio representativo y que considera al objeto como símbolo de los valores que ostenta su propietario.

Primeramente haremos una aproximación al sentido semiótico del objeto estético, buscando delimitar este concepto para incursionar posteriormente en los aspectos de lo simbólico. El estudio de los signos y mensajes se ha realizado desde la antigüedad, aunque su comprensión como ciencia, la semiología, es relativamente reciente, sin embargo, como es una rama del conocimiento con raíces antiguas, la mayor parte de los investigadores modernos siguen usando muchos de los conceptos de los primeros autores, quienes desde sus tiempos tuvieron en cuenta, entre otras manifestaciones, a las artes pictóricas y a la arquitectura, que tienen una relación natural con el diseño, nuestro campo de interés.

Posiblemente el primer pensador que identificó el valor de lo artístico como signo fue Plotino de Alejandría (205-270 A.C.), en su ensayo *Sobre la Belleza* sigue la línea de Platón y declara que cada obra de arte representa una idea. *“Un arquitecto transforma una idea de su mente en una casa en el exterior de su mente”*, en su concepto, una obra de arte es un signo que se refiere al mundo de las ideas. La Edad Media amaba las alegorías, es decir, la utilización de signos con referencia directa a cosas concretas, la gente quería que los componentes de los templos hicieran referencia a objetos bíblicos: el techo se relacionaba con el cielo, el Jerusalén celeste o tal vez el templo de Salomón. Las columnas en una iglesia represen-

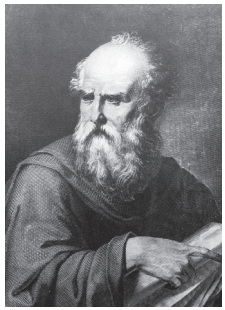
taban a los profetas o los Apóstoles. Las proporciones se encontraban correctas no tanto por su belleza, sino a causa del significado numérico oculto en ellas, que se refería al calendario litúrgico.

El Renacimiento desarrolló los valores del simbolismo más tendientes a lo abstracto y adecuado para la construcción de iglesias. Andrea Palladio (1508-1580) pensó que las formas circulares eran adecuadas para la iglesia, porque simbolizan la unidad, infinitud y hermosura de Dios. Otros pensaron que las proporciones y formas del cuerpo humano eran apropiadas para la iglesia porque, de acuerdo con la Biblia, el ser humano era creado a imagen de Dios. Aunque habían sido publicadas instrucciones sobre el simbolismo usado en los edificios desde tiempos de Vitruvio, la base de las instrucciones parece haber sido más bien arbitraria. El primer estudio real sobre la lógica del simbolismo es un libro de Edmund Burke (1729-1797) *"Cuestión filosófica sobre los orígenes de nuestras ideas de lo sublime y lo bello"*, donde se propone crear una *"teoría de las pasiones"*, en su obra Burke da numerosos ejemplos de arquitectura que genera sentimientos elevados o de otro tipo.



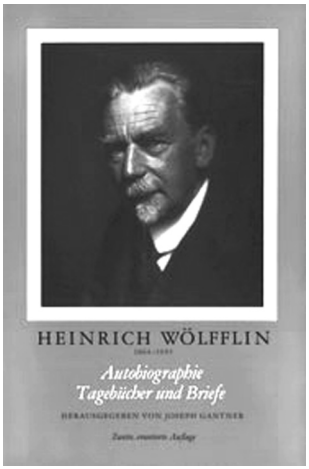
PALLADIO
"Las formas circulares simbolizan la unidad"

Los estudios científicos de lo simbólico comenzaron realmente cuando se inició el análisis de una obra de arte separándola de su forma, generando los sentidos modernos de la palabra. Hegel convirtió estos valores en el fundamento de su estética y consideraba la arquitectura como la mejor exponente del arte simbólico, por lo que analiza el simbolismo inicial de la arquitectura, sin embargo, solamente alcanza a observar las abstracciones de la naturaleza a las que les otorga un significado de representación para expresar los pensamientos religiosos de sus respectivas civilicaciones.



VITRUVIO
Instrucciones sobre simbolismo arquitectónico

Schopenhauer se acercó ligeramente más a los detalles, en su libro *"El mundo como Voluntad y Representación"*, formuló que el mensaje más importante en la arquitectura era la oposición entre la carga y el soporte. Las tensiones y las cargas en las partes de un edificio simbolizan la manifestación del poder de la voluntad en sustancia, cuyo mensaje recibe el publico identificándose enfáticamente con partes del edificio. Este pensamiento fue un precursor de la teoría enfática del arte que fue más tarde extendida por Theodor Lipps y otros estudiosos alemanes de la estética.



PORTADA DEL LIBRO DE WÖFFLIN



SPENGLER
"Cada cultura tiene una imagen del mundo propia"

Una opinión teórica mucho más fundamentada y que permitió estudiar con mayor claridad lo referente al simbolismo en los objetos estéticos, la encontramos en la denominada Teoría Empática del Arte, entendiendo por empatía lo que se refiere a la comprensión de la vida mental de otros. En ella, sobre la base de las expresiones y signos externos, una persona se imagina en lugar de alguna otra e intenta sentir lo que ella siente. De acuerdo con la teoría empática del arte, un ser humano puede sentir que entiende no sólo a otras personas en sí mismas sino también a través de las obras de arte. Este fenómeno es descrito por el historiador suizo Heinrich Wölfflin (1864-1945) *"Miramos a cada objeto comparándolo con nuestro propio cuerpo. En nuestras mentes, se convierte en un ser con cabeza y pies, frente y espalda; si está inclinándose o si parece como si estuviese cayendo, inmediatamente suponemos que se está sintiendo mal; en absolutamente cualquier configuración, podemos sentir las alegrías, luchas y problemas de ser... En cualquier parte nos esperamos encontrar una figura corporal que se parece a nosotros mismos; interpretamos todo en el mundo exterior con los mismos medios de expresión que sentimos en nosotros mismos"*[239] Esto sucede especialmente con la arquitectura, donde el hombre tiende a proyectar las estructuras de su propio cuerpo (espacio, frontalidad, vertical, horizontal, equilibrio etc.) y sus propios sentimientos cuando está llevando una carga. Este tipo de rasgos en un edificio que inconscientemente despierta empatía puede ser llamado simbolismo oculto.

La teoría de Oswald Spengler (1880-1936) sobre el simbolismo en la arquitectura tuvo un considerable impacto entre los estudiosos del tema, su opinión fundamental fue que cada cultura tiene una imagen del mundo propia, un símbolo inicial, realidad que es especialmente notable en los campos de las matemáticas y la arquitectura. La visión del mundo de la cultura egipcia es simbolizada por el camino, la de los árabes por la cueva, el símbolo en la antigüedad era la pieza y el de nuestra cultura es la infinitud. Spengler mencionaba un cierto número de edificios que reflejaban acertadamente estos símbolos iniciales, ignorando, sin embargo, todos los edificios que no encajaban en su teoría.

Sigmund Freud (1856-1939) señaló en sus escritos sobre el subconsciente y el psicoanálisis una dirección fructífera para la investigación

239 WÖLFFLIN, Heinrich, *Conceptos Fundamentales en la Historia del Arte*, Editor Espasa-Calpe, Madrid. 1961

del simbolismo oculto, a partir de ahí, Carl Jung (1875-1961) propuso que una reserva de símbolos era común a la gente de la misma cultura. Parte ella puede incluso ser innata o al menos adquirida durante los primeros años de vida, antes del desarrollo de la conciencia activa y en condiciones que para la mayor parte de la gente son las mismas. Jung usó el nombre "inconsciente colectivo" para esta herencia simbólica común a la mayor parte de la gente. Los símbolos básicos comunes a todos fueron llamados arquetipos por Jung. Tales arquetipos son por ejemplo los mitos sobre héroes, sobre el nacimiento a través del agua y la reencarnación. Jung pensaba que también algunas figuras han adquirido la posición de arquetipo, por ejemplo, el Mandala que se usa para ayudar a la meditación en algunas religiones y presenta dos figuras muy distintas, un cuadrado y un círculo, combinadas en una forma mística que probablemente despierta el interés simplemente a causa de su carácter contradictorio.



JUNG
"El inconsciente colectivo"

La visión semiótica del arte tuvo en el año 1904 un momento muy importante cuando Benedetto Croce (1866-1952) publicó su libro sobre estética.[249] De acuerdo con este autor, el arte es un lenguaje y la estética la lingüística del arte y sostiene que el arte son, por encima de todo, impresiones intuitivas de expresiones. Posteriormente, otro investigador de la lingüística, Ferdinand de Saussure (1857-1913) intentó estudiar la lógica del lenguaje verbal como un caso especial de semiótica (o semiología), esto es, en forma tal que los resultados podrían ser aplicados a códigos de señales distintos del lenguaje, indicando que para conocer sobre la comunicación, el lenguaje suele ser dividido en dos componentes: Símbolos, por ejemplo el diccionario del lenguaje hablado y Sintaxis, esto es, las reglas de uso de los símbolos, la "gramática" de la estructura del lenguaje.



CROCE
"El arte es un lenguaje y la estética su lingüística"

Rudolf Arnheim (1904-) autor alemán, crítico y teórico de arte, ha buscado en el simbolismo subconsciente de las formas arquitectónicas. *"Los símbolos más fuertes derivan desde nuestras percepciones más primitivas, porque tienen que ver con experiencias tan básicas de un ser humano que sirven como base para cualquier otra cosa"*.[241] Arnheim encontró que las formas dinámicas que remiten al movimiento eran las más expresivas, mientras que el dinamismo y la expresión son obstaculizados si los edificios imitan las formas de otros objetos dema-

240 CROCE, Benedetto. *Estética Como ciencia de la expresión y lingüística general.*

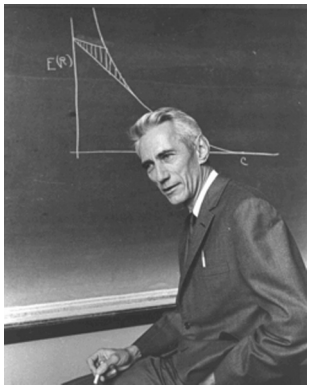
241 ARNHEIM, Rudolph. *Arte y percepción visual*. Alianza Editorial, S.A. Madrid, 1974, Pág. 204.



SEASSURE
"El lenguaje es un caso especial de semiótica"



ARNHEIM
"Los símbolos más fuertes derivan desde nuestras percepciones más primitivas"



SHANNON
"Un modelo matemático para el arte"

siado claramente, por ejemplo si una iglesia se construye con la figura de un pez, pasan a ser anécdota y pierden el valor simbólico. Con referencia a este tema y entre los autores contemporáneos, se menciona a Martin Warnke (1937-) quien ha editado en alemán una extensa antología que trata de la investigación del simbolismo social en la arquitectura reciente, desafortunadamente no sabemos de traducciones.

La comunicación como un proceso se suele describir mediante el modelo teórico propuesto por Claude Shannon (1916-2001), quien originalmente desarrolló su modelo con vistas a la tecnología de la comunicación, pero que se adaptó a la investigación de la comunicación artística. El modelo de Shannon muestra cómo un mensaje siempre es "codificado", es decir, interpretado, al menos dos veces. El artista primero pone su mensaje en el lenguaje de la obra de arte y el público entonces lo interpreta en su propio lenguaje. El mensaje alcanza al receptor sólo en la medida en que ambos códigos sean congruentes. Por otro lado, el modelo de Shannon muestra cómo las perturbaciones modifican el mensaje y afectan a la interpretación del mismo por el receptor. El vocabulario disponible es diferente en cada campo del arte y por lo tanto las posibilidades para expresar el contenido escondido es diferente. En la poesía así como en el arte pictórica, no es muy difícil de inventar y utilizar símbolos que tienen una relación fácilmente entendible a la vida humana o a cualquier cosa que el artista desea expresar. En otras artes, el idioma de símbolos es mucho más limitado. La debilidad del mensaje simbólico del arte y al mismo tiempo su fuerza, es la falta de precisión. Los símbolos suelen ser ambiguos y su interpretación permite dispersiones. Este espacio especulativo es útil, porque hace más fácil la aplicación del mensaje a las variadas necesidades del público y, por otra parte, añade una excitación misteriosa a la obra de arte haciéndola más interesante.

Otra razón que justifica ambigüedad es que el contenido de una obra de arte se destapa a menudo gradualmente, y podemos al principio tomar para ambigüedad tal información que sea revelada más adelante como contenido importante del trabajo. El placer estético mismo que una buena obra de arte nos trae se parece resultar de nuestro esfuerzo de percibir y del éxito cuando encontramos el contenido inicialmente ocultado. En las mejores obras del arte incluso podemos

destapar varias capas sucesivas del contenido ocultado. La destapadura de cada nueva capa agrega a nuestro placer y aumenta así el valor estético total del trabajo, como el diagrama a la derecha indica. Esta explicación psicologica del placer de la percepción estética se discute más a fondo bajo del título Belleza del descubrimiento.

Así, los objetos estéticos son necesariamente medios para la comunicación y alcanzan la característica de signo, sin embargo, no obedecen a un código específico, pues de sus cualidades se desprenden muchas posibilidades de lectura, es decir, requieren de interpretación. Xavier Rubert de Ventós lo dice llana y claramente[242]: *"No cabe discutir que a lo largo de su historia, el arte ha empleado formas simbólicas y ha sido, él mismo, simbólicamente utilizado... pero una cosa es reconocer que en las artes visuales se utilizan símbolos, y otra es decir que el arte es esencialmente simbólico ."* Es decir, lo artístico utiliza códigos, pero no es un código.

La expresión estética no es un relato, ni siquiera en las artes literarias, donde la emoción se sustenta en el desarrollo de un argumento, podríamos decir que los sucesos son lo que nos provoca la emoción. No es el que, sino el como, lo que hace al fenómeno estético. Tomemos una historia: Unos padres ignorantes y muy jóvenes, aceptan el vaticinio de una persona que les convence de que su hijo recién nacido traerá desventuras, así que intentan impedir su vida y encargan a otro que lo elimine, pero éste prefiere solamente abandonarlo. Al paso de unos años el hijo se encuentra accidentalmente al que ignora que es su padre y entre ellos sucede una disputa banal, se enfrentan, el joven lo mata y sigue su camino de manera que conoce a la esposa del asesinado y la seduce, al final es esposo de su propia madre. El relato así descrito no genera emoción alguna.

Pero lo que ha hecho de ésta historia el paradigma de la tragedia es la construcción del relato, la relación de símbolos que nos provocan la imagen del hombre como un ser preso de sus pasiones y desvalido ante las fuerzas del destino, como un ser que siempre se enfrentará con algo mayor y más fuerte. La tragedia de Edipo no es la historia, es la estructura del relato y el manejo de tiempos, de diálogos, de escenas, de la expresión de las emociones de los personajes y la manera en que éstas son y se hacen reflejo de las nuestras.

242 RUBERT DE VENTÓS, Xavier. *Teoría de la Sensibilidad*. Libro segundo, Las Teorías Clásicas. Ed. Península. 1969, Barcelona. Pág. 252.



SIGNOS Y CÓDIGOS

Al percibir el objeto artístico habremos de recibir el impacto estético en la medida que podamos descifrar códigos, descubrir significados, intuir relaciones y antecedentes. El arte no es lenguaje preestablecido, el contenido no es un código dado, es significado de lo que se descubre. Ahí se encuentran sus valores y los aspectos que nos identifican como especie, como grupo cultural y como individuos, en el acto de crear una nueva realidad, ya nuestra, en la contemplación de la obra. Estos actos corresponden al valor de las obras de arte como signos y significados, como medios de comunicación humana que no se refieren a lo superficial sino siempre a algo más interno y trascendente.

Incluso el impacto estético del arte está justamente en la manera en que se altera el contenido preciso del signo o de la palabra en su caso. Un poeta puede decir *“muere el día”* , aunque sabemos que le término muerte no podría aplicarse a lo que, como el día, no tiene vida. Ni siquiera tiene significado real, puesto que el concepto de día es una convención idiomática que se refiere tanto al período durante el cual la luz del sol es visible como al lapso de un cenit a otro, o como hacemos con nuestro calendario, del momento matemático entre dos cenit, suceso que no podemos comprobar sin ayuda de aparatos.

Hasta el momento hemos tratado de establecer el panorama de lo semiótico en los ámbitos que tradicionalmente se han reconocido como artes, las denominadas bellas artes, donde sin duda encontramos a la arquitectura. Sin embargo, el valor se signo es también perceptible en los objetos de diseño, sin que en éstos puedan hacerse las lecturas de lo más profundo del ser humano, el inconsciente colectivo o los demás aspectos que hemos señalado arriba. En las bellas artes el descubrimiento y decodificación del signo son acciones sin más interés que la contemplación, no constituyen una categoría estética en cuanto no son fenómenos generalizables, sino emociones que solamente atañen al momento específico y la circunstancia individual. En la tragedia de Edipo como obra de teatro, nuestra emoción y lo que nos atrae se deben a lo trágico, no a lo que pudiera decodificarse, no a los signos y significados, esos valores pudieran corresponder más a la puesta en escena, la escenografía o las actuaciones y a nuestra voluntad de participar como espectadores.

En el ámbito de los objetos de diseño observamos diferencias en cuanto a las posibilidades de su valoración como medios de comunicación o que encierran significados, el valor estético de la obra de arte no es algo material, de manera que no podemos poseer lo artístico de las obras de arte, aunque puedo poseer una pintura, nunca lograré propiedad sobre lo que de ella me produce emociones, esto es algo que no tiene esencia, sino solamente presencia.





STUDEBAKER COMMANDER

Con los objetos de diseño el fenómeno es necesariamente diferente, son cosas que se pueden poseer y el impacto estético se encuentra sujeto a su vigencia como objeto deseable. El automóvil que ayer adquirimos con gran placer, hoy es chatarra que ya no merece nuestro aprecio. La expresión del objeto de diseño no se refiere a sus cualidades de signo como las hemos mencionado hasta afora, sino a significados mucho más concretos. Tomemos el ejemplo del automóvil Studebaker que Raymond Loewy diseñó en los Estados Unidos al final de la segunda guerra mundial. El pueblo estaba orgulloso de su triunfo y sabía que se logró fundamentalmente con la participación de la fuerza aérea. El diseñador tomó ciertos códigos formales de los bombarderos y los aplicó al automóvil que tuvo un éxito comercial inmediato. No hay significados, el carro adopta una forma expresa, se disfraza y así pasa a ser símbolo, el propietario comparte la ilusión de pilotear un bombardero.

Entonces, deberemos suponer que los elementos para el goce estético de los objetos de diseño no se encuentran exclusivamente en su contemplación, sino que tenemos que tomar en cuenta las posibilidades que ofrecen su posesión y utilización, que es donde se encuentran las diferencias fundamentales con el arte. Aquí aparece la posibilidad de incorporar una categoría estética referente a los valores simbólicos del objeto de diseño, pues observamos dos posibilidades, la primera, a la que hasta el momento nos hemos estado refiriendo, es acerca del valor de signo, aquella que analiza que nos manifiesta o dice el objeto estético. La otra es la que hemos denominado simbólica y se refiere a lo que decimos con la posesión del objeto, lo que expresamos con el acto de adueñamiento.

El aspecto de la posesión no es simplemente que el objeto puede pertenecer a una persona, sino que esa persona lo ha elegido entre otros



CONSUMO Y SIMBOLIZACIÓN

similares y que ha decidido pagar un precio por él. Este acto volitivo que se realiza después de comparaciones y valoraciones, donde se analizan las prestaciones del objeto, su configuración y su precio, se conoce como acto de consumo, un fenómeno de carácter mercantil que identifica a la sociedad de nuestra era, industrializada, urbana y de masas.

La sociedad de masas ha sido calificada por algunos psicólogos como la era de los signos. La abundancia en la producción y el crecimiento económico han generado, en paralelo, una explosión de la información y del volumen de los signos circulante. La cantidad de información que se transmite y se almacena es la mayor que ha desarrollado cualquier otra época de la humanidad. Lo cual ha ocasionado que la mayoría de los bienes de consumo no se valoren tanto por su utilidad o su uso, sino por su apariencia (o imagen externa). Los individuos de la sociedad de consumo practican lo que Thorstein Veblen denominó el consumo ostentoso, la tendencia a rodearse de objetos que no son ni funcionales, ni útiles, pero que son caros y difíciles de obtener, lo cual está mostrando su propia capacidad económica para adquirirlos. De este modo, marca su distancia con respecto a los demás, y exhibe su superioridad. Lo que prevalece es el mito del dinero, intrínseco a la organización de la sociedad capitalista.

El consumo no depende del dinero de que disponga el individuo, sino más bien de su predisposición a comprar. Es decir, tanto en épocas de florecimiento económico como en épocas de recesión, los individuos y las familias tienden a mantener un nivel de consumo constante, lo cual les permite ahorrar en algunas ocasiones y les obliga a endeudarse en otras. Una de las consecuencias de éste descubrimiento es que las empresas empiezan a preocuparse más por crear la necesidad de consumir entre los ciudadanos que por los problemas derivados de los procesos de producción. En definitiva, además de productos, las empresas empiezan a pensar en producir necesidades que lleven a las personas al consumo de los productos fabricados.

Consumir es una forma de tener y quizás la más importante para la sociedad industrial. Consumir tiene cualidades ambiguas: alivia la angustia, porque lo que tiene el individuo no se lo pueden quitar, pero también requiere consumir más, porque el consumo previo pronto

pierde su carácter satisfactorio. Los consumidores modernos pueden identificarse con la idea de que tener y consumir equivale a ser. Así, vemos que en el acto de compra mismo hay ya una poderosa fuente de disfrute, adquirir es en sí mismo un acto que nos produce la emoción estética, pues interviene la creación de una fantasía.

A partir del término de la segunda guerra mundial y durante la segunda mitad del siglo XX, las características que identifican a la sociedad de consumo se han generalizado en todas las clases sociales de los países con diferentes grados de industrialización donde el consumo no sólo ha aumentado, sino que además va transformando la estructura social y en las formas de vida de los ciudadanos, que para efectos estadísticos se consideran meramente consumidores.

En la composición del presupuesto de una familia moderna podemos distinguir a largo plazo tres orientaciones del consumo. En primer lugar se observa un campo de regresión y que se corresponde con el consumo tradicional: alimentación, vestido, sanidad, alojamiento. Es el llamado “consumo de subsistencia”, que satisface las necesidades de tipo fisiológico, definidas poco más o menos sin ambigüedad, consumo universal casi rutinario y obligatorio para todos. Este conjunto representa aproximadamente los dos tercios del presupuesto de la familia media, pero disminuye a medida que la renta familiar aumenta, dado que la elasticidad de éstos gastos con respecto a la renta. La disminución de los gastos para alimentación obedece a una ley que ha formulado el economista Ernst Engel (1821-1896), donde estipula que a medida que aumentan los ingresos familiares, se destinan a satisfacer las necesidades de tipo sociopsicológico y demostró que los gastos de alimentación disminuyen relativamente a medida que se incrementa la renta, mientras que el porcentaje de gastos de vestuario y vivienda se estabiliza. También puso de relieve que el apartado de gastos diversos aumenta en función del crecimiento de la renta. El concepto de consumo cada vez refleja menos la subsistencia y cada vez más lo que transforma a los individuos, aquello que les posibilita la comunicación y expresión entre ellos.

El valor simbólico de los objetos de diseño es también recurso para la ubicación en escalas sociales, señala y hace evidente aspectos sisté-



HAUG
"Promesas en la mente del propietario"

micos de las personas que poseen a los objetos, de manera que el placer estético se convierte en algo ajeno a la configuración, a su servicio práctico y a su descubrimiento, quedando en el mero acto de poseerlo como mecanismo de diferenciación y de cumplimiento de anhelos y deseos referentes a la circunstancia sociocultural. El teórico alemán Wolfgang Haug (1934 -) nos hace ver que *"en la apreciación estética de cualquier objeto utilitario se generan dos tipos de "promesas" en la mente del propietario. Una objetiva, determinada por las características físicas del objeto y otra subjetiva, proveniente de una lectura personalizada y en consecuencia selectiva, centrada en lo que esos rasgos físicos del objeto pueden representar en la vida de quien los posee (...) De ahí que un objeto de uso cotidiano no solo sea adquirido para cumplir una función física, sino también para simbolizar las aspiraciones que tiene su propietario más allá de lo físico"*.[243] Es decir, su valor de símbolo no es lo que el objeto nos dice o de cómo comunica los valores de quien lo ha creado, sino lo que dice quien lo adquiere y utiliza..

Todos los objetos de diseño responden a la idea de dar satisfacción a necesidades humanas. La necesidad específica u operativa es su cometido, la función práctica como la razón fundamental que el objeto habrá de cumplir con su configuración y especificaciones. Muchos objetos, casi todos los que nos rodean, se limitan a cumplir con este requisito básico. El empaque del grifo de un lavabo es algo absolutamente indispensable, probablemente lo sea más que el lavabo mismo. Su ausencia motiva el descontrol del flujo y desperdicio del agua, mientras el no tener el lavabo no nos impediría lavarnos las manos. Pero nadie considera más valioso al empaque, simplemente, es más necesario. Realmente nadie necesita un empaque, el grifo lo requiere para sellar el paso del agua, pero incluso el dueño no sentiría su carencia si el grifo sellara con otro mecanismo, pero el grifo mismo al ser percibido y accionado por el hombre adquiere otras connotaciones de necesidad y alcanza valores que no lograría el empaque.

El valor funcional de los objetos va más allá de su cometido, la función operativa adquiere un valor por sus prestaciones de eficiencia y adaptabilidad a la voluntad humana. El ya citado autor Jan Mukarovsky, plantea con mucho rigor el aspecto funcional de los objetos de diseño, menciona a los valores de función y de símbolo como dos magnitudes compaginadas, dado que ambas tienen un cometido específico.

243 HAUG, Wolfgang. *Publicidad y consumo: Crítica de la estética de mercancías*, Fondo de Cultura Económica, México, 1989

Función y simbolización son dos planos inseparables de la tendencia humana a juzgar y valorar las cosas. Es inútil separarlos o tratar de suponer que se excluyen mutuamente. La valoración de los aspectos funcionales y la lectura de sus significados es inherente a la contemplación de los objetos de diseño. El valor de símbolo es una función que cubre ciertas necesidades fundamentales o anhelos del ser humano, pues la necesidad de reconocimiento del estatus social es sobre todo un hecho simbólico para el correcto desarrollo de la vida personal.

El valor del objeto como medio expresivo lo convierte en el medio para expresar mensajes, un símbolo que requiere que el emisor y el receptor estén de acuerdo con el significado, de manera que ambos interpreten lo mismo. Esto constituye una categoría estética en cuanto contiene los valores que dotan al objeto de diseño con un significado expresivo que motiva el impacto estético en quien contempla, pues como ha quedado establecido, la estética de los objetos de diseño difiere de la del Arte en cuanto que ésta es desinteresada, mientras que en los diseños siempre hay un propósito y un cometido.

Para comprender el valor del objeto como símbolo, debemos explicar primero los términos empleados. Símbolo y signo son palabras que se utilizan como sinónimos, aunque vale la pena hacer la distinción, ambos términos se aplican para indicar a la figura u objeto que nos refiere a otra dentro de un código convencional, o dicho de otro modo, es algo que está en lugar de otra cosa y que la señala. Sin embargo, el diccionario nos explica que el signo es la representación sustituta de una cosa, mientras el símbolo es un caso especial de signo, ya que es la representación evocativa de la cosa. Consideramos que esta connotación evocativa y evocadora del símbolo El concepto de símbolo ha adquirido una connotación especial en el estudio y análisis de los fenómenos culturales, como el arte o el diseño porque a partir de la propuesta y estructuración de la semiótica, la ciencia de los signos, que considera a toda actividad cultural como lenguaje y por tanto, como una realidad estructurada que utiliza símbolos para establecer ciertas formas de comunicación.

Al respecto de los símbolos, Mukarovsky nos dice que *”su función más característica es la de servir como medio de comunicación entre*

los individuos en cuanto miembros de una colectividad; en particular, ésta es la función del lenguaje, el sistema de signos más desarrollado y completo" Así, nos dice que "el valor sígnico o simbólico de las obras de arte se percibe con facilidad en, por ejemplo, la literatura y la pintura, artes que cumplen perfectamente con una función comunicativa... en la música es más complejo porque esencialmente no comunica, aunque puede entablar muy intensamente aquella relación referencial múltiple con áreas de la experiencia vital de receptor lo que le lleva mensajes vivenciales, aunque no temas concretos". [244]

Acerca del valor simbólico en la Arquitectura, Mukarovsky nos refiere al diálogo con Eupalinos, donde Sócrates reúne a la música y la arquitectura, diciendo que *"éstas artes deben engendrar en nosotros, por medio del órdenes numéricas, no una fábula, sino esa fuerza que da origen a todas las fábulas"*. Sin embargo el autor nos pide hacer una distinción *"ya que la arquitectura también habla, contienen una comunicación; pero nuevamente, una comunicación de naturaleza muy diferente a la pintura. El edificio 'significa' su propósito, es decir, los sucesos y los actos que deben realizarse en sus espacios"*

La comunicación contenida en la obra arquitectónica suele estar completamente absorbida y encubierta por la función práctica con la cual la obra está estrechamente ligada. Sólo se torna visible cuando la edificación finge una función diferente a la que realmente cumple, como un edificio de apartamentos con aspecto de castillo medieval. El concepto fingido viene a ser la verdadera comunicación para el observador, aunque el emplazamiento y la configuración del edificio le ayuden a adivinar el verdadero sentido.

Sin embargo, sabemos que las disciplinas del diseño y la Arquitectura, como arte que aplica el proceso de diseño, contienen otro concepto de la simbolización más relacionado con la compleja realidad del ser humano. Oriol Bohigas (1925-), arquitecto y maestro español, señaló el valor simbólico de las obras arquitectónicas, aunque ahonda un poco más en las consideraciones de tipo semántico como un factor fundamental de su calidad expresiva, explicando que *"el significado de un objeto va más allá de sus funciones y hasta más allá de la simple expresión directa de sus funciones."*

244 MUKAROVSKY Jan. *Signo, Función y Valor.* Ed. Plaza y Janés. Bogotá 2000. Págs. 183-189.

Y añade: *"Una consideración elemental es la carga simbólica del objeto a la que se intentó eliminar en los momentos de la máxima preocupación ética del racionalismo. No se consiguió en absoluto porque o se introducía subrepticiamente en el propio esquema compositivo, o el mismo esfuerzo de asepsia y eliminación se constituía en un símbolo más determinante que las propias funciones elementales. Así, la carga simbólica del objeto seguía siendo imperante, pero su consideración se relegaba a la esfera de lo que podríamos llamar intuiciones artísticas o incluso fuerza expresiva del estilo"*.[245]



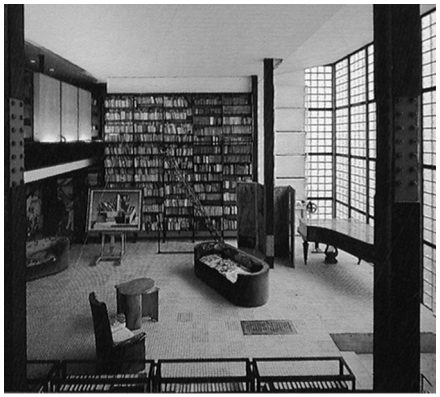
BOHIGAS
"El significado de un objeto va más allá de sus funciones"

En la misma obra, Bohigas apunta que en las escuelas y corrientes funcionalistas o racionalistas trataron de analizar esta carga simbólica, pero solamente pudieron reducirla a datos cuya real aplicación al proceso de síntesis configurativa no queda clara, pues no han sabido como incorporar este aspecto en un programa arquitectónico o de requerimientos para el diseño y que *"la única aportación eficaz parece haber sido a través de la nueva consideración de los procesos tipológicos porque es evidente que uno de los elementos constitutivos básicos del tipo es precisamente su aspecto simbólico, aunque sea como resultado de la acumulación de usos históricos sucesivos".*

Pero como reconoce el mismo autor, los usuarios reclaman de la arquitectura y sus objetos una mayor carga de valores simbólicos. No importa que esta necesidad provenga de las campañas para provocar el consumo indiscriminado o de una real predisposición en las capacidades perceptivas de la sociedad. Lo cierto es que el público reclama unas terrazas para sus viviendas urbanas o ciertos lujos para los cuartos de baño o las cocinas, chimeneas, pisos de parquet o alfombras para la sala de estar, ventanas con salientes y simulacros de mansardas. Ninguna de estas cosas corresponde a una necesidad operativa, sino porque son símbolos de la posición socioeconómica a la que aspiran.

Tenemos que aceptar que los problemas de diseño, al buscar la satisfacción del ser humano incluyen tal cantidad de factores que los aspectos estrictamente funcionales constituyen la mínima parte del problema. Todo aquello que tiene que ver con el ser humano se hace inmediatamente infinitamente complejo y escapa a cualquier intento de reducción sistémica. Entender que el objeto es símbolo de sí mismo, en su función y aspectos expresivos, es apenas incidir en la temática, el asunto

245 BOHIGAS, Oriol. *Proceso y Erótica del Diseño*. Ed. La Gaya Ciencia. Barcelona, 1972. Págs. 112-114



SIMBOLIZACIÓN Y ESTATUS

del carácter simbólico del edificio, su valor de simbolización se dirige al cumplimiento de anhelos que se articulan en la mente a niveles absolutamente inconscientes. El hombre ignora realmente cual es su propia esencia y cual es la actitud adoptada por emulación, imitación y dependencia gregaria. Sus valores estéticos se manejan en este esquema.

Con lo anterior, nuestro tema ha dado una vuelta total, primeramente se apunta una carga simbólica de tipo funcional que opera como expresión del edificio, de lo que es y de los cometidos que motivaron su existencia, pero ahora, buscando responder a las demandas de quienes los usan y habitan, pero sobre todo porque los han comprado, los edificios y los objetos de diseño adquieren la capacidad de contribuir al disfraz, de manera que el signo pasa a ser más importante que la utilidad real del objeto.

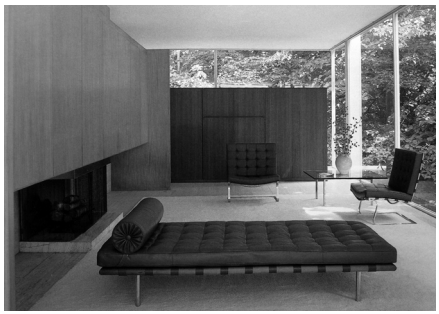
Los objetos de diseño que poseemos hablan por nosotros, dicen mucho más de nuestra realidad física, mental y emocional que lo que nosotros mismos alcanzamos a percibir. Constituyen un medio con tal calidad expresiva que podemos decir que desnuda a quien lo ha concebido y a quien lo posee, de ahí la necesidad de que nos cubra y recubra, hasta que el disfraz confunda al observador. Entonces estamos seguros de que nuestra personalidad y la estima ajena afirman nuestra pertenencia a la clase que se anhela. El recubrimiento tiene que hacer que seamos más de lo que pudiera creerse que somos, solo así nos afirma en lo que realmente somos. Esta es la complejidad misma.

Los objetos, la casa que habitamos, el monumento de nuestra ciudad, las farolas de las calles y los jardines. El edificio que alberga nuestro lugar de trabajo, el mobiliario, los recubrimientos de las paredes y la cancelería. Nuestra indumentaria, el vehículo que nos transporta, el barrio en que vivimos. Todos son objetos de diseño y todos son signos de nuestra realidad.

La simbolización como categoría estética que implica un medio que proporciona el disfrute, constituye una instancia muy importante para elegir la posesión de un objeto de diseño, pues al tiempo de percibir la belleza del objeto o de saber si funcionará eficientemente, tomamos en cuenta si corresponde al tipo de objetos que comunican lo que consideramos nuestra posición social. Es decir, si efectivamente son símbolo de nuestro estatus.

3.8 LA ELEGANCIA, CATEGORÍA ESTÉTICA

El tratamiento formal de los objetos genera valores expresivos que nos refieren a los aspectos más subjetivos de la percepción, el objeto no se observa aislado, sino que se valora con referencia al momento temporal y a otros objetos que le rodean, nos ubican en tiempo y espacio. Los objetos participan en la creación de ambientes o atmósferas que se perciben, sobre todo, por la manera en que cada persona los usa y los integra a su propio sentido armónico, creando esa manifestación que conocemos como elegancia.

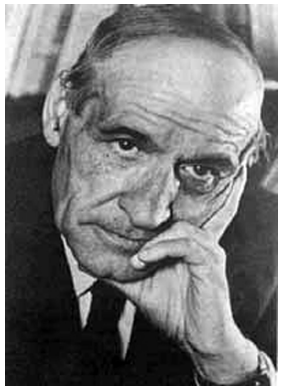


ELEGANCIA, LA SOBRIA OSTENTACIÓN

La elegancia, como concepto, se adjudica tanto a la persona que se apropia del objeto, el propietario o usuario, como a las soluciones formales y al tratamiento de los recursos de la plástica en la configuración del objeto diseñado. La elegancia, fenómeno de gran sutileza que sin embargo se percibe en ceremonias, ropajes y actitudes personales aún en las sociedades humanas más primitivas, es la formación de una capa externa y visible del individuo que opera de dos maneras, la primera para ocultar las deficiencias del propio cuerpo, en todas las acepciones que pudiera entenderse el concepto, pero al mismo tiempo, para destacar a quien , pues al hacerlo con elegancia, lo que cubre, descubre.

El hombre se rodea de objetos con cualidades formales específicas para hacerse notar y para señalar diferencias, es el juego del ocultamiento de lo evidente, así, la elegancia es una manifestación funcional que se refiere al saber dimensionar la ostentación de los recursos para lograr la expresión más sobria con una máxima potencialidad.

El término elegancia se ha referido a una virtud personal, pero también se aplica como adjetivo para actitudes y objetos. Con frecuencia los textos que tratan el tema consideran lo relativo a la vestimenta y arreglo personales, del mismo modo, este significado suele extenderse a las maneras de comportamiento social, que reciben también el adjetivo de elegantes.



ORTEGA Y GASSET
"La elegancia es ingrediente y síntoma de toda vida auténticamente enérgica"



LEIBNIZ
"La elegancia de las matemáticas"

Este calificativo se ha aplicado también y desde siempre a ciertas características de las obras de arte, tanto en poesía como en la danza o las artes plásticas y visuales. Sin embargo, hay muy pocos escritos alrededor del significado de calificativos tales como "trazo elegante", "uso elegante de la rima", "paso de baile elegante", "fachada elegante" y demás expresiones que solamente constituyen una manera de adjetivar, pero que no se explican. Con lo que se da por hecho que basta el adjetivo para definir la característica que distingue tan positivamente al objeto analizado.

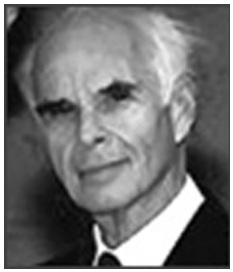
Otro uso que se escucha con frecuencia es el que aplican los científicos a ciertas formas de explicación matemática que, por la precisión y la contundencia de la demostración merecen el calificativo de elegantes. José Ortega y Gasset trató en algunas conferencias, que afortunadamente fueron transcritas, el tema de la elegancia, pero nunca lo desarrolló a mayor profundidad aunque no por falta de interés filosófico, sino porque, como él mismo afirmó: *"La cosa es endemoniadamente paradójica"* . Y es cierto, porque tratar de definir la elegancia o de someterla a una condición de esquemas es contraproducente, pues no puede haber elegancia en lo predeterminado, la elegancia exige un atisbo a la creatividad y la improvisión.

El mencionado autor nos dice que *"Se suele tener de la elegancia una idea estúpida y superficial, ignorando por completo que es un ingrediente y síntoma de toda vida auténticamente enérgica."*[246] También, apunta el hecho de la aplicación del término en las ciencias matemáticas para hacer ver que lo elegante no se refiere exclusivamente a lo puramente estético, sino que consiste en una relación armónica entre la lógica, la ética y la estética. A la matemática le interesa estrictamente resolver problemas o demostrar teoremas, lo que se hace con procedimientos que son muestra de razonamientos correctos, sin embargo, algunas de estas operaciones son tan admirables que reciben el adjetivo de elegantes.

Si una demostración no elegante tiene la misma validez matemática que la elegante, quiere decir que la elegancia matemática rebasa de las virtudes estrictas de la matemática, que tal virtud es algo superior o por lo menos ajeno a esta ciencia y que viene súbitamente a resplandecer y penetrar dentro de ella. Se dice que una demostración es

246 Apéndice al tomo *"Idea de principio en Leibniz"*. Redactado probablemente en 1944. Texto no incluido en las Obras Completas, publicado en la colección El Arquero, Págs. 375-378

elegante cuando se consigue probar un teorema con el menor número de ideas intermediarias, o como resume Ortega, *"la elegancia matemática consiste en hallar la línea intelectual más corta entre un teorema y su demostración. Donde se elimina lo sobrante hay elegancia".*



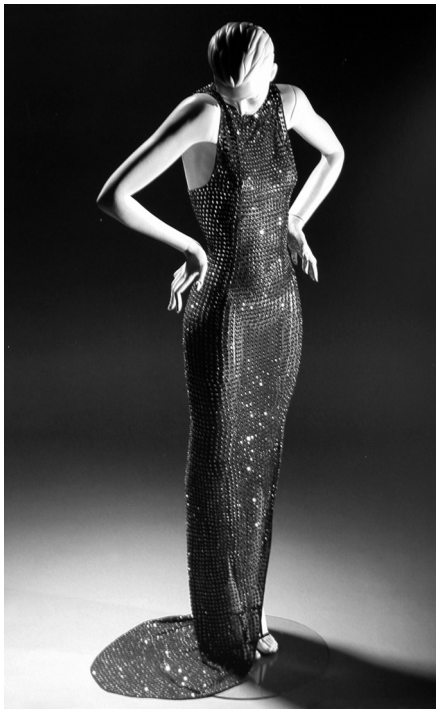
LAZLO
"La tería de la relatividad, ecuaciones invariables y elegantes"

Entonces, podríamos tender a la idea de que la elegancia matemática es simplemente economía intelectual, pues trata de ahorrar esfuerzo, de suprimir elementos innecesarios. Pero aquí nos encontramos con lo paradójico, pues el matemático sabe muy bien que la economía lograda por la elegancia es prácticamente mínima e inoperante, sin embargo, se da cuenta de que su emoción y su entusiasmo son provocados por el sesgo elegante de un razonamiento, lo que siempre es más elaborado y es precisamente lo contrario al ahorro de esfuerzo, puesto que es un trabajo llevado más allá de lo estrictamente necesario.

Lo que se aplaude es que el elegante ha sabido hallar una prueba, que por ser síntesis, es más difícil de encontrar. Por tanto, ha empleado un sobrante de fuerza intelectual más allá de la requerida, que ha hecho, pues, sin aparente esfuerzo algo más difícil y superfluo. Y, en efecto, la prueba elegante es la manifestación de un intelecto rebosante y elástico, que supera la dosis exigida, que representa un exceso de potencia, un privilegio y un lujo.

La elegancia reside en la expresión sobria de una lujosa, exuberante capacidad que la matemática no necesita, que le es añadida y como regalada. Ya el hecho de que aparezca la palabra elegancia en una ciencia como ésta, donde todo se somete a la más rigurosa de las disciplinas, nos indica que bajo ella el matemático siente un entusiasmo que le lleva a ciertas formas de disfrute que, como hemos visto, son perfectamente entendibles como placer estético.

Con motivo del cambio de siglo, en el año 2000 se realizaron las más diversas actividades en todos los espacios de la cultura, desde los de carácter frívolo hasta congresos para tratar de analizar la prospectiva de la ciencia. Así, sucedieron algunos encuentros donde los más connotados representantes de la llamada "psicología transpersonal" discutieron acerca de temas relacionados con la paz mundial, lo que les llevó a tratar el tema de las emociones, analizando el porqué para el hombre



VESTIR ES DESTACAR

tiene más peso lo emotivo que lo racional, incluso en las ciencias, pues en su análisis sobre la conciencia, Ervin Laszlo explicaba como fue que los físicos aceptaron sustituir los planteamientos de Newton por los de Einstein: *"Al final parece ser que el motivo fue algo que la ciencia considera casi un factor estético: la simplicidad y la elegancia. En este caso se buscó la simplicidad y elegancia de las matemáticas básicas de una teoría. En esta especial teoría de la relatividad que por primera vez propuso Einstein las ecuaciones del movimiento permanecían invariables incluso cuando existía una aceleración del movimiento. Las famosas "invariables relativas" hacían que las ecuaciones resultaran constantes y elegantes".* [247]

Para deslindar los sentidos del término elegancia y clarificar su valor como categoría estética, deberemos separar sus acepciones. El maestro universitario Ricardo Yepes (1953-1996), filósofo y ensayista español, escribió un artículo, *"Elegancia, algo más que buenas maneras"*, donde analiza diferentes términos para tratar el tema que nos ocupa. Primeramente separa lo que denomina la "Compostura", una actitud que corresponde más a las buenas costumbres, aquellas maneras sociales con las que buscamos pertenecer al grupo y que nos identifican con la generalidad y que se adjetivan como comportamiento elegante, aunque realmente no alcanzan este nivel porque *"se limita a la asimilación al grupo, a no desentonar, cuando la elegancia requiere de un desarrollo de estilo propio para alcanzar la distinción"*.

Etimológicamente, la palabra elegancia viene del latín *Eligare*, elegir. Retomando los textos de Ortega, vemos que la palabra elegancia tiene un sentido original que la relaciona con el acto de elegir. La elección es un acto relacionado con la ética, pues ésta no es *"sino el arte de elegir bien nuestras acciones eso, precisamente eso, es la Elegancia. Ética y Elegancia son sinónimos"*. Pero además, hay un sentido forzosamente estético en la elección, pues un acto derivado de la libertad de nuestra distinción con respecto a las demás especies.

El origen de los actos del ser humano que podemos llamar elegantes, corresponde precisamente a su necesidad de distinguirse respecto a su medio y sus semejantes. La idea de que el hombre empezó a vestirse como protección es totalmente errónea, hoy los etnólogos se muestran de acuerdo en que el acto de cubrirse, con

247 LASZLO Ervin, GROF Stanislaf y RUSSEL Peter. *La revolución de la conciencia.* Ed. Kairós, Barcelona, 2001. Págs. 45-55

pieles durante la glaciación, no tiene que ver con la vestimenta. Ortega lo menciona: *"El ropaje utilitario, con la finalidad práctica de cubrirse ante el clima no es vestimenta, pues no viste. Vestir es destacar, probablemente la primera vestimenta fuera una pluma del ave cazada. El primer traje es un adorno, es algo que tiene que ver más con jerarquías y rituales, es una manifestación para descubrirse"*.



YEPES
"Algo más que buenas maneras"

La base de la elegancia es eso que se denomina buen gusto, aunque tampoco lo limita a esa cualidad. El interés por el tema aparece ya en la época del renacimiento, Baltasar Gracián (1601-1658), una de las mayores figuras de la literatura barroca española propuso al respecto: *"Es una cualidad de discernimiento espiritual que nos lleva no sólo a reconocer que algo es bello, sino también a tener puesta la mirada en todo con lo que debe concordar cuanto sea bello"*. Notemos que también se ha incluido el concepto de elección o discernimiento en esta definición.



GRACIÁN
"Con lo que debe concoradar cuanto sea bello"

El mismo autor nos advierte sobre el carácter hierático de la elegancia. Lo elegante es siempre ceremonial y lujoso. Lo elegante es excesivo en cuanto que puede no existir y nada deja de ser, salvo la situación de elegancia, pero siempre es un lujo mesurado, nunca estridente ni raya en lo excesivo en cuanto a la cantidad de elementos necesarios para producir el efecto elegante.

De Honorato de Balzac (1799-1850), encontramos tres aforismos sobre la elegancia que refuerzan la idea de distinción y estilo: *"Elegancia es la ciencia de no hacer nada igual que los demás, pareciendo que se hace todo de la misma manera que ellos"*. *"El bruto se cubre, el rico se adorna, el fatuo se disfraza, el elegante se viste"*. *"Un efecto esencial de la elegancia es ocultar sus medios"*. Son tres ideas que desarrolla, jugando con el sentido de la palabras y logra el cometido de dar a conocer su opinión a manera de síntesis, logra su efecto con un manejo elegante del idioma.



BALZAC
"Hacer nada igual a los demás"

Porque la elegancia es un efecto cuyo objetivo es distinguir con superioridad en un orden jerárquico. Lo elegante no puede recurrir a patrones, aunque se conserva en el modelo establecido con el que rompe tan sutilmente que más que ruptura, aparenta ser el paradigma del modelo mismo



UN TRAZO ELEGANTE PARA EL CONJUNTO DE CIUDAD UNIVERSITARIA



EL MÍNIMO DE RECURSOS Y EL EFECTO MÁXIMO

Pero la elegancia no es apariencia, pues esta tiende a caer en afectación y fingimiento, mientras la primera existe con espontaneidad y autenticidad en la expresión. Esto se llama naturalidad, mostrar la esencia, de modo que lo que aparece responda al fondo y a la interioridad verdaderas. Naturalidad no es pura espontaneidad, sino también mesura, moderación. La verdadera belleza es siempre portadora de naturalidad. Actuar espontánea y moderadamente, con un gusto y estilo personales que muestran en la persona una belleza poseída desde el fondo de ella misma: esto es en resumen ser elegante

La elegancia es economía, juego, síntesis, lujo, exceso en la intención y parquedad en el recurso. Es una forma de transmitir emociones estéticas y de adornarnos con ellas. Porque si bien la elegancia es algo que nace desde nuestro interior con la intención de cuidar nuestra imagen y ubicar nuestra escala en el orden y jerarquía de nuestra sociedad, también es algo que nos viste, es decir, nos traemos desde fuera para complementar nuestra presencia.

A diferencia de las artes, las disciplinas o procesos de diseño deben su razón de ser a un compromiso o cometido de función. Mientras las artes son búsquedas expresivas y ejercicios de libertad, el diseño es la atención a un problema un proceso de síntesis configurativa con el que se busca dar satisfacción a los requerimientos que plantean ciertos factores condicionantes. De ahí que pudiera ser equivalente al proceso de desarrollo de un problema matemático, pues aunque al principio se desconoce el resultado, el proceso mismo corresponde a un método de propuesta y validación que con las habilidades creativas de diseñador y su experiencia, logra generar una configuración que corresponde al objeto deseado.

La configuración de cualquier objeto de diseño, sea un jardín un edificio o un mueble, ofrece una lectura que nos permite conocer el proceso creativo del diseñador, el manejo de los componentes, su asimilación geométrica y su relación armónica, nos detallan un grado de dominio del proceso que puede o no corresponder al calificativo de elegante. El partido general de Ciudad Universitaria en México o la silla Barcelona, son ejemplos de una síntesis que conjuga y aprovecha hasta los mínimos detalles y recursos con que disponía el autor del diseño. En el primer caso vemos la existencia de dos ejes fundamentales, la ave-

nida Insurgentes y el eje transversal del campus. En cada cuadrante y en cada eje tenemos una rama del hacer y el saber universitarios, incluyendo todas las que interesan a la formación integral del ser humano. En la conjunción de tales ejes encontramos a la rectoría, cabeza de la institución. En el segundo caso tenemos el aprovechamiento extremo de las cualidades de un material que tradicionalmente estaba fuera del uso para mobiliario, lo que genera nuevas soluciones.

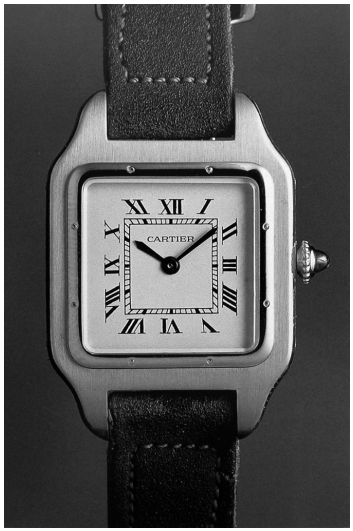


THOMSON
"Bello. elegante, sublime y placentero"

Sin embargo, cuando tratamos de exponer el concepto de elegancia en el diseño, nuestro objetivo no se refiere al proceso, sino al resultado. La elegancia como adjetivo y cualidad de la relación que establecen el objeto y el usuario. Volviendo a la relación etimológica entre elegancia y elegir, tenemos que hay elección en la compra o adquisición del objeto. El usuario se apropia del objeto porque le complementa, tanto a nivel de prótesis, como lo ha sostenido Fernando Martín, una extensión de nuestro cuerpo que nos complementa, tanto en lo físico, como instrumentos que apoyan las funciones corporales, pero también en lo anímico, como artefactos que nos incorporan a una sociedad moderna.

Los objetos de diseño se constituyen en al vehículos que manifiestan el gusto de su propietario, han sido elegidos por razones que van más allá del mero sentido utilitario, pues los objetos de diseño, como hemos visto, responden a categorías estéticas más allá de la contemplación, lo que señala su distancia de las obras artísticas. Como lo ha señalado William Thompson, quien escribió ya en 1768 un texto que llamó: *"Una Inquisición en el Principio Elemental del Gusto"*, donde señaló que *"el gusto, cuyo oficio es determinar lo que es bello, elegante, sublime, placentero, o los contrarios a éstas apreciaciones, somete su condición al juicio".*

La adquisición de una herramienta, por ejemplo un gato para elevar el automóvil, se realiza eligiendo uno en particular entre otros similares. Se han contemplado factores como su precio, su aparente resistencia estructural, la eficiencia de su mecanismo y su marca. Si la marca tiene prestigio o es reconocida por la calidad de sus productos, se ha hecho una buena compra, pero si no ha sido así y la marca es desconocida, no faltará el juicio ajeno que critique la decisión y muestre nuestra condición de inferioridad por haber elegido sin conocer suficientemente acerca del tema. En cambio, si se



EL OBJETO EN SÍ PUEDE SER ELEGANTE



LO CURSI ES LA ELEGANCIA FALLIDA

está seguro de ser un experto, puede ponderar a la herramienta y argumentar sus ventajas, aún si el precio pudiera parecer excesivo. Si esto opera así con una herramienta, cuya manifestación estética se reduce a la eficiencia funcional y al reconocimiento de la marca, mucho mayor es el cuidado que se debe poner al elegir objetos con características estéticas de mayor relevancia social. La compra de un equipo de entretenimiento familiar, teatro en casa, compromete y exhibe el gusto de su propietario, quien lo ha adquirido convencido de que tal adquisición le proporciona un grado de prestigio. Los objetos son un medio para la manifestación del gusto y ostentación del éxito. En pocas palabras, nos visten metafóricamente.

Los objetos de diseño obedecen a la realidad de los mercados, es su contexto y el principal motor de los mercados es la publicidad. La ostentación y anuncio público de las ventajas de determinado producto, bien o servicio en contra de los similares que ofrecen otros productores. La publicidad de los objetos de diseño es una señal que ayuda a identificar con cierta claridad cuales son las categorías estéticas que determinan las acciones de compra.

La publicidad de un condominio, un fraccionamiento, un automóvil o una licuadora apelan a los mismos valores, la elegancia es el primer argumento, la oferta que se hace de que determinado bien habrá de vestirnos y distinguirnos, cuya elección hará destacar nuestra calidad, conocimiento y capacidad de juicio. En un objeto anunciado como elegante la novedad se da por hecha, nada trillado puede ser elegante. La elegancia no es un algo que corresponde a nuestra persona, sino que resulta del acto de adquisición y uso de los bienes que nos la confieren. El objeto es elegante, es una cualidad del objeto que nos transmite cuando demostramos tener un grado de gusto apropiado para descifrar su sentido y realizar el acto de elección.

El problema es que esto se da a cualquier escala, se argumenta la elegancia de objetos que en otra esfera social se consideran francamente cursis. Bien se ha definido lo cursi como *“la elegancia fallida”*. Lo cursi es la antítesis de la elegancia, pero al mismo tiempo es su criterio más cercano. Lo elegante debe tener siempre un elemento impactante, algo que sale de lo común y ese elemento en cualquier momento

puede pasar a ser cursi. La mínima exageración, un poco más de la cantidad estrictamente conveniente de un excelente perfume, uno de moda y que se considere lo más elegante, ya pasó a la esfera del mal gusto y a lo cursi, un poco menos y el esfuerzo pasa desapercibido.

La elegancia, como manifestación formal y estilística de los objetos, corresponde a los procesos de diseño más que a las artes. Es la categoría estética más valiosa en este ámbito, el trabajo formal de los objetos de diseño tiende a que el proceso sea elegante, que las líneas correspondan a una calidad de trazo y armonía que manifiesten elegancia y que el producto resultante confiera a su propietario la vestimenta y distinción que le hagan sentir elegante.

La elegancia es una virtud superior a la belleza. Cuando se habla de la belleza de un objeto de diseño es porque se ha consolidado plenamente, es lo que se dice un clásico, es la vivienda en el señorial fraccionamiento de hace medio siglo, el mobiliario que rebasó a la moda y permanece, es el tipo de objeto que van en camino de ser arte. La elegancia, en cambio, es la comprobación de su vigencia. Repitiendo el símil que ya hemos utilizado, la elegancia es la simbolización sublimada.



LA ELEGANCIA, LA SIMBOLIZACIÓN SUBLIMADA

3.9 DISEÑO Y FUTURO



LA INDUSTRIALIZACIÓN, PROMESA, REALIDAD Y POSIBILIDAD

En el mundo occidental y a partir del segundo cuarto del siglo XIX, la producción industrializada ha ido sustituyendo a los medios de producción artesanal para realizar los objetos útiles e indispensables para la vida cotidiana, un cambio paulatino que parece indicar que podrá lograrse la satisfacción a las necesidades materiales de una población que crece a una velocidad desmedida.

Este cambio en las formas de hacer también ha significado la instauración de una nueva forma de entender y apreciar a los objetos. Hay una situación inédita y fundamental, la producción industrial ha generado una barrera en la comunicación entre el productor o creador de objetos y su destinatario. Es decir, se va erradicando la dinámica que imperó desde los albores de la humanidad y mediante la cual el hombre, que tenía contacto directo con el artesano si no es que lo hacía él mismo, podía obtener los objetos a su gusto y medida. Este es un cambio realmente significativo para nuestra forma de apreciar los objetos útiles, pero que ha generado sentimientos de alejamiento y nostalgia, provocando el anhelo de restituir aquel vínculo entre quien manufactura el objeto y su usuario, que por ahora se ha roto.

Hoy en día los sistemas productivos están tratando de restaurar la relación entre el fabricante y el usuario, para lograrlo algunos diseñadores se han dado a la tarea de desmontar la rigidez que por casi dos siglos ha caracterizado a la producción en masa. La sociedad de hoy exige cambios, el diseño y la industria trabajan incesantemente en las posibles soluciones, pero sabiendo perfectamente que nunca implicará el regreso al pasado, sino que se logrará con el soporte de las tecnologías de avanzada, que por tanto constituyen el factor determinante en esta búsqueda.

Así, el proceso de reconstrucción del vínculo hombre-producción-objeto se ha dirigido principalmente hacia dos tendencias.

La primera, aportando nuevas posibilidades para flexibilizar la labor del diseño, creando nuevos materiales, nuevas técnicas productivas y continuando los avances tecnológicos que mejoran la manera de ejecutar viejas funciones o de realizar otras nuevas.



KAHN
"El trabajo alienante tenderá a desparecer"

La segunda, forzando tanto a la industria como al diseño para resolver los problemas que la misma tecnología ha generado principalmente en los últimos cincuenta años, pues no solamente se ha destruido aquel vínculo afectivo entre el objeto y su usuario, sino que también se ha afectado negativamente la relación del hombre con su ambiente. Deterioros que se han dado tanto a nivel de los usuarios como en el sistema productivo. Son situaciones que la tecnología no puede resolver dado que, en la mayoría de los casos, escapan de su radio de acción. Este diagnóstico se ve corroborado por los planteamientos que al respecto han hecho estudiosos y profesionales vinculados al problema.

Los cambios sociales que se generan cada vez con mayor intensidad y frecuencia nos ubican en la sociedad post-industrial, un concepto que corresponde al posmodernismo y cuya característica principal es que se basa en la dinámica de los servicios, una sociedad altamente "terciarizada", donde la mercancía principal ya no son los objetos en sí, sino los servicios que prestan. No se compra, se alquila, los objetos tienden a ser desechables, la computación, las redes informáticas y demás servicios son los componentes de un nuevo estilo de vida. A partir de tales fenómenos, algunos pensadores han tratado de destacar la importancia de la tecnología en nuestra sociedad del siglo XXI y han tratado de imaginar las consecuencias de novedades tan radicales como la telemática y que adivinan los cambios que habrán de suceder por la evolución de éstas tecnologías.

Personalidades como Alvin Toffler, autor de verdaderos best sellers, señaló con bastante oportunidad lo que sería el impacto del futuro. Otra figura importante es el científico y especialista en temas de estrategia comparada Herman Kahn (1922-), quien desarrolló a partir de la década de los sesentas sus estudios sobre el futuro y que publicó como libro con el título El año 2000, donde expuso interesantes extrapolaciones por la tecnología y las relaciones socioconómicas internacionales a partir del desarrollo económico de algunos países que en su momen-



LYOTARD
"El fracaso de los grandes mitos"

to se consideraban muy atrasados, como China y la India. Una de sus ideas es que las nuevas tecnologías harán que la diferencia entre trabajo y ocio disminuya, pues el trabajo alienante tenderá a desaparecer. Son ideas que en su momento tuvieron gran importancia para el mundo del diseño de objetos, pues permitieron plantear posibilidades para el desarrollo de la inteligencia artificial y las computadoras. En aquellos años la visión de Kahn fue optimista en extremo al secundar las promesas que generaban el desarrollo de la ciencia y la tecnología[248].

En oposición y casi un cuarto de siglo después, surgió la visión de filósofos como Francois Lyotard (1924-1998), a quien se reconoce por haber acuñado el término "posmodernismo" y que con su trabajo desentraña la realidad del fracaso de los grandes mitos generados por las promesas de la ciencia y la tecnología como los recursos predestinados para crear la felicidad humana. El postmodernismo designa generalmente a un amplio número de movimientos artísticos, culturales y filosóficos del siglo XX, definidos en diverso grado y manera por su diferencia y superación de lo moderno. Las distintas corrientes del movimiento postmoderno aparecieron a lo largo del tercio central del siglo XX . Aunque son una diversidad de posturas en cuanto a su historia, ideología y metodología, comparten rasgos comunes centrados en la idea de que la renovación radical de las formas tradicionales en el arte, la cultura, el pensamiento y la vida social impulsada por el proyecto modernista fracasó en su intento de lograr la emancipación de la humanidad, y de que un proyecto semejante es imposible o inalcanzable en las condiciones actuales. El posmodernismo defiende la hibridación, la cultura popular, el decentramiento de la autoridad intelectual y científica, la complejidad y la imposibilidad de la reducción a definiciones, clasificaciones y demas visiones parciales para reconocer al mundo.[249]

Según Thierry Chaput, colaborador de Lyotard y también profesor de la Universidad de París, la forma que presentan hoy en día nuestros objetos de diseño es *"el síntoma de una carrera innovadora que afecta cada vez más nuestra aprehensión estética de lo que nos rodea, ya que quebranta con increíble regularidad la imagen del continuum tecnológico a la que estamos acostumbrados"*.[250] Probablemente esta situación se deba a la velocidad con que aparecen las novedades tecnológicas en los objetos de diseño. Ya no

248 KAHN, Herman y WIENER, Anthony. The Year 2000. *A framework for especulation on the next thirtythree years.* Hudson Institute. New york, 1967.

249 LYOTARD, Jean Francoise. *La condición Postmoderna.* Ed. Cátedra, Col. Teorema. Madrid, 2000.

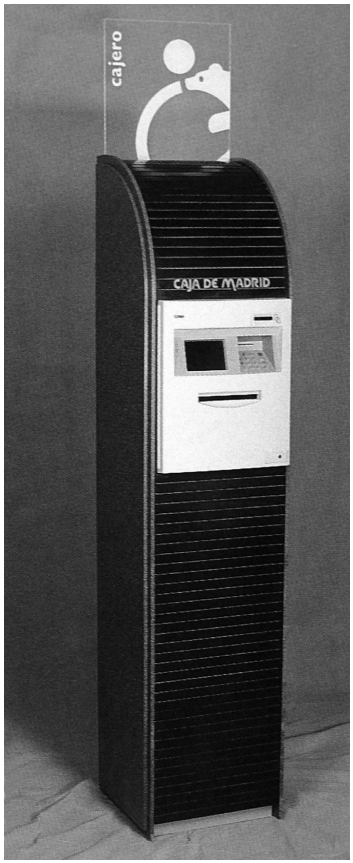
250 CHAPUT, Thierry. *"From Socrates to Intel: The caos of micro-aesthetics"* en JohnThackara (ed.) Design after modernism: Beyond the object, Thames & Hudson, Londres, 1988, Págs.183-186

hay un proyectista o diseñador que conozca la cantidad de materiales, equipos, instrumentos, componentes y accesorios que ofrece el mercado, casi todos los días aparece algo que propone un nuevo, aunque no siempre mejor, método o instrumento. Sistemas constructivos fabricados y prefabricados, componentes electrónicos para la vivienda inteligente, artilugios que ofrecen tal cantidad de funciones que nadie podría aprovechar totalmente en su vida cotidiana.

Al respecto, Jean Baudrillard también ha advertido que el fenómeno de la automatización nos está llevando a presenciar una suerte de *"antropomorfización del objeto"*, ya que sin darnos cuenta estamos *"borrando la presencia del hombre en los artefactos, al sustituir elementos mecánicos visualmente perceptibles por elementos electrónicos externamente invisibles. Lo cual termina otorgándole al artefacto un status o autonomía similar a la del hombre, destruyendo a su paso la dinámica mediante la cual el objeto estaba a su servicio"*. [251]

Klaus Krippendorff y Reinhart Butter, dos promotores de ideas de avanzada en la concepción del diseño industrial contemporáneo, ya han manifestado su preocupación por los efectos que nuevos materiales y fenómenos como la miniaturización están teniendo en la estética de los objetos que cada vez se hacen más necesarios para vivir en nuestra sociedad.[252] Tendencias que buscan satisfacer las necesidades vía la creación de medios como la realidad virtual o programas de computación e instrumentos de inteligencia artificial que aparecen como intermediarios entre el hombre y el objeto. Ya no es la inteligencia humana la que gobierna al objeto, sino que hay otra de tipo electrónico que valora las situaciones y toma decisiones por sí misma. Es el caso de los equipos de seguridad, control y climatización en los llamados edificios inteligentes o las computadoras que manejan por nosotros ya muchas funciones del automóvil. Estamos sustituyendo la realidad material del objeto por su presencia en la irrealidad del "software".

Ante algunas visiones tan inquietantes, cabe preguntarse dónde quedará la experiencia estética de nuestros objetos de diseño, pues la percepción de su uso se está desvaneciendo paulatinamente y la sensibilidad del usuario se ve cada vez más mediada por un conocimiento que tiende a especializarse. Y de ahí a tratar



ANTROPOMORFIZACIÓN DEL OBJETO

251 BAUDRILLARD, Jean Jacques. *El Sistema de los Objetos.* Siglo XXI Editores. México, 1972

252 KRIPPENDORF, Klaus y Butter, Reinhart. *"Where meanings escape functions"* en *Design Management Journal*, Boston, Spring 1993, Págs.29-33.

de averiguar qué podremos hacer frente a esta carrera innovadora, donde de antemano sabemos que los bits se mueven mucho más rápido que los átomos y en la cual, como lo afirma el ingeniero Froilán Fernández, especialista en informática e internet, *"cada vez nos sentimos más tentados a transformar átomos en bits"*.[253] Muchas son las propuestas al respecto. La mayoría tratan de resolver el problema estableciendo parámetros para su conceptualización. Esto con la esperanza de poder aportar esquemas de pensamiento que desemboquen en modos de actuar que garanticen que el proceso de tecnificación en la vida cotidiana sea menos brusco. Otras propuestas, por su parte, se concentran en detalles tan minuciosos que a la larga no terminamos de saber si lo que ellas plantean pueda tomarse como una solución definitiva.

En el primer grupo encontramos un conjunto de interesantes planteamientos que tienden a caracterizar el tipo de elaboración estética que debe prevalecer en los objetos de diseño.

Cabe aclarar que existen precedentes teóricos que, sin partir de lo tecnológico, sientan las bases para las especulaciones teóricas que sí lo hacen. De estos los más importantes para nuestra discusión son los provenientes de Jean Baudrillard y Abraham Moles. El primero publica en 1966 su visión de la *"genesis ideológica"* de nuestras necesidades, ensayo donde esboza los diferentes niveles de *"lectura"* que se pueden dar en un objeto y la manera en que nuestro sistema capitalista está contribuyendo a borrar la percepción de su funcionamiento. Esta es una idea que Baudrillard mantiene y reelabora 14 años después con matices aún más dramáticos que vaticinan la inexorable aniquilación del valor referencial del objeto (de la lectura de su función o uso) en favor de un valor netamente comercial en nuestras sociedades.[254]

Sobre el mismo tema, ya en 1975 Abraham Moles señaló que la principal razón del desgaste o pronta caducidad de estos objetos no se encontraba en la tecnología sino en el mismo sistema de valores bajo el cual vivimos.[255]

Estos trabajos han abierto un área de reflexión teórica que ha desembocado directamente en planteamientos sobre cómo apreciamos a los objetos de diseño matizados por innovaciones tecnológicas. Al respecto, Paul Levison ha observado que los artefactos como el te-

253 FERNÁNDEZ, Froilán. *"Versión preliminar de un futuro inalámbrico"*, Encartado especial titulado *"2000: El futuro es hoy"*. Periódico El Nacional, domingo 3 de octubre de 1999, Pág.8

254 BAUDILLARD, Jean. *"Génesis ideológica de las necesidades"* en *Crítica de la economía política del signo*, Siglo XXI, México, 1997

255 MOLES, Abraham . Design and immateriality: *What of it in a Postindustrial Society?* en Víctor Margolin y R. Buchanan (eds.) The idea of design: a Design Issues reader, the MIT Press, Cambridge, 1995, Pág.268.

levisor y el radio han sido objeto de una metamorfosis que los ha llevado a ser vistos en principio como *"juguetes"* debido a que sus potencialidades son pobremente entendidas, luego como *"espejos"* pues han pasado a formar parte de nuestra rutina y reflejan tal cual nuestra realidad, y finalmente como *"arte"*, lo que sucede cuando más allá de contarnos la realidad nos empiezan a hacerla ver de otra manera.[256]

La misma preocupación aparece en el trabajo del diseñador y profesor Ding-Bang Luh, donde nos ofrece una serie de *"índices psicológicos"* con los que busca definir la percepción que los usuarios tienen de un objeto a lo largo de su ciclo de vida útil. Estos índices abordan tres aspectos que su autor ve como distintivos en el producto: su función, su operación y su apariencia. Con las que determina a su vez cuatro maneras distintas de percibirlo. Primero, como *"nueva herramienta"* cuando se introduce al mercado, luego como *"equipo estándar"* en su fase de crecimiento, posteriormente pasa a ser *"reflector de status"*, en su fase de madurez, y finalmente y ya en una fase de declive donde pasa a ser *"entretenimiento"*.[257]

Otro estudio, también alejado de lo que llamaríamos la visión exclusivamente occidental del asunto, es el trabajo del profesor Uday Athavankar, del Instituto Indio de Tecnología en Bombay, quien entre otras cosas ha llegado a sugerir que el diseño de la imagen del objeto y sus cualidades perceptibles, deben considerarse como *"una cuidadosa construcción de vínculos visuales culturalmente arraigados"* para que el usuario pueda decodificarlo, donde se debe procurar que dichos vínculos deberán tener la suficiente fuerza y claridad para evocar las conexiones correctas.

Estos dos últimos trabajos son especialmente significativos si entendemos que la incursión de la tecnología en la vida cotidiana no puede verse como un problema de los objetos y artefactos aislados. Allí, por el contrario, debe prevalecer una visión ecológica, totalizadora, de los objetos que sea capaz de involucrar dentro de su concepción el nivel de conocimiento tecnológico que tienen sus destinatarios humanos.

En este último sentido, quizás sea necesario considerar nuevamente la posibilidad de generar métodos y condiciones que ayuden a sensibilizar al usuario ante las nuevas tecnologías. Es decir, dejar de ver esta sensibilización como un problema que solo debe recaer

256 LEVISON, Paul. *"Toy, mirror, and art: The metamorphosis of technological culture"*, en la revista *Etcétera*, Junio de 1977, Págs.151-167

257 DING-BANG Luh, *"The development of psychological indexes for product design and the concepts for product phases"* en Design *Management Journal, Vol.5, #1*, Boston, Invierno de 1994, Págs.30-39.



DE KERKHOVE
"El problema hoy es cómo proteger la privacidad en la sociedad electrónica"

en los individuos o como un proceso supeditado al azar, ya que la realidad es que por lo general la humanidad se toma un lapso de 30 años para asimilar los cambios en la forma de vida que le imponen las nuevas tecnologías. Ante esta situación, quizás nos resulte muy útil la propuesta del profesor Terry Liddament de la Universidad de Londres, quien plantea entender estos problemas como cuestiones que nos hacen ver la necesidad de iniciar programas educativos, a todos los niveles, para lograr la *"alfabetización tecnológica"*. [258]

Finalmente, cabe reseñar otros esfuerzos que no entran en ninguno de los temas anteriormente tratados. Nos referimos a la creciente conciencia ante el problema del distanciamiento que propició el desarrollo tecnológico entre el hombre y sus objetos, sobre todo en cuanto a su procesos de elaboración y manufactura, pero que ahora esos mismos avances y tecnologías permitirán revertir. Derrick de Kerckhove, director del Programa McLuhan de la Universidad de Toronto, aboga por hacer de los productos y las tecnologías para su realización entes interactivos que le permitan a los usuarios moldearlos a su gusto. Esta visión promueve lo que ya se conoce como diseño participativo.

La idea es aprovechar el desarrollo de los procesos asistidos con recursos de inteligencia artificial e incorporar al futuro propietario de un objeto en las decisiones de diseño de su próxima vivienda, su equipamiento interno o sus muebles. Esto ya es totalmente posible, los instrumentos de fabricación con tecnología de vanguardia, como las máquinas de control numérico, ya permiten modificar aspectos morfológicos de un producto en particular, a deseo del cliente, sin interrumpir o alterar sustantivamente la línea de producción. Con estos recursos el cliente o consumidor pueden solicitar que el producto se adapte mejor a sus condiciones de vida, sus costumbres o simplemente sus deseos sobre la apariencia del objeto.[259]

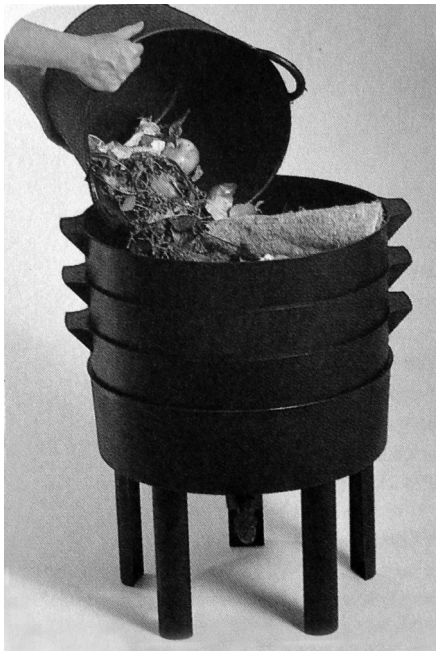
Recientemente se ha presentado un sistema estereolitográfico para construcción de viviendas que en principio es muy similar al proceso de impresión digital por chorro de tinta, solamente que esta máquina es un "ploter" gigantesco que en lugar de tinta va dejando una cinta de concreto de una pulgada de espesor y puede depositar tres metros lineales en dos segundos, de modo que en una hora construye

258 LIDDAMENT, Terry *"Technological literacy: The construction of meaning"* en *Design Studies, Vol.15, # 2,* 1994, Págs.198-213.

259 DE KERCKHOVE, Derrick. *"Design interactivity and the production of meaning"* en Jeremy Myerson (ed.) Design Renaissance *"Documentos del Congreso Internacional de Diseño de Glasgow, 1993"*, Open Eye, Londres, 1994, Págs.153-156

una barda de noventa metros de longitud y dos y medio de altura. Lo más significativo es que el trazo del muro puede seguir un dibujo realizado en ese momento, dejando los vanos y puertas, espacios y direcciones tal como se le indique la máquina. Si se está construyendo un conjunto de casas, se podrá programar la construcción de distintas distribuciones y con características al gusto de sus dueños, sin otra acción más que limitarse a la cantidad de metros de los muros.

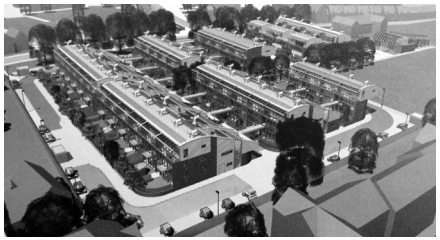
Otra visión que ha empezado a considerarse un nuevo paradigma, es la que busca transformar el acto de diseñar objetos en una actividad orientada a lograr que estos *"hagan sentido de sí mismos"*. Es lo que se conoce como el *"paradigma semántico"*, un planteamiento que contempla la concepción del producto como interfase diseñada para acomodar los modelos cognoscitivos de los usuarios y la visualización de la interacción hombre-objeto bajo una perspectiva automotivante, donde el usuario descubre el uso del objeto sin necesidad de leer sus instrucciones. Al respecto es importante mencionar que Victor Papanek ha vislumbrado el desarrollo de dos tendencias en el diseño venidero: Una centrada en el diseño de objetos fáciles de armar y desarmar por sus usuarios *"design for disassembly"*, como lo está haciendo con mucho éxito la empresa europea Ikea, que inició con la producción de mesitas y ha evolucionado hasta la fabricación de componentes arquitectónicos completos. La otra tendencia hacia un diseño que facilite el mantenimiento y reparación de la tecnología propia de cada objeto por parte de su usuario *"the rediscovery of repairability"*, que es una tendencia a devolver al propietario la posibilidad de reparar o de "escalar" su objeto para que se vaya adaptando a las nuevas necesidades o condiciones tecnológicas en lugar de pasar a ser eliminado, tal como se hace con el concepto de *"pié de casa"* o en otro extremo, las computadoras *"armadas*".[260]



LA PREOCUPACIÓN POR LA ECOLOGÍA

Una tendencia que se va generalizando y que podría llegar a constituir hasta una nueva categoría estética para los objetos de diseño es la preocupación por la sustentabilidad del ambiente ecológico. La producción de objetos ya no puede seguir como un proceso de depredación del mundo natural y esta realidad ha señalado nuevos modos de hacer y evaluar los objetos de diseño. En estos años, sobre todo en Europa, se ha incrementado la conciencia para determinar el gasto

260 PAPANEK, Victor. *"The coming of a new aesthetics: eco-logic, etho-logic, bio-logic"* en Jeremy Myerson (ed.) Design Renaissance (*Documentos del Congreso Internacional de Diseño de Glasgow, 1993*), Open Eye, Londres, 1994, Págs.29-34.



EL CONJUNTO HABITACIONAL CON NUEVOS CONCEPTOS PRA APROVECHAMIENTO DE LA ENERGÍA

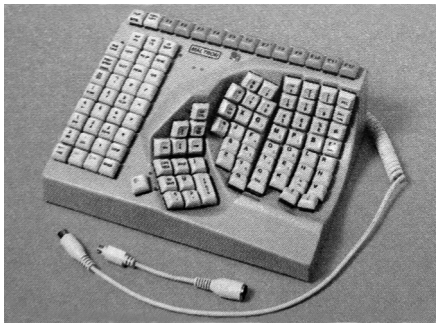
energético que implica la fabricación o construcción de cada objeto, el uso del agua durante los procesos, la utilización de solventes y fluorocarbonatos, y la determinación científica de lo que constituyen resabios o desechos que se consideren basura para impedir su producción.

Por el otro lado y desafortunadamente, la postura ecologista se ha convertido en una actitud similar a la religión o la ideología política, donde los ecologistas se han fortalecido en grupos que intentan participar y decidir en la vida de las comunidades, imponiendo puntos de vista aparentemente racionales pero que muchas ocasiones son solamente la visión superficial o muy incompleta del problema. Así, por ejemplo se mueven los vecinos de una colonia para impedir al gobierno que derribe eucaliptos por que “hay que conservar los árboles” sin analizar que son una plaga que irresponsablemente se trajo de indonesia y que, al menos en el valle de México, han provocado la desaparición del pirúl, árbol endémico que es el sustento de aves e insectos, como las abejas, indispensables para conservar el ambiente. No es igual adoptar una postura ecologista, a medias entre actitud moral y forma de vida, que hacer estudios ecológicos, lo que corresponde a los científicos.

En cuanto a la producción de objetos de diseño, el análisis ecológico, por parte de biólogos, químicos y otros expertos, permitirá analizar los valores de sustentabilidad que represente cada objeto. Los diseñadores tenemos una gran responsabilidad en cuanto a la propuesta de mejores prestaciones de función y aprovechamiento de las prestaciones de los objetos, las especificaciones para sus materiales y procesos de fabricación y ahora incorporar al proceso de síntesis configurativa, aspectos relativos a la vida y desaparición del objeto, con la mira en que su destino no sea ser basura, sino planear su reincorporación a la naturaleza, el reciclado de materiales o su reutilización de otra manera. En muchos medios para la publicidad de algunos productos de diseño ya se señalan sus ventajas ecológicas como atractivo y valor agregado.

Los valores de sustentabilidad en los objetos incrementarán su apreciación estética en sentidos más allá de la plástica, pues el respeto a la vida es un acto más allá de la lógica y la ética, es un acto estético. No sería remoto que el público consumidor de un futuro cercano considere importantes las cualidades en éste sentido de los objetos al

hacer la compra. Ya se han elaborado tablas y esquemas para hacer la valoración de sustentabilidad ecológica de los productos, tomando en cuenta sus posibilidades para cumplir con parámetros de respeto a medio ambiente en todas las etapas de vida del producto. En el libro *Manual de Diseño Ecológico*[261], se muestra una buena cantidad de objetos de diseño, para todos los usos y contextos , y cada uno se valora de acuerdo a la escala que propone el autor, de manera que vemos si se ahorra energía, si no contamina el agua, si sus materiales son recuperables, etc. Con éstos parámetros, el impacto estético de los objetos de diseño amplía significativamente sus sentidos e importancia, lo que hace ver que para las generaciones que seguirán, los valores estéticos respecto al arte y el diseño tradicionales habrán de ser muy diferentes de los que nos ha tocado vivir.



DIESEÑO INCLUYENTE
Teclado para una sola mano

Finalmente, el diseño incluyente constituye otra de las tendencias que van orientando a los objetos de diseño para responder de mejor manera a las expectativas del usuario. Su objetivo es el manejo de la configuración y prestaciones del objeto, aprovechando al máximo las oportunidades que brinda la tecnología, para que permita su utilización por parte de la población con problemas de discapacidad. En este sentido hay dos modalidades, una es la que consiste en hacer los objetos especiales que requieren estas personas, como sillas de ruedas, bastones para ciegos con sensores infrarrojos y de radar, y la otra es la que no señala diferencias, pues configura los objetos comunes para que se adapten tanto a la mayoría de las personas como para quienes padecen alguna deficiencia.

Todos estos planteamientos delinean algunos de los retos más importantes para el diseño de objetos en el siglo que inicia y nos hablan de un panorama estéticamente prometedor que esperaríamos llegar a ver. Quizás la enseñanza más importante que esta visión panorámica nos deja, sea el entender que no hay renovación estética profunda que no esté basada en un sistema de valores.

261 FUAD-LUKE, Alastair. *Manual de Diseño Ecológico*. Ed Cartago-Gustavo Gilli. Barcelona, 2002.

C O N C L U S I Ó N

Al proponer este trabajo lo hacíamos sabiendo que se abordaba un terreno movedizo pues todo lo referente a la estética carece de definición, no hay manera de establecer parámetros o dimensiones, todas las posibles escalas de valor nos llevan a los planos del infinito, lo que no tiene límites o dimensiones y por tanto, de lo que no puede ser ni comprobado ni repetido. Es imposible hacer análisis experimental de los fenómenos relacionados con la Estética. La contemplación es irrepetible, el primer impacto o efecto emocional de un fenómeno estético provocará sensaciones que no se habrán de volver a experimentar. Lo que una mañana se percibe como maravilloso, para la tarde puede resultar aburrido. Si así sucede con el acto contemplativo entre el mismo individuo y el mismo objeto, mayor será la diferencia tratándose de otra gente, nadie podrá nunca saber si la experiencia estética compartida por dos personas les ha provocado el mismo efecto. Por otra parte, eso tampoco tendría importancia, porque justamente el valor de lo estético es su singularidad, su carácter de único y de la manera en que se hace la relación con cada persona.

Entonces la respuesta a los planteamientos de la hipótesis inicialmente siempre podrá ser reinterpretada. Cualquier hipótesis en los temas referentes a la estética es más una propuesta que respuesta. Sin embargo, el trabajo se ha desarrollado buscando seguir un esquema de pensamiento con el mayor rigor posible.

En el primer apartado se realiza un acercamiento al carácter filosófico de la estética, su relación y diferencia con la lógica y la ética. Se plantean sus límites y diferencias con respecto al arte, fenómeno estético que no persigue el conocimiento, contrario a los objetivos de esta ciencia. Se hace un recuento analítico de los métodos de estudio que validan el pensamiento y los conocimientos sobre esta rama del saber y con la idea de reconocer las posibilidades que nos ofrecen para el análisis estético de los objetos que se generan con los procesos de diseño.

En el mismo espacio se desarrolla un capítulo para analizar los fenómenos de la percepción, tanto en lo fisiológico como en lo mental, buscando establecer los mecanismos por los que el impacto estético se proyecta a los niveles de la más profunda intimidad y lo intrínseco de la persona. Para finalizar esta sección, se desarrolla la propuesta para considerar a las diferentes actividades humanas capaces de provocar sensaciones, como ámbitos para el fenómeno estético, lo que nos ha proporcionado la vía para centrar el objeto de nuestro estudio en las disciplinas del diseño de objetos tridimensionales. La consideración de los ámbitos para lo estético ha facilitado la separación del fenómeno estético en el diseño con respecto al Arte que históricamente lo ha monopolizado, esto nos ha permitido considerar al diseño como un proceso de producción estética libre de los conceptos y categorías aplicadas al Arte y que hasta el momento son motivo de confusión. Es por esto que en mucha literatura al respecto del diseño muchos autores y profesionales consideran vigente la vieja pregunta de si el diseño es arte. Ahora podemos ver que es un fenómeno estético diferente al arte en sus objetivos, sus métodos y sobre todo, en la calidad del impacto emocional pues en el diseño nunca es desinteresado, con lo que se generan nuevas categorías estéticas.

El siguiente paso ha sido la descrfipción y análisis de los aspectos que definen a cada una de las disciplinas del diseño que cumplen con los requisitos de generar objetos tridimensionales para conformar los espacios y entornos de la vida humana. Se ha compuesto un apartado especial donde cada disciplina corresponde a un capítulo y donde hemos tratado de postular los valores estéticos de cada una por separado y también los que las hacen similares o posibilitan su inclusión en una misma categoría de disciplinas hermanadas por el proceso de diseño.

Tratando de aplicar los principios que aporta la estética para conocer las manifestaciones de las disciplinas del diseño y buscando dar cabida a la mayor cantidad de posibilidades para evaluar los fenómenos estéticos en los procesos de diseño, buscamos analizar la relación entre el concepto de forma y el tratamiento configurativo de los objetos, reconociendo el valor estético que encierra el proceso creativo en sí mismo y la manera en que genera una relación empática que se proyecta o derrama hacia el resultado estético del objeto diseñado.

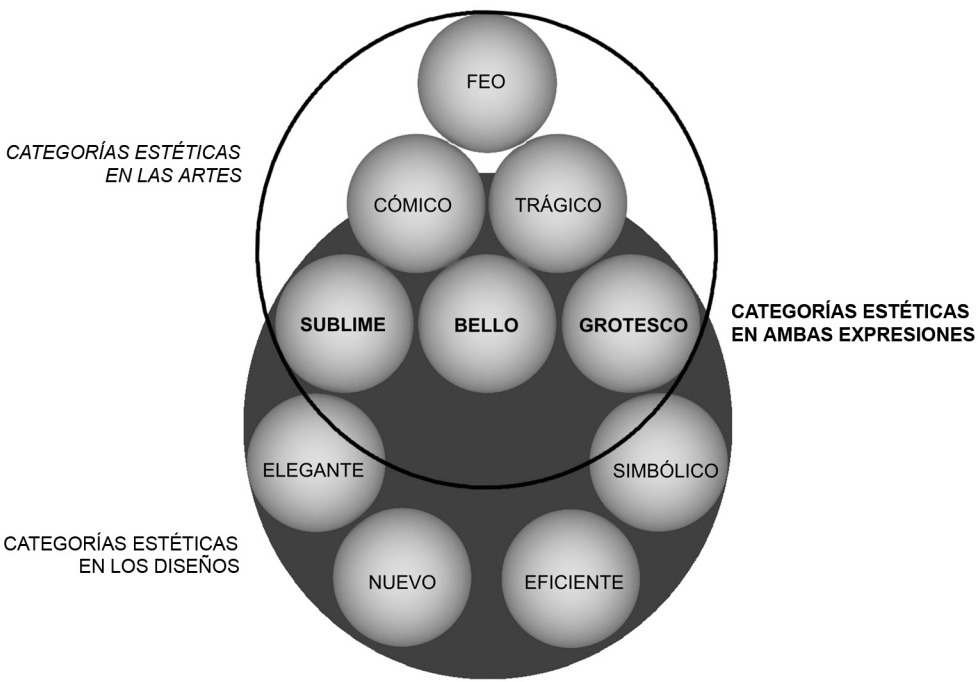
A continuación se ha buscado la comprensión al fenómeno del gusto, un oscuro tema que tiene todas las formas de manifestación imaginables, pero que se esconde detrás de infinitos rasgos de personalidad y niveles educativos en todas las personas. El gusto es un fenómeno donde todo es relativo, pero que como hemos podido ver, se relaciona o es consecuencia del grado de conocimientos que se tenga de lo observado. Nadie puede disfrutar lo que desconoce. Probablemente lo que pudiera considerarse la aportación significativa de éste trabajo y que confirma la existencia de una valoración estética que distingue entre las Artes y los Diseños, como se propuso en el enunciado de la hipótesis inicial, sea el planteamiento de categorías estéticas específicas para los procesos de diseño. Los filósofos que tratan el tema han establecido a las categorías estéticas como los parámetros que establecen cierta escala de valores para reconocer y apreciar el fenómenos estético, pero al tratar de aplicar tales categorías a los objetos resultantes de proceso de diseño hemos podido comprobar que resultan insuficientes o inaplicables.

Las oportunidades de disfrute y halago a nuestros sentidos, las formas de placer que puedan brindarnos los objetos de diseño son muy diferentes a las que nos proporcionan los objetos y manifestaciones del arte. En el arte el impacto es desinteresado, se busca la emoción pura, muy diferente es nuestra actitud ante los objetos de diseño, son objetos que se agregan a manera de prótesis a nuestro cuerpo, todos de una manera o de otra nos visten, y al hacerlo adquieren un significado que manifestamos con el hecho de poseerlos. Hay un valor de significado en los objetos de diseño que genera lenguajes que comunican a quienes comparten o que han elegido al mismo tipo o marca de objetos. Hay una fuerte carga semántica que otorga una categoría estética al valor del objeto como símbolo.

El servicio que nos prestan los objetos, la eficiencia con que puedan cumplir sus funciones, es otra fuente de disfrute distinta a cualquiera de las que puede proporcionar el objeto artístico. De igual manera, la búsqueda y hallazgo de lo nuevo es motivo de placer en la posesión del objeto de diseño, la sensación de incorporarnos al avance y evolución de la técnica y las promesas que encierra respecto a un mejor futuro gracias a los avances técnicos, aporta un sentido de satisfacción

placentera y de disfrute estético en los objetos a los que percibimos como novedad. Otra categoría estética que se propone para analizar al sentimiento y manifestación de los objetos es la elegancia, adjetivo y virtud que reconocemos como la máxima categoría estética, es la más sutil manifestación estética que podamos lograr con y por medio de los objetos de diseño. La elegancia es una manifestación de la personalidad que todos podemos apreciar, en todas las ramas del hacer humano, pero que en los objetos de diseño se manifiesta como aquello que nos oculta para mostrarnos de manera magnífica. Paradoja que corresponde totalmente a los fenómenos relacionados con lo estético, ese terreno movedizo que describimos al inicio de estas conclusiones.

Finalmente y considerando que hemos cumplido con los planteamientos para la consideración de lo estético en los ámbitos del diseño de manera independiente a como se ha hecho para las artes, se plantea un capítulo que nos permite una visión prospectiva para el sentido del goce estético que podrán aportar las disciplinas del diseño en los años futuros.



G L O S A R I O

LOS TÉRMINOS QUE SE INCLUYEN EN ÉSTE GLOSARIO SE EXPLICAN DE ACUERDO AL SENTIDO UTILIZADO EN EL LENGUAJE DE LOS PROFESIONALES DEL DISEÑO.
NO SE PRETENDE HACER EXPLICACIONES QUE PUDIERAN IR MÁS ALLÁ.

Antropometría. Medidas exteriores del cuerpo humano y sus partes. Los estudios antropométricos establecen tallas y estándares, parten de una taxonomía de la población de acuerdo a su origen étnico, su tipo de trabajo, edades, padecimientos, sexo, etc.

Asimilación. Cualidad humana que permite acostumbrarse al manejo de un objeto-producto de manera tal que llegue a realizarse sin necesidad de esfuerzo mental. El grado de asimilación debe estudiarse pues conlleva el riesgo de la realización de acciones automáticas sin conciencia y la posibilidad de error humano.

Artes plásticas. Tienen su motivación en la necesidad de expresión y comunicación de emociones estéticas imposibles de transmitir y recibir por otros medios. Utilizan como vehículo el manejo de elementos físicos ordenados para impactar principalmente al sentido de la vista y evocar las sensaciones de los otros sentidos. Cuando un Objeto-producto adquiere el significado de obra de arte, se inscribe en las artes plásticas.

Bellas Artes. Actividades humanas estructuralmente independientes de las ciencias exactas y la filosofía, que producen obras cuyo objetivo es el impacto estético puro. Sin que exista una taxonomía o clasificación verdadera y de aceptación universal, tradicionalmente se nombran siete: Música, Danza, Teatro, Literatura y Poesía, Artes Plásticas (Pintura y Escultura), Arquitectura y Cine.

Belleza. Cualidad sensible y comunicativa al mas profundo nivel intrínseco que puede percibir el ser humano en los fenómenos que le rodean. La Belleza en diseño industrial es el resultado del tratamiento formal o plástico para que responda a valores consonantes a la circunstancia sociocultural que la origina.

Carácter. Parámetro de tipo morfológico que establece la expresión formal indicada para que el producto se aproxime a lo intrínseco del usuario. Ej. Un juguete tiene un carácter alegre e inocente, un paraguas puede tener carácter masculino o femenino.

Código. Convención o valor aceptado que estructura y otorga sentido a la relación entre el significante y el significado.

Comunicación. Acto de interrelación mental entre un ser humano y otro. Se basa en la lectura de códigos para formar conceptos que habrán de compartirse. El lenguaje utiliza las palabras y su ordenamiento como código. La configuración de un Objeto-producto tiene una expresión de lenguaje en los principios visuales dinámicos entre otros. Un receptor podrá leer estos códigos en función de su nivel o extracción cultural.

Concepto de diseño. Configuración de un objeto-producto que se propone para satisfacer con él las necesidades o los requerimientos que determina su perfil de producto. Es la respuesta configurativa que realiza un diseñador de acuerdo a su particular e individual comprensión o valoración de los contenidos en el perfil de producto. Siempre se buscará que el Concepto de diseño responda a una consideración óptima de todos los elementos que intervienen para: Lograr que la fabricación sea dentro de costos adecuados y lograr competir en el mercado; Responder prácticamente a la función del objeto; Aprovechar sus elementos para un uso cómodo y seguro; Generar un objeto cuya forma y elementos perceptibles respondan al contexto cultural del usuario y al mismo tiempo sean medio para la expresión del diseñador.

Configuración. Disposición de elementos característica de un objeto-producto. Obedece a un particular concepto de diseño. Es el resultado tangible de la etapa conceptual y establece las bases que con el mínimo de modificaciones deberán mantenerse hasta la terminación del proyecto.

Cultura. Conjunto de actitudes que define y distingue a un grupo humano. La cultura configura un modo particular de vida y de subsistencia, de comprensión de los fenómenos que impactan al grupo humano y de su interpretación.

Cultura Material. Resultados tangibles o conservables de las actitudes culturales de un grupo humano. Fundamentalmente se refieren a los conocimientos científicos y sus aplicaciones, a los medios que plasman un concepto filosófico como son los rituales y a las obras de arte.

Elegancia. Actitud personal para manejar la propia imagen demostrando dominio de actitudes, maneras y atavíos para manifestar un cuidado y mesura para lucir al máximo y evitar la ostentación superflua. Categoría estética para los objetos de diseño que implican el manejo de su configuración y trabajo formal que se refiere al saber dimensionar los recursos plástico-formales para lograr la expresión más sobria con una máxima potencialidad.

Diseño industrial. Actividad multidisciplinaria que se realiza en la industria con la finalidad de determinar las características y especificaciones de un objeto antes de iniciar su producción. Pueden o no participar los profesionales conocidos como diseñadores industriales.

Emblema. Signo que representa a una agrupación humana para distinguirse de otras similares dentro del mismo contexto social. Ej. Los escudos heráldicos, los logotipos o de identidad empresarial.

Empresa. Grupo organizado de personas que se ha formado por iniciativa de quienes han tenido la visión y el capital necesarios. Su objetivo es la producción de bienes o servicios para cubrir una demanda del mercado. Las empresas fabricantes de bienes de consumo duradero requieren de un proceso de diseño industrial para sostener la competitividad de sus productos. La empresa se organiza con una Dirección General y tres áreas ejecutivas que realizan el trabajo cotidiano: Administrativa, Planta y Ventas. Además, tres áreas de planificación que proyectan su trabajo hacia el futuro: Finanzas, Mercadotecnia y Nuevos Productos. Los departamentos diseño industrial se ubican en esta última.

Entorno. Señalamiento a las condiciones espaciales, físicas, dimensionales, ambientales, climáticas, acústicas, lumínicas y constructivas que deben considerarse para establecer las características del S H-O-E.

Ergonomía. Disciplina que estudia los aspectos cuantificables que se reconocen en el sistema Hombre-Objeto-Entorno. El conocimiento ergonómico se aplica al desarrollo de la configuración de los objetos-producto para optimizar su relación de trabajo con el usuario.

Escultura. Arte plástica que maneja sus valores estéticos y los principios visuales dinámicos en el plano tridimensional.

Estética. Rama de la filosofía que estudia al hombre como ser emocional, particularmente cuando se manifiesta en el arte como autor o receptor. Se considera a la estética como la “ciencia” de la belleza. Como factor condicionante en un proceso de diseño, se refiere a los spectos inherentes a los objeto-
s y productos que inciden culturalmente en el hombre como su espectador o usuario. En el proceso de diseño lo estético se manifiesta desde el momento de comprender la necesidad que origina al objeto-producto. Se materializa con la sensibilidad del diseñador para manejar a voluntad la expresión en todos los detalles perceptibles, con el objetivo de satisfacer necesidades anímicas.

Estilo. Conjunto de cánones o principios que establecen una tendencia identificable en el tratamiento de la Forma. Puede referirse a una cierta etapa histórica donde se genera y desarrolla o referirse a las particularidades en el trabajo de algún diseñador. El estilo tiene un valor de veracidad de acuerdo al contexto cultural y temporal del trabajo. En el proceso de diseño, el estilo está ligado a la definición configurativa desde la etapa conceptual.

Estructura. Conjunto de elementos, sea como piezas específicas o como características de algunos de los componentes, que efectúan la acción interrelacionada de soportar sin deformación los esfuerzos de carácter mecánico a que será sometido un fragmento o la totalidad del cuerpo del objeto-producto.
Factor Humano. Aspectos que definen la situación y comportamiento de las cualidades funcionales del ser humano (anatómicas, antropométricas, fisiológicas, psicológicas y de costumbre) al actuar en el sistema Hombre-Objeto-Entorno.

Figura. Cualidad perceptible que delimita al O-P de su contexto físico. Comúnmente se dice que su figura es su forma, aunque en rigor la figura es lo que resulta del trabajo del diseñador.

Forma. Por costumbre se maneja complementariamente o como sinónimo de configuración. Desde un punto de vista de purismo en el lenguaje de las artes plásticas, este concepto tiene una implicación mas amplia, puesto que abarca a la definición y concepto del producto, su relación con la necesidad que le origina e incluye a su relación con el contexto físico y el momento cultural del producto. La forma de un objeto es el conjunto de delimitantes que lo separan del resto en cualquier taxonomía o sistema de clasificación, tanto en lo concreto, su configuración, como en lo abstracto o sean sus razones de ser. La forma de silla es un concepto superior que incluye a todas las posibles configuraciones de una silla. La forma adecuada para satisfacer la necesidad de sentarse incluye, entre otras, a la silla.

Formalismo. Tendencia en el diseño y disciplinas afines que basa el proceso de diseño en el Factor Estético, muchas veces en detrimento de los otros factores. Se considera válido cuando el objeto tiene una función de relevancia en el aspecto emocional respecto a su circunstancia.

Función. Objetivo práctico o desempeño de un objeto-producto o de alguna de sus partes o características. La función puede ser muy concreta, como la helicoide de una broca para extraer el material durante el barrenado, o más abstracta, como una función de tipo estético.

Funcionalismo. Tendencia en el diseño y disciplinas afines que basa el proceso de diseño en el Factor Función. Se basa en la consideración de que las Funciones del objeto, en sí mismas, tienen una expresión como carácter para la forma del objeto.

Gusto. Principio estético que indica el grado de madurez y educación plástica del autor, es un valor superior al estilístico puesto que permite una expresión particular por medio de un adecuado manejo de los aspectos que percibe el ser humano.

Habilidad creativa. Capacidad inherente al ser humano para idear algo que se desconocía. Encuentra intuitivamente posibilidades de reordenamiento para elementos que anteriormente no se hubieran contemplado y que debido a ello sugieren la existencia de una nueva entidad. Esta habilidad se desarrolla e incrementa por medio del ejercicio práctico ante problemas que la exigen.

Innovación. Actividad en la industria que tiende al desarrollo de tecnología, mejora de las prestaciones, aprovechamiento de las cualidades de los materiales y de sus procesos productivos para sostener la vigencia en la competencia por los mercados para sus productos.

Intuición. Capacidad mental para comprender y visualizar sin necesidad de desarrollar un proceso lógico.

Icono. Tiene acepción en todas las artes plásticas. En diseño industrial es un patrón configurativo que a través de la costumbre se ha llegado a considerar como representación, símbolo, síntesis o extracto visual de la forma o el carácter de un objeto producto. Este icono debe contemplar la tridimensionalidad

Moda. Conjunto de características en el trabajo de forma de un producto que siguen a lo aceptado en el mercado durante una época. Como modelo de solución formal, la moda se considera adecuada solamente para los productos de uso muy cotidiano y que habrán de sustituirse en un período de tiempo relativamente corto.

Morfología. Ciencia que estudia las características de la forma física de un ente, ya sea un ser natural o un objeto creado por el hombre. El objetivo de la morfología es el análisis de las relaciones entre la estructura geométrica del ente o sus partes y su función.

Necesidad humana. Situación de carencia en lo referente a la dimensión completa del ser humano, que abarca tanto los planos físicos y objetivos, como los emocionales y subjetivos. Algunas necesidades humanas son susceptibles de satisfacción por el uso o la posesión de un Objeto-Producto.

Novedad. Calidad de un objeto que se refiere al grado de sorpresa que puede provocar en un espectador debido al desconocimiento previo de sus características y prestaciones.

Originalidad. Principio de máximo valor en la generación de un producto, se entiende como resultado de un análisis profundo e interiorizado de las condiciones que originan una necesidad humana y por tanto un objeto-producto. La originalidad es apego al origen, no la novedad caprichosa. La originalidad manifiesta una elevada comprensión de la circunstancia humana, sociocultural y tecnológica donde aparece y se satisface la necesidad.

Organoléptico. Concepto de diseño de un producto, no necesariamente de diseño industrial, que busca impactar positivamente todos los sentidos del ser humano en toda su capacidad perceptiva.

Paradigma. Concepto o modelo ideal que se considera como el representante mas puro y perfecto de un fenómeno. En diseño industrial se refiere a las cualidades mas permanentes o constantes en un estilo de diseño.

Pintura. Arte plástica que maneja sus valores estéticos y los principios visuales dinámicos en el plano bidimensional.

Plástica. Manejo de las cualidades perceptibles del Objeto-producto. Trabajo de búsqueda de las características de una configuración para obtener la expresividad deseada.

Producción. Acto de realizar la construcción física de los objetos-producto. Requiere de planeación, organización y control aplicados a un orden secuencial de operaciones. La producción se inicia con la adquisición de materia prima y termina con la entrega de los productos embalados al cliente o sus distribuidores.

Racionalismo. Tendencia en el diseño y disciplinas afines que basa el proceso de diseño en la consideración de un equilibrio escueto entre los postulados de los cuatro factores. Se basa en la atención a las limitaciones por los postulados del Factor Producción. La mayoría de los productos de la industria mexicana se pueden inscribir en esta tendencia, de ahí su pobreza en las propuestas formales.

Recursos de la plástica. Cualidades y características de las artes plásticas. Se refieren a ciertos elementos de la figura que proporcionan las herramientas con que se producen diversos efectos emocionales en el espectador. Tradicionalmente se consideran los siguientes, se mencionan en el orden en que se toman en cuenta para análizar la calidad plástica de un O-P :

-Contraste. Característica de la figura para destacar en un contexto visual.

-Composición. Estructura visual que interrelaciona a las partes de una configuración.

-Proporción. Relación dimensional y geométrica entre las partes de una configuración.

-Armonía. Relación entre las partes de una configuración que deja percibir sus relaciones de pertenencia a una entidad que las contiene.

-Simetría. Cualidad armónica de la configuración que produce un efecto de orden muy perceptible dada su referencia al concepto formal imperante en la naturaleza.

-Balance. Cualidad armónica de una configuración que deja ver que están presentes todos los elementos necesarios y que no sobra ninguno.

-Ritmo. Efecto en la disposición de los elementos de una o varias figuras que provocan su percepción secuenciada o la ilusión de tiempo.

-Color. Propiedad lumínica que permite la percepción visual y señala al contraste en las figuras. Se maneja por gradaciones en pigmento y tono para obtener diversos efectos. El color constituye un elemento configurativo en sí mismo, de modo que se le aplican los anteriores principios dinámicos visuales.

-Pigmento. Color. Existen tres pigmentos primarios (rojo, azul, amarillo), sus posibilidades de combinación generan una gama muy amplia que percibimos como colores.

-Tono. Gradación de intensidad lumínica en un pigmento de acuerdo a su combinación hacia el blanco o el negro.

-Textura. Cualidad de las superficies de una configuración que se basa en el tratamiento de cambios de relieve. También, efecto tonal en el tratamiento de una configuración que provoca la ilusión de poderse percibir con el tacto.

Semiología. Ciencia filosófica que estudia el desarrollo y la comprensión humana de los signos.

Semiótica. Disciplina semiológica que estudia la aplicación y lectura del signo en las actividades artísticas y de comunicación.

Señal. Signo bi o tridimensional que contiene una indicación reservada a quienes tienen la información previa. Las señales indican momentos particulares en una secuencia.

Servicio. Prestación que ofrece un objeto-producto al usuario para cumplir un cometido de uso. El servicio de un producto le otorga un valor económico. La relación costo-beneficio de un producto se establece en razón del servicio que presta y la cantidad de dinero que puede pagar un usuario por obtenerlo.

Signo. Estímulo cuya imagen mental (significante) se asocia a la imagen de un ente ya asimilado mentalmente (significado). El signo evoca la realidad del ente preestablecido con el objetivo de establecer una comunicación.

Símbolo. Signo que representa a un sujeto en particular o que tiene una existencia objetiva.

Síntesis Configurativa. Acto de síntesis para establecer las características perceptibles de un objeto-producto, para lo cual se hacen indispensables las capacidades de abstracción, intuición, sensibilidad estética y habilidad creativa.

Tendencia. Sentido de dirección hacia el cual se encaminan las soluciones formales del diseño por medio de modas o estilos que van apareciendo y trascienden lo puramente externo del producto para permanecer como patrones de soluciones conceptuales.

Tratamiento formal o plástico. Labor del diseñador en la etapa proyectual, el objetivo es afinar las características estéticas del producto. Es un trabajo que se basa en la sensibilidad y educación plástica del autor para transmitir al espectador o usuario sensaciones placenteras comprendiendo su capacidad de percepción a través de todos los sentidos.

BIBLIOGRAFÍA

ABBAGNANO, Nicola. Diccionario de Filosofía. México D.F. Editorial Efe. 1996.

ACHA, Juan. Crítica del Arte. México D.F., Editorial Trillas. 1985.

ACHA, Juan. Introducción a la teoría de los Diseños. México D.F., Editorial Trillas. 1997.

ALBERONI, Franceso. El erotismo. Editorial Gedisa. Barcelona, 1998.

ADORNO, Theodor Wiesengrund. Teoría estética. Editorial Akal. Barcelona, 2004.

AICHER, Otl . Analógico y digital. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2001.

AICHER, Otl . El Mundo como proyecto. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1996.

ALONSO, Luis Enrique. Las políticas del consumo: Transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 2001

ÁLVAREZ, Lluis X. Signos Estéticos y Teoría. Crítica de las ciencias del arte. Editorial Anthropos. Barcelona, 1986.

ARGAN, Giulio Carlo. (1909-1992) El arte moderno 1770-1970. Ed. Fernando Torres, 2a ed. Valencia. 1976

ARGAN, Giulio Carlo. El Concepto del Espacio Arquitectónico, del Barroco a Nuestros Días, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1975

ARISTÓTELES: Poética, trad. por Juan David García Bacca, Mexico, Universidad Nacional Autónoma de México. México1946.

ARNHEIM, Rudolph. Arte y percepción visual. Alianza Editorial, S.A. Madrid, 1974

ARSAN, Emmanuelle. Emmanuel. Barcelona, Tusquetes, 1997

ARVATOV, Boris, Arte y Producción. Ed. Alberto Corazón. Madrid, 1973

BARROSO NETO, Eduardo. Artículo publicado en 1986 por el Programa de Transferencia de Tecnologías Apropiadas. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de Brasil.

BARSACQ, Leon. Caligari's Cabinet and Other Grand Illusions, A History of Film Design . New York Graphic Society. Boston, 1976.

BARTHÈS, Roland, Elementos de Semiología. Madrid, Alberto Corazón, 1971

BATAILLE, Georges. Las lágrimas de Eros. Ed. Tusquets, Barcelona, 1997.

BAUDELAIRE, Charles. El Arte Romántico. El pintor en la vida moderna. Editorial Aguilar, México, 1961.

BAUDRILLARD, Jean Jacques. La sociedad de consumo. Plaza y Janés. Barcelona, 1974

BAUMGARTEN, Alexander.

BAYLEY, Stephen. Taste, The secret maning of things. Panteón Books. 1992. New York.

BERGSON, Henri. La evolución creadora. Espasa-Calpe, Madrid, 1973.
BILLINGTON, Jill. Jardines Modernos. Ed. Blume, Barcelona, 2001.

BIRKHOFF, George David. Aesthetic Measure. Harvard University Press, Cambridge, 1933.

BOHIGAS, Oriol. Contra una Arquitectura Adjetivada. Ed. Seix Barral, Barcelona, 1969

BOHIGAS, Oriol. Proceso y Erótica del Diseño. Ed. La Gaya Ciencia. Barcelona, 1972.

BOURDIEU, Pierre. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Ed. Taurus. Madrid, 1988.

BOZAL, Valeriano. Historia de las Ideas Estéticas y de las Teorías Artísticas Contemporáneas. Vol. 1. Editorial Visor. Madrid, 1996.

BRILLAT-SAVARIN, Anthleme. La fisiología del gusto. Ed. Mediterráneo. Madrid. 1966

BROWNLEE, David B. y De Long, David G. Louis I. Kahn, En el Reino de la Arquitectura. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1998.

BRUNSWIK, Egon. El Marco Conceptual en la Psicología. Ed. Debate, Madrid, 1989

BUCHANAN, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. Design Issues 8 No. 2, 1992

BUCHANAN (ed.) The idea of design: A design issues reader, The MIT Press, Cambridge, 1995

BÜRDEK, Bernhard. Diseño, Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial. Ed Gustavo Gili. Barcelona 1994

BURCET LLAMPAYA, Josep. Ingeniería de Intangibles, Editorial Germanía, Barcelona, 1997

CALABRESE, Omar. La estética a finales del milenio, entrevista en Forma, No 4/1, Talleres Gráficos Universitarios de la U.L.A., Mérida, 1999,

CALVERA, Ana. (Ed.) Diseño ¿? Arte. Recopilación de textos de varios autores. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2003.

CARRIT, E. F. Introducción a la Estética. Fondo de Cultura Económica, México, 1999.

CHAPUT, Thierry. From Socrates to Intel: The caos of micro-aesthetics. en JohnThackara (ed.) Design after modernism: Beyond the object, Thames & Hudson, Londres, 1988.

CHEMETOV, Paul. Le Territoire de l'architecte, Editorial Julliard, París, 1995

CHORDELOS DE LACLOS, Pierre. Las amistades peligrosas. Ed. Tusquets . Barcelona. 1989.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Design and order in everyday life. en V.Margolin y R. Buchanan (ed.) The idea of design: A design issues reader, The MIT Press, Cambridge, 1995, pp.118-126

DIDEROT, Denis. Salones, diario de crítica de arte. París, 1759.

DIDEROT, Denis: Investigaciones sobre el Origen y la Naturaleza de lo bello, trad. por Francisco Calvo Serraller, Bs. As., Orbis, 1984.

DING-BANG Luh, The development of psychological indexes for product design and the concepts for product phases. en Design Management Journal, Vol.5, #1, Boston, Invierno de 1994.

DONDIS, Donis. A. La Sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual. Ed. Gustavo Gili. Col. Comunicación Visual. Barcelona, 1984.

DORFLES, Gillo. Naturaleza y artificio. Barcelona, 1972.

DORFLES, Gillo. El kitsch. Antología del mal gusto. Ed. Lumen. Barcelona, 1973.

ECO, Humberto. El signo. Ed. Labor. México. 1992

ECO, Humberto. Estética y teoría de la información, 1972, cit. por Omar Calabrese: El lenguaje del arte, Bs As., Paidós, 1987.

ECO, Humberto. Historia de la Belleza. Ed. Lumen, Barcelona. 2004

ELSEN, Albert Edward. La arquitectura como símbolo de poder. Ed. Tusquets, Barcelona, 1978

ESPAÑOL, Joaquim. El Orden Frágil de la Arquitectura. Ed. Fundación caja de arquitectos. Barcelona , 2001.

ESTRADA, José Armando. Estética. Publicaciones Cultural. México. 1993.

EHRENFELS, Christian Von. On Gestalt Qualities. Principles of perception.

EHRENFELS, Christian Von. Sobre las cualidades de la Forma.

ETTEDGUI, Peter. Diseño de Producción & Dirección Artística, Cine. Editorial Océano. Barcelona. 2001.

FAHR-BECKER, Gabriele. El Modernismo. Ed. Konemann V. Colonia 1996.

FALCO, Carlos. La Escenografía Como Proyecto. Revista virtual Andamio. 2004

FEINBERG, G. Scientic American Review núm 219. 1968.

FERNÁNDEZ, Froilán. Versión preliminar de un futuro inalámbrico. Encartado especial titulado “2000: El futuro es hoy”. Periódico El Nacional, domingo 3 de octubre de 1999.

FERNÁNDEZ Alonso, Luis. Museología y museografía, Barcelona, 1999

FIELL, Charlotte & Peter. El Diseño Industrial de la A a la Z. Ed. Taschen. Colonia, 2001.

FONTÁN DE JUNCO, Manuel. Profundidades del diseño y permanencia de la moda. Departamento de estudios, Bilbao 1996.

FORNARI, Tulio. Las funciones de la forma. UAM Azcapozalco, México 1989

FREIXA, Mireia. et al. Introducción a la Historia del Arte. Fundamentos teóricos y lenguajes artísticos. Ed. Barcanova. Barcelona, 1991.

FUAD-LUKE, Alastair. Manual de Diseño Ecológico. Ed Cartago-Gustavo Gilli. Barcelona, 2002.

GADAMER, Hans-Georg La actualidad de lo bello. Editorial Paidós, Barcelona, 1991.

GARVIN, Lucius. The paradox of aesthetic meaning. en Susanne Langer (ed.) Reflections on art: a source book of writing by artists, critics and philosophers, Oxford University Press, Londres, 1968

GATTEGNO, Caleb. Hacia una cultura visual. Editorial SEP Setentas. 1973.

GIEDION, Sigfried. Espacio, tiempo y arquitectura: el futuro de una nueva tradición. Ed. Dossat, Barcelona, 1982

GLEESON, Janet. El Arcano, la extraordinaria y verdadera historia de la invención de la porcelana en Europa. Ed. Debate. Barcelona, 1999

GONZÁLEZ OCHOA, César. Música congelada.

GOROSTIZA, Jorge. La imagen supuesta. Arquitectos en el cine. Fundación Caja Arquitectos, Barcelona, 1997

GREIMAS A.J. y Courtés. J. Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del Lenguaje. Madrid, Gredos, 1990.

HABERMAS, J. Modernidad versus postmodernidad, en Picó, J., Modernidad y Postmodernidad. Ed. Alianza, Madrid 1986, pp. 97-119.

HALL, Edward. T. La dimensión oculta, Ed. Siglo XXI. México.

HAUSER, Arnold. Sociología del Arte, Dialéctica de lo Estético. Ed. Guadarrama, 1977. Barcelona

HECHT, Shaler y Pirenne, Intermitent stimulation by light. The relation between intensity and critical frequency fort diferent parts of the spectrum. Journal of General Physiology, num. 19, 1936. 269, 275

HEGEL, G. W. Friedrich. Poética. Buenos Aires. Austral, 1947

HEGEL, G. W. Friedrich. Estética, trad. por Ch. Bénard, 2a ed. Daniel Jorro, Madrid, 1908, t. I.

HEIDEGGER, Martín: El origen de la obra de arte, en Arte y poesía, Mexico, F.C.E., 1952, pp. 31-96.

HOBBES, Thomas: Leviatán (1651), trad. por Manuel Sánchez Sarto, Mexico, F.C.E., 1940, PARTE I, cap. 5, págs. 32-33.

HOGG, James y otros. “Psicología y artes visuales” Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1969

HOSPERS, John. Estética: Historia y fundamentos, Ed. Cátedra, Madrid, 1997, p.99.

HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. España, Emecé Editores, 1972
Hume, David

HUSSERL, Edmund: Las conferencias de París (1942), Mexico, Universidad Nacional Autónoma de Mexico, 1988, p. 28.

INGENIEROS, José. La sicopatología del arte. Editorial Losada. S.A. Buenos Aires, 1961.

KAHN, Herman y Wiener, Anthony. The Year 2000. A framework for especulation on the next thirtythree years. Hudson Institute. New york, 1967.

KALHER, Erich. La desintegración de las formas en las artes, Siglo XXI, México, 1978.

KANT, Immanuel: Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime. Ensayo sobre ética y estética. Ed. Calpe, Madrid,Barcelona, 1919

KANT, Immanuel: Crítica del Juicio (1790), trad. por José Rovira Armengol, Bs. As., Losada, 1961. primera parte, sección segunda.

KANT, Immanuel, Crítica de la Razón Pura. trad. por Pedro Ribas. Ed. Alfaguara, Madrid, 1978.

KEPES, Gyorgy. Compilador. La educación visual. Ed. Novaro, México. 1968.

KERCKHOVE, Derrick De. Design interactivity and the production of meaning.

KIERKEGAARD, Sören. Temor y temblor, Editora Nacional, Madrid, 1981

KIERKEGAARD, Sören. El concepto de la angustia. Ed. Espasa Calpe, Madrid. 1963

KOESTLER, Arthur. Jano. Ed. Debate, 1977. Madrid.

KRIPPENDORFF, Klaus y Butter, Reinhart. Where meanings escape functions. en Design Management Journal, Boston, Spring 1993.

LAO-TSE. Tao-te-kin

LEFEBVRE, Henri. El derecho a la ciudad. Ed. Península, Barcelona, 1973.

LEÓN, Aurora. El Museo: Teoría, Praxis y Utopía. Ediciones Cátedra, Madrid, 1998.

LEVISON, Paul. Toy, mirror, and art: The metamorphosis of technological culture. en la revista Etcetera, Junio de 1977.

LIDDAMENT, Terry. Technological literacy: The construction of meaning. en Design Studies, Vol.15, # 2, 1994.

LIPOVETSKY, Gilles El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades humanas. Ed. Anagrama. Madrid, 1990

LIPPS, Theodore. Los Fundamentos de la Estética, Daniel Jorro, Editor. Madrid. 1923

LÖBACH, Bernd. Diseño Industrial, Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1981

LOOS, Adolf. “Ornamento y delito”. Gustavo-Gili. Barcelona. 1972.

LUNA, Alejandro. Escenografía. Ediciones Milagro. Conaculta, México, 2002.

LYOTARD, Jean Francoise. La condición Postmoderna. Ed. Cátedra, Col. Teorema. Madrid, 2000.

MAFFESOLÍ, Michel. Los tiempos de las tribus. El declive del individualismo de la sociedad de masas. Ed. Icaria, Barcelona,1990

MALTESE, Curzio. Semiología del mensaje objetual. Ed. Comunicación, Madrid, 1972.

MARGOLIN, Víctor y Buchanan Richard. Design and inmateriality: What of it in a Postindustrial Society The idea of design: a Design Issues reader, the MIT Press, Cambridge, 1995.

MARTÍN, Fernando, en Diseño ¿? Arte. Compilación Ana Calvera. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 2004

MARTÍN, Fernando. Contribuciones para una antropología del diseño. Ed. Gedisa Barcelona, 2002

Medawar, Sir Peter. Consejos para un joven científico. Fondo de Cultura Económica, México 1992.

MIJARES, Carlos. Tránsitos y Demoras, Esbozos sobre el quehacer arquitectónico. Ed. Institruto Superior de Arquitectura y diseño. Chihuahua, 2002.

MOLES, Abraham. Teoría de los objetos, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1975.

MOLES, Abraham. Teoría de la Información en la Percepción Estética. Ed. Jucar. Madrid,1976

MONTANER, Josep Maria. Las Formas del Siglo XX. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002.

MORACE, Francesco. Contratendencias. Una nueva cultura de consumo. Ed. Celeste. Madrid, 1993

MORIN, Edgar. Introducción al Pensamiento Complejo. Editorial Gedisa. Barcelona, 1995.

MORIN, Edgar. Los siete saberes necesarios para la educación del futuro

MORRIS, Charles. Fundamentos de la teoría de los signos. Paidós. México. 1978

MUKAROVSKY, Jan. Signo, Función y Valor. Ed. Plaza y Janés. Bogotá 2000.

MULLER, Max. Breve Diccionario de Filosofía. Ed. Herder. Barcelona, 1986

NEUMEISTER, Alexander. Cultural Identity and Design, artículo publicado en la revista “La Aldea Humana”. Ed. LBDI, 1997

NORBERG-SCHULZ, Christian. Intenciones en Arquitectura. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2001.

NOVELO, Victoria, Compiladora. Historia y Cultura Obrera. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) y el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. México, 1999

OLIVER James, Edwin. Comparative Religion: An Introductory and Historical Study, London, 1938

PALAZÓN Mayoral, María Rosa. La Estética en México. Siglo XX. UNAM, Fondo de Cultura Económica. México, 2006.

PAPANEK, Victor. Design for the real world. Ed. Thames and Hudson. Londres, 1970.

PAPANEK, Victor. The coming of a new aesthetics: eco-logic, etho-logic, bio-logic. en Jeremy Myerson (ed.) Design Renaissance (Documentos del Congreso Internacional de Diseño de Glasgow, 1993), Open Eye, Londres, 1994.

PARSONS, Talcott. El sistema social. Revista de occidente, S.A. Madrid, 1976.

PAVIS, Patrice. Diccionario Del Teatro. Paidos Comunicación. París, 1980.

PAZ, Octavio. In-mediaciones. Ed. Seix Barral, Biblioteca Breve. México, 1980. Págs. 15-17)

PEVSNER, Nikolaus. Breve historia de la arquitectura europea

PIAGET, Jean. La formación del símbolo en el niño. Fondo de Cultura Económica. México. 1986.

PINKER, Steven. Cómo Funciona la Mente. Ediciones Destino, Madrid, 2001

PLATÓN, Diálogos, Hipias Mayor. Biblioteca Clásica. Editorial Gredos, Madrid 1981.

PLAZOLA Cisneros, Alfredo. Enciclopedia de Arquitectura, Vol 8. Editorial Limusa SA de CV .México, 2001

POHLENZ, Max. La tragedia Griega. Ed. Paideia. Brescia. 1978

QUARANTE Danielle. Diseño industrial 1. Ed. CEAC, S.A. 1992

RACIONERO, Lluis. Arte y Ciencia, la dialéctica de la creatividad. Ed. Laia, Barcelona.1986.

RACINET, Albert. La historia del Vestido. Editorial Libsa, Madrid, 1984

RIVIERE, Margarita. Lo cursi y el poder de la moda. Ed. Espasa Calpe, Col. Mañana. Madrid, 1992.

ROCK, Irving. Perceptual World , Readings from the Scientific American. Ed. W. H. Freeman & Co. New York, 1990.

ROSA, Joseph. Glamour, fashion, industrial design & architecture. Ed. Sn. Francisco Museum of Moder Art. Yale University Press. 2004. New Haven and London.

RUBERT DE VENTÓS, Xavier. Teoría de la Sensibilidad. Libro primero, Historia y Teoría del Arte Moderno. Libro segundo, Las Teorías Clásicas. Libro tercero, Los Fundamentos de una nueva Estética. Libro cuarto, Teoría y Realidad del Arte Nuevo. Ed. Península. 1969, Barcelona.

ROUGEMONT, Denis De. El amor y Occidente. Barcelona, Kairos, 1984

RUBIN, Edgar. Readings and perception. Ed. Van Nostrand, Nueva York, 1958.

RUSSELL, Bertrand: Análisis de la materia (1927), trad. por Eulogio Mellado, 2a ed., Madrid, Taurus, 1976.

SCHELLING, Friedrich W. Sistema del Idealismo Trascendental.

SCHOPENHAUER, Arthur: El mundo como Voluntad y Representación. El Ateneo, 1950, vol. II, Libro III, cap. XXXIV, pp. 444 y 446; Libro III, cap. XXXV, p. 453.

SCHILLER, Friedrich. Cartas sobre la estética

SEDLMAYR, Hans. El arte descentrado. Editorial Labor, Barcelona 1959

SHIFFMAN, Harvey Richard. La Percepción Sensorial. Ed. Limusa Noriega. México, 1989.

SHINER, Larry. La invención del arte, Ed. Paidós. Barcelona, 2004

SOMERVILLE, James. Are there aesthetic qualities? Documentos del XI Congreso Internacional de Estética, Nottingham-Inglaterra, 1988.

SOURIAU, Etienne, 1892-1979. Diccionario Akal de Estética. Madrid, Editorial Akal. 1998

STROETER, Joao Rodolfo. Teorías sobre Arquitectura. Ed Trillas, México. 1994

THACKARA, John. Design after modernism: Beyond the object. Thames & Hudson, Londres, 1988.

TOFFLER, Alvin. El Shock del Futuro. Plaza & Janés Editores, Barcelona. 1999

VARINE-BOHAN, Hugues de. The modern museum : requirements and problems of a new approach. UNESCO. París, 1976.

VEBLEN, Thorstein Teoría de la Clase Ociosa. Alianza Editorial, Madrid, 2004

VENTURI, Robert, et al. Aprendiendo de la Vegas, El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica. Ed. Gustavo Gili. Col. Punto y Línea. Barcelona, 1978.

VIÑOLAS Marlett, Joaquím. Diseño Ecológico, Ed. Blume, Barcelona, 2002.

VILA ORTIZ, Joao. Notas para uma análise do produto artificial sob a perspectiva do desenho. Edición del grupo de Desenho Industrial. Río de Janeiro, 1976

WERTHEIMER, Michael and King D. Brett. Max Wertheimer & Gestalt Theory. Transaction Publishers, Londres, 2005.

WHITNEY Elspeth. Paradise Restored: The Mechanical Arts from Atiquity trough the thirteen Century, Ed. Greenwood Pres, Nevada. 1990.

WITTGENSTEIN, Ludwing, Tractatus logico-philosophicus. Alianza Editorial, Madrid, 1973.

WINDELBAND, Wilhelm. Historia de la filosofía antigua. Ed. Nova, Madrid. 1955

WÖLFFLIN, Heinrich, Conceptos Fundamentales en la Historia del Arte, Editor Espasa-Calpe, Madrid. 1961

WOLFGANG, Haug, Publicidad y consumo: Crítica de la estética de mercancias, Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

WORRINGER, Wilhelm. Abstracción y Naturaleza. Fondo de Cultura Económica. México, 1983

ZEVI, Bruno. Saber ver la arquitectura. Ed. Poseidón. Barcelona. 1981

DICCIONARIOS
Diccionnaire Portatif des Beaux Arts. Ed. Chez Lacombe. París. 1775
Pequeño Larousse Ilustrado. Ed. Larousse. México. 1990
Pequeño Larousse de Ciencias y Técnicas. Ed. Larousse. México. 1982