

NÚMERO  
ESPECIAL  
INTERNACIONAL\*

**cdi**  
cuadernos de diseño industrial



\* TEXTO EN PROCESO DE CORRECCIÓN DE ESTILO (MAYO DE 2014)

# Cuadernos de Diseño Industrial Nº 2

Número especial Internacional

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO  
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL  
2014



Universidad de Bogotá  
**JORGE TADEO LOZANO**

Rectora

**CECILIA MARÍA VÉLEZ WHITE**

Vicerrectora Académica

**MARGARITA PEÑA BORRERO**

Vicerrectora Administrativa

**NOHEMY ARIAS OTERO**

Secretario General

**CARLOS SÁNCHEZ GAITÁN**

Director de Publicaciones UJTL.

**FABIO LOZANO URIBE**

Decano Facultad de Artes y Diseño

**ALBERTO SALDARRIAGA ROA**

Director Programa de Diseño Industrial

**SANTIAGO FORERO LLOREDA**

Editor Académico Publicaciones Programa Diseño Industrial

**ORLANDO DURÁN SÁNCHEZ**

Coordinadora Editorial

**CIRA INÉS MORA FORERO**

Diseño y Diagramación

**CAMILO ANGULO VALENZUELA**

**UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO**

**FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO**

**PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL**

Carrera 4 # 22-61 Módulo 6 Piso 5

PBX: 2417030 Ext.1650 FAX: 2826197

Bogotá, D.C. – Colombia, S.A.

**2014**

# Tabla de Contenido

<b>Presentación</b>	<b>05</b>
<b>Agradecimientos</b> Orlando Durán	<b>06</b>
<b>Prólogo</b> Orlando Durán	<b>08</b>
<b>Fijación en diseño</b> David G. Jansson y Steven M. Smith. Traducción realizada por: Fernando Álvarez R.	<b>11</b>
<b>Investigación en diseño, ¿un oxímoron?</b> Klaus Krippendorff Traducción realizada por: Alfredo Gutiérrez Borrero	<b>32</b>
<b>La globalización y la construcción social de la apariencia: una l ógica del sujeto como objeto</b> Paula Winkler	<b>63</b>
<b>Objeto urbano: archivo de la memoria pública</b> Diana Z. Castelblanco Caicedo	<b>82</b>

# Presentación

Cuadernos de Diseño Industrial se presenta como un proyecto editorial que busca desarrollar el debate académico de carácter crítico.

La relación entre educación y Diseño, articula las interferencias del conocimiento contemporáneo en el cual, los diálogos entre disciplinas se hacen más significativos en la creciente relación entre diseño, ciencia, arte y tecnología.

**Comité Editorial**

# Agradecimientos

Desde la coordinación de publicaciones, y en nombre del programa de Diseño Industrial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, queremos agradecer a todas las personas que con su participación hicieron alguna contribución en este número especial de *Cuadernos de Diseño Industrial*. La idea que lo generó corresponde a una expresión de visibilidad pública de algunos encuentros, miradas y críticas realizadas por académicos e investigadores internacionales, que desde muy diversas orillas intelectuales y geográficas, nos brindan sus pensamientos entorno al diseño. Bien sea, desde una acción que, ausculta, mide o cuestiona, sus propias prácticas y técnicas; o también a través de cuestionamientos menos frecuentes al diseño, que puedan surgir desde dimensiones filosóficas y sociológicas.

Agradecemos a los profesores norteamericanos David G. Jansson y Steven M. Smith, particularmente a Smith por su amable y generosa visita realizada durante la Bial Internacional Tadeísta de Diseño Industrial realizada en septiembre de 2012, durante la cual compartió con los estudiantes y profesores, exponiendo con mayor detalle su experiencia y resultados investigativos.

Del mismo modo agradecemos de manera muy sincera al profesor Klaus Krippendorff, quien nos compartió personalmente en sus charlas y *workshops*, sus expectativas de lo que, de acuerdo a su larga experiencia ha llegado a un punto reciente al considerar, lo que es el diseño y el acto de diseñar. Según el, puede realizarse de un modo más desenfadado que aquel constreñido en límites fijos y en pretensiones pseudoteóricas.

A las profesora Paula Winkler le agradecemos que compartiera su texto crítico acerca de la invasión del objeto y

del consiguiente desplazamiento del sujeto por éste. Reivindicando un relativismo subjetivista, que ondula hacia o desde, unos territorios con planteamientos circulares de complicada solución, los cuales generan muchas más preguntas que respuestas, y por ello mismo hacerlo de interés para quienes gusten de pensar en dimensiones con entrecruces psicoanalíticos y semánticos de las relaciones duales sujeto-objeto.

Del mismo modo, la profesora Diana Castelblanco nos deja “ver” lo que su mirada intuye en la relación de anclaje que se da entre: el espacio público-habitante-artefectos incrustados. Una aproximación para pensar el contexto urbano y sus artefactos, como creador de relaciones de habitación y contemplación para los individuos en su vida cotidiana.

El Programa quiere agradecer a la Dirección de Publicaciones y a su equipo, al Decano de la Facultad de Artes y Diseño Alberto Saldarriaga, por dar continuidad a la dinámica de publicaciones que se está queriendo promover en el programa de Diseño Industrial de la Tadeo, con el siguiente número de *Cuadernos de Diseño Industrial*.

**Orlando Durán**

Editor Académico de este número

## Prólogo

Para el Programa de Diseño Industrial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, el presente número de *Cuadernos de Diseño Industrial* es una buena oportunidad de dar a conocer a su comunidad académica y al público en general, una muestra internacional de textos que abordan diversos temas de este campo del diseño. Pensamos que por su diversidad temática, tocan aspectos, directa o indirectamente disciplinares, y de seguro pueden resultar de interés para fines reflexivos y metodológicos de la profesión.

Los dos primeros textos son traducciones, autorizadas por sus autores, dos reconocidos académicos norteamericanos que nos han visitado para compartir sus conocimientos y resultados de investigación en eventos del Programa; el otro texto es de una académica argentina, quien amablemente nos comparte un artículo suyo, ya publicado; por último, está la ponencia escrita por una profesora del Programa, la cual fue presentada en un evento académico internacional.

El primer texto, “Fijación en Diseño”, es la traducción realizada por el Profesor del Programa Fernando A. Álvarez, del artículo de David G. Jansson y Steven M. Smith, del *Institute for Innovation and Design in Engineering, Texas A&M University*. El profesor Smith estuvo como conferencista invitado en la Bienal Internacional Tadeísta de Diseño Industrial en el año 2012. El citado artículo fue publicado originalmente en la revista *Design Studies* en el volumen 12, Número 1, de enero de 1991. En este trabajo se daba a conocer, una forma de la psicología experimental, que ayuda a demostrar empíricamente la hipótesis de la fijación en diseño. Los autores denominan así a una situación psicológica que se sucede por parte de los sujetos participantes en acciones de diseño, y que se evidencia en la adhesión a la tipología usada como referencia o de ejemplificación. El resultado de este documento muestra que, en las acciones proyectuales previas a la definición de un producto de diseño, existe una tendencia predecible determinada por las soluciones arquetípicas ya conocidas por los sujetos participantes y que no “aparece” o se hace oculta en la racionalidad del diseño y los diseñadores.



El segundo texto, “Investigación en diseño, ¿un oxímoron?”, es una traducción realizada por el profesor Alfredo Gutiérrez. Le va insertando de una manera muy particular comentarios de variada índole a lo largo del mismo. El texto original en inglés fue tomado de la segunda versión revisada de *Design Research; Essays and Selected Projects*. Ralf Michel (Ed.). Zürich: Birkhäuser Verlag, 2007. (pp. 67-80). El autor original es el reconocido teórico de la comunicación Klaus Krippendorff, actualmente Emeritus Professor of Communication en University of Pennsylvania. El profesor fue invitado central al principal evento del programa de Diseño Industrial en la Tadeo en el año 2011.

El texto originalmente hace una revisión del sentido predominante, que se asume para la investigación, desde el mundo de la ciencia, y la confronta problemáticamente con los procesos de indagación requeridos en, y por, el Diseño lo cual, desde el punto de vista manifestado por Krippendorff, hace que la investigación en el diseño pueda encontrarse en un conflicto ciego expresado en el texto bajo el concepto de oxímoron, pues la naturaleza creativa de algunos diseños parecen necesitar de un espacio de indagación en el cual se puedan permitir los entrecruces, de diferentes modos de racionalidad y creatividad, por parte de los actores que diseñan.

La doctora en Derecho y Ciencias Sociales, Magíster en Ciencias de la Comunicación, narradora y ensayista argentina Paula Winkler, autorizó la reproducción digital de su artículo “La globalización y la construcción social de la apariencia: una lógica del sujeto como objeto”, el cual fue publicado originalmente en la revista digital, *Youkali Revista Crítica de las Artes y el Pensamiento*. En el artículo se incluyen elementos de la sociología, la semiótica y el psicoanálisis, donde la autora procura reivindicar un relativismo subjetivo, dando cuenta de cómo los procesos de transformación humana y social de los individuos contemporáneos, son promovidos a través de dinámicas cosificantes surgidas de los mecanismos del capitalismo. Igualmente explora la manera cómo estos procesos son dirigidos a la formación, adaptación y mantenimiento de dichas dinámicas en función del consumo, a través de los dispositivos del mercado. Es un texto, sin duda exigente, que tiene elementos críticos y reflexivos para el diseño, la publicidad, el mercadeo y otras disciplinas afines que, protagonizan un innegable papel en la conformación de las estructuras sociotécnicas de las actuales sociedades humanas, convirtiendo a los

objetos en especies de símbolos cotidianos, mediadores imprescindibles, que normativizan y determinan bajo su constante flujo, las relaciones humanas en el tiempo y en el mundo que corremos.

Un cuarto texto corresponde a una ponencia presentada por la profesora del Programa Diana Castelblanco, titulada “objeto urbano: archivo de la memoria pública”. En el texto, la profesora, ofrece una mirada como diseñadora, a la urbe y a lo urbano. Lo hace a través de una relación dualista entre sujetos y objetos, en una mezcla de descripción, narrativa y etnografía en las vivencias cotidianas que se suceden en ciertos espacios de la ciudad, particularmente en los espacios denominados públicos. Estos últimos son vistos, por ella, como territorios contextuales habitados por seres humanos a los que les acontecen situaciones de muchas y variadas índoles. Con el carácter de historias anónimas, la diversidad de situaciones están cruzadas por la referencia a objetos incrustados, cada uno con cualidades y significados en las diversas escalas de la urbe, que significan como paisaje abierto o como hábitat particular para los individuos, aquellos que lo ven o los otros que lo habitan.

Esperamos que los textos produzcan algunas reflexiones interesantes, en el centro y en los márgenes, del pensar y el hacer en los actores del diseño industrial.

**Orlando Durán**  
**Agosto de 2013**

# Fijación en diseño<sup>1</sup>

David G. Jansson y Steven M. Smith<sup>2</sup>

Traducción realizada por: Fernando A. Álvarez R.<sup>3</sup>

**Resumen:** Este documento presenta una serie de experimentos los cuales fueron llevados a cabo para probar la hipótesis de que la fijación en diseño, definida como una adhesión ciega a un conjunto de ideas o conceptos limitando la salida del diseño conceptual, es una barrera medible en el proceso de diseño conceptual. Los resultados de los experimentos claramente demuestran la existencia de la fijación en diseño. El documento discute temas relacionados tales como la naturaleza del fenómeno, algunos temas experimentales los cuales surgen de tales investigaciones, y recomendaciones para futuras investigaciones.

**Palabras clave:** Diseño conceptual, Ingeniería de diseño, Creatividad.

El diseño conceptual en el contexto de la ingeniería de diseño es el proceso por el cual las ideas son generadas o las configuraciones son creadas o seleccionadas para satisfacer las *especificaciones* y restricciones de una necesidad tecnológica identificada. Este es el proceso completo, que ocurre muy tempranamente en el proceso de ingeniería de diseño, siguiendo idealmente una clara definición de necesidad. El objetivo del diseño conceptual es establecer un núcleo de conceptos técnicos alrededor de los cuales la totalidad de un diseño pueda ser construido. Esto en realidad, puede consumir una parte relativamente pequeña del total del tiempo o del esfuerzo de diseño, pero la influencia que las primeras decisiones tienen en la totalidad del proceso es muy grande. Por lo tanto, la generación de un núcleo de conceptos técnicos es un paso crucial para la ingeniería de diseño.

La investigación, que es presentada en este documento está basada en un modelo teórico del proceso de diseño conceptual el cual está compuesto por una descripción de los procesos de pensamiento involucrados.

---

<sup>1</sup> Publicado originalmente como: "Design Fixation", *Design Studies* Vol. 12 Nº1, enero de 1991.

<sup>2</sup> Institute for Innovation and Design in Engineering, Texas A&M University. College Station, Texas 77843—3123, EUA.

<sup>3</sup> Profesor Asociado del Programa de Diseño Industrial UJTL.

El modelo presentado en la **Figura 1** describe brevemente el movimiento entre dos espacios, el espacio de configuración y el espacio de concepto. El espacio de configuración es un espacio imaginario el cual contiene configuraciones físicamente realizables, más específicamente, representaciones mentales de las configuraciones, tales como diagramas y bocetos y combinaciones de elementos físicos, los cuales comprenden estos objetos físicos. El espacio de concepto difiere del espacio de configuración debido a que los elementos que contiene son ideas, relaciones u otras abstracciones las cuales posteriormente pueden ser la base de los elementos para el espacio de configuración.

La idea principal en el modelo es que durante el proceso de diseño, los movimientos desde una configuración a otra, es decir, desde un punto en el espacio de configuración a otro punto en el espacio de configuración, raramente tienen lugar sin un movimiento hacia el espacio de concepto y luego regresa a otro punto en el espacio de configuración. En otras palabras, los cambios en los diseños conceptuales o configuraciones son motivados por estas abstracciones o conceptos. Por lo tanto, los movimientos dentro del espacio de configuración deben ser obtenidos por movimiento hacia el espacio conceptual, probablemente el movimiento con el espacio de concepto, y luego el movimiento de regreso al espacio de configuración. Una presentación más completa de este modelo teórico del proceso de diseño conceptual será presentada más adelante<sup>1</sup>.

Dentro del marco de este modelo, se debe considerar qué dirige estos movimientos y qué barreras pueden impedir o evitar el movimiento. En el proceso de diseño conceptual el movimiento es esencial. El carácter del diseño conceptual como un proceso de descubrimiento significa que el diseñador debe "visitar" muchos puntos en ambos espacios de concepto y de configuración a fin de revelar más acerca del problema y las soluciones potenciales, y en consecuencia descubrir nuevos aspectos del problema. Las preguntas concernientes al manejo de las fuerzas y las barreras son por consiguiente temas importantes de investigación.

Surge la pregunta por la metodología con respecto al manejo de las fuerzas. ¿Cómo debe el diseñador proceder de la mejor manera en el proceso de

diseño conceptual? Esta es un área de indagación continua de uno de los autores, y

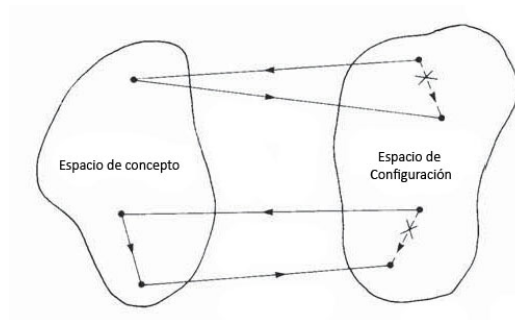


Figura 1. Modelo del diseño conceptual

Las referencias 1 – 4 presentan la metodología llamada análisis de parámetros la cual se orienta directamente a la pregunta de cómo fomentar el movimiento.

La segunda pregunta acerca de las barreras que bloquean el despliegue de un buen pensamiento de diseño conceptual, es el enfoque de la presente investigación y análisis. La fijación en diseño se refiere al ciego y a veces contraproducente apego al limitado conjunto de ideas dentro del proceso de diseño. La experiencia común de ser “esclava de la rutina” y años de observaciones de las barreras dentro del proceso de diseño conceptual tanto en estudiantes como en ingenieros profesionales, sugieren fuertemente su existencia. Además, psicólogos cognitivos experimentales han estudiado bloqueos mentales similares en la solución de problemas y la memoria, otorgando mayor credibilidad a la existencia del fenómeno.

### **Antecedentes en la psicología cognitiva experimental**

Los psicólogos cognitivos experimentales interesados en los procesos de pensamiento estudiaron la fijación en la solución de problemas a principios de 1930. La fijación se refiere a un obstáculo, a menudo autoimpuesto por el solucionador de problemas el cual, bloquea la finalización de un problema con éxito. Maier<sup>5</sup>, por ejemplo, dio a sujetos voluntarios el problema de atar juntos dos cuerdas, las cuales estaban suspendidas a alguna distancia una de la otra desde el techo del laboratorio. Cuando fueron usados unos alicates como agarraderas extensoras, —la típica

función de los alicates— el alicate no se extendió lo suficiente para sujetar ambas cuerdas en una. Para solucionar el problema fue necesario usar los alicates con su peso como péndulo, un uso atípico de los mismos. Maier observó que muchos de los sujetos no eran capaces de usar los alicates de ninguna otra manera que para sujetar objetos del modo normal de funcionamiento para el cual fueron diseñados.

Restringirse a un uso de un objeto al que previamente se le han encontrado funciones, como con el alicate, se denomina “fijación funcional”, lo cual es un tipo identificable de fijación en la solución de problemas. Otro tipo de fijación es llamada “disposición mental” y se refiere a un obstáculo situacionalmente inducido en la solución del problema. Luchins<sup>6, 7</sup> ha realizado muchos estudios experimentales sobre disposición mental. En un estudio típico, a los sujetos se les entregaron diez problemas de sentencias matemáticas; los primeros nueve podrían ser resueltos por los mismos algoritmos complejos. El décimo podría no ser resuelto por el mismo algoritmo, pero podría ser resuelto con un simple y obvio enfoque alternativo. La mayoría de los sujetos se fijaron tanto sobre el primer algoritmo que no se dieron cuenta de la solución simple y no pudieron resolver el décimo problema, o bien, tomaron mucho tiempo encontrando la solución. Esta adherencia ciega a una solución o a una aproximación al problema ha sido denominada "pensamiento mecanizado", pensamiento que sigue un patrón previamente diseñado.

Mientras la fijación funcional<sup>5</sup> es un tipo duradero de bloqueo para la solución exitosa de problemas, la disposición mental o el pensamiento mecanizado observados en los estudios de Luchins<sup>7</sup> son inducidos situacionalmente. Los estudios iniciales reportados en el presente documento se dirigen a investigar el papel de fenómenos similares en el proceso de diseño en ingeniería conceptual. La fijación en el proceso de diseño, si ésta existe, puede ser causada bien sea por fijación a largo plazo o situacionalmente inducida, es decir, fijaciones que resultan de los ejemplos que acompañan los problemas de diseño dados a un grupo de sujetos. Estos ejemplos, diseños que pretenden usualmente sugerir otras posibles soluciones al diseñador, pueden tener un efecto inhibitorio. Tal como los problemas de disposición mental usados por Luchins, estos ejemplos pueden restringir el pensamiento a los conceptos que ya han sido usados en los ejemplos mismos. Los problemas de diseño dados sin ejemplos de

fijación pueden resultar en un rango más amplio de ideas de diseño no limitadas por los ejemplos. Nosotros hemos denominado este tipo hipotético de bloqueo como "fijación en diseño".

En el presente estudio, hemos tomado un enfoque experimental para entender este aspecto del diseño creativo y de la invención. Esta aproximación va más allá de la especulación, proveyendo pruebas empíricas críticas de las hipótesis relacionadas con el proceso de diseño.

### **Método general**

El método general usado en el presente estudio fue bastante consistente a lo largo de los cuatro experimentos realizados. En todos los casos, un problema de diseño fue entregado a un grupo de sujetos, generalmente estudiantes de ingeniería de diseño, a ellos se les solicitó que generaran la mayor cantidad posible de diseños para satisfacer las necesidades del problema. Usualmente fueron permitidos 45 minutos para esta tarea. A la mitad de los sujetos (grupo control) les fue dado el problema sin un ejemplo de acompañamiento y a la otra mitad (el grupo fijación) les fue dado un diseño de ejemplo con el problema. Se planteó la hipótesis de que los ejemplos dados al grupo de fijación restringirían el rango de las ideas de diseño haciendo que se ajusten a la muestra dada.

### **Experimento 1: el problema del portabicicletas**

La cuestión a probar mediante el experimento 1 fue sencilla y directa: ¿pueden ser observadas las fijaciones en diseño en un experimento de campo controlado? Se planteó la hipótesis de que el rango de ideas generadas para un problema de diseño sería restringido al presentar el problema con un diseño de muestra, en comparación con la presentación del problema sin un ejemplo.

### **Sujetos**

Veinticinco estudiantes avanzados de Ingeniería Mecánica de la Universidad A&M de Texas sirvieron como sujetos en el experimento 1. Doce sujetos fueron elegidos al azar para el grupo control y 13 para el grupo fijación.

### **Materiales**

El problema de diseño de un portabicicletas para bicicletas montado en un carro se les dio a los estudiantes en un formato de prueba de clase. Las instrucciones fueron impresas en una página aparte. En éstas se manifestó que los problemas que se abordaban eran: 1) montaje fácil de la bicicleta; 2) montaje fácil del portabicicletas; 3) no se puede dañar la bicicleta o el carro; y 4) debe ser versátil para todas las bicicletas y carros. El grupo fijación recibió una segunda página con un diagrama de ejemplo de un portabicicletas (**Figura 2**). El diagrama mostró dos vistas de un diseño de rack/portabicicletas parcialmente defectuoso y señaló uno de los defectos en el esquema (que las bicicletas del medio tienen dificultad para montarse). Fue importante para este experimento un diseño de montaje superior con ventosas que se sujetan al techo del vehículo y unos rieles para las llantas de la bicicleta.

Un cuestionario fue entregado a todos los participantes preguntando si alguno tenía una bicicleta y/o un portabicicletas para el carro, y si ellos habían trabajado en una tienda de bicicletas. Este cuestionario intentaba evaluar si los sujetos tenían experiencia previa con el problema del experimento.

### **Diseño experimental y procedimiento**

Después de que la clase fuera separada al azar al comienzo del periodo de clases, el procedimiento experimental fue entregado separadamente a los grupos fijación y control. A cada sujeto se le entregó la hoja de instrucciones y el cuestionario, y al grupo fijación se le dio también la página de ejemplo. Instrucciones orales por parte del experimentador fueron dadas para construir tantos diseños como fuera posible, escribir comentarios para cada diseño y numerar cada diseño individual. Una hora fue asignada para esta tarea.



### EJEMPLO DE DISEÑO

El ejemplo presenta un portabicicletas actual. La bicicleta esta ubicada en unos rieles y el tubo del asiento de la bicicleta esta unido al gancho revestido con vinilo, luego el gancho se apreta a mano con una tuerca mariposa. Se debe anotar la dificultad para montar las bicicletas en medio del portabicicletas.

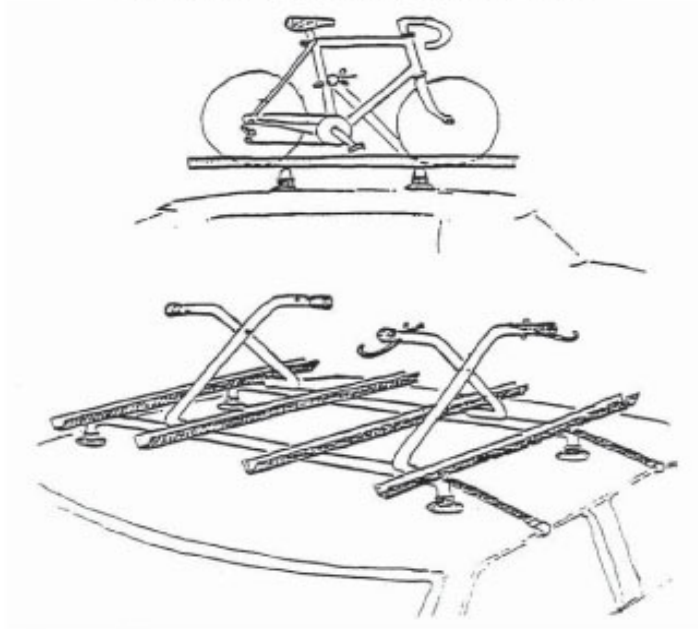


Figura 2. Ejemplo de diseño del problema del Portabicicletas

### Resultados y discusión

Las respuestas de los sujetos fueron calificadas por: 1) número de diseños; 2) número de diseños de montaje superior; 3) número de diseños con ventosas de succión; y 4) número de diseños con rieles para las llantas. Las medidas 2, 3 y 4 son indicadores de cuán similares eran los diseños respecto del ejemplo de fijación entregado al grupo de estudiantes fijación. La media de los puntajes para los grupos control y fijación son presentados en la **Tabla 1**.

	Grupo control	Grupo Fijación
Número de diseños por sujeto	4,5	4,3
Porcentaje de diseños de alto nivel	59	71
Porcentaje con ventosas	6	54
Porcentaje con rieles para las llantas	15	48

Tabla 1. Diseños generados del portabicicletas en función del tratamiento del grupo en el experimento 1

Mientras que la media general de diseños por estudiante no difirió entre el grupo control (4,5) y fijación (4,3), estas medias tuvieron claros efectos desde el ejemplo de fijación en cada una de las otras medidas. El grupo fijación tuvo mucho mayor número de diseños de montaje superior, más diseños con ventosas y más diseños con rieles respecto del grupo control. Cada uno de estos resultados apoya la conclusión que los sujetos mostraron una sustancial fijación en diseño ocasionada por el ejemplo de fijación entregado al grupo de estudiantes fijación.

Habiendo demostrado la clara ocurrencia de la fijación en diseño, nosotros continuamos con la prueba de replicabilidad y generalidad del fenómeno con algunas variaciones en el procedimiento original y con muy diferentes problemas de diseño.

### **Experimento 2: el problema de la tasa medidora para invidentes**

Las características de fijación del ejemplo del grupo fijación, en el Experimento 1 (montaje superior, ventosas, rieles para las llantas) no fueron aspectos excepcionalmente negativos para los diseños. Por lo tanto, podría aplicarse la hipótesis de que los sujetos del grupo fijación estarían menos predispuestos a usar características obviamente negativas en los

ejemplos de diseño, ya que ellos no desean producir sus diseños con tales defectos obvios.

Esta hipótesis fue probada en el Experimento 2, en el cual un ejemplo de diseño con muchos más defectos obvios, fue entregado al grupo fijación. Además, un problema de diseño que era menos familiar a los estudiantes fue usado para evitar de mejor manera la fijación de largo plazo.

El problema de diseño usado en el Experimento 2 requirió de diseños para una taza medidora para ser usada por individuos con discapacidad visual. Ninguno de los participantes reportó tener alguna experiencia previa o contacto con alguno de estos dispositivos.

### **Sujetos**

Los 31 sujetos en el Experimento 2 estaban inscritos en el nivel superior del curso de diseño de ingeniería mecánica. Fueron 15 estudiantes asignados al azar para el grupo control y 16 para el grupo fijación.

### **Materiales**

La prueba experimental fue denominada el “ejercicio de generación de ideas”, y las instrucciones fueron impresas en una página sencilla. A los sujetos se les pidió que diseñaran un aparato de medición de volumen para su uso en la cocina por un invidente. A ellos se les solicitó específicamente el abordaje de los siguientes problemas: 1) operación fácil por parte del invidente; 2) uso para polvos y líquidos; 3) prevenir el desperdicio de productos alimenticios; 4) graduar de 1/4 a 2 tazas; 5) no salpicar durante la operación; 6) fácil de limpiar; y 7) barato.

El ejemplo de diseño entregado solo al grupo fijación es presentado en la **Figura 3**. Los dos defectos sin especificar, a propósito, eran que el ejemplo no fuera infinitamente variable (pero debería haber sido), y no tuviera ningún dispositivo de rebosamiento (pero necesitaba uno).

### Diseño experimental y procedimiento

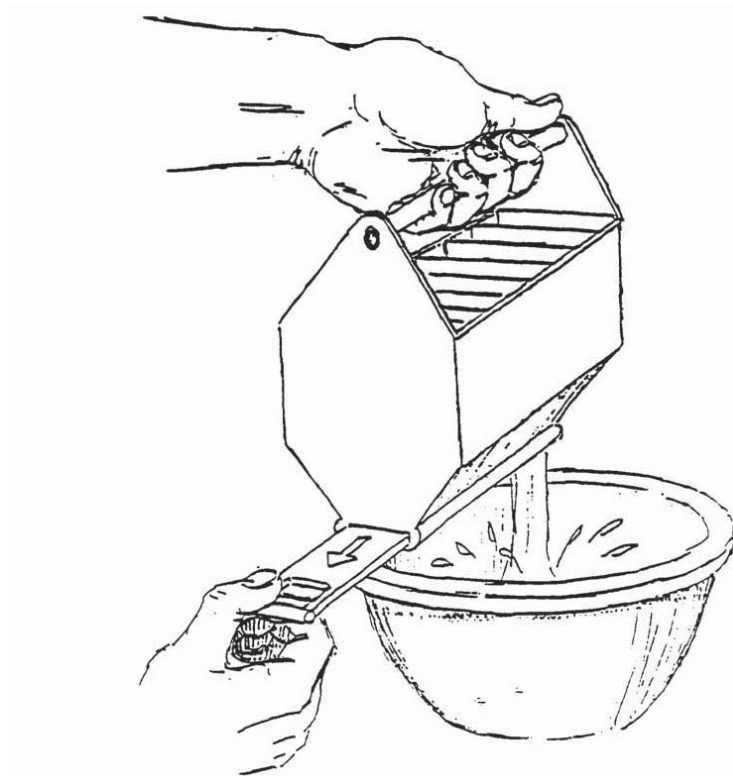
El diseño experimental y el procedimiento fueron idénticos a los usados en el Experimento 1, excepto que sólo 45 minutos fueron asignados para esta tarea.

### Resultados y discusión

Las respuestas de los sujetos fueron calificadas por: 1) número de diseños; 2) número no infinitamente variable de diseños; 3) número de diseños sin dispositivos de rebosamiento y; 4) número de diseños que fueran similares al ejemplo de diseño. Las medidas 2, 3 y 4 son indicadores de la fijación en diseño. La media de los puntajes para los grupos control y fijación son

#### EJEMPLO DE DISEÑO

- Compartimientos individuales de 1/4 de taza.
- "Click" audible para cada compartimiento.



presentados en la Tabla 2.

Figura 3. Taza de medición para el problema del invidente, diseño de ejemplo

Los resultados generales son similares a los del Experimento 1, la media del número de diseños generados por cada sujeto en el grupo control no difiere de la del grupo fijación. No obstante, el grupo fijación muestra evidencia de fijación en diseño. Estos sujetos generaron más diseños no infinitamente variables que el grupo Control; más diseños sin dispositivos de rebosamiento y más diseños generales similares a los del ejemplo. Como en el Experimento 1, cada uno de estos resultados apoya la idea que los sujetos en el grupo fijación experimentaron fijación en diseño en relación al grupo control. Estos resultados son prueba concluyente de los efectos potencialmente perjudiciales de la fijación en diseño porque las características de fijación fueron características negativas del diseño.

### **Experimento 3: el problema de la taza de café a prueba de derrames**

Evidencia adicional de la fijación en diseño fue buscada en el Experimento 3, en la cual a los sujetos se les pidió que diseñaran una taza de café a prueba de derrames, barata y desechable. En este experimento, como en el experimento 2, aspectos negativos en el ejemplo de diseño fueron entregados al grupo fijación. El pitillo (**Figura 4**) empleado en este diseño puede tener fugas cuando la taza está girada a 90 grados desde el ángulo mostrado en el diagrama. La taza también puede tener fugas si es apretada, otra característica negativa. Finalmente, el líquido que sale caliente sin enfriar desde el pitillo mostrado en el ejemplo podría quemar la boca de alguien. Estos problemas no sólo han sido evidentes por los estudiantes de diseño sino que también ellos fueron instruidos explícitamente para que los pitillos no fueran usados en sus diseños.

En un esfuerzo para relacionar los estudios presentes en fijación en diseño para la creatividad, los diseños generados por los estudiantes fueron puntuados de acuerdo con algunas mediciones de la creatividad<sup>8</sup>. Estos indicadores incluyeron el número de categorías de ideas (flexibilidad) e infrecuencia estadística de diseño (originalidad). Aunque estos indicadores son frecuentemente usados para valorar diferencias individuales en pensamiento creativo, ellos proporcionaron una medida del grado por la cual una fijación inducida inhibió la creatividad en el proceso de diseño.

---

Número de diseños	
Porcentaje no infinitamente variable de diseños	
Porcentaje sin dispositivos de rebosamiento	
Porcentaje altamente similar al ejemplo	

Tabla 2. Taza de medición para invidentes, diseños generados como función de tratamiento del grupo en el Experimento 2

### Sujetos

35 estudiantes avanzados del curso de diseño de ingeniería mecánica de la Universidad A&M de Texas sirvieron como sujetos en el Experimento 3. De estos 17 fueron seleccionados aleatoriamente para el grupo control y 18 para el grupo fijación.

## Materiales

El “ejercicio de generación de ideas” usado en el Experimento 3 fue impreso en una página sencilla. Las instrucciones orientaron a los sujetos a crear la mayor cantidad de diseños como fuera posible de una taza de café a prueba de derrames y desechable. Además de ser desechables y a prueba de derrames, los diseños debían ser operables con una mano, durables y no debían tener pitillos o boquillas como parte del diseño.

El ejemplo de diseño entregado al grupo fijación (**Figura 4**) usó un pitillo y una boquilla y podía gotear.



## Diseño experimental y procedimiento

El diseño experimental y el procedimiento fueron idénticos a los usados en el Experimento 2.

## Resultados y discusión

Las respuestas de los sujetos fueron calificadas por: 1) número de diseños; 2) número de diseños que podrían derramarse; 3) número de diseños con pitillos y; 4) número de diseños con boquillas. Cada sujeto fue calificado también por flexibilidad y originalidad. La flexibilidad fue calculada como el número de diferentes aproximaciones al problema de diseño dividido por el total del número de diseños por cada sujeto. Entre menos sea la medida, más restringido es el rango de ideas generadas por el sujeto. Originalmente fue computado como la suma de "0" puntos para ideas individuales, dividido por el número de ideas para cada sujeto. "0" puntos para cada ítem fue calculado como  $0 = 1 - ((\text{número de diseños similares generados por otro sujeto}) / (\text{número total de diseños de todos los sujetos}))$ .

Como en los dos experimentos anteriores, los grupos control y fijación generaron el mismo número total de diseños (**Tabla 3**). En las tres medidas, las cuales indicaron evidencia de fijación en diseño, los sujetos del grupo fijación puntuaron más alto. Los sujetos con fijación generaron más diseños los cuales podían derramarse, más diseños con pitillos y más diseños con boquillas que los elaborados por los sujetos control (**Tabla 3**). Estos resultados, de nuevo, muestran con mucha claridad que la fijación en diseño fue inducida por el ejemplo de diseño entregado al grupo fijación, aún cuando las características de fijación fueron aspectos negativos de diseño.

	Grupo control	Grupo Fijación
Número de diseños por sujeto	4,1	3,4
Porcentaje de diseños con fugas	30	39
Porcentaje de diseños con pitillos	1	17
Porcentaje de diseños con boquillas	10	39



boquillas		
Flexibilidad	0,95	0,85
Originalidad	0,64	0,53

Tabla 3. Diseños de taza a prueba de derrames generados como función de tratamiento del grupo en el Experimento 3

Las mediciones de la creatividad, flexibilidad y originalidad, fueron también muy pequeñas en el grupo fijación respecto al grupo control (**Tabla 3**). Esto indica que el rendimiento de la creatividad puede ser inhibido cuando un ejemplo induce la fijación en diseño.

#### **Experimento 4: Ingenieros profesionales**

Los experimentos 1 – 3 fueron demostraciones convincentes de que la fijación en diseño puede ocurrir con estudiantes en nivel superior de pregrado de ingeniería en un curso de diseño. La importancia de este fenómeno para ingenieros profesionales faltaba por demostrar. Por consiguiente, en el Experimento 4 se le entregó a un grupo de ingenieros profesionales de diseño del departamento de diseño estructural de una importante empresa, una prueba similar a las descritas en los experimentos 1, 2 y 3. Una hipótesis era que los ingenieros profesionales, quienes tienen considerablemente más experiencia y experticia que los estudiantes de un curso de pregrado, podrían ser menos susceptibles de fijación en diseño, después de haber aprendido a hacer frente al problema durante sus carreras. Sin embargo, otra hipótesis sostenía que los efectos vistos en los estudiantes podrían de nuevo ser observados en los profesionales.

#### **Sujetos**

Trece ingenieros profesionales del departamento de diseño estructural de una importante empresa en Fort Worth, Texas voluntariamente participaron en el experimento. Siete fueron asignados aleatoriamente al grupo control y seis al grupo fijación.

#### **Materiales**

Los materiales para el Experimento 4 consistieron en, un “ejercicio de generación de ideas” similar a los usados en los experimentos previos y un

cuestionario concerniente con aspectos del trabajo de ingeniería de diseño, los cuales son relacionados con la fijación en diseño.

El planteamiento del problema de diseño del “ejercicio de generación de ideas” pedía a los participantes diseñar un aparato que tomara muestras y mediciones de la velocidad y presión en diferentes puntos a lo largo del tracto intestinal. Los siguientes requisitos fueron listados: 1) diámetro máximo 3/8 de pulgada; 2) capacidad de medir velocidad y presión y contener muestras de 20 o más puntos a lo largo de todo el tracto intestinal; 3) capacidad de determinar ubicaciones de mediciones y muestras y; 4) mínima incomodidad del paciente. El ejemplo dado al grupo fijación es mostrado en la **Figura 5**. Éste tiene una apertura en el frente de la “capsula”, una caja de control y un cable. El inconveniente e incomodidad involucrados en el uso de este dispositivo con el cable, fue particularmente un aspecto problemático del ejemplo.

El cuestionario explicó qué se entiende por el fenómeno de la fijación en diseño inducido por ejemplos y preguntó si los ingenieros eran conscientes de esto en su trabajo y en el trabajo de sus colegas. Igualmente indagó por el porcentaje estimado de tiempo en el trabajo dedicado en la solución conceptual y creativa del problema, y solicitó una autovaloración de la creatividad en escala de 1–10.

### **Diseño experimental y procedimiento**

Ilustraciones que explicaban las necesidades del estudio fueron adjuntadas a los materiales y enviadas al jefe del departamento de diseño de la empresa. Los ejercicios y cuestionarios fueron distribuidos a los ingenieros en el departamento, la mitad con el ejemplo de diseño y la mitad sin él. Se les pidió a los ingenieros administrar los ejercicios y cuestionarios por sí mismos. Ellos tenían que trabajar independientemente por una hora en el problema planteado en las instrucciones y tenían que mirar el cuestionario solo después de que el ejercicio hubiera sido finalizado.

### **Resultados y discusión**

La **Tabla 4** muestra el promedio de los diseños generados por cada ingeniero en los grupos de control y fijación. Cada una de estas medidas

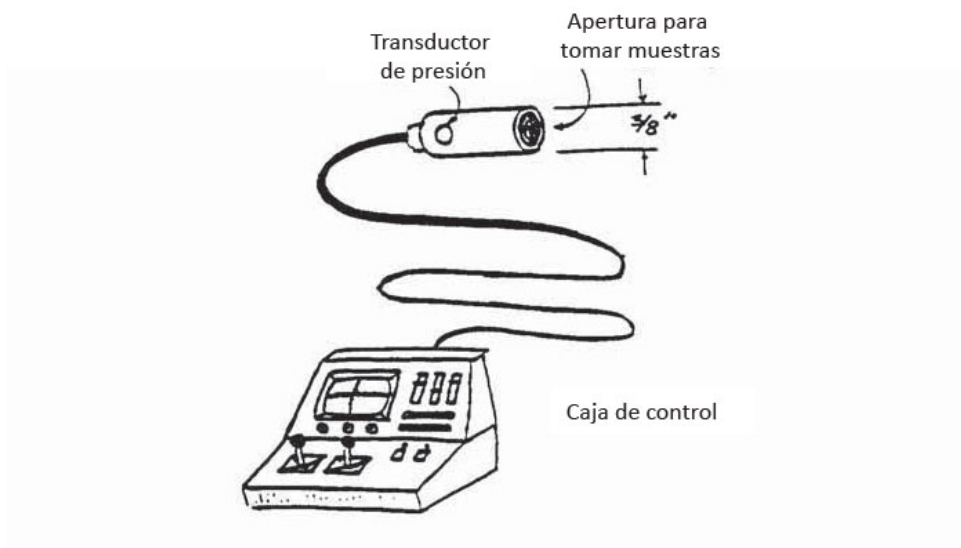
presentó el mismo resultado que en los estudios anteriores, sobre estudiantes de diseño en el grupo fijación, conformado incluso en los aspectos negativos del ejemplo de diseño, mayores que los del grupo control. Los ingenieros en la condición de fijación generaron más diseños con cables, más diseños con cajas de control y más diseños con apertura frontal de la cápsula. La conclusión es que la fijación en diseño fue empíricamente verificada en ingenieros de diseño profesionales.

### Discusión

El objetivo principal de estudiar el papel de la fijación en el proceso de diseño, es aumentar el entendimiento de la naturaleza del proceso de diseño conceptual y ser capaces de mejorar las metodologías de diseño conceptual, las cuales podrían ser usadas para incrementar eficazmente la práctica del diseño. El objetivo a largo plazo es crear modificaciones a la metodología, las cuales podrían reducir los efectos perjudiciales de la fijación en diseño. No obstante, este trabajo sólo ha iniciado y quedan muchas preguntas antes de que el objetivo de largo plazo pueda ser alcanzado.

#### EJEMPLO DE DISEÑO

Abajo se presenta un ejemplo de diseño que muestra como cada diseño podría ser presentado.



El paciente ingiere el final del cable. La velocidad es medida por la velocidad del cable y otras medidas son tomadas como se muestra arriba.

Figura 5. Problema de la capsula, ejemplo de diseño

Los resultados descritos anteriormente sugieren una serie de aspectos importantes. Uno de ellos se refiere a los efectos temporales de la fijación en diseño. ¿La fijación es ante todo un efecto de corto plazo, o son también importantes los efectos de largo plazo? La comprensión de la naturaleza del diseño conceptual indudablemente sugiere que los efectos de corto plazo pueden influenciar muy fuertemente en la forma en que se desarrolla el proceso. Sin embargo, también es posible que las experiencias de diseño en los años de educación y experiencia profesional contribuyan igualmente a las fijaciones, las cuales tienen resultados perjudiciales en la eficacia del diseño conceptual.

Se plantea también la pregunta sobre si el comportamiento de la fijación es sólo perjudicial, o si estas fijaciones presentan algunos efectos benéficos a tal fenómeno. Uno podría llegar a ser fijado por una característica de un diseño pasado la cual bien puede ser extraordinariamente beneficiosa para las soluciones de diseño resultantes, o por el contrario que sus características sean perjudiciales al rendimiento de tal solución.

La pregunta que surge es si la fijación en estas llamadas características buenas es tan perjudicial como la fijación en las características malas o no; o si el efecto primario es simplemente el hecho de que cualquier fijación es una barrera para el movimiento en el proceso de diseño conceptual y en consecuencia podría decirse, un efecto perjudicial.

La naturaleza del diseño conceptual es tal que “la información previa” es un elemento esencial en el proceso. Los diseñadores pueden ver nuevas configuraciones basados en lo que ellos conocen, no en cosas que no conocen. Así, debemos ser cuidadosos en diferenciar entre fijación en diseño y las posibilidades de alcance limitado del conocimiento y experiencia con la que el diseñador debe trabajar. La fijación en diseño es una barrera para el progreso del diseño conceptual, si éste es un concepto útil, probablemente debería verse sólo como aquello que impide la consideración de todos los conocimientos y experiencias relevantes que deben ser empleados sobre un problema determinado.

La capacidad de generalizar los resultados de los presentes experimentos es realizada por el hecho de que tanto estudiantes como ingenieros

profesionales mostraron los mismos efectos y que el fenómeno fue robusto a través de la serie de problemas de diseño. Un factor importante que nosotros no entendemos, no obstante, es el efecto de la fijación de diseño cuando se requieren diseños mucho más complejos. Los experimentos, por obvias razones, emplearon problemas de bajo nivel de complejidad para hallar si la fijación en diseño, en realidad, existe como fenómeno. Sin embargo, los problemas de alto nivel de complejidad son típicos en casi todos los problemas de diseño útiles, si el sistema que está siendo considerado es simple o complejo.

¿La fijación en diseño tiene un papel importante en impedir el movimiento dentro del diseño conceptual, o es su papel disminuirlo porque el dominio bajo consideración contiene demasiados parámetros posibles?

Otra cuestión que fue planteada en nuestra investigación se refiere a factores los cuales pueden, independiente o interactivamente, afectar la fijación en diseño. ¿Es la información fijada, principalmente conceptual, o es también posible que la fijación sea información visual? Estas son posibilidades que pueden abrir caminos adicionales para la investigación en el futuro.

Además, la naturaleza del proceso de diseño conceptual sugiere que el punto de inicio o la condición inicial para el proceso de diseño conceptual es una variable muy importante que afecta los resultados del diseño conceptual. En consecuencia, la pregunta planteada es si ¿el proceso es más dependiente en donde la actividad de diseño inicia, o en los eventos que tienen lugar a lo largo de su curso? Es también posible que estos dos efectos, debido a la naturaleza del proceso, sean en esencia el mismo.

### **Aspectos experimentales**

Muchos de los aspectos discutidos anteriormente pueden también ser trasladados a cuestiones experimentales. No obstante, además de estos aspectos experimentales obvios, hay otros que también son importantes. Como la investigación continúa, podría ser importante aprender cómo diseñar experimentos que, al menos parcialmente, desacoplen los efectos que han sido estudiados para que puedan ser observados un tanto independientemente. Esto plantea la pregunta adicional de si los

experimentos sesgan nuestros resultados hacia hallazgos falsos. Así, el sesgo experimental es otro aspecto potencialmente importante.

La cuestión planteada anteriormente en relación con el papel del punto de inicio en el proceso de diseño, sugiere algunas preguntas experimentales muy difíciles en cuanto a la posibilidad de caracterizar verdaderamente el conocimiento previo y la experiencia de los sujetos experimentales, y trabajar con un grupo de sujetos para los cuales este cuerpo de conocimientos es algo común. La selección de problemas de diseño adecuados es aún más difícil si resulta que las consideraciones del punto de inicio son muy importantes.

### **Conclusiones**

Nuestra investigación clara y repetidamente ha demostrado la existencia de la fijación en diseño. El interés en esta área deriva del deseo por entender más profundamente tanto la naturaleza del diseño de ingeniería conceptual como también de hacer mejoras significativas a las metodologías mediante las cuales el diseño conceptual puede ser optimizado. La investigación ha generado muchas más preguntas que respuestas pero claramente ha abierto una vía muy interesante de indagación.

Un aspecto muy importante de esta investigación es su carácter claro del límite que abarca la combinación de la disciplina de alta tecnología de la ingeniería de diseño y el carácter muy diferente de las ciencias cognitivas. Esta combinación es una clara demostración del carácter multidisciplinar de la ingeniería de diseño y de la necesidad de investigadores en muchas disciplinas que aprendan cómo llevar a cabo eficazmente la investigación interdisciplinaria. Las diferencias fundamentales entre ingeniería de diseño y psicología cognitiva son grandes, más grandes que las diferencias entre dos disciplinas que se encuentren en el área de la ingeniería. Los autores creen que los investigadores en ingeniería de diseño deben estar más dispuestos a reconocer el carácter multidisciplinar amplio de la materia y poder hacer frente a esta dificultad.

### **Agradecimientos**

Los datos fueron recolectados por R. Garret Mauldin como parte de su investigación de Maestría en el grado de Ciencias en Ingeniería Mecánica. El apoyo a esta investigación fue proporcionado por la cátedra en ingeniería mecánica Leland T. Jordan en cabeza de D.G. Jansson, Director del Instituto para la Innovación y el Diseño en Ingeniería de la Universidad A&M de Texas.

### **Referencias**

1. Jansson, David G. 1990. Conceptual Engineering Design. En *The Handbook of Design Management*. Oxford: Basil Blackwell.
2. Jansson, David G., Li, Yao. Tzu y Cravalho, Ernest G. 1980. Generating New Ideas. En *Technological Innovation in Education and Industry*. New York: E. G. Van Nostrand Reinhold.
3. Jansson, David G. 1987. Creativity in Engineering Design: The Partnership of Analysis and Synthesis. Presentado en ASEE Annual Conference. 1987, en Reno, Nevada.
4. Jansson, David G. y Mauldin, R. Garret. 1988. Conceptual Design: Model, Methodology, and Experiment. Presentado en International Conference on Engineering Design, 1988, Budapest, Hungary.
5. Maier, N. R. F. 1931. Reasoning in Humans. *Journal of Comparative Psychology*. Vol 12 pp. 181 – 194.
6. Luchins, Abraham S. y Luchins Edith H. 1970. *Wertheimer's Seminars Revisited: Problem—Solving and Thinking*. Vol. Albany: 1. The Faculty—Student Association, State University of New York at Albany, Incorporated.
7. Luchins, Abraham S. y Luchins Edith H. 1959. *Rigidity of behavior: a variational approach to the effect of einstellung*. Oregon: University of Oregon Book.
8. Torrance, E. P. 1976. Creativity test in education. *Creative Child Adult*. Q. Vol. 1 N°3 pp. 136—148.

# Investigación en diseño, ¿un oxímoron?<sup>1</sup>

Klaus Krippendorff<sup>2</sup>

Traducción realizada por: Alfredo Gutiérrez Borrero.<sup>3</sup>

## Notas anecdóticas previas del traductor:

[Traducción libre al español con comentarios de orientación al margen y fines educativos].

Le agradezco la revisión que amablemente realizó mi colega Mónica Arbeláez.

[PREDATA: como coordinador del área de Investigación y Curso para Proyecto de Grado del Programa de Diseño Industrial de la UJTL de Bogotá, me complace entregar, para consulta de colegas y estudiantes, este documento que compendia los discernimientos –desde un poderoso cuestionamiento a lo que usualmente llamamos “investigación”, en cuanto a diseño se refiere– realizados por un pensador que se aproxima en su enfoque a varias de las innovaciones con las que estuvimos comprometidos en el Programa de Diseño Industrial Tadeísta en el 2010. Las notas al pie de página, cuya elaboración me obligó a consultar 34 fuentes adicionales y que recomiendo leer en su totalidad, van precedidas por la abreviatura N. del T. (equivalente a “Nota de Traductor”) y son un trabajo de apoyo que considero imprescindible porque pedagógicamente dan cuenta del rigor en la construcción que se demanda de los proyectistas en tanto a indagar sobre el origen y comprensión de los conceptos o relaciones que manejan en sus trabajos (casi todo pierde el sentido cuando ignoramos su procedencia). A modo de coordenadas, y por lo que significó para mí la elaboración de estas páginas, (incluidas las casi tres mil palabras de soporte), en la línea excéntrica de Klaus Krippendorff, de quien incluyo una breve reseña biográfica al final, agregó que tradujo este texto entre los días viernes 26 de febrero –día de cumpleaños de mi madre fallecida en 2000 y de la declaratoria de inexistencia, por parte de la Corte Constitucional de Colombia, del referendo reeleccionista de Álvaro Uribe Vélez– y el sábado 13 de marzo de 2010, siempre con el fin de aportar a la construcción y discusión de discurso colectivo del programa de Diseño Industrial de la UJTL, del cual soy feliz integrante. Para quienes puedan estar interesados en comparar versiones, es posible solicitarme por correo electrónico el original en inglés o descárgalo de la correspondiente página web según la consigno dos párrafos atrás. Agradezco, asimismo, cualquier comentario o sugerencia sobre equívocos o confusiones en esta traducción.

---

<sup>1</sup> Título original: “Design Research, an Oxymoron?” en *Design Research; Essays and Selected Projects*. (Zürich: Birkhäuser Verlag, 2007). pp. 67-80. Versión posterior a la impresión en: *Board of International Research in Design, Design Research Now: Essays and Selected Projects* (Zurich: Birkhauser Verlag, 2007). Este texto está disponible originalmente en inglés en Scholarly Commons. <http://repository.upenn.edu/asc/papers/45>

<sup>2</sup> University of Pennsylvania.

<sup>3</sup> Profesor Asociado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, columnista y miembro del consejo editorial de la revista colombiana *proyectodiseño* ([www.proyectod.com](http://www.proyectod.com)) zootecnista, especializado en docencia universitaria, Magíster en Estudios de género; profesor asociado, Coordinador del área de Investigación para Proyecto de Grado (IPG) y Curso para Proyecto de Grado (CPG), del Programa de Diseño Industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá. (correo electrónico: [alfredo.gutierrez@utadeo.edu.co](mailto:alfredo.gutierrez@utadeo.edu.co)).



### ¿Por qué oxímoron?

Un oxímoron es una figura del discurso que combina dos términos contradictorios. La palabra *oxímoron* es de origen griego<sup>4</sup>. Combina las palabras *oxy* (=agudo) y *moron* (=tonto, estúpido, torpe). Así, *oxímoron* no solamente nombra una contradicción de términos, es también un oxímoron en sí mismo. Los oxímoron pueden ser usados para conseguir efectos retóricos, como en *trabajo de vacaciones* e *invitado inesperado*. También pueden resultar de descuidos conceptuales, como cuando decimos promedio extremo, copia original o misma diferencia. Los oxímoron pueden permanecer inadvertidos cuando los significados de las partes contradictorias son indistinguibles como en *derrochador*<sup>5</sup>, *realidad virtual*, *Inteligencia Artificial*. Contradicciones de esta clase son típicamente resueltas tomando un término como el atributo inferior de un concepto superior. Por ejemplo, *opinión imparcial* es una clase de opinión, *estimativo exacto* es una clase de estimativo, y la respuesta “sin comentarios” no es tomada como un comentario.

Los oxímoron no son meras extrañezas lingüísticas. Las palabras son bastante más que espectadores neutrales de lo que pasa en el mundo. Pueden moldear las percepciones de sus usuarios y dirigir sus acciones. Por esta precisa razón, y para resaltar su respetabilidad académica, la comunidad de diseño ha comenzado a adoptar vocabularios de las disciplinas más establecidas, sin notar, planteo yo, la implícita importación de paradigmas que le son esencialmente extraños. Un objetivo de este ensayo es mostrar que la *investigación en diseño* es un oxímoron cuyas contradicciones, porque no son obvias para todo el mundo, pueden conducir a sus cándidos usuarios a pensar en ella como en una clase de investigación similar a la que hacen reputados científicos.

---

<sup>4</sup> [N. del T.: en consecuencia es un helenismo; sin embargo, y aunque antiguos escritores griegos ofrecen ejemplos puntuales de ‘oxímoron’ (con plural invariable aunque también se usa ‘oxímoros’ y ‘oximorones’) la definición no proviene del griego clásico de la antigüedad, sino que es una creación posterior, la cual, por ejemplo, sólo apareció en lengua inglesa, hasta 1657 según el *Online Etymology Dictionary*].

<sup>5</sup> [N. del T.: Krippendorff se refiere aquí a la palabra inglesa *spendthrift* equivalente a los vocablos castellanos ‘botaratas’ o ‘derrochador’, la cual se descomponen en *spend* (=gastar) y *thrift* (=ahorro), o literalmente gasta-ahorro, lo cual es, en sí, un oxímoron]

### **¿Qué es lo que los investigadores científicos (aseguran que) hacen?**

Se dice que la ciencia sirve para validar proposiciones que establecen hechos. La investigación es el proceso por el cual esto se logra, en últimas revela la naturaleza de lo que existe a partir de lo que es observado; comienza con simples hipótesis, avanza hacia teorías más generales, y al final alcanza las leyes de la naturaleza. Puesto que la naturaleza no habla, el proceso de descubrir sus secretos no es asunto fácil. Los científicos hablan entre ellos, pero su charla no es considerada ciencia. La ciencia comienza con datos –registros de observaciones, medidas o textos– que pueden decidir entre hipótesis en contienda y validar o invalidar teorías concernientes a ellas.

¿Por qué los datos son esenciales para la investigación? Las experiencias son difíciles de estudiar. Los acontecimientos vienen y van como tormentas eléctricas y palabras habladas. Atestiguar eventos históricos, ver un juego deportivo, o estar consciente del diseño de algo no es analizable inter-subjetivamente como tal. Para estar seguros de que nuestras observaciones no son enteramente subjetivas, ilusiones irreproducibles, los científicos confían en otros científicos quienes, cuando concuerdan en lo que ven, están dispuestos a concluir que los fenómenos de su interés existen independientes de sus subjetividades. Excluir las subjetividades de los observadores de las proposiciones acerca del mundo observado es un rasgo distintivo de la investigación científica. Sin embargo, un acuerdo respecto a lo que ha ocurrido sólo puede ser establecido si los fenómenos de interés han sido observados conjuntamente y los registros sobre ellos son contemporáneos, como para ser comparados lado a lado y examinados por muchos. Esto es lo que se espera que los datos hagan. Ellos deben representar los fenómenos de interés, sobrevivir las condiciones que les dieron lugar, y permanecer lo suficientemente durables como para soportar el análisis. Los investigadores tienen gran cuidado de asegurarse a sí mismos y a otros de que sus datos son válidos y dignos de confianza en este sentido, lo cual equivale a asegurar ante todo el mundo que nadie ha interferido con ellos.

Esta naturaleza tangible de los datos también está implicada en el uso acríptico de metáforas que absuelven implícitamente a los investigadores de las responsabilidades de su creación. Por ejemplo, reclamar que los datos fueron descubiertos, encontrados, colectados o muestreados, implica que

éstos estaban ahí desde el principio, y que el investigador solamente los recogió para observarlos. Esta descripción metafórica de cómo los datos llegan a las manos del investigador, y solamente esa, es la que hace innecesarias las valoraciones críticas de su representatividad, asegura que los investigadores no tengan ninguna parcialidad hacia los datos que están analizando, y justifica describir los resultados de investigación como *hallazgos* –como si tales fueran meramente descubiertos en, o extraídos de, datos disponibles. Retornaré a este punto más adelante.

¿Pero qué es investigación? Fundamentalmente, esto es –tal como la palabra inglesa *research* sugiere– *re buscar*<sup>6</sup>, un proceso de repetida búsqueda de patrones que están manifiestos en los datos disponibles. En otros lenguajes, el inglés *research* puede enfocarse en diferentes aspectos del trabajo científico, por ejemplo, el vocablo alemán *Forschung* enfatiza la vigorosa búsqueda de la verdad, pero esto también involucra búsquedas recurrentes. Los científicos son entrenados para ser sistemáticos y cuidadosos; sistemáticos para no dejar nada fuera de lo que fue observado, y cuidadosos para revisar sus datos, una y otra vez, hasta que estén seguros de que lo hallado es incuestionablemente evidente, no resultado de espurias causas o de una imaginación voladora. Investigar implica clasificar, reacomodar, tabular, ponderar y comparar datos en lugar de los fenómenos de interés –del mismo modo en que los objetos tangibles pueden ser manejados– pero sistemáticamente. Los procesos de investigación científica son institucionalizados, lo cual anima a los investigadores a publicar sus resultados con la esperanza de que sus colegas confirmen sus hallazgos o construyan a partir de ellos.

Los patrones investigados son necesariamente más simples y más abstractos que lo datos en los cuales ocurren. Por una parte, los hallazgos de investigación<sup>7</sup> son enunciados en un lenguaje, el cual no puede sino omitir lo que escapa al vocabulario del investigador. Pero también ignoran detalles considerados irrelevantes –irrelevantes para las teorías o hipótesis del investigador. Por ejemplo, los análisis estadísticos pueden extraer ecuaciones de regresión, grupos, redes o cadenas causales de datos disponibles. Lo que no se ajusta a estos patrones es considerado variación

---

<sup>6</sup> [N. del T.: Krippendorff examina aquí la relación entre las palabras inglesas *search* (=buscar) y *research* (= investigar = rebuscar, por aquello de *re-search*).

<sup>7</sup> [N. del T.: Krippendorff enfatiza aquí en la investigación como *re-search*, es decir, ‘re-búsqueda’].

inexplicada o ruido. El coeficiente de correlación producto-momento (momento de Pearson)<sup>8</sup>, por ejemplo, mide el grado por el cual los datos se ajustan a una relación lineal entre dos variables. Este grado es la razón entre lo que se ajusta y lo que se ajusta, más lo que no.

¿Qué hay con las teorías predictivas? Podemos especular acerca del futuro, pero los datos del futuro nunca están disponibles en el presente. Las teorías científicas son predictivas en virtud de la generalización de patrones encontrados en los datos que están disponibles en el momento a datos que no existen todavía. (Nótese que las predicciones anticipan observaciones adicionales, incluidas, pero no exclusivamente, las de futuros fenómenos). Por ejemplo, cuando las hipótesis estadísticas son valoradas, los test de significancia estadística de los hallazgos miden la posible generalización de patrones encontrados en una muestra de datos a una población de posibles datos, de los cuales la muestra fue parte. La significancia es, expresada en términos probabilísticos, la probabilidad de la existencia continuada de los patrones observados. Esto parece enteramente libre de problemas, hasta que advertimos que las predicciones (a) son intrínsecamente conservadoras, por asumir que los patrones observados en el pasado continuarán explicando las observaciones futuras, y (b) no dejan espacio para la agencia humana, por considerar que las observaciones futuras necesariamente siguen los hallazgos pasados.

Finalmente, la investigación es considerada aplicable a cualquier tema. Los científicos estudian el trabajo de una máquina, tal como estudian el desempeño de una economía, un juego, o lo que los diseñadores hacen. Los investigadores del consumo podrían generalizar el desempeño de un producto a todos los productos que vienen de la misma línea de ensamblaje. Los economistas derivan sus predicciones extrapolando tendencias pasadas al futuro. Del mismo modo, las teorías de diseño, que emergen de observaciones de lo que los diseñadores hacen comúnmente, dan cuenta solamente de lo que éstos hicieron, no de cómo ellos podrían rediseñar la teoría que estaban siguiendo al hacerlas. Es bien establecido que los pronósticos científicos de los desarrollos tecnológicos son notoriamente ineficaces, en mayor medida porque el diseño escapa al

---

<sup>8</sup> [N. del T.: medida de correlación (o dependencia lineal) entre dos variables X y Y, dado un valor entre +1 y -1 inclusive (McDaniel y Rogers 2005, 509), desarrollado por el prominente científico, matemático y pensador británico, Karl Pearson (1857-1936) a partir de una idea de su maestro Sir Francis Galton (1822-1911)] quien era un 'polímata' (según se denomina a quien destaca en diversos campos).

conservatismo del proceso de investigación.<sup>9</sup> Pero esto prefigura lo que será discutido más adelante.

### ¿Qué hacen los diseñadores en comparación?

La etimología de diseño se remonta al latín de + *signare*, señalar, disponer aparte, dar significación al asignar a un uso, a un usuario, a un fabricante o propietario. El idioma inglés del siglo XVI, enfatiza en la intencionalidad del diseño, y en la razón por la cual el diseño implica a menudo dibujar o “demarcar”; a su turno, el idioma inglés del siglo XVII aproximó más el diseño al arte. Basados en estos significados originales, podríamos decir:

*Diseñar es dar sentido a las cosas (para otros) \**

La frase anterior puede ser leída como “el diseño es una actividad dadora de sentido”, lo cual implica reclamar la percepción, la experiencia y tal vez la apariencia como sus intereses fundamentales; y esta lectura es totalmente aceptable. También puede significar que “los productos de diseño son para dar sentido a sus usuarios”, y esta interpretación es el foco central de *The Semantic Turn (El giro semántico)* [1]. Éste libro sitúa la creación de artefactos para el uso futuro por parte de otras personas en el centro de todas las actividades de diseño.

Para Herbert Simon<sup>10</sup>, en un texto escrito 38 años antes<sup>11</sup>, el diseño es a la vez más ancho y más estrecho [2]. Él sugiere:

*“Diseña todo aquel que concibe cursos de acción destinados a convertir situaciones existentes en situaciones preferidas. La actividad intelectual que produce artefactos materiales no es fundamentalmente diferente de aquella que prescribe remedios para un paciente enfermo o de la que concibe un nuevo plan de ventas para una compañía o una política de beneficencia social para un estado. El diseño, así construido, es el núcleo de todo ejercicio profesional; es el principal rasgo que distingue las profesiones de las*

---

<sup>9</sup> [N. del T.: o ‘re-búsqueda’ en el sentido de “volver a buscar”].

<sup>10</sup> [N. del T.: en alusión al científico social estadounidense y Premio Nobel de Economía (1978), Herbert Alexander Simon (1916- 2001) político, economista y psicólogo y profesor —sobre todo de la Universidad Carnegie Mellon— cuya investigación se extendió a través de los campos de la psicología cognitiva, ciencias de la computación, la administración pública, economía, gestión, filosofía de la ciencia, la sociología y ciencia política (cf. Dalle y Lewis 2009, 430)].

<sup>11</sup>[N. del T.: \* Antes de este texto, por cuanto el libro de Simon, *The sciences Sciences of the artificial Artificial* se escribió en 1969 y este artículo de Krippendorff en 2007].

*ciencias. Las escuelas de ingeniería, al igual que las de arquitectura, finanzas, educación, leyes, medicina, todas están centralmente involucradas con el proceso de diseño". (pp. 55-56)*

La consideración que hace Simon podría ser un punto de partida, excepto que –y esto podría deberse al tiempo en el cual él escribió estas líneas– reduce el diseño a resolución racional de problemas, lo cual comienza con definir un problema en términos de cómo alguna cosa debería funcionar, procede a enumerar soluciones alternativas al problema, y acaba con métodos de selección de la solución más óptima o satisfactoria entre ellas. Mi propia experiencia me condujo a partir del paradigma racional de Simon en dos caminos. Primero, observé que los diseñadores, incluido yo mismo, estamos motivados al menos de tres maneras por:

- *Retos*, condiciones problemáticas, problemas o conflictos que han escapado a la (re)solución. Los retos surgen de la percepción de condiciones actuales indeseables que parecen desafiar una mejora a la rutina. La solución de problemas planteada por Simon sería un ejemplo de esto.
- *Oportunidades* no vistas por otros de hacer algo, para mejorar la vida propia, o la de otras personas. Tales oportunidades no implican la presencia de condiciones problemáticas, más bien, ofrecen opciones de movimiento hacia algo nuevo y fascinante sin haber tenido un problema en su momento.
- *Posibilidades de introducir variaciones* en el mundo que otros podrían no advertir o no atreverse a considerar. Desde la perspectiva de la evolución, estas variaciones son mutaciones aleatorias sin propósito aparente o plan y podrían probar ser exitosas o no. El sólo hecho de ser diferentes motiva a muchos poetas, pintores y compositores. No hay explicación racional por la necesidad de hacer algo diferente, excepto acaso la satisfacción personal.

Para mí la solución racional de problemas es sólo una forma de diseñar, y no deseo limitar el diseño a lo que Horst Rittel<sup>12</sup> *et al.* llaman ‘problemas

---

<sup>12</sup> [N. de. T.: Los *problemas domesticados* a los que Krippendorff se refiere aquí pueden ser bastante complejos, pero se prestan a análisis y solución de las técnicas conocidas. Los procesos tradicionales lineales son suficientes para producir una solución viable a un problema domado en un período de tiempo aceptable, y siempre es evidente cuándo una solución se ha alcanzado, a éstos se oponen los *problemas perversos* los cuales son una clase de problemas del sistema social que por fuerza resultan “enfermamente-formulados”, ya que la información es confusa, hay muchos posibles

domesticados' [3].

Segundo y más importante, la clase de diseño que ocupa mi atención está centrada en el humano. Si el diseño es para promover artefactos que sean significativos para otros, sean usuarios o grupos de personas involucradas, debe al menos reconocer, si no respaldar, sus concepciones y deseos. Esto requiere (a) escuchar cómo otra gente piensa y justifica sus acciones en mundos que están siempre en el proceso de construir para vivir en ellos o (b) invitar a los grupos involucrados en un diseño a participar activamente en el proceso de realización del mismo. Así concebido, el diseño es esencialmente actividad social, una que no puede ser separada o abstraída del contexto de las vidas de la gente y, ciertamente, no puede ser reemplazado por una lógica deóntica<sup>13</sup> o por unos algoritmos<sup>14</sup> de optimización como los discutidos por Simon, los cuales bien podrían ser apropiados por parte del el diseño ingenieril.

Permítaseme señalar cinco actividades que definen el diseño centrado en el humano:

- Los diseñadores inventan o conciben *futuros posibles*, incluidos sus artefactos los cuales pueden traer a buen término mundos imaginables que no podrían originarse naturalmente. Un mundo y un futuro causalmente

---

clientes y muchos actores que toman decisiones con valores conflictivos lo que hace las ramificaciones en todo el sistema totalmente vagas. Tales problemas fueron analizados por dos profesores de la Universidad de California Berkeley: el diseñador urbano Melvin M. Webber (1920-2006) y, en especial, Horst Willhelm Jakob Rittel (1930-1990), uno de los grandes investigadores en diseño, quien enseñó diseño y arquitectura durante 30 años, sin diseñar objetos o practicar la arquitectura (podríamos reconocerlo ahora como un *planificador en diseño*). Rittel cambió el diseño, vinculando diseño y política, e inició una línea de indagación que continúa hoy en el campo de la programación de computadores y la ciencia de la información: la lógica de diseño. Su campo de trabajo es la *Ciencia de diseño*, o, como ha sido también conocida, el área de diseño de teorías y métodos (DTM, por sus siglas en inglés), la cual señala que actividades como planear, ingeniería, la elaboración de políticas, son formas particulares de diseño. (cf. Rith y Hugh 2007, 72)]

<sup>13</sup> [N. del T.: La *lógica deóntica* pretende analizar las relaciones formales que se establecen entre obligaciones, permisos y prohibiciones. Y las expresiones que incluyen calificaciones de este tipo no son sino normas (jurídicas, morales, técnicas) cuya estructura y relaciones inferenciales trata de clarificar la *lógica deóntica* —también denominada por ello «lógica de las normas»— En suma la *lógica deóntica* es la teoría de las inferencias normativas válidas, es el análisis de las condiciones y reglas en que un razonamiento que incluya las calificaciones de prohibición deber o permiso resulta correcto. (Peña y Ausín 2006, 46)].

<sup>14</sup> [N. del T.: La palabra *algoritmo*, deriva quizás del lat. tardío *\*algotbarismus*, el cual puede ser abreviatura del árabe clásico *ḥisābu lībār* que equivale a “cálculo mediante cifras arábicas”), y es el sustantivo masculino que designa un conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema. (cf. DRAE, “Algoritmo”, 2010). Otra versión señala que en matemáticas, ciencias de la computación y disciplinas relacionadas, un algoritmo (del latín, *dixit algorithmus* y éste a su vez del matemático persa *Al Juarismi*) es un conjunto prescrito de instrucciones o reglas bien definidas, ordenadas y finitas que permite realizar una actividad mediante pasos sucesivos que no generen dudas a quien lo ejecute. (véase ‘Algoritmo’, 2010)].

determinados, por contraste, serían evidencia del trabajo de la naturaleza y de la ausencia (o irrelevancia) de la actividad de diseño. Los artefactos son productos de la agencia humana. No crecen en los árboles. El diseño está fundamentalmente ligado a concebir futuros que no podrían darse sin esfuerzo humano.

- Los diseñadores necesitan saber *cuán deseables son esos futuros* para aquellas personas que podrían habitarlos y si pueden ofrecer a diversas comunidades los espacios que éstas requieren para establecer su hogar en ellos. Los futuros deseables residen en el lenguaje, en la comunicación, particularmente entre los diseñadores y los eventuales habitantes de esos futuros. La evidencia acerca del entendimiento de estos mundos consiste en la habilidad para articular y rearticular estos futuros para que los diseñadores tomen nota de ello
- Los diseñadores *experimentan con lo que es variable o podría ser cambiado*, con la mira puesta en las oportunidades que dicha variabilidad podría representar para ellos y para otras personas. Las leyes en las ciencias naturales, por contraste, establecen lo que no varía –no puede ser variado o no ha variado. La variabilidad que interesa a los diseñadores está más relacionada con los compromisos culturales de la gente, los hábitos y los valores. Algunas variabilidades son sólo hábitos y valores no reconocidos, algunos activamente resistidos, y otros aferrados con vehemencia. Probablemente la tarea más importante para los diseñadores es crear posibilidades en las cuales nadie ha pensado y podrían no haber sido consideradas sin las intervenciones retóricas de un diseñador. Estas variables definen un espacio de posibles acciones, un espacio de diseño, como lo llama Phil Agre<sup>15</sup> [4]. Un espacio de diseño es un artefacto, una creación humana no observada en la naturaleza.
- Los diseñadores *plantean caminos realistas*, planes para dirigirse a futuros deseables. Por realistas me refiero a aquellos caminos que incluyen suficientes detalles y tienen en cuenta tanto las tecnologías y los recursos

---

<sup>15</sup> [N. del T.: Philip E. Agre, es profesor asociado de estudios de la información en la UCLA. Con Ph. D. en ciencias de la computación del MIT (1989), ha conducido disertaciones de investigación en el *Artificial Intelligence Laboratory* (laboratorio de inteligencia artificial) sobre modelos computacionales de actividades improvisadas (véase <http://steinbaugh.com/journal/phil-agre/> o, su página personal <http://polaris.gseis.ucla.edu/pagre/> y en especial su ensayo, *Notes on the New Design Space (Notas sobre el nuevo espacio de diseño)* disponible en <http://polaris.gseis.ucla.edu/pagre/design-space.html> todas los sitios web fueron visitado por el traductor en, 25/02/10].



materiales actualmente disponibles, como las habilidades de aquellas personas que podrían recorrerlos.

- Los diseñadores *hacen propuestas* (de caminos realistas) a aquellos que podrían llevar un diseño a hacerse realidad, a los grupos interesados en un diseño. Las propuestas se expresan en lenguaje. Sin embargo, éstas van más allá de meras especificaciones, de sugerencias sobre cómo proceder o de políticas para implementarlas. Dichas propuestas deben ofrecer a sus destinatarios la posibilidad de hacer realidad sus deseos y coordinar sus acciones hacia algo que valga la pena. Como tales, las propuestas, *deben involucrar a los grupos interesados en el proyecto del diseñador*. Los fines que los diseñadores pueden tener en mente no han de ser necesariamente los mismos que los grupos interesados persiguen –siempre y cuando éstos últimos permanezcan involucrados, al menos durante una parte del proyecto. Un diseño no puede ser llevado a cabo sin el apoyo y la creatividad de una red de grupos interesados.

Algunas de las contradicciones entre lo que los científicos reclaman que hacen y lo que los diseñadores hacen son las siguientes:

- Herbert Simon ya reconocía que las disciplinas de la ciencia se ocupan de lo que existe, mientras las disciplinas del diseño se ocupan de lo que, en sus palabras, ‘debería ser’ [2]. En términos de este ensayo, mientras las teorías científicas están basadas solamente en lo que existe y puede ser observado antes de un análisis, el diseño se ocupa de artefactos que todavía no están en uso y no pueden haber sido observados, por lo cual los datos son constitutivamente carentes, y las experiencias pueden a lo sumo ser anticipadas.
- Mientras que las teorías predictivas que surgen de la investigación científica conservan el *statu quo*<sup>16</sup> –asumiendo consecuentemente que las mismas fuerzas que operaban en el pasado continúan en el futuro– los diseñadores necesitan romper con los determinismos del pasado, proponiendo caminos nuevos y que aún no han sido probados hacia futuros alternativos, involucrando especialmente la creatividad de los grupos interesados en que el diseño se haga realidad.

---

<sup>16</sup> [N. del T.: El *statu quo* es “la continuación y confirmación de lo que ya hay”].

- Mientras que los investigadores en ciencias naturales privilegian explicaciones causales, las cuales los excluyen a ellos como causantes o contribuyentes a los fenómenos que observan. Los diseñadores tratan de afectar algo por sus propias acciones, algo que no podría resultar de causas naturales, desafiando así las explicaciones causales del discurso científico.
- Mientras los científicos celebran generalizaciones, teorías abstractas o leyes generales soportadas por la evidencia en la forma de datos observables, los diseñadores plantean cursos de acción que deberían, en últimas, funcionar en todos los detalles necesarios y en el futuro. Los artefactos nunca trabajan en lo abstracto. Esta contradicción también es manifiesta en la preferencia de los científicos por explicaciones matemáticas abstractas, y en la preferencia de los diseñadores por imágenes, modelos figurativos y prototipos.
- Mientras que los investigadores teorizan sobre invariantes y manejan las variaciones inexplicables como ruido indeseable, los diseñadores están interesados en variabilidades, en condiciones que podrían ser cambiadas mediante diseño. Algo análogo al principio de incertidumbre de Werner Heisenberg<sup>17</sup> aplica a esta incompatibilidad. Al enfocarse en lo que existe, los investigadores posiblemente podrían pasar por alto lo que puede ser alterado pero aún no lo ha sido; al enfocarse en lo que podría ser alterado, los diseñadores no tienen motivos para interesarse en las razones por las cuales algo ha permanecido igual. Por tales razones las teorías científicas no son particularmente interesantes para los diseñadores –a menos que la teoría describa alguna cosa que a los diseñadores no les interese cambiar o necesiten como base para construir algo.
- Mientras los investigadores están preocupados por la verdad de sus proposiciones, establecidas por observación de la evidencia, los diseñadores están preocupados por la posibilidad y lo cautivante de sus propuestas, las cuales residen en la habilidad de los grupos interesados para rearticularlas en el contexto de los futuros que ellos desean y los

---

<sup>17</sup> [N. del T.: Así llamado en honor al Premio Nobel de física 1932, el alemán Werner Karl Heisenberg (1901–1976), la *Relación de indeterminación* o *Principio de incertidumbre* establece, en la mecánica cuántica, que es imposible puntualizar simultáneamente y con precisión arbitraria ciertos pares de variables físicas de un objeto dado, tales como, digamos, su momento lineal (cantidad de movimiento) y su posición. Toda vez que, cuanto más certeza se busca para fijar la posición de una partícula, más se desconoce su cantidad de movimiento lineal y, por ende, su velocidad; así, la naturaleza está constituida de un modo tal que nunca podemos saber la posición de un objeto o su energía con toda precisión (véase Bueche, 1988:233)].

varios caminos para alcanzarlas.

- Mientras los investigadores científicos buscan el conocimiento por sí mismo, libre de valores, y sin consideración por su utilidad, los diseñadores valoran el conocimiento que mejora el mundo, al menos en las dimensiones relacionadas con sus diseños.
- Mientras las teorías en la ciencia describen la naturaleza como incapaz de comprender cómo está siendo investigada, las teorías de diseño están destinadas a las actividades de los diseñadores quienes pueden entender no solamente lo que están haciendo sino también las teorías acerca de lo que ellos mismos están haciendo. Como Wolfgang Jonas<sup>18</sup> anota: “Cualquier teoría del diseñar tiene que incluir la generación de teorías del diseñar como son seguidas por sus practicantes... y explicar su propia emergencia... su propio cambio” [5], (p. 184). Así, una teoría del diseñar basada en la investigación nunca podría mantenerse al corriente de los cambios que los diseñadores introducen en su propia materia prima.

Obviamente, el diseño y la investigación son inconmensurables en concepción. Ambos persiguen epistemologías disímiles, al menos en lo concerniente con lo anterior. “Investigación en diseño” es un oxímoron sin discusión. Como una subespecie de la investigación, la investigación en diseño suprime el diseño.

### **Como la investigación sofoca el diseño, ¿qué indagaciones podrían mejorar las prácticas de diseño?**

Incuestionablemente, la investigación en diseño<sup>19</sup> no puede afirmar lo que los diseñadores necesitan para practicar. Pero, ¿cuál podría ser la alternativa más apropiada? ¿Cómo y hacia qué deberían los diseñadores indagar? *The Semantic Turn* (p.209) propone una *ciencia para el diseño*, la cual se desarrolla para apoyar lo que los diseñadores necesitan hacer para

---

<sup>18</sup> [N. del T.: alemán, arquitecto naval de la Universidad de Berlín, Doctor en investigación sobre la optimización ayudada por computador de formas aerodinámicas en 1983. Ha sido consultor de la Industria Alemana del Automóvil y de (CAD, Industrial Design) e investigación (en teoría de sistemas y teoría del diseño) de la Universidad de Artes de Berlín, de la Universidad de Wuppertal, de la Universidad de Artes de Bremen, profesor de la Escuela de Arte y Diseño de la Universidad de Kassel, campos de indagación en teoría del diseño como metateoría, métodos de diseño en perspectiva sistémica y planeación de escenarios, ver biografía en <http://fadf.ieu.edu.tr/ead07/authors/author%20116.html>, visitada en 27/02/2010].

<sup>19</sup> [N. del T.: en tanto *research* o ‘re-búsqueda’ que conduce a variaciones sobre lo mismo].

conseguir planteamientos convincentes [1]. Una ciencia para el diseño es diferente de una ciencia de diseño... ese cuerpo de trabajo que intenta mejorar nuestra comprensión del diseño a través de métodos 'científicos' de investigación (estos es, sistemáticos y confiables) [6], p. 96. Los últimos son ejemplificados por la erudición de los historiadores del arte, sociólogos del diseño, o teóricos de la tecnología, todos los cuales generalizan rasgos dominantes del diseño, tendencias históricas, predisposiciones psicológicas o contingencias socioculturales. Observado el proceso desde el exterior, la ciencia del diseño caracteriza a los diseñadores como si estuviesen causalmente determinados por fuerzas que no están bajo su control, y esto en poco contribuye a la práctica del diseño. Una ciencia para el diseño tampoco puede ser confundida con una "ciencia de diseño, una aproximación al diseño explícitamente organizado, racional y totalmente sistemático: no sólo la utilización del conocimiento científico de los artefactos, sino el diseño en algún sentido de una actividad científica en sí misma" [6]. Una ciencia para el diseño fomenta preguntas desde las prácticas del diseño. Explicaré algunas de ellas.

Primero y fundamentalmente, los diseñadores *crean posibilidades*. Posibilidades relacionadas a lo que los humanos pueden hacer. Posibilidades que no son parte de, y no pueden ser observadas en una naturaleza vacía de humanos. Una ciencia para el diseño debe nutrir vías para ampliar el espacio de diseño dentro del cual los diseñadores actúan. Algunas de estas vías son psicológicas y pueden liberarlo a uno mismo de puntos ciegos y trampas cognitivas. Algunas son sociales, y hacen uso de concepciones tenidas por otros cuando se hace una lluvia de ideas, por ejemplo. Algunas son tecnológicas, y permiten expandir el espacio de diseño mediante la combinatoria, usando computadoras para generar alternativas que pueden fácilmente escapar a la cognición. Algunas son de perspectiva y se aproximan al diseño desde múltiples orientaciones disciplinares, y algunas son morfológicas, las cuales permiten el surgimiento de transformaciones hacia representaciones alternativas con diferentes cualidades. Todas estas vías expanden el rango de elecciones disponibles para los diseñadores (antes de estrecharlas hacia una propuesta trabajable). La investigación, como se ha discutido antes, se conduce mediante la extracción de certidumbres de diversos datos. El diseño, por contraste, prospera en la incertidumbre que los diseñadores pueden crear y manejar.

Los diseñadores deben ser no-dogmáticos<sup>20</sup> y anti autoritarios para *cuestionar los 'hallazgos' de la investigación científica*. Aceptar ciegamente la autoridad científica significa rendirse a lo que existió en el pasado. Indudablemente hay límites a lo que el diseño puede lograr. Por ejemplo, yo dudaría de invertir en una propuesta para una máquina de movimiento perpetuo. Ésta viola la segunda ley de la termodinámica. Pero incluso las leyes de la naturaleza son artefactos humanos. Pueden haber soportado la prueba del tiempo, pero nunca sabemos si los hallazgos de las ciencias naturales son válidos en el marco temporal de un diseño. La historia del diseño está llena de ejemplos en que los científicos afirmaban imposibilidades que los diseñadores consiguieron sortear o probar que estaban equivocadas. Los científicos nos aseguraron alguna vez que era imposible volar para los humanos y ahora lo hacemos. Los ingenieros calculaban que las ruedas de acero de las locomotoras podrían no tener la suficiente tracción para halar un tren y estaban equivocados. En los años 1950, se comenta que los investigadores de IBM habían concluido que el mundo no necesitaba más de cinco computadores. Lo anterior no desanimó a Steve Wozniak y a Steve Jobs<sup>21</sup>, trabajando en un garaje de California, para desarrollar el primer computador personal. En efecto, los diseñadores necesitan cuestionar las creencias ontológicas prevaletes. El miedo a cuestionar las convicciones comunes sirve para hacer tímidos diseños. Proponer lo que todo el mundo conoce o ya se usa no es diseño en absoluto.

Los diseñadores deben *examinar vigorosamente sus propios métodos*. La ciencia del diseño, como Cross<sup>22</sup> la define, instituye métodos de diseño, supuestamente científicos, y por lo mismo incuestionables [6]. Legitimar unas prácticas y deslegitimar otras es la marca de una disciplina. Las disciplinas disciplinan a sus discípulos. Sin embargo, el diseño, es una *indisciplina*, una que debiera ser capaz de cuestionar cualquier cosa y ser

---

<sup>20</sup> [N. del T.: "Deber ser no dogmáticos" entraña algo paradójico... como "deber no deber"].

<sup>21</sup> [N. del T.: Wozniak es un ingeniero electrónico estadounidense nacido en San José, California (1950) y cofundador, en 1976, de la empresa *Apple Computer* con Jobs (también estadounidense nacido en San Francisco, California, en 1955), véase al respecto la novela gráfica de Donald B. Lemke: *Steve Jobs, Steve Wozniak and the personal computer* (2007:4)].

<sup>22</sup> [N. del T.: en referencia a Nigel Cross Profesor emérito de Estudios de Diseño en el Departamento de Diseño e Innovación de la Facultad de Tecnología de la UK's Open University, y editor en jefe de la revista *Design Studies*, medio internacional de investigación en diseño. Títulos académicos en arquitectura y diseño industrial, profesor desde 1960 interesado en tecnología, computación asistida por computador (CAD, o *computer-aided design*), metodología del diseño y epistemología del diseño. Estudiosos y escritor en temas como cognición en diseño, análisis de las actividades cognitivas de los diseñadores véase <http://design.open.ac.uk/cross/visitada> en 27/02/2010].

autorizada para tratarlo todo –siempre y cuando sus productos sean usables, funcionen y beneficien a otros campos del saber<sup>23</sup>. Pero eso debería aplicarlo a sí mismo especialmente.

Los diseñadores deben indagar sobre cómo *crear variables*, cosas que pueden ser alteradas mediante el diseño. Necesitan aprender a crear lo que los científicos mayoritariamente aborrecen: cambios que no pueden ser explicados por causas naturales. La variabilidad entendida como la habilidad para variar algo, es una cualidad exclusivamente humana. Tal como las *affordances* de J. J. Gibson<sup>24</sup> [7], la variabilidad es un concepto relacional, que vincula la agencia humana al entorno; a lo que puede ser hecho con algo. Como ya lo he mencionado, las indagaciones hacia variables hacen del conocimiento de lo que existe algo menos relevante que las opciones de las variaciones que brindan. Hay restricciones físicas, por supuesto. Los artefactos podrían ‘objetar’ el cómo son tratados deshaciéndose o no haciendo lo que sus usuarios tienen en mente para ellos. Cuando las invariantes son sociales o culturales, los diseñadores necesitan explorar, lo que se requiere para descongelar hábitos apreciados o convicciones, o para conseguir que la gente aprenda algo nuevo. Las preguntas hacia la variabilidad requieren interacciones con la gente, no más observaciones. Éstas se diferencian del trabajo de campo etnográfico sobre lo que los usuarios hacen; del estudio del mercado sobre las preferencias de los usuarios, y de los estudios ergonómicos de la eficacia de las interfaces humanas con la tecnología. Ello por cuanto, todas las últimas describen lo que la gente hace, no lo que la gente *puede* hacer.

---

<sup>23</sup> [N. del T.: las palabras en itálica las agregué yo para tratar de conservar el sentido original de la frase].

<sup>24</sup> [N. del T.: James Jerome Gibson (1904-1979), psicólogo estadounidense, doctorado en la Universidad de Princeton, uno de los estudiosos más importantes del siglo XX en el campo de la percepción visual, planteó el concepto de ‘*affordance*’ (que recogió su discípulo Donald Arthur Norman). Las *affordances* son “las posibilidades de acción” latentes en el ambiente, objetivamente mensurable e independientes de la capacidad del individuo de reconocerlas, pero siempre con relación al actor y por tanto dependientes de sus capacidades. Así, los peldaños de una escalera de cierta altura, pueden no ser ‘escalables’, y por ende no constituir una *affordance* percibida para un niño de brazos. Gibson y sus herederos no usan el verbo *afford* en su significado original de ‘proveer’ o ‘poner a disposición’; los diseñadores de interacción y de HCI (o interacción persona-computador, por sus siglas en inglés), a menudo usan el término en el sentido de ‘sugerir’ o ‘invitar’. En 1988, el experto en ciencia cognitiva Donald Norman (n. 1935) asignó el término *affordances* en el contexto de la interacción de máquina humano para referirse a sólo aquellas posibilidades de acción fácilmente perceptibles por un actor, por lo mismo enfatizó luego en hablar de las *affordances* percibidas. Muy estudiadas en campos como la inteligencia artificial. La “teoría extendida de las *affordances*”, del científico austriaco Dr. Martín Raubal (n. 1968), experto en ciencia de la información espacial e ingeniería, plantea que éstas pertenecen a tres reinos diferentes: físico, social-institucional y mental. (Para la historia del término, véase, Raubal y Moratz 2008, 91-105)].

Por sobre todo, los diseñadores *participan en redes de grupos de interés*<sup>25</sup> y necesitan saber cómo apoyar tales redes y energizarlas con propuestas llamativas. Ya he sugerido que el diseño debe mantenerse indisciplinado pero no puede ser totalmente libre cuando intenta tener éxito. Para los diseñadores, éxito significa enrollar interesados en el proyecto de su diseño. Esto es lo que mantiene el diseño responsivo a las concepciones, los deseos y las capacidades de otros, y eso ‘disciplina’ a los profesionales de diseño necesariamente indómitos –pero no desde dentro de la profesión. Imposibilitados de confiar en datos de un futuro deseable y sin experiencias reales de lo que está siendo propuesto, los diseñadores requieren conocer lo que hace atractivas sus propuestas. En otra parte, he delineado varios acercamientos para tal efecto [1]. No los reiteraré aquí excepto para decir que los diseñadores necesitan profundizar en las habilidades conceptuales de los diversos involucrados, a través de procesos de intercambio de narrativas con ellos acerca de posibles futuros. Consecuentemente, con que el diseño se convierte en real en la comunicación con otros, indagaciones en torno a lo que hace a una propuesta atractiva, son a su vez indagaciones sobre cómo la gente entiende y actúa en narrativas pertenecientes a mundos deseables. Algunos intelectuales han sugerido que el diseño es una empresa ética. Si los diseñadores advierten que no pueden ir solos, que no pueden forzar sus concepciones en otros, y que cualquier cosa que propongan debe resonar con las concepciones del involucrado [8], los interrogantes que los diseñadores necesitan preguntarse son implícitamente éticos. El único principio ético que yo añadiría es evitar monopolizar el diseño en una profesión y en lugar de ello delegar la práctica a tantos involucrados como sea posible. El diseño es una actividad humana básica a la cual todo el mundo debería tener acceso. Los diseñadores profesionales no deben usurpar la habilidad de otros involucrados para diseñar sus propios futuros. Las propuestas para diseños pueden fallar por toda clase de razones, pero estudiar sistemáticamente por qué fallaron, constituye una importante fuente de cambio de las prácticas de diseño desde dentro.

---

<sup>25</sup> [N. del T.: Fundamental es comprender la importancia que tiene la noción de los Grupos de Interesados (o Involucrados), dentro del diseño centrado en el humano de Krippendorf, en inglés los denomina *stakeholders* (la etimología viene de ‘*stake*’ —o lo que es apostado—, y ‘*holder*’—el tenedor—; es decir “el tenedor de las apuestas”, o “el que arriesga apostando”), los *stakeholders* de un proyecto son todos aquellos dentro y fuera del equipo de diseño que tienen interés en el proyecto, tales como los patrocinadores, clientes, usuarios, inversionistas, comunidades afectadas, profesionales involucrados, quienes lo aprueban o lo desaprueban; en fin, son *stakeholders* todos aquellos a quienes el proyecto ‘toca’ de un modo u otro].

Supongo que la mayoría de estas sugerencias de indagación al preparar la actividad de diseño no corresponden con las que los diseñadores tradicionales hacen cuando dicen que hacen investigación. Permítaseme mencionar tres casos tradicionales y explorar su valor.

Primero, *revisión de ideas útiles*, sobre cómo un problema particular podría ser solucionado. Genrich Altshuller<sup>26</sup> y otros, revisaron aproximadamente 200,000 patentes y encontraron que el 77 % utilizó algo ya existente dentro del campo del inventor [9]. El 18% importó ideas de otras áreas. El 4 % estableció nuevos conceptos, y sólo el 1 % fue pionero de invenciones decisivas. El problema del primer 95 % es encontrar algo que ya existe, pero en otra parte. Mientras las revisiones de esta clase podrían prevenir nuevas invenciones o permitir a los diseñadores desviarse creativamente de lo que ya es conocido, no dicen nada sobre cómo estas ideas podrían ser utilizadas y, por eso mismo, no son sobre prácticas de diseño.

Segundo, los diseñadores a menudo comienzan tratando de entender cómo un artefacto *debe funcionar*. En efecto, los diseñadores tienden a dedicar mucho tiempo explorando lo que les piden hacer, por ejemplo, desmontando la versión corriente de un producto, observando cómo es usado en diferentes situaciones, visitando al fabricante, hablando con los representantes de ventas, etc. El extensamente citado lema de Louis Sullivan "*la forma sigue a la función*"<sup>27</sup> compendia la creencia común pero

---

<sup>26</sup> [N. del T.: Genrikh Saulovich Altshuller (1926-1998), ingeniero soviético, científico, periodista y escritor nacido en Tahskent, Uzbekistan; creó la Teoría Inventiva de Resolución de Problemas (TIPS, por sus siglas en inglés). Trabajando como empleado en una oficina de patentes, Altshuller se dedicó a encontrar algunas reglas genéricas que pudieran explicar la creación de ideas nuevas, inventivas y patentables (Véase, Ivancevic e Ivancevic 2007, 29).

<sup>27</sup> [N. del T.: Toda vez que da cuenta de la relación entre las ideas y las personas 'a-lo-Krippendorff', y valida la evolución cambiante de la idea como un artefacto modificado por el uso y modelado por diferentes interesados (o *stakeholders*) permítaseme una digresión sobre el origen de tal afirmación, una de los más influyentes en la historia del diseño y la arquitectura. Fue enunciada en principio por Louis Henri Sullivan (1856-1924) arquitecto estadounidense, llamado "padre del modernismo" y considerado como el creador del moderno 'rascacielo', crítico insigne de la Escuela de Chicago y mentor del gran arquitecto, diseñador interior, educador y escritor Frank Lloyd Wright (1867-1959), (véase Sullivan, 1901 | 1979, back cover). A Sullivan, se le reconoce la autoría de la frase, si bien las meditaciones sobre el binomio forma-función con prevalencia del último, surgen del pensamiento del sacerdote franciscano y crítico de arquitectura italiano Carlo Lodoli (1690-1761), a quien apodaron "el Sócrates de la arquitectura" porque, aunque no escribió nada, dejó un ideario que fue recopilado por sus discípulos: el erudito escritor, ensayista y coleccionista de arte italiano Francesco Algarotti (1712-1764) y el político, diplomático y literato, también italiano, Andrea Memmo (1729-1793). De éstos lo recogió, el arquitecto y crítico italiano Francesco Milizia (1725-1798), quien introdujo a Lodoli y a sus concepciones en su libro *Memoria de los arquitectos antiguos y modernos* (1768). Posteriormente tal libro hizo parte de las lecturas del escultor estadounidense Horatio Greenough (1805-1852), cuando éste vivió en Italia. Sin embargo, en la cabeza del escultor Greenough posiblemente se mezclaron las ideas de Lodoli, con las del naturalista francés Georges Cuvier (1769-1832), en cuya obra sobre anatomía comparada, la noción de función desempeñaba un papel central. A lo largo de los años Greenough escribió varios ensayos, compilados mucho después de su muerte por Harold A. Small en el libro *Form and Function: Remarks on Art* (1947). Pero hubo otros personajes en esta historia (todos interesados en la



ingenua de que la forma de un producto que los diseñadores necesitan desarrollar, sigue automáticamente a un entendimiento cuidadoso de su función. Sin embargo, no es comprensión lo que la investigación puede proporcionar, y la comprensión profunda no conduce automáticamente a formas ideales. De hecho, aquel entendimiento profundo de cómo algo tiene que funcionar puede limitar la atención de un diseñador a lo cosmético de lo que ya existe, lo cual implica una contribución de diseño más bien mínima. A veces, comenzar ingenuamente desde el principio puede impedir que uno sea encajado en lo que clientes y los usuarios esperan que los diseñadores entreguen.

Tercero, hay un área donde la investigación en el sentido antes descrito puede hacer valiosas contribuciones y esto es en la *pre-prueba de un diseño*. En el contexto de los diseñadores se tienen que hacer propuestas a aquellos que importan. Tenemos que advertir que las propuestas son construcciones lingüísticas cuya condición de atractivos, depende, por lo general, de dispositivos extralingüísticos: esbozos, modelos, diagramas y demostraciones, pero también pueden ser realzados por evidencias empíricas de que un diseño trabaja como se plantea. Las aproximaciones a aquellas futuras evidencias pueden ser obtenidas observando prototipos en acción, o la forma cómo los usuarios a los que se destina, responden a y se

---

primacía de la función e influidos por la obra natural de Cuvier), tales fueron: el arquitecto alemán Gottfried Semper (1803-1879), el arquitecto arqueólogo y escritor francés Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc (1814-1879), el asimismo arquitecto estadounidense, Henry Hobson Richardson (1838-1886), celebre por popularizar el estilo denominado "romanesco richardsoniano" y, por último, el escritor, pensador y poeta estadounidense, quien propuso el llamado trascendentalismo filosófico, Ralph Waldo Emerson (1803-1882). Emerson fue amigo personal de Greenough y sus teorías influyeron también en Sullivan; especial ascendiente en ambos ejerció la idea de Emerson de la "metafísica de la arquitectura" según la cual la arquitectura resultaba de la necesidad más que del capricho. Al final la frase de marras debutó oficialmente en el Lippincott's Magazine de marzo de 1896 dentro del texto de Sullivan *The Tall Office Building Artistically Considered* o *El edificio alto de oficinas artísticamente considerado*. Allí, Sullivan escribió en realidad *form ever follows function* ("la forma siempre sigue a la función"), pero sólo se popularizó la versión simple y menos enfática de la frase. La traducción de la cita completa es así: "*Esta es la ley penetrante de todas las cosas orgánicas e inorgánicas, de todas las cosas físicas y metafísicas, de todas las cosas humanas y todas las cosas sobrehumanas, de todas las manifestaciones verdaderas de la cabeza, del corazón, del alma, que la vida es reconocible en su expresión, que la forma siempre sigue a la función. Esta es la ley*". Para una reflexión completa en torno a la compleja historia de la frase ver la obra, que en 1995 escribió el checo, Jan Michl, profesor de historia y teoría del diseño de la Escuela de Arquitectura y Diseño de Oslo, Noruega: *Form Follows What? The Modernist Notion of Function As a Carte Blanche o ¿La forma sigue a qué? La noción modernista de la función como carta blanca (carte blanche, equivale a "cheque en blanco" o a "con todos los poderes")* paradójicamente pillé un gazapo en Michl al hacer esta nota pues, cotejado con otras fuentes, Carlo Lodoli, fue un monje franciscano y no jesuita como señala el profesor checo (véase para probar mi punto a Krufft, Hanno-Walter *et al.*, 1994: 197, Sola-Morales, 2002:112). Tal es polémica y compleja génesis de la frase que acabaría siendo relacionado con todos los arquitectos modernistas desde Sullivan hasta Frank Lloyd Wright, Ludwig Mies van der Rohe y Arne Jacobsen. Recorrerla es el "teléfono roto de las ideas", y ya que tantos y tantas la repiten, en el contexto del Programa de Diseño Industrial Tadeísta, versión 2010, quise ahondar un poco en ella para resaltar que los datos y las personas van siempre de la mano, lo cual anima, tanto el texto de Krippendorff que me complacé en traducir, como mis comentarios explicativos al margen].

benefician de un diseño. Valiosa como puede ser, esta clase de investigación, sólo puede ser adelantada cuando un diseño es al menos provisionalmente completo. Las pre-pruebas son necesariamente limitadas a partes de una red de un grupo de involucrados, cuellos de botella percibidos, típicamente usuarios. Las pre-pruebas simplemente se acercan a la consecución final de un diseño.

### **Diseño oculto en el proceso de la indagación científica**

Lo que los investigadores afirman que hacen es solo parte de la historia y lo que falta revela sus puntos ciegos. Permítanme hablar de dos de estos puntos y terminar con la sugerencia de una epistemología menos engañosa para la pregunta científica, incluso el diseño de investigación.

Primero, el *lenguaje metafórico* de los recuentos aceptados de la investigación científica impide *admitir la agencia de los investigadores*. Como señalé antes, los investigadores hablan de resultados de investigación como hallazgos, descubrimientos, o verdades –como si, para comenzar, los fenómenos que ellos describen hubieran estado allí, las teorías se escondieran en los datos, o las leyes gobernarán la naturaleza, haciendo la tarea de la investigación científica, la de develar lo que está detrás de la superficie observable de la naturaleza. Pero los modelos deben ser reconocidos antes de que su poder de penetración pueda ser probado. El re-conocimiento –conocer algo otra vez– implica una larga historia de concepciones de los investigadores. La participación conceptual de los investigadores no puede ser evitada delegando el reconocimiento de patrones a dispositivos mecánicos, a análisis sistemáticos o a pruebas estadísticas. Tales mecanismos, destinados a asegurar objetividad, siempre son diseñados por alguien, es decir, son representativos del repertorio conceptual de quienes los diseñan, y lo que ellos indican debe ser asimismo re-conocible.

De ello se deduce que los resultados de la investigación no son solamente las propiedades de los datos, como a menudo se sostiene, sino cómo los datos encajan en el vocabulario conceptual y lingüístico de un investigador. La diferencia entre científicos sobresalientes y normales radica en la capacidad de los primeros para hacer preguntas interesantes, generar datos relevantes, y describir sus implicaciones en términos convincentes. Esto no

equivale a sugerir que los resultados de la investigación sean subjetivos, pero sí que las llamadas conclusiones sean producto de interacciones entre los datos y su tratamiento. Privilegiar las propiedades de datos a expensas del papel de los investigadores como creadores de hipótesis, proponentes de teorías, y diseñadores de sistemas del análisis niega la agencia<sup>28</sup> humana en los productos de la ciencia. El hábil diseño de la investigación por parte de científicos, se convierte así en víctima del compromiso epistemológico con la objetividad, la ilusión de ser capaz de observar sin un observador<sup>29</sup> [10] o de investigar sin las historias cognoscitivas y lingüísticas de los investigadores.

Segundo, a fin de conservar la concepción abstracto-objetivista<sup>30</sup> [11] o representacional<sup>31</sup> [12] del lenguaje científico (proposicional), los recuentos

---

<sup>28</sup> [N. del T.: La *agencia* es esa capacidad del ser humano de incidir en las situaciones, “Cuando hablamos de agencia nos referimos a la capacidad desarrollada en las personas para lograr las metas de desarrollo que se proponen en consecuencia a sus propias elecciones y decisiones”. (Pick y Ruesga 2006, 2), para un análisis detallado del concepto de *agencia* véase el capítulo 8 del libro *Desarrollo y Libertad* escrito por el Premio Nobel de economía 1998, el intelectual indio Amartya Sen, tal capítulo fue titulado: “La agencia de las mujeres y el cambio social”, (Sen 2006, 233-249)].

<sup>29</sup> [N. del T.: Krippendorff se refiere aquí al pensamiento del austriaco Heinz (este von es en minúscula, revisa y lo verás) Von Foerster (1911-2002), para quien era imposible observar sin observador, según se condensa en uno de sus imperativos: “*Was wir als Wirklichkeit wahrnehmen, ist unsere Erfindung*” (el mundo tal como lo percibimos es nuestra invención); físico y doctor en filosofía de la física con grandes influencias en su pensamiento del filósofo y lógico austriaco Ludwig Wittgenstein (1889-1951), H. von minúscula Von Foerster, en compañía del neurofisiólogo estadounidense, Warren McCulloch (1898-1969), del también estadounidense y matemático puro Norbert Wiener (1894-1964), del matemático húngaro-americano John von Neumann (1903-1957) y, del experto neoyorquino en computación evolutiva, Lawrence J. Fogel (1828-2007), estuvo entre los arquitectos de la cibernética (o estudio interdisciplinario de los sistemas de regulación); en especial contribuyó a la cibernética de segundo orden que estudia los sistemas de observación. A partir de un enunciado de von en minúscula Von Foerster (según el cual nuestro sistema nervioso no puede distinguir en lo absoluto la percepción de la alucinación, ya que ambas son simples patrones de excitación). Otro austriaco, el psicólogo y filósofo, Ernest von Glasersfeld (n. 1917), desarrolló la teoría del *constructivismo radical*, según la cual: más que recibir pasivamente conocimiento, lo construimos para adaptar y organizar nuestro mundo experiencial individual, el cual se articula con el de las demás personas en virtud de una exigencia de socialización por parte de la “construcción conceptual de esos otros y otras” (cf., The Heinz von en minúscula Von Foerster Page)].

<sup>30</sup> [N. del T.: Krippendorff retoma aquí el calificativo de *abstracto-objetivista* con el cual el lingüista ruso, Valentin Volosinov (1895-1936), denominó críticamente el modelo a partir del cual el suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) estableció las bases de la lingüística moderna. Volosinov, cuyo trabajo es muy influyente, tanto en la teoría literaria como en la teoría marxista de la ideología, objetó la lingüística saussureana por cuanto ésta estudiaba el lenguaje viviente como si fuera un lenguaje muerto y las lenguas nativas como si fueran lenguas extranjeras (cf. Crowley 2003, 6). Para Volosinov, el lenguaje es el medio de la ideología. El lenguaje es un signo-sistema socialmente construido, una realidad material la cual establece necesariamente las precondiciones para la conciencia. Volosinov criticó a Saussure por su estructuralismo a-histórico, señalando que las palabras son signos sociales dinámicos, los cuales toman diferentes significados para diferentes clases sociales en diferentes contextos históricos. El significado, en consecuencia incluye participación activa de ambos el hablante (o el escritor) y el escucha (o lector). Mientras cada palabra es un signo tomado entre muchos signos disponibles, la manipulación de la palabra contenida en cada enunciación individual es regulada por relaciones sociales. Volosinov asevera que hay una continua lucha de clases sobre el significado de las palabras. Como la “lucha por el significado” coincide con la “lucha de clases”, Volosinov puede ser visto como precursor de la teoría de la concepción de la ideología y el lenguaje del pensador marxista italiano Antonio Gramsci (1891-1937) (cf. Marxist Internet Archive)].

<sup>31</sup> [N. del T.: Krippendorff, evoca así el pensamiento del filósofo estadounidense Richard McKay Rorty (1931-2007),

aceptados de la investigación científica niegan u *omiten el contexto en el cual la investigación ocurre*. Este puede ser demostrado desde Bruno Latour y Steve Woolgar mediante su modelo de cinco etapas de descubrimientos científicos<sup>32</sup> [13] (1986), esquemáticamente comunicado como sigue:

---

quien, desde el pragmatismo, generó una filosofía post-analítica (o 'post-filosofía'). Rorty impugnó el cientificismo al cual consideró una visión representacional de la ciencia, y cuestionó que ésta fuera una lente privilegiada para estudiar la realidad. Para Rorty, la ciencia, lejos de suministrar información sobre la verdadera naturaleza de las cosas, resulta ser un equivalente epistemológico de la política, la religión, el arte y la crítica literaria. Lo que, supuestamente, distingue a la ciencia es su capacidad de predecir y controlar los fenómenos; pero, encuentra Rorty, los discursos pretendidamente representacionales (los enunciados de la ciencia) son, indistinguibles de los discursos presuntamente no-representacionales (tal cual son enunciados éticos, estéticos, etc.); a resultas de ello, señala Rorty que las explicaciones que tienen por fin predecir y controlar no tienen por qué ser necesariamente las mejores explicaciones. Desde esta perspectiva, favorecer los privilegios metafísicos de la ciencia carece de sentido. En síntesis, en el marco del pragmatismo, la ciencia no es una ventana para acceder a la 'verdad', o a la 'realidad', sólo otra más, entre varias empresas humanas importantes; de hecho, Krippendorff insinúa en este artículo, que el diseño supera a la ciencia como posibilidad de modificar la 'realidad'. (cf. Vargas Mendoza 2007, 34-ss).

<sup>32</sup> [N. del T.: Krippendorff alude aquí al libro *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts (Vida de laboratorio: la construcción de los hechos científicos)*, escrito por los sociólogos de la ciencia Bruno Latour y Steve Woolgar, el cual reseña un estudio antropológico de la vida en el laboratorio científico Rollerl Guillemin en el Salk Institute ubicado en La Jolla, cerca a San Diego, California, Estados Unidos. Latour y Woolgar plantean en dicho libro que la realidad (de un hecho o entidad científica) resulta de la estabilización de una controversia. En otras palabras que la realidad no existe antes de ese evento social de estabilización por parte de los científicos (cf. Goldman 2000|2009). A lo largo de varios capítulos, Latour y Woolgar cuentan cómo observaron a investigadores en neuroendocrinología (con métodos antropológicos de investigación participante similares a los que se emplean para observar a los miembros de una tribu exótica), y al hacerlo, trazan singulares paralelos entre lo que hacían dichos científicos y las mitologías de los pueblos aborígenes. Latour y Woolgar determinaron tras su investigación que los científicos se comportaban como "lectores y escritores" de literatura endocrinológica más que como "experimentadores". Casi todos escriben de cierto modo afín, y prácticamente no hay actividad, persona o aparato en el laboratorio que no esté conectada con la transcripción e inscripción de datos que registran de cierta manera las ordenaciones de la 'realidad' que consignan en textos científicos, y defienden esas mismas en ordenaciones en otros textos científicos cuando se da el caso de que haya réplicas críticas a sus trabajos por parte de autores de diversa procedencia. El análisis resulta sorprendente, pues "hacer ciencia" para quienes están fuera de ella, difícilmente se equipara con "redactar artículos". Una vez los científicos realizan un artículo y lo codifican en apartados temáticos, figuras y esquemas, ante el gran público —por la supuesta objetividad neutra que da la voz pasiva (ejemplo: "se ha dicho", "se piensa qué")— queda oculto todo rastro del cómo y por quién se produjo el artículo, e incluso se olvida el laboratorio donde fue escrito y el tiempo en el que nació. Se convierte en 'razones', 'ideas' y 'teorías' en apariencia consistentes universales y atemporales (cf. Mendoza 2001). Para los DISEÑADORES —Krippendorff entre ellos—, el texto resulta interesante porque Latour y Woolgar, examinan el proceso de elaboración de los *papers* (artículos o textos científicos) como si fuesen objetos o bienes manufacturados. Por lo mismo, se preguntan, ¿cómo se producen tales textos? y ¿cuáles son sus materias primas? Y sobre todo, ¿por qué son tan importantes? Ciertamente, este trabajo se constituyó en uno de los más influyentes en el campo de la línea de investigación de estudios sobre laboratorios la cual ha cobrado fuerza dentro de los estudios de la ciencia y la tecnología.

Latour y Woolgar fueron rigurosos al ejecutarlo, e incluso se criticaron a sí mismos en el ejercicio de su investigación, señalando que los resultados de ésta no están exentos de sus sesgos característicos. Ahora bien, la obra cuestiona la cronología precisa de lo que "realmente pasó" y plantea que los hechos sólidos de las autoproclamadas "ciencias exactas" pueden ser sociológicamente *deconstruidos*. Así el éxito de la ciencia 'dura' o 'exacta' acaba siendo en muchos casos cuestión de obtener credibilidad más que de lograr certitud. (cf. *Laboratory Life* 2009; Myers 1992, 3-17). Por último, fiel a la labor de plasmar la génesis de cada fuente en notas explicativas, en aras de contribuir a superar una tendencia a lo rudimentario en los ejercicios de escritura que caracteriza la producción de buena parte del estudiantado y no pocos profesores del programa de Diseño Industrial de la UJTL versión 2010, procedo a señalar quiénes son Woolgar y Latour: Steve Woolgar (n. 1950) es sociólogo de la ciencia británico, titular de la Cátedra de Marketing en el Green College, adscrito a la Saïd Business School en la Universidad de Oxford de Inglaterra. Asimismo lidera el Programa "¿Sociedad Virtual?" ("Virtual Society? Programme"), y participa del Centre e-Science de Oxford y del Instituto de Internet de Oxford. Reconocido a nivel mundial por sus innovadores acercamientos a los temas de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología, centra sus investigaciones en las tecnologías de representación y evidencia visual,

- (1) *documento*
- (2) *documento* → *objeto*
- (3) *documento* | *objeto*
- (4) *documento* ← *objeto*
- (5) 'negación (u olvido acerca de) pasos 1–3'

Basado en estudios etnográficos de prácticas científicas en laboratorios de investigación, observatorios astronómicos y otras empresas científicas, Latour y Woolgar notaron que virtualmente toda investigación comienza con (1) *documentos*: la literatura de la disciplina en la cual los problemas son identificados como objetivos legítimos de investigación; lucrativas peticiones de ofertas de investigación; o desconcertantes vacíos en resultados de investigación publicados por colegas.

En un segundo paso, dicha materia prima verbal da pie a (y define un objeto de) investigación: (2) *documento* → *objeto*. En la estadística, este paso implica identificar una población que puede ser probada con instrumentos apropiados. En la física, actualmente esto significa construir aparatos muy costosos para dirigir experimentos teórico-informados que suministren nuevas observaciones. En la psicología, son típicos los experimentos con sujetos. Ellos inducen comportamientos individuales pertenecientes a una pregunta de investigación que podrían no ocurrir en la vida cotidiana. Los investigadores de opinión pública diseñan exploraciones y calendarios de entrevistas a través de las cuales los públicos son construidos, los cuales resultan de interés para candidatos a cargos políticos o fabricantes de políticas en el gobierno<sup>33</sup> [14]. Este paso genera datos que no existirían de otra forma. Los investigadores no tropiezan simplemente sobre los datos. Los datos son hechos, lo cual impulsa a Herminia Alfonso<sup>34</sup> a llamarlos

---

relaciones de responsabilidad y autoridad, tecnología de alcance mundial y teoría social prospectiva. (cf., Professor Steve Woolgar 2010). Por su parte, Bruno Latour (n. 1947), es un filósofo, sociólogo de la ciencia y antropólogo francés, especialista en Estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad y uno de los principales exponentes de la Teoría del Actor-Red. Durante catorce años dirigió el Centre de sociologie de l'Innovation at the Ecole nationale supérieure des mines en Paris, profesor de la University of California, San Diego, de la London School of Economics y del departamento de historia de la ciencia de la Universidad de Harvard (véase Bruno Latour web site, 2010).

<sup>33</sup> [N. del T.: Téngase presente que Krippendorff, quien cita aquí su propio trabajo *The Social Construction of Public Opinion*, es destacado por su obra dentro del constructivismo epistemológico].

<sup>34</sup> [N. del T.: de Herminia Corazón M. Alfonso, me fue súmamente complicado encontrar información, salvo que es de nacionalidad al parecer filipina y magister y doctora de la Annenberg School for Communication de la Universidad de Pennsylvania, donde sin duda fue alumna del profesor Krippendorff, quien escribió la introducción al trabajo de Herminia Alfonso —al cual se refiere aquí—: *Socially Shared Inquiry: A Self-Reflexive Emancipatory Communication*

'poietas'<sup>35</sup>[15]. La literatura científica está llena de libros sobre 'el cómo-hacer' en el diseño de experimentos, de instrumentos de medida, de cuestionarios, de codificar instrucciones, y de transcribir convenciones. Incluso cuando los datos son producidos por un proceso no controlado por el científico, reconocerlos como datos hace toda la diferencia.

El tercer paso implica separar los datos de lo que los causó: (3) *documento / objeto*. Para justificar esta fractura, una variedad de dispositivos está en uso, por ejemplo, para impedir que los sesgos del experimentador contaminen los datos, confiando en instrumentos de medida objetivos, o admitiendo datos para un análisis sólo cuando el acuerdo entre codificadores es alto. Mientras tales dispositivos aseguran que los datos son reproducibles, que el método de generarlos no es afectado por causas falsas, ninguna de estas precauciones puede cambiar el hecho que los datos no podrían existir sin la aplicación de un diseño que genere estos datos.

El cuarto paso invierte la dirección original de la causalidad: (4) *documento ← objeto*, ya tratando los datos como selectos entre hipótesis o juzgando la validez de una teoría de interés para el investigador. Este es el paso que los investigadores en las ciencias tratan metodológicamente, y este también es el paso previamente descrito como el proceso de investigación.<sup>36</sup>

El quinto y paso final, (5) "*negación (u olvido acerca de) pasos 1-3*" deja el paso 4, investigación, como la forma aceptada de describir la investigación científica, apoyando efectivamente la reclamación de que los resultados de la investigación representan fenómenos existentes en la naturaleza. Woolgar (1993) sugiere [16]:

*"El paso (5) reescribe la historia para dar al objeto descubierto su fundación ontológica... Construir la existencia previa del objeto implica la representación del observador como pasiva más bien que activa. Así vemos la importancia retórica de la antedecencia del objeto en el modo en que esto implica una concepción particular del agente (como)... simplemente periférico y transitorio. Es como si los observadores simplemente tropezaran sobre una escena preexistente."* (p. 69)

---

*Approach to Social Re-search*, (véase News Link 2002, sección Alumni news,16). A dicho trabajo no he podido tener acceso].

<sup>35</sup> [N. del T.: Por ser fruto de poiesis, esto es creados].

<sup>36</sup> [N. del T.: Recuérdese aquí que Krippendorff contempla la investigación como 're-search' o 're-búsqueda', en el sentido de 'volver a ver lo ya visto'].

Uno podría ser clemente y sostener que los pasos (1) a (3) toman menos tiempo o son más fáciles de efectuar que el paso (4). Sin embargo, no hacer caso a la fase de diseño de una investigación científica y la agencia del investigador/observador no es algo que se pueda pasar por alto a la ligera. Es necesario conservar la idea de representación, la creencia de que la investigación prueba la realidad de la manera en que es. Tomo esto como motivación primaria del paso (5).

Supongamos que ignoráramos el desviado paso (5) en lugar de (1) y (3). ¿Qué diferencia haría esto? Obviamente, esto reconocería la historia del proceso de investigación. Más importante aún, esto requeriría un cambio significativo en la epistemología de la ciencia, de una empresa representacional a una constructiva. Quiero construir en la famosa aseveración de Heisenberg: “lo que observamos no es la naturaleza misma, sino la naturaleza expuesta a nuestro método de cuestionamiento”. Nuestro método de cuestionar puntos a ese discurso en el cual construimos nuestros mundos y hacernos nuestras preguntas sobre estos mismos mundos. Las respuestas que obtenemos no revelan nada más que si nuestras propias acciones, tomadas a la luz de nuestras construcciones, son permitidas o fallan para ser permitidas por lo que sea que resida fuera de nosotros. Por consiguiente, el trabajo científico no revela lo que existe (a perpetuidad o de hecho), sino lo que nuestras construcciones del mundo nos han permitido hacer –los datos que fuimos capaces de generar para probar las hipótesis que diseñamos. Mientras esto hace a la ciencia y el diseño más cercanos el uno al otro, el tiempo pasado en la última oración es de suma importancia para distinguir entre los dos. La ciencia articula las construcciones que trabajaron hasta ahora. El diseño articula construcciones que podrían trabajar en el futuro –pero no sin la intervención humana.

### **Conclusión**

La investigación como se practica hoy posiblemente puede no servir como un modelo para generar conocimiento sobre diseño o para mejorar el diseño. De hecho, confiar en la investigación, siendo necesariamente conservadora, condenaría el diseño a elaboraciones del pasado. Incluso mi

modesta sugerencia para reconocer a los científicos como diseñadores de procesos de investigación no está muy lejos.

Las indagaciones que podrían informar las prácticas de diseño tendrían que comenzar reconociendo el simple hecho de que el diseño está preocupado por cómo podríamos querer vivir en mundos futuros. En cualquier momento en el tiempo, estos futuros residen en narrativas que son suficientemente atractivos para coordinar a los grupos implicados en aquellos futuros y animarlos a hacer su mejor esfuerzo para hacerlos reales. Mientras que a la ciencia le importan las concepciones que trabajaron hasta ahora, al diseño le concierne lo que podría trabajar en lo venidero, un futuro que es más interesante que lo que sabemos hoy. Un diseño es siempre una propuesta, una conjetura. Sea que entregue lo que promete, sea que trabaje en el futuro previsible, no puede ser conocido hasta que deje de ser un diseño y se convierta en parte de la historia de sus usuarios. En cualquier momento en el tiempo, la viabilidad de un diseño depende de las concepciones, compromisos y recursos de quienes se interesan en él, los cuales pueden ser estudiados a fin de informar las decisiones de diseño. Esto es lo que las indagaciones necesitan hacer en apoyo del diseño. Ellas no deben quedar atrapadas por un debilitante oxímoron.

### **Referencias (por orden de aparición en el texto)**

1. Krippendorff, Klaus. 2006. *The Semantic Turn; A New Foundation For Design* Boca Raton, London, New York: Taylor & Francis.
2. Simon, Herbert A. 1969. *The Sciences of The Artificial*. Cambridge: MIT Press.
3. Rittel, Horts W.J. y Webber, Melvin M. 1984. Planning problems are wicked problems. En: *Developments in Design Methodology*, Ed. Cross, N.. New York: Wiley, 135–144.
4. Agre, Phil E. 2000. Notes on the new design space. <http://polaris.gseis.ucla.edu/pagre/designspace>. html (Recuperado 5 Junio de 2007)
5. Jonas, Wolfgang. 2004. A Theory of What? En *Mind the Gap! On Knowing and Not-Knowing in Design*. Eds. Wolfgang Jonas y J. Meyer-Veden. Bremen: HM Hauschild , 178–211.
6. Cross, Nigel. 2000. Design as a Discipline. En *Doctoral Education in Design: Foundations for The Future*. Eds. D. Durling y K. Friedman. Staffordshire: Staffordshire University Press, 93–100.



7. Gibson, James Jerome. 1979. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin.
8. Krippendorff, Klaus. 2007. *The Cybernetics of Design and The Design of Cybernetics*. Kybernetes; in press.
9. Altshuller, Genrikh. 2000. *The Innovation Algorithm: TRIZ, Systematic Innovation and Technical Creativity*. Trans. and ed. L. Shulyak y S. Rodman. Worchester: Technical Innovation Center. [Original Russian publication in 1973]
10. Foerster, Heinz von. 1995. *From a Public Lecture, Confirmed in Personal Communication*.
11. Volosinov, Valentin. 1986. *Marxism and The Philosophy of Language*. Cambridge: Harvard University Press.
12. Rorty, Richard McKay. 1979. *Philosophy and The Mirror of Nature*. Princeton: Princeton University Press.
13. Latour, Bruno y Woolgar, Steve. 1986. *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*. Segunda edición. Princeton: Princeton University Press.
14. Krippendorff, Klaus. 2005. *The Social Construction of Public Opinion*. En *Kommunikation über Kommunikation. Theorie, Methoden und Praxis*. Eds. E. Wienand, J. Westerbarkey y A. Scholl. Wiesbaden: Festschrift für Klaus Merten. VS-Verlag, 129–149.
15. Alfonso, Herminia Corazón M. 2001. *Socially Shared Inquiry; A Self-reflexive Emancipatory Communication Approach to Social Re-search*. Sikatuna Village, Quezon City: Great Books Trading.
16. Woolgar, Steve. 1993. *Science, The Very Idea*. New York: Routledge.

#### **Bibliografía explicativa usada por el traductor para sus N del T.**

1. Agre, Philip. *Notes on the New Design Space* disponible en <http://polaris.gseis.ucla.edu/pagre/design-space.html> visitado en 25/02/10.
2. Agre, Philip. (Acerca de) disponible en <http://steinbaugh.com/journal/phil-agre/> visitado en 25/02/10.
3. 'Algoritmo'. (2010, 22) de febrero. Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 12:01, febrero 25, 2010. from <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Algoritmo&oldid=34262657>.
4. Bruno Latour web site (2010) <http://www.bruno-latour.fr/biography.html> visitado en 06/03/10.
5. Bueche, Frederick J. 1988. *Ciencias físicas*. Barcelona: Editorial Reverté.
6. Crowley, Tony. 2003. *Standard English and The Politics of Language*. Palgrave Macmillan, 2003.
7. Dale, Nell B., y Lewis, John. 2009. *Computer Science Illuminated*. Boston: Jones and Bartlett Publishers.

8. DRAE (Diccionario de la Real Academia Española). "Algoritmo". En el Diccionario de la lengua española Fuente electrónica [en línea]. Madrid: Real Academia Española.
9. Greenough, Horatio, y Harold A. Small. Editor. 1947. *Form and Function: Remarks on Art, Design, and Architecture*. Berkeley: University of California Press.
10. Goldman, Alvin. 2009. Social Epistemology. En *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2009 Edition), Edward N. Zalta (ed.), disponible en <http://plato.stanford.edu/archives/fall2009/entries/epistemology-social/> visitado en 06/03/10.
11. Harper, Douglas. 2001-2010. *Online Etymology Dictionary*. (Ver: 'oxymoron'), disponible en: <http://www.etymonline.com/index.php?search=oxymoron&searchmode=none> visitada en: 11/03/10.
12. Ivancevic, Vladimir G. e Ivancevic, Tijana T. 2007. *Computational Mind a Complex Dynamics Perspective. Studies in Computational Intelligence*, v. 60. Berlin: Springer.
13. 'Klaus Krippendorff'. (2010, February 8). En *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Recuperado 12 de marzo de 2010, de [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Klaus\\_Krippendorff&oldid=342634176](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Klaus_Krippendorff&oldid=342634176)
14. 'Krippendorff Klaus' (<http://www.infoamerica.org/teoria/krippendorff1.htm>) visitada en: 11/03/10.
15. Krufft, Hanno-Walter *et al.* 1994. *A History of Architectural Theory: From Vitruvius to The Present*. London: Zwemmer.
16. 'Laboratory Life'. (Diciembre 22, 2009). En *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Recuperado 6 de marzo de 2010, de [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Laboratory\\_Life&oldid=333175562](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Laboratory_Life&oldid=333175562).
17. Lemke, Donald B. 2007. *Steve Jobs, Steve Wozniak and The Personal Computer*. Novela gráfica. Graphic library. Mankato, Minn: Capstone Press.
18. Marxist Writers: Valentin Nikolaevich Voloshinov En *Marxist Internet Archive*. <http://www.marxists.org/glossary/people/v/o.htm#voloshinov-valentin> visitado en 04/03/10.
19. McDaniel, C. D., & Gates, R. H. 2005. *Investigación de mercados*. México: Thomson.
20. Mendoza, Marcelo. 2001. En la tribu de los científicos. En *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, año/vol. 1, número 001 Santiago Chile. Versión electrónica sin paginación disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=30501123#> visitado en 06/03/10.
21. Michl, Jan. 1995 *Form follows WHAT? The modernist notion of function as a carte blanche* (una alternativa historia e interpretación de la doctrina de "la

- forma sigue a la función”), versión en línea: [http://www.art-omma.org/NEW/past\\_issues/theory/08\\_Form%20Follows%20What\\_%20The%20modernist%20notion%20of%20function%20as%20a%20carte%20blanche%20by%20Jan%20Michl.htm](http://www.art-omma.org/NEW/past_issues/theory/08_Form%20Follows%20What_%20The%20modernist%20notion%20of%20function%20as%20a%20carte%20blanche%20by%20Jan%20Michl.htm) visitada en 28/02/10
22. Myers, Gregory A. 1992. Textbooks and the Sociology of Scientific Knowledge. En *English for Specific Purposes*, Vol. 11, pp. 3-17 Pergamon Press plc. Printed in the USA disponible en [www1.elsevier.com/homepage/sal/ampersand/issue5/myers.pdf](http://www1.elsevier.com/homepage/sal/ampersand/issue5/myers.pdf) visitado en 06/03/10.
  23. *News Link* (Fall 2002) de la Annenberg School for Communication de la Universidad de Pennsylvania, Volumen 12, Número 1 p. 16, véase Alumni News) versión en línea: <http://www.asc.upenn.edu/assets/other/newslink/fall02.pdf> visitado en 06/03/10.
  24. Peña, Lorenzo y Ausín, Txetxu. 2007. *Los derechos positivos: la demandas justas de acciones y prestaciones. Theoria cum praxi*, 2. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
  25. Pick, Susan y Ruesga, Carolina. 2006 Agencia y desarrollo humano: una perspectiva empírica, ponencia presentada al “Primera Conferencia Latino-Americana y del Caribe sobre el enfoque de las capacidades humanas”, México D.F. a 16 de Junio del 2006. Versión en línea disponible en: <http://201.134.218.12/articulos/Pick.Agencia%20y%20Desarrollo%20Humano.pdf> visitada por el traductor en 28/02/10.
  26. Programa de Diseño Industrial (2008). Proyecto Educativo Institucional, PEP. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá.
  27. Professor Steve Woolgar. 2010. En *Virtual Society the Social Science of Electronic Technologies* disponible en <http://virtualsociety.sbs.ox.ac.uk/people/woolgar.htm> visitada en 06/03/10.
  28. Raubal, Martín y Moratz, Reinhard. 2008. A Functional Model for Affordance-based Agents. En “Towards Affordance-based Robot Control International Seminar Dagstuhl Castle revised papers”, Alemania, Junio 5-9, 2006. Eds. Rome, Erich, Hertzberg, Joachim y Dorrfer, Georg. Lecture notes in computer science, 4760. Berlin [etc.]: Springer.
  29. Rith, Chanpory, y Hugh, Dubberly. 2007. Why Horst W. J. Rittel Matters. En *Design Issues*. 23 (1): 72-91.
  30. Sen, Amartya Sen, La agencia de las mujeres y el cambio social. En Sen, Amartya, Esther Rabasco y Luis Toharia [traductores (2000)]. *Desarrollo y libertad*. Colección Documento. México: Planeta, 233-249.
  31. Sola-Morales Rubío, Ignasi. 2002. *Introducción a la arquitectura: conceptos fundamentales*. México: Alfaomega.
  32. Sullivan, Louis (1896) “The Tall Office Building Artistically Considered”, published Lippincott's Magazine (March 1896), version en línea:

<http://academics.triton.edu/faculty/fheitzman/tallofficebuilding.html>  
visitada en 2/28/2010.

33. The Heinz Von Foerster Page, en <http://www.univie.ac.at/constructivism/HvF.htm> visitada en 3/03/10.
34. Vargas Mendoza, Jaime Ernesto. 2007. *Richard Rorty: apuntes para un seminario*. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.

### **Notas Adyacentes del traductor sobre al autor (original):**

#### **¿Quién es Klauss Krippendorff?**

Uno de los grandes pensadores del diseño contemporáneo y miembro de los consejos editoriales de al menos veinte importantes *journals* académicos (o revistas indexadas); entre ellas, *Communication Research*, *el International Journal of Cultural Studies*, *Communication and Information Science*, *Cybernetics & Human Knowing*, *Constructivist Foundations* (publicación cuyo contenido se encuentra totalmente disponible en línea, ver: <http://www.univie.ac.at/constructivism/journal/>) y el *Journal of Communication*. Krippendorff hace igualmente reseñas para connotadas instituciones entre ellas la asociación nacional de la ciencia de los Estados Unidos [U.S. National Science Foundation (NSF)] y sus equivalentes en Austria, Israel y Suiza.

Nacido en Fráncfort del Main, Alemania. Krippendorff estudió ingeniería en la escuela estatal de Hannover (1954). Posteriormente, en 1961 se diploma en diseño de la afamada —y ya desaparecida— Escuela Superior de Diseño de Ulm (Hochschule für Gestaltung—HfG de Ulm-); la cual tuvo influencia preponderante en las directrices que marcaron el rumbo con el cual, en la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, comenzó a funcionar, en 1974, el hoy —2014— más antiguo de los programas de diseño industrial de la capital colombiana <sup>37</sup>. En Ulm, Krippendorff pasa dos años como investigador del Instituto de Percepción Visual, para luego viajar a Estados Unidos con una beca Fulbright. Allí se graduaría como Doctor en Comunicación por la Universidad de Illinois (1968) con una notable tesis de grado sobre el examen de análisis de contenido (con la propuesta de generar una herramienta marco de cálculo de la información para situaciones de mensaje analítico). Tras años como asistente e investigador universitario, en 1970 se hace acreedor a una plaza como profesor asociado de la Annenberg School of Communications en la Universidad de Pennsylvania. Obtiene allí en 1980 una cátedra en Comunicación. A marzo

---

<sup>37</sup> [Véase el Proyecto Educativo del Programa de Diseño Industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano —PEP—, pp. 10-11]

de 2010 ha sido profesor visitante de diversas universidades del mundo (Libre de Berlín, Delft en Holanda: una de las más importantes del mundo en tecnología; la estatal de Ohio, la de New Hampshire, Musachino de Tokio, etc). Destacado en el campo de la cibernética, en 2001 gana la medalla de oro Norbert Wiener, de la American Society for Cybernetics; tres años luego, en 2004, obtiene también el premio Norbert Wiener-Hermann Schmidt de la Sociedad Alemana de Cibernética y asimismo en 2004 el premio de la ICA por el libro *Análisis de contenido una introducción a su metodología*. Sus publicaciones discurren sobre diversos temas incluidos análisis de contenido de la comunicación; desarrollo de teorías científicas y técnicas de computador y el pensamiento en diseño; en 1986 publica el diccionario de cibernética (*Dictionary of Cybernetics*, enriquecido para este 2014 con otras fuentes y de libre consulta en la red, ver: <http://pespmc1.vub.ac.be/ASC/IndexASC.html>). Internacionalmente, quizás su trabajo más reconocido, traducido a diversas lenguas, versa sobre el análisis de contenido, la edición española se denomina *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* (Paidós, Barcelona, 1990). Su reflexión y producción intelectual involucra sociolingüística, metodologías de investigación en comunicación, análisis crítico del proceso de investigación en diseño (como acontece, con en este artículo), semántica cognitiva, diseño, estructuración cualitativa de modelos de datos, análisis de confiabilidad estadística —desarrolló el modelo Krippendorff Alpha, aproximaciones conversacionales y discursivos a la construcción de la realidad, teoría emancipatoria y erudición crítica, constructivismo epistemológico y cibernética de segundo orden, (cf. ‘Klauss Krippendorff’ perfil’ Infoamerica y ‘Klauss Krippendorff’,2010).

### **¿Por qué el trabajo de Krippendorff es importante en el contexto del diseño industrial tadeísta en 2010?**

Dentro de sus muchos libros, el más significativo para diseñadoras y diseñadores industriales es *The Semantic Turn (El giro semántico)*, una obra de 2006 que precede al artículo cuya traducción motiva este documento, y presenta las teorías de Krippendorff sobre el diseño centrado en el humano el cual se sintetiza en un principio que señala que los humanos no actuamos sobre las realidades físicas —formales, estéticas, o tecnológicas— de las cosas, sino sobre lo que éstas significan para nosotros. Al respecto, vale la pena examinar la posición del propio Krippendorff al respecto, en una ponencia que éste presentó en 2008, durante la octava Conferencia de la Academia Europea de Diseño, que se efectuó en la Universidad Robert Gordon de Aberdeen, Escocia, entre el 1 y el 3 de Abril de 2009; dicha ponencia puede observarse en su totalidad en la página del evento (ver: <http://www.ead09.org.uk/klaus.html>).

Krippendorff hace parte —a tono con planteamientos que es pertinente estudiar dentro del trayecto argumental que recorre el programa de Diseño Industrial tadeísta en el primer periodo académico de 2010— de una línea de pensadores (Horst Rittel, ya fallecido, Richard Buchanan, Fiona Raby, Brenda Laurel, David Perkins, etcétera) que desplazan la frontera del diseño, en su incidencia industrial, hacia lugares epistémicos e interacciones de uso, excéntricos a la noción tradicional de que este cuerpo del conocimiento —al que Krippendorff ni siquiera considera disciplina— tiene como fin forzoso, ineludible y único la proyectación y desarrollo de objetos materiales.

Adicionalmente este texto es muy elocuente y consistente en su crítica a la vocación conservadora del proceso de investigación cuando este se amarra a la observación fiel a rutas metodológicas rígidas.

**Lista detallada de Publicaciones de Klaus Krippendorff (tomada de ‘Klaus Krippendorff’, 2010):**

- 1967, *An Examination of Content Analysis: A Proposal for a Framework and an Information Calculus for Message Analytic Situations*, Ph.D. Dissertation, Urbana: University of Illinois, 400 pp.
- 1970, Bivariate Agreement Coefficients for Reliability of Data. En *Sociological Methodology*. E. F. Borgatta. San Francisco: Jossey-Bass, 139–150.
- 1980, *Content Analysis; An Introduction to its Methodology*, Beverly Hills CA: Sage, 188. (traducido al italiano, japonés, español, y húngaro).
- 1986, *A Dictionary of Cybernetics*. Norfolk VA: The American Society for Cybernetics.
- 1986, *Information Theory: Structural Models for Qualitative Data*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 96.
- 1989, Product Semantics. Eds. With R. Butter. *Design Issues*, 5.
- 1994, *Design: A Discourse on Meaning. A Work Book*, Philadelphia PA: University of the Arts.
- 1997, *Design in the Age of Information*. A Report to the National Science Foundation (NSF). <http://repository.upenn.edu>, 184.
- 2006, *The Semantic Turn. A New Foundation for Design*, New York: Taylor & Francis CRC, 349. (traducido en Japonés)
- 2008, *The Content Analysis Reader*. With M. A. Bock (Eds.). Thousand Oaks, CA: Sage, 481.
- 2009, *On Communicating; Otherness, Meaning, and Information*. F. Bermejo (Ed.). New York: Routledge, 372.

# La globalización y la construcción social de la apariencia: una lógica del sujeto como objeto<sup>1</sup>

Paula Winkler<sup>2</sup>

“La verdadera tarea no es la identificación de la realidad como ficción simbólica, sino mostrar que hay algo en la ficción simbólica que es más que ficción.”  
Slavoj Žižek

## 1.- Sujeto, subjetividad e intersubjetividad. Lazo social

Hablar de “lazo social” no es lo mismo que referirse a la “sociedad”. El primer término, de origen lacaniano, responde a una visión psicoanalítica que no es paradigmática sino que se sustenta en el analizante uno–a–uno. Esto no ha impedido que, durante los años sesenta, Jacques Lacan aludiera al ascenso de un nuevo amo (“el mercado”) y a la burocracia tecnológica que iba a sostenerlo. Fue en 1967 cuando, en vísperas de la crisis de 1968, manifestó que constituía un grave error pretender la expansión, sin restricciones, de lo universal como episteme porque ello equivalía prácticamente a ignorar el retorno del goce<sup>3</sup>.

Es apresurado considerar que la hermenéutica del psicoanálisis puede incluirse en las teorías filosóficas de la subjetividad, pues si hay algo que ha roto todas las reglas lógicas del racionalismo ha sido, por caso, el descentramiento del sujeto cuando Freud estudia el inconsciente; por

---

<sup>1</sup> Nota de la Autora: Este artículo ha sido publicado en una primera versión en *Youkali, Revista Crítica de las Artes y el Pensamiento*. Recuperar su versión digital en: <http://www.youkali.net/Youkali7-7a1b-PaulaWinkler.pdf>

<sup>2</sup> Doctora en Derecho y Ciencias Sociales. Magíster en Ciencias de la Comunicación. Narradora y ensayista: [www.aldealiteraria.com.ar](http://www.aldealiteraria.com.ar)

<sup>3</sup> Jacques Lacan, *Discurso de clausura de las jornadas sobre psicosis infantil*. (Buenos Aires: Nueva Visión, 1976), p. 152.

tanto, la comprensión del mundo no se localiza en tal sujeto, el sujeto está incluso más allá del estatuto de ese inconsciente. En otras palabras: el inconsciente no lo descubre Freud (como la gravedad no fue descubierta por Newton) –debe distinguirse entre lo epistémico y lo ontológico–, pero el hallazgo consistió, aun distintivamente de la psicología, en afirmar que la representación del pensamiento antecede al sujeto, existe por fuera de él y se halla en un real, todavía sin saber y, por tanto, no dicho<sup>4</sup>.

Una visión como la que se viene exponiendo puede parecer en principio incompatible con las ciencias sociales, ya que toda teorización objetiva de la sociedad no se aviene con una hermenéutica del sujeto para quien ésta sólo puede imaginarse como una ficción –el otro es fantasma–. Sin embargo, hablar de “sociedad” implica comprender las funciones de interacción que subyacen a toda relación humana. Claro que puede incluso pensarse en el motivo de hacer un cruce tal y en la esterilidad de su aporte a los estudios sociológicos.

Este trabajo intenta disipar esas dudas e ir hacia las coincidencias en vez de agudizar una sempiterna controversia cuando la propia Escuela de Frankfurt no encontró en la sociología una disciplina irreconciliable con otras descripciones interdisciplinarias. En efecto, Adorno y Horkheimer centraron su mirada en un relacionamiento dinámico e inacabado, en vez de adoptar las visiones del contrato social, del conjunto o del grupo. Se llegó a vincular a la sociología de Comte con una enseñanza a histórica<sup>5</sup>. Si bien la sociedad presupone una mediación a través de diferentes representaciones que consisten en un distanciamiento humano del estímulo fenoménico por la recreación en sistemas o relatos, que a su vez constituyen el soporte de la cultura y funda la comunicación social, Adorno y Horkheimer no se olvidaron de precisar que cuando

*“la reflexión acerca de lo que se considera “sociedad” pierde de vista la tensión entre vida e instituciones y trata de resolver, por ejemplo, lo social en lo meramente natural, no orienta un esfuerzo de liberación respecto del apremio de tales instituciones, sino que, por el contrario, corrobora una (...) mitología, la*

---

<sup>4</sup> Lo expuesto no implica caer en el reduccionismo tan común de reificar al inconsciente como el único posible que enuncia una verdad. Se trata, al decir de Bleichmar, de un sobrante material con el que una verdad puede ser articulada por el sujeto. Silvia Bleichmar, *La subjetividad en riesgo*. (Buenos Aires: Topía, 2009), p. 132.

<sup>5</sup> Theodor Adorno y Max Horkheimer, *Soziologische Exkurse*. (Frankfurt am M. 1971). p. 15.



*ilusión idealizada de cualidades originales, que se remontaría precisamente a lo que surge a través de las instituciones sociales”<sup>6</sup>.*

En un tiempo en el que la globalización parece poner en riesgo la base indiscutible de toda sociedad como es el sujeto, no parece inconveniente conocer algunas enseñanzas sobre su aparato psíquico a fin de desmontar la cadena significativa de una apariencia que se fue perfeccionando lentamente hasta transformarse en una gran ilusión social.

El sujeto ve al otro no solamente como una figura contra yoica, por decirlo de alguna manera, porque ese otro también está mediatizado por los sistemas o relatos sociales, además de los propios y familiares. Hay algo que lo vincula y es lo que Lacan denominara “lazo social”. De su parte, Freud consideró el malestar en la cultura. Filósofo de la sospecha como Nietzsche, para el padre del psicoanálisis subyace en ésta una hostilidad primaria, que se atribuye a la pulsión de muerte, la cual nos condiciona desde el nacimiento. Hay un sobrante, plus de goce, en ese malestar que no debe desatender la sociología, puesto que la pulsión siempre está como montaje<sup>7</sup>, y todo lo pulsional es la contracara de lo instituido –su falta–. Por fin, Freud se refirió al narcisismo “de las pequeñas diferencias” como el mecanismo fundante de la intersubjetividad social. Esta cuestión aparece, antes que el malestar, en 1917, en su libro *El tabú de la virginidad*<sup>8</sup> (cito el título de las obras completas de Freud) para aludir a la obsesión por acentuar las pequeñas diferencias que nos distinguen de las personas (sociedades, edificios, espacios,...) a las que más nos parecemos. Dijo textualmente:

*“No es fácil para los seres humanos evidentemente renunciar a satisfacer ésta su inclinación agresiva; no se sienten bien en esa renuncia. No debe menospreciarse la ventaja que brinda un círculo cultural más pequeño: ofrecer un escape a la pulsión en la hostilización a los extraños. Siempre es posible ligar en el amor a una multitud mayor de seres humanos con tal que otros queden fuera para manifestarles la agresión. En una ocasión me ocupé del fenómeno de que justamente comunidades vecinas y aun muy próximas en todos los aspectos se hostilizan y escarnecen: así españoles y*

---

<sup>6</sup> *Op. Cit.*, p. 32.

<sup>7</sup> Jacques Lacan, *El Seminario XI*. (Buenos Aires: Paidós, 1973. Edición consultada, 2005) p. 176.

<sup>8</sup> Nota de la autora: Obras Completas de Sigmund Freud traducción de Luis López Ballesteros y De Torres, revisión Dr. Germain, Madrid: 1968

*portugueses, alemanes del Norte y del Sur, ingleses y escoceses, etc. Le di el nombre de "narcisismo de las pequeñas diferencias".*

A mi juicio, Freud no desaprovechó el papel de la ideología, aunque no se concentró en la coyuntura política porque para él ese malestar nos pertenece como sujetos, por más que se sirva, para manifestarse, de los significantes políticos de la época.

Lacan va más allá y permite lecturas distintas del inconsciente freudiano, considera que la tensión en el sujeto se produce entre el deseo y el goce. Por decirlo sucintamente, como el deseo retoma lo que se eclipsó a nivel de la necesidad del sujeto, éste introduce una condición de superación del vacío propio de la demanda del goce, que sólo genera una reproducción "bulímica", interminable, de la necesidad y retroalimenta ese vacío, que es a su vez el sobrante social y de la inconsistencia, del que hablara Lipovetsky<sup>9</sup>.

La cuestión a abordar es si con la globalización el sujeto se relaciona con el otro o se está asistiendo, en cambio, a un simulacro relacional sólo mediado por los objetos –la mercancía.

## **2.- La intersubjetividad en la globalización: una vida reificada.**

Para el psicoanálisis es posible dejar de decir lo que se ignora, es más: se está autorizado a ello, y siempre el objeto del deseo no es el objeto mismo sino el objeto del deseo del otro. Es decir, para el decir lacaniano, lo que se desea siempre es la falta. En la sociedad globalizada hay un sobrante. Y si el inconsciente nunca interrumpe su decir, la articulación entre falta humana y sobrante social ya puede atisbarse sin demasiado razonamiento. El tema es que restituir al sujeto en su decir verdad no es sinónimo, precisamente, de teparle la falta agregando lo que necesita ni tampoco de quitarle lo que sobra. He ahí la ética del psicoanálisis: hacerse responsable.

La sociedad no puede pensarse sin lenguaje. El lenguaje, privado en su origen, es público, se comparte. Por eso el inconsciente es político,

---

<sup>9</sup> Gilles Lipovetsky, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. (Barcelona: Anagrama, 1990) p. 141.

mientras que la pulsión, asocial. La palabra que nombra no se sostiene únicamente en el referente, construye y en esa construcción significativa, interviene un interpretante social. Así, “botella” no queda rezagada al recipiente que designa, sino que se inserta en el lenguaje, por el habla, gracias al uso: contiene un líquido que hemos de beber o utilizar. La significación social es un proceso continuo apoyado en el significante –la palabra, la imagen–, pero siempre dinámico<sup>10</sup>. (Me refiero aquí a los signos convencionales, no, a los llamados “naturales”, aunque esta distinción es relativa en tanto se los estudia desde lo antropomórfico, cuestión cuyo marco de estudio excede el objeto de este trabajo).

No hay un sujeto sin un otro, ni subjetividad sin intersubjetividad. Y éstos no existen sino mediados por el lenguaje, ese Otro del que habla Lacan. Lo que revelan los sujetos cuando se comportan en sociedad, sin embargo, es que el otro parece haberse extinguido, en tanto el sujeto ha quedado remitido al individuo-resorte de una cadena de consumo que pasó a reificar su vida cotidiana. Con la globalización advino una nueva sociedad que no abolió los relatos modernos y sus instituciones, simplemente los multiplicó. Ese fenómeno de duplicación provocó la mutua anulación porque cuando se sobredimensionan los poderes y supuestos controles el efecto que se logra es el contrario. Se trata de una sociedad “líquida”<sup>11</sup> en la que ha forcluido el nombre-del-padre, la ley, y en la que no se han previsto suficientes redes sociales, órganos de mediación, y centros educativos que posibiliten un reacomodamiento a los interrogantes de la nueva época. La falta de legitimación de una justicia fundada en la equidad y la costumbre –no sólo en los sistemas deónticos y positivistas– como base fundamental para la convivencia agravó la crisis de las democracias representativas, por lo que hoy parece haberse producido un desplazamiento de la universalidad de la ley a la omnipresencia del entretenimiento formal, del que no se sustraen el ciudadano –convertido en un potencial elector y visto como tal– ni las autoridades políticas –reducidas al discurso del espectáculo.

Problema no tan irresoluto el de quién está primero si el huevo o la gallina, pero metáfora al fin para señalar que por concentrarnos en las

---

<sup>10</sup> Charles Sanders Peirce *Collected Papers*, vol. VIII, vol. IV (Cambridge: Harvard University, 1969) p. 143-162.

<sup>11</sup> Este término es acuñado por Bauman. Zygmunt Bauman, *Modernidad líquida*. (Buenos Aires: Fondo de cultura económica).

representaciones colectivas y olvidarnos del sujeto, hemos terminado por abandonar al ser humano, aun desde lo epistemológico. El sujeto si bien continúa atravesado por el lenguaje y el tejido social, que siempre impone un renunciamiento al goce –la ley está para distribuir el goce–, no deja de reproducir las ilusiones sociales de tal tejido, y lo hace a toda velocidad bajo idénticos paradigmas convirtiéndose en un agente publicitario más de una vida que le ha dejado de pertenecer porque la palabra habla por él en lugar de él hacerlo por la palabra.

La publicidad, lenguaje de la eficacia –cuyo objetivo declarado es el colocar un bien, un servicio o una imagen en la plaza–, necesita con desespero de la imposición de un nombre. Ese nombre es la marca. La marca es vulnerable, pues debido al excedente monstruoso de bienes en la economía post capitalista, tiene que asegurar la calidad y consistencia del producto para asegurar una apariencia de resultados rápidos y satisfactorios. Asimismo, la venta.

Péninou afirma: “Por ello, el estatus de las marcas es siempre un estatus amenazado y la ‘conciencia de marca’ más pasiva que activa; al actuar en un clima de inconsciencia [...] la publicidad está obligada a propagar el Nombre”<sup>12</sup>. Esa promoción, competitiva al extremo, ha distanciado al consumidor del objeto promovido y lo instó a identificarse con la marca, mediante la creación de un mundo edénico y perfecto, como en un relato perteneciente al género de lo maravilloso.

La función social del nombre hoy la cumple la marca. Su ícono, el logo. Del caos de la oferta, pasamos al orden retórico de la publicidad.

El nombre de la marca ha posibilitado que el consumidor pudiera ver reordenado el mundo de los objetos o servicios puestos a la venta o a la prestación. El caos, debido a una sobreoferta, no sólo se vio superado, dialécticamente hablando, merced a la marca, sino que provocó una transformación cultural: los objetos pasaron a ocupar el lugar del espíritu, de los valores modernos y del sujeto.

La publicidad construyó, así, un universo de orden, aunque a simple vista aquella pareciera un mero lenguaje de entretenimiento, y logró instalar en

---

<sup>12</sup> George Peninou, *Semiótica de la Publicidad*. (Barcelona: Gustavo Gilli S.A. 1976). p. 96.

el imaginario social un valor distinto a los bienes. El valor de uso se convirtió en el valor de cambio, y éste pasó a re- presentar prácticamente la conciencia misma del sujeto. Ya nadie está fuera de la publicidad. Hasta las distintas iglesias se valen de ella.

La marca comenzó a significar y les concedió a los objetos una vida propia. Hoy asistimos sin culpa al gran espectáculo de la prosopopeya –figura retórica que coloca al producto en el lugar del sujeto enunciador del mensaje publicitario y hasta de nosotros mismos: llevas una cartera Chanel, eres elegante y rica. Conduces un Mercedes Benz, tienes potencia y éxito. Para las personas de menor poder adquisitivo hay un abanico de marcas falsificadas a disposición, que incluso generan delitos, como los de la usurpación de la marca y el contrabando, además de los “sweat shops” – talleres clandestinos de personas que trabajan como esclavos, que subyacen ocultos detrás de la marca, la moda y la publicidad.

La cuestión radica en que la organización de esa apariencia, como un sistema del vacío que pone en pugna la distinción entre lo privado y lo público y ficción y realidad no ha quedado solamente como patrimonio exclusivo del lenguaje publicitario. Sería maledicente considerar que la culpa la tienen la publicidad, el mercadeo y el diseño, pues el conjunto de relaciones que imbrica esta nueva lógica del sujeto como objeto es compleja y la reificación pasó a dirigir la vida cotidiana, de modo que no es fácil desmontar el abrochamiento de los significantes que hacen que el sujeto esté listo-para-gozar, convertido en un “sujeto *prêt à porter*”, al decir de Eric Laurent <sup>13</sup>.

### **3.- El sujeto como objeto: el consumidor. El doble fetichismo de la mercancía**

Con la aparición de la marca en el mundo de los negocios comienza a pergeñarse un doble fetichismo de la mercancía. El furor de la marca es concomitante a la globalización. Este fenómeno tiene su raíz histórica en el nuevo modo neoliberal de producción capitalista de los bienes y servicios, cuya expansión industrial y a gran escala fue tal, que obligó a imponer (más

---

<sup>13</sup> Éric Laurent, “La sociedad del síntoma”, *Lacanian Journal*, # 2, AMP, 2005. Disponible en: <http://www.wapol.org/es/publicaciones/Template.asp?int.TipoPagina=4&int.Publicaciones>, Consulta efectuada el 23.7.08.

que a sugerir) la ubicación del sobrante de producción en los mercados mediante un consumo sin fronteras. El consumo sin fronteras obligó prácticamente a comprometer los sistemas culturales y de representación social de los distintos países, lo que permitió la generalización mundial de la racionalidad capitalista, cuyo máximo exponente es la mercancía y el conocimiento basado en el principio del cálculo y del resultado.

La globalización espiritualizó el capitalismo ocultando sus orígenes. Calidad y cantidad deben formar parte, entonces, de un orden signico análogo, en el que el consumidor de cualquier parte del mundo se encuentre compelido a aceptar lo que se le ofrece y a hacerlo parte de su mundo simbólico. Con lo cual ya no se está en presencia de un proceso meramente económico sino de una cosmovisión mundializada, es decir de signos compartidos y engendrados por las necesidades del sistema de sobreproducción que terminan por cumplir una función social docente y por erigirse en matriz comunicadora en la vida de los sujetos.

El doble fetichismo de la mercancía consiste, entonces, en una doble sustitución y un doble ocultamiento. Así, la mercancía re-presenta el dinero sustituyendo la relación de producción de la misma y ocultando los fenómenos sociales que conllevan su producción (fabricación en serie, talleres clandestinos, pagas magras, circulación de discursos sociales de simulacro, etc.). Asimismo, tal ocultamiento, tapa la falta porque el consumidor de la globalización, como ser humano, es obligado a una lógica del goce haciéndole creer que es su propio amo (el amo de su goce), cuando en verdad –por oposición a aquella frase “todos los caminos conducen a Roma” –podríamos decir que ningún camino conduce a ningún amo. El amo vaya a saberse en qué posición social se encuentra, ya que es todos los roles en esa sociedad líquida que tan bien estudiaron los franceses y Giorgio Agamben.

Asimismo, la marca re-presenta el producto sustituyendo la relación del mercadeo y la publicidad que lo posicionan en el mercado y ocultando el fenómeno social didáctico inserto en la cadena significante: se van lentamente imponiendo estilos de vida, como si las mercancías fueran un manual de instrucciones. Nadie puede quedar fuera, de hecho nadie quiere estarlo.

En pocas palabras, la historia de las mercancías –ora vgr. del jean, ora del logo y la marca coca cola, es decir de cualquier objeto puesto en la comercialización del mercado–, tal historia queda postergada a la luz del consumidor y pierde visibilidad social como consecuencia del juego significativo que genera el desarrollo mercantil.

La palabra “fetiche”, que refiere al “fetichismo” fue utilizada por Sigmund Freud <sup>14</sup> para referirse específicamente a los supuestos en los que la relación sexual sólo es posibilitada a través de un objeto que sustituye al falo y, en el particular caso del hombre (Freud no alude al fetichismo femenino y analiza el caso del suspensor y el rito chino del pie), el fetiche tapa u oculta de ese modo la falta: la castración, concepto freudiano que debe considerarse más allá de su época y con referencia indistinta a los dos géneros humanos. (Por traslación, el fetiche tapa también la falta masculina de la propia castración).

Es decir que referirse al “fetiche” o al “fetichismo” implica dos cuestiones, a saber: a) la sustitución; b) el ocultamiento de una falta. Por “sustitución” ha de entenderse el mecanismo por el cual en un lenguaje (entendido como cadena significativa y significativa), cualquiera fuere su naturaleza (gestual, escrita, oral, indicial o conductual) reemplaza a otro. Por “ocultamiento de una falta”, se entiende el mecanismo por el cual se vela aquello que ni siquiera nos es he dicho<sup>15</sup>, pues de alguna manera el principio del placer gobierna el aparato psíquico en la búsqueda del objeto.

Atento a lo expuesto resulta que en ese mecanismo de sustitución y ocultamiento, aparece otro concepto, hoy en crisis, que no se puede soslayar: el de “representación”.

La “representación”, considerada como un fenómeno social, es aquel movimiento por el que el ser humano se distancia del estímulo que recibe (sea visual, indicial, auditivo, etc.) construyendo concomitantemente un modo de renovada presentación. Las representaciones son casi fundantes de la comunicación humana y median al hombre con la naturaleza. El

---

<sup>14</sup> Sigmund Freud, *Obras Completas*, versión compilada y traducida por Ballesteros, especialmente volumen 21. (Buenos Aires: Amorrortu, 1984).

<sup>15</sup> Jacques Lacan, *Op. cit.*, Seminario 7, “Das Ding”

problema es que la fusión entre realidad y ficción y el haberse prácticamente abrogado la línea divisoria entre lo íntimo y lo público –lo que es del sujeto y lo que puede compartirse con el otro y es común–, producen una confusión tal en el sujeto que ni siquiera participa conscientemente del mundo de los objetos –signos, vaciados de contenido–, y sí se convierte en un elemento más de la cadena significativa. Es que la sustitución y el ocultamiento abrogan la representación al no persistir la mediación.

Para analizar lo que se ha dado en llamar el “doble fetichismo de la mercancía” hemos de conciliar lo aparentemente inconciliabile: la versión subjetiva del “lazo social” (Jacques Lacan) y la objetiva y sociológica de “sociedad” porque no es casual que los dos pensadores que han reparado en esta cuestión del fetichismo de la mercancía hayan sido, primigeniamente, Carlos Marx y Sigmund Freud.

La mercancía es una creación humana y ha sufrido una transformación histórica importante a partir de la revolución industrial y la división del trabajo: de valor de uso pasó a tener valor de cambio. La mercadería dejó de ser objeto de permutación o trueque y se sofisticó, por decirlo de alguna manera.

La economía del trueque –valor de uso de la mercancía–, que tenía sustento en la necesidad más primaria del sujeto, pasó a ser con la revolución industrial, la economía capitalista –valor de cambio de la mercancía– en la que los sujetos detentadores de los medios de producción imponen sus necesidades de lucro a través de las ventas posibilitadas por la acumulación de la mercancía, que no son las necesidades a las que pueden aspirar los que participan en la fabricación con su trabajo –único medio de vida. El trabajo comienza así, a ser naturalizado para ocultar ese proceso acumulativo de la mercancía, y se idealiza todo el sistema, pues el capitalismo temprano se asocia a una ética de carácter universal y pretendidamente a-histórica.

Es este el momento cuando el eje del proceso industrial queda fijado en el fetiche de la mercadería: el dinero. La base de la ilusión social que empieza a construirse radica en la estructura del valor de uso/valor de cambio, que a su vez remite al juego de los pares: calidad/cantidad; concreto/abstracto, y



de algún modo es el pilar de todo el simulacro social, pues se ataca la diferencia (entre calidad y cantidad) imponiendo una suerte de democratización o igualdad abstracta universal, ya que el dinero supera toda diferencia y aunque no se lo tenga (en igual cantidad), persiste la analogía simbólica a través de los objetos. Tengo un Mercedes Benz, soy rico (aunque me haya endeudado de por vida para comprar un automóvil de esa marca).

Dice Marx en *Das Kapital*:

*“A primera vista una mercancía parece algo trivial y que se entiende por sí mismo. Nuestro análisis mostró, por el contrario, que se trata de una cosa muy compleja, henchida de sutilezas metafísicas y de argucias teológicas. Como valor de uso, nada tiene de misterioso, ya sea que satisfaga las necesidades del hombre por medio de sus propiedades, o que éstas sean producidas por el trabajo humano. Resulta evidente que la actividad del hombre transforma las materias que proporciona la naturaleza, de modo de hacerlas útiles. Se modifica, por ejemplo, la forma de la madera si se hace con ella una mesa. Pero la mesa sigue siendo madera, una cosa corriente, perceptible por todos los sentidos. Pero las cosas cambian en cuanto se presentan como mercancía. A la vez aprehensible e inaprehensible, no le basta con apoyar las patas sobre el suelo. Se yergue, por así decirlo, con la cabeza de madera frente a las otras mercancías y se entrega a caprichos más extravagantes que si se pusiera a bailar. El carácter místico de la mercancía no proviene, entonces, de su valor de uso. (...) ¿De dónde proviene, entonces, el carácter enigmático del producto del trabajo, en cuanto adopta la forma de una mercancía? Sin duda alguna, de esta forma misma”<sup>16</sup>.*

Cuando Marx refiere al carácter “enigmático” de los objetos como productos del trabajo, aunque filósofo y economista, ya hace alusión a un velo misterioso. Es que el valor se expresa en dinero (en la época marxista, en el oro) y lo particular de la mercancía es que ha sido susceptible de representar. La representación social siempre se realiza sobre la base de la metonimia, aunque puede estar presente también la metáfora, que lejos de ser un *tropos* retórico constituye la base misma del pensamiento humano.

---

<sup>16</sup> Karl Marx, *Das Kapital, La riqueza de las sociedades...*, Libro I, Cap. IV. (Buenos Aires: Editorial Cartago, 1875) pág. 86 y s.s. 1973, Traducción y nota de Floreal Mazia.

La metonimia, en cambio, operación presente en la globalización que vació de contenido a la palabra, se vale de una parte –no cualquiera, sino la elegida por su valor signifiante al todo–, pero termina, por vía reduccionista, haciendo las veces del conjunto, y ya no se puede distinguir la operación lingüística de la fuente. He ahí el riesgo de esta cultura metonímica, cuya “doble fetichización” consiste en ocultar doblemente, pues el fetiche del fetiche consiste en que si la mercancía oculta los procesos de producción, al decir marxiano, los objetos de la globalización ocultan el proceso de subjetivación, por lo que la mercancía –convertida en fetiche– se cierra en su propio orden y hace para el sujeto las veces de imagen autorreferente: una suerte de espejo narcisista, siempre a la mano, listo para el goce que lo aliena eliminando toda diferenciación y ambivalencia. (Hay más metonimia que representación).

La palabra “metonimia” es un término de la Retórica. (Obvio aquí la debatida distinción entre “sinécdoque” y “metonimia”). Si bien ésta, al igual que la metáfora, proporciona en la lengua un cambio de sentido o de nombre, el cambio de la metonimia es mucho menos visible que el de la metáfora. Subrepticamente, la metonimia reemplaza, sólo que lo hace por razones de contigüidad material o figurada y no, de semejanzas. La metonimia es mucho más económica que la metáfora, en la que subyacen un proceso de simbolización y el esfuerzo cognitivo de la asociación. La metáfora ayuda a crear nuevas palabras y sentidos, puede ser performativa. La metonimia, por el contrario, tiende a hacernos creer que estamos hablando de lo mismo que representa este *tropos*, cuando en verdad hemos comenzado a referirnos a algo distinto. Un caso típico, la palabra “ciencia”: si la consideramos en su origen, la palabra designa una disciplina que se vale de un método abductivo y racional de falseación, es en esencia instrumental. Si en el lenguaje coloquial hablamos de “la ciencia”, por el contrario, es común atribuirle a estos términos el sentido del único conocimiento posible, teoría pura, como si el positivismo creara una nueva religión.

#### **4.- La construcción de la apariencia. De la compra al consumo**

El viraje de un capitalismo rudimentario y temprano hacia la globalización soberana se produce, como dije, cuando la sobreproducción de los objetos

es tal que la mercancía no se basta a sí misma y necesita de un nombre para seducir: recurre a la marca.

A fines de 1880, en Norteamérica, el mercadeo se vinculaba a la comercialización física de los productos sin marca, en barriles y cajones. El consumidor (o más bien, “el comprador”), por esa época, vivía en un mundo de productos, no de marcas. Durante los años sesenta del siglo pasado, en cambio, una explosión de los sistemas de comercialización, transformó el mercado en una competencia feroz por las marcas, pues estas representaban el producto. Es decir, de la economía del trueque (valor de uso), se pasó a la economía de cambio (valor de cambio), y con la economía globalizada el comprador pasó a formar parte de una cadena de sobreproducción de la mercancía (signo). Por tanto, de comprador, el sujeto pasó a ser mero consumidor.

Ehrenberg, estadístico de la Escuela Comercial de Londres, decía: “lo único importante es lo que hacen concretamente los consumidores”<sup>17</sup> y Weilbacher, catedrático de las Universidades de Columbia y Nueva York concluía en 1999: “[...]los consumidores tienden a seguir las mismas pautas de conducta adquisitiva, no importa dónde vivan, no importa qué idioma hablen y no importa por qué cultura estén rodeados”. Debería pensarse que el consumidor de hoy no constituye una entidad abstracta. Es el sujeto que viene a sostener la trama compleja del sistema de simulacros sociales que impone la retórica publicitaria, hasta el punto de que podría hablarse sin tapujos de una tiranía de las marcas y los productos y servicios, que reduce a su mínima expresión las posibilidades de elegir. La publicidad parece pasar a ser una manera metonímica de referirnos a unos persuasores que buscan captar al comprador masivo, el que va perdiendo de a poco su corporeidad para identificarse con una masa de objetos que lo distinguen o identifican.

Caro y Vergara se ocupan del lenguaje publicitario, el primero estudiando la relación semiótica entre marca y publicidad, y publicidad y producto; el segundo, con sustento en el deseo, el clima de la época y la lógica de los

---

<sup>17</sup> Andrew S. C. Ehrenberg, *Understanding Buyer Behavior: Market Segmentation*. (Nueva York: J.W.T.C., 1978) p. 410.

objetos –de la que hablara Baudrillard en su clásico texto *El sistema de los objetos*<sup>18</sup>.

La influencia dramática de este fenómeno de venta y simulacro, a punto de que parece haberse erigido en una especie de matriz comunicadora y docente en la sociedad, ha sido estudiada desde distintas visiones: semiolingüísticas, semióticas estructuralistas, deconstructivistas y cognitivas, retóricas y sociológicas, estadísticas y antropológicas, y semánticas y psicológicas.

El fenómeno del doble fetichismo que describo no fue posible sino en tiempos posteriores a Marx. Ha desplazado y sustituido, continúa ocultando y ha tenido el efecto omnisciente de borrar toda huella histórica y hoy, a mi juicio, es una suerte de nueva forma de “representación social”, si se quiere, que invita al estudio inacabado de filósofos, psicoanalistas, historiadores, publicistas, semiólogos y estudiosos de la comunicación y de la antropología social. Es que una vez librada a la venta, la mercancía ignora todo signo que no sea el dinero y he aquí algo nuevo: se vincula a otras mercancías con el lenguaje de la cantidad pero simulando calidad, con ayuda del diseño.

El doble fetichismo de la mercancía es directamente proporcional al simulacro. Tal operación de eludir lo real y simular la experiencia, fue intuida por Benjamin en su llamada “fantasmagoría”. Decía Walter Benjamin<sup>19</sup>: “(...) la característica, el rasgo que se adviene a la mercancía en cuanto tal y por el carácter de fetiche que le es propio impregna a la misma sociedad productora de mercancías, pero no tal y como ella es en sí, sino tal y como se representa y cree comprenderse siempre cuando hace abstracción del hecho de producir precisamente mercancías”. Benjamin no siguió al materialismo histórico, incluso Adorno llegó epistolarmente a criticar su heterodoxia en “Pasajes”, pero no hay más que leer la figura del otrora “flâneur” para encontrarse con un anticipo del actual consumidor.

---

<sup>18</sup> Antonio Caro, “Marca y publicidad: un matrimonio por amor”, *Trípodos – Llenguatge-Pensament-Comunicació*, 18. (Barcelona; Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, 2006) p. 9-21.

Enrique Vergara L. “Publicidad: ¿la “zanahoria metafísica” que mueve al burro o el color de nuestro tiempo?” *Op. cit.*, 157-164

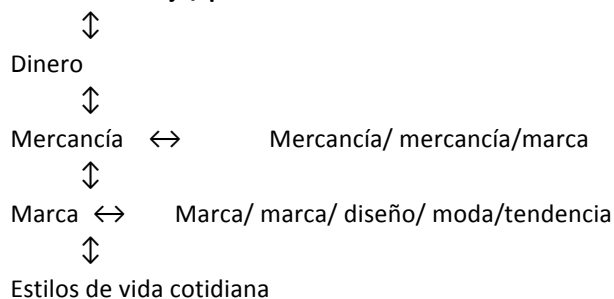
<sup>19</sup> Walter Benjamin, “*Gesammelte Schriften*”, Vol. 2. (Verlag: Berlín. V. tb. 1933/1940). Theodor W. Adorno y Walter Benjamín. “*Correspondencia*” (1928-1940). (Valladolid: Editorial Trotta), con la ayuda de Inter Naciones, Bonn, República Federal de Alemania, 1998.

La figura del “flâneur” de la París moderna supone una relación táctil con los objetos, propia del coleccionista. Ese forastero, peregrino, comprador ambulante prefiere vagar sin destino y dejarse atrapar por lo que se le muestra. El consumidor contemporáneo circula en los no lugares, esas grandes tiendas con abundancia a la vista. No toca, incluso a veces no compra (o compra una imitación). Lo que lo diferencia del comprador es que ya no elige, ni siquiera la oportunidad de la compra, porque consume simbólicamente. Vale decir, consume lo que consume en tanto su necesidad de consumo constituye lo que podría denominarse “demanda automática”.

Benjamin asoció a la moda y las tendencias de ésta con la muerte (no hablaba de “pulsión”). Así, la mujer supra moderna, obligada a renovarse constantemente, se vuelve también estática. El ser eternamente joven, dentro del sistema y como a la venta, constituye la lógica actual del cuerpo. Walter Benjamin realizó estudios desde la corporalidad e identidad del sujeto social y pudo prever lo que sucedería.

La pregunta que subsiste es si el consumidor es el sujeto que analizaron Freud y Lacan o si se está presenciando en el lazo social una relación dialógica perversa entre marca y marca, marca y objeto, marca y diseño, la que a su vez remite a mercancías que remiten a su vez a un dinero no habido, que a su vez tapa una falta, que nos invita a su vez a la omnipotencia narcisista, la que a su vez nos ofrece una lógica de la apariencia inmediata y eficaz, que nos mantiene convenientemente diluidos.

**Relaciones trabajo/ producción**



Los elementos interaccionan en una suerte de relación participativa y dialógica sin que aparezca el sujeto en el discurso (Si lo hace, es a través del signo, es decir de una relación construida por la marca, en la que la relación del significado/ significante/ representamen se encuentra cosificada por el mero “número estadístico” de la tendencia, que lo “representa” metonímicamente para venderle).

Así, los estilos de la vida cotidiana han camuflado la realidad, puesto que la alienación que le hace ver al sujeto una fusión con el objeto, le oculta que éste se encuentra desposeído del mismo, con lo cual se reproduce al infinito el vacío de la inconsistencia, lo que vuelve a colocar al sujeto en la falta y a situarlo exactamente en el lugar del goce y de la pulsión.

##### **5.- La restauración supuesta del yo a través del consumo**

La convivencia no puede hacerse sin el otro. Esto que parece una perogrullada pretende advertir que la imagen del yo ideal que se le proporciona al sujeto en la globalización finalmente lo lanza a continuar atravesado en lo real a través del trauma y sin el enriquecimiento posible del amor al otro, ese que está fuera del yo y que asegura su libertad al limitarlo. Si todo está permitido ¿qué libertad ejercer? Si no hay ley confiable que distribuya el goce, ¿qué es el sujeto? La libertad, jurídicamente hablando, no se concibe sin responsabilidad. A un derecho se contrapone una obligación. Se es libre para vivir siempre que la prohibición del parricidio continúe vigente. Y en todas las sociedades hay una distribución del goce.

Es común que para evitar dolor o privaciones aparezcan defensas que refuerzan el yo, el tema es que se instaura en el aparato psíquico una compulsión a la reducción, propia de la metonimia. Cuando un programa no precisamente de divulgación científica televisa un cuerpo degradado o que está siendo objeto de alguna cirugía que se está filmando, no se advierte que con este hecho se anula la metáfora. El hiperrealismo no ha aparecido en la supramodernidad de pura casualidad. Como la idealización lleva implícita siempre una devaluación, que acusa dependencia, si el objeto o la mercancía se situaron en la sociedad para ocupar el lugar del yo, ya podrán extraerse las consecuencias.

Contrariamente a lo que podría suponerse, el narcisismo en el que se funda la lógica social del consumidor –sujeto/individuo– significa una pérdida del yo y no, su autoafirmación. En la cultura de la inmediatez, la eficacia y de la celeridad el yo retrocede ante sí para reforzar su psiquis, repite en el síntoma lo que no alcanza a poder nombrar ni decir, no registra al otro, se encuentra recluso en sí mismo y desde allí intenta evitar la falta, con lo cual su plus de goce es funcional al sobrante del malestar social. La sociedad desquicia. Porque el narcisismo, que inviste al cuerpo de hermosura y es fuente de eliminación del tiempo, no hace que el sujeto retome ese cuerpo para liberarlo –en todo caso<sup>20</sup> como objeto de deseo– sino que ese cuerpo opera al fin como territorio en el que se inscribe la cadena significativa del consumo: se exacerbaban, proyectados, los deseos propios, los cuales en su amplificación se reproducen al infinito y ya no son deseos, sino puro goce tanático, pulsión. (Recuérdese a Eco.)

La construcción de la apariencia pone en riesgo al sujeto, minimiza el drama, y hace una industria de ello. La única fascinación que perdura es la de la literatura fantástica o maravillosa, por eso todo lo que se oculta o sustituye, reaparece. Una forma disciplinar de comprenderlo es a través de las enseñanzas que deja el psicoanálisis, que no es una ciencia, no es un saber terminado, tampoco una hermenéutica controlada como la del Derecho. El saber psicoanalítico si algo puede hacer aún, es descentralizar la producción social de la subjetividad acuñada en años y mantener un espacio propio para cada sujeto en el que se lo autorice a no gozar y se revalorice la palabra con la que todavía el poeta puede esperanzarse en la metáfora. Hay distintas maneras de reflexión para que se restaure al sujeto del dolor y se lo lleve al espacio de su propio relato. Uno-a-uno. Vincular lenguajes y disciplinas constituye una tarea necesaria en la época para liberar a los seres humanos de la carga de un mundo que hace tiempo se olvidó de ellos. La ciencia ha tratado de humanizarse mediante los paradigmas de la complejidad y el concepto de “autopoiesis” de Edgar Morin y Humberto Maturana; el Derecho está tratando también, se despoja para ello de su concepción de universalidad y se atreve a mirar sus propias falacias, aunque sean legislativas, reúne a expertos en derecho continental y del *common law* en los tribunales penales internacionales. Intentan estos

---

<sup>20</sup> El debate acerca de un buen narcisismo o un mal narcisismo, narcisismo “dirigido” o “trascendente” excede el marco de este trabajo. No obstante, dígame que hay un narcisismo en el cual el sujeto puede retomar al otro a través del amor y el deseo y que posee una energía no despreciable. (V. Bleichmar, Silvia en *Op. cit.*).

tribunales hoy juzgar trasnacionalmente a los criminales de lesa humanidad, no para reparar lo irreparable que han dejado como lastre las guerras pasadas y posmodernas, sino para hacer un corte ético simbólico y dar a cada uno lo suyo. Si el mundo se ha globalizado, debería poder interrelacionarse la *episteme*. La técnica es sólo instrumental y un modo de reafirmarlo es fomentando la repregunta y el pensamiento.

Es la palabra la que debe reestablecerse en su riqueza y para ello no se puede bucear sino en el sujeto que se debe a su lengua y a la lengua.

### **Bibliografía:**

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. 1971. *Soziologische Exkurse*. Frankfurt: am M.
- Baudrillard, Jean. 1993. *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI.
- Bauman, Zygmunt. 2003. *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Barthes, Roland. 1993. *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI.
- Benjamin, Walter. 1998. *Correspondencia 1928-1940* (amb Theodor W. Adorno). Madrid: Trotta
- \_\_\_\_\_. *Gesammelte Schriften, 1933-1940*. Vol. 2. Berlín: Verlag
- Bleichmar, Silvia. 2009. *La subjetividad en riesgo*. Buenos Aires: Topía.
- Caro, Antonio. 2006. "Marca y publicidad: un matrimonio por amor", *Trípodos – Llenguatge-Pensament-Comunicació*, 18, Barcelona: Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, p. 9-2.
- Eco, Umberto. 1979. *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Tusquets, 1995.
- Ehrenberg, Andrew S. C. 1978. *Understanding Buyer Behavior: Market Segmentation*. Nueva York: J.W.T.C.
- Freud, Sigmund. 1984. *Obras Completas, 1873-1943*, versión compilada y traducida por Ballesteros, especialmente volumen 21. Buenos Aires: Amorrortu,. Ver tb. texto original citado en el texto.
- Lacan, Jacques. 2005. *El Seminario XI (1973)*. Buenos Aires: Paidós.
- \_\_\_\_\_. 1976. *Discurso de clausura de las jornadas sobre psicosis infantil*. Buenos Aires: Nueva Visión. p. 152.
- Laurent, Éric. 2005. "La sociedad del síntoma", *Lacanian Journal*, # 2, AMP. Disponible en <http://www.wapol.org/es/publicaciones/Template.asp?int.TipoPagina=4&intPublicaciones> Consulta realizada el 23.7.08.



- Legendre, Pierre. 1996. *La fábrica del hombre occidental*. Buenos Aires: Amorrortu, 2008.
- Lipovetsky, Gilles. (1990) *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Marx, Karl. 1973. *Das Kapital, La riqueza de las sociedades*. (1875). Libro I, Cap. IV , p. 86 y s.s. Buenos Aires: Editorial Cartago. Traducción y nota de Floreal Mazia.
- Peirce, Charles Sanders. 1969. *Collected Papers*. Cambridge: Harvard University. Vol. VIII, Vol. IV. Autor considerado específicamente en cuanto a las relaciones intrínsecas del signo semiótico.
- Péninou, Georges. 1976. *Semiótica de la publicidad*. Barcelona: Gustavo Gilli S.A.
- Severiano, María De Fátima. 2005. *Narcisismo y Publicidad*. Barcelona: Siglo XXI.
- Vaneigem, Raoul. 1967. *Tratado del saber vivir para uso de las jóvenes generaciones*. Barcelona: Anagrama, 2008.
- VERGARA L., E. (2006) "Publicidad: ¿la "zanahoria metafísica" que mueve al burro o el color de nuestro tiempo?" *Trípodos – Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna* 9- 21, 157-164.
- Žižek, Slavoj. .2004. *Violencia en acto*. Buenos Aires: Paidós.

# Objeto urbano: archivo de la memoria pública<sup>1</sup>

Diana Z. Castelblanco Caicedo<sup>2</sup>

**Resumen:** El presente texto propone una aproximación al *espacio público* como un *espacio de producción cultural*, entendida como aquella evidencia de las formas de expresión de la humanidad, que bien pueden representarse desde producciones tangibles (objetos, obras de arte, infraestructura, monumentos, entre otros), o desde producciones intangibles como las experiencias y acontecimientos sociales que marcan la historia de los pueblos y que se archivan en diferentes formas de memoria. Se propone entonces que el espacio público es producción cultural en tanto es expresión de la memoria urbana, de los acontecimientos urbanos-transitorios, contingentes o permanentes- que han marcado la historia de la ciudad y en algunos casos de la nación, pero más aún, historias de la vida cotidiana de quienes habitan la ciudad y que se esconden en la infraestructura urbana, en los objetos públicos que revelan, además de formas, materiales, texturas y colores, los secretos de la vida pública.

Ahora bien, la memoria urbana es tanto más evidente cuando los hombres narran las historias, las vivencias y los acontecimientos que esconde la ciudad, y cuando las narraciones se apoyan en los objetos del lugar. Juntos, los objetos de la ciudad y los relatos que los ciudadanos construyen en torno a ellos, hablan de los grandes acontecimientos urbanos y de historias asociadas a la memoria reciente de los habitantes de la ciudad y de los lugares con acontecimientos asociados a ella.

**Palabras Clave:** Objetos públicos, Relatos urbanos, Acontecimientos.

Por considerarlo un acto de cordialidad académica y también por intentar introducir mi exposición relativa a los objetos urbanos como memoria pública, quisiera asumir con cierta extrañeza disciplinar la presencia de un diseñador industrial en un Congreso Internacional de Literatura, Memoria e Imaginación. Si tuviera que explicárselo a mis colegas, probablemente solo diría que intento escudriñar en un espacio no tradicional que vincule el pensamiento práctico del diseño al pensamiento creativo, producto de los

---

<sup>1</sup> Ponencia presentada en el VIII Congreso Internacional Literatura, memoria e imaginación de Latinoamérica y el Caribe (por los derroteros de la oralidad y la escritura) temario: Lenguajes literarios y no literarios. 14, 15 y 16 de agosto de 2012 Lima-Perú. Algunas de las ideas aquí presentadas están ampliamente expuestas en: Diana Castelblanco, *Los relatos del objeto urbano*. (Bogotá: Ed. Punto Aparte, 2010).

<sup>2</sup> Profesora Asociada en la Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Algunos temas de investigación incluyen: diseño y sociedad, investigación urbana, narrativas y objetos. Diseñadora industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano (2000), Especialista en Gerencia de Diseño y Magíster en Hábitat de la Universidad Nacional de Colombia (2010).

procesos de comunicación humana, de la *memoria* y la *imaginación*. Ahora bien, si se lo explico a este auditorio, tercamente les diría que la *memoria* y la *imaginación* de los hombres también es producto de los lenguajes del diseño y de los relatos que los individuos construyen entorno a ellos. En últimas mi presencia aquí no es más que una excusa para decirle a otros, a diseñadores no profesionales (Martín, 2002), a ustedes, que el diseño se compromete con mucho más que con la generación de productos útiles y bellos, que en realidad busca ser la materialización plástica de algunos procesos de comunicación humana.

Ahora bien, cuando digo que el diseño tiene más que un compromiso práctico o *estético*, no desconozco que nuestra sociedad reclama un diseño que represente paradigmas estéticos de la cultura de élite; paradigmas de belleza asociados a formas de producción y comercialización propias de los mercados de consumo global que determinan muchos de los estilos de vida de hoy, algunos de ellos referidos -por ejemplo- a las redes sociales y a los dispositivos tecnológicos que las soportan. Sin embargo en la complejidad social contemporánea, el diseño empieza a reconocerse más que como un ornamento de la vida cotidiana o como una respuesta a las cambiantes necesidades humanas, como una forma de mediación de las relaciones sociales, que hace posible procesos de participación, negociación y confrontación, en tanto ya no solo es un asunto de la vida privada de los hombres. Ahora el diseño es un asunto de la vida pública y de la vida en comunidad.

Para entender cómo el diseño pasa de un estado privado a uno público, me gusta recordar a Jordi Llovet (1981), quien en su libro *Ideología y metodología del diseño*, dice cómo el entorno objetual y en general el entorno diseñado, es un elemento objetivo que fragua de cierta forma la sociabilidad en nuestra época. Afirma que en las sociedades modernas los objetos asumen un papel distintivo del carácter social, sin embargo se tornan casi invisibles en tanto son experimentados de manera cotidiana y se consideran sedimento de lo constante y además de naturaleza omnipresente.

*“... así por ejemplo, un autobús urbano, que no por complejo deja de ser objeto, predispone a cierta forma de convivencia, más o menos accidental o breve, entre personas: todo el mundo sabe que si un autobús dispone solo de hileras individuales, dificultará la relación verbal entre los miembros de*

*una pareja de enamorados que se hablan entre si, mientras que si dispone solo de hileras de asientos situados en filas de dos por fondo, será muy útil para nuestros enamorados, pero muy incómodo para determinados ciudadanos, que los hay, que desean viajar solos para poder extender tranquilamente su periódico y librarse a una lectura silenciosa y concentrada”.*<sup>3</sup>

Este caso, entre otros, demuestra que la vida cotidiana pareciera no llamar la atención hacia uno de los rasgos más locuaces y esenciales de lo humano: la convivencia continua e ininterrumpida con los objetos y con las prácticas cotidianas que ellos viabilizan. Sin embargo la presencia de los objetos en la vida cotidiana, además de contribuir al buen curso de las prácticas humanas, los convierte en un suplemento de la memoria, en una memoria técnica de la humanidad que conserva expresiones legítimas de un modo de vivir y de ver el mundo. Me refiero a que los objetos se le presentan al hombre no solo como hechos y como cosas para definir las prácticas humanas, sino que se presentan como *enunciados* que enseñan una manera de interpretar los hechos, de deconstruir los archivos positivistas para ligarlos más a la memoria que a la historia, en tanto contienen huellas estéticas, formales, estructurales y de uso que permiten reconstruir el tiempo, los lugares y a sus protagonistas.

Los objetos ofrecen una posibilidad única e irrepetible de observar la relación de la experiencia humana con el tiempo y el espacio, de allí que el reto radica en la manera de interpretarlos. Entendiendo que ellos son parte de la complejidad creciente del sistema social, parece que no es posible reducirlos a una descripción de mercado o a las estrategias productivas que los legitiman. Es necesario entonces advertir sobre la estrechez de tal interpretación desde algunas lógicas tradicionales del diseño, localizadas en el dominio técnico que el positivismo científico propone como base ideológica del capitalismo avanzado. De allí que me pregunto respecto a qué tan valiosas son las prácticas sociales para entender la complejidad de los objetos y qué tan valiosos son los objetos para entender la complejidad de las prácticas sociales. Retomo entonces mis disertaciones de la ciudad para aproximarme a algunas de estas interpretaciones del objeto como memoria social.

---

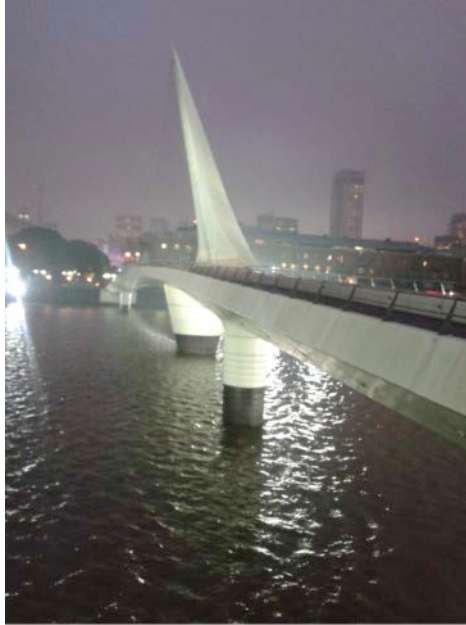
<sup>3</sup> Jordi Llovet, *Ideología y metodología del diseño*. (Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1981), 12. Jordi Llovet (Barcelona, 1947). Crítico de Literatura, filósofo, traductor, ensayista y catedrático de Teoría de la literatura y Literatura comparada.

Como es el propósito de este Congreso discurrir en torno a manifestaciones orales y escritas que den cuenta de la memoria y la imaginación de América Latina y el Caribe, me atrevo a decir que las expresiones técnicas de la ciudad son una manifestación del lenguaje humano que -para el caso de la ciudad- representan muchos de los sucesos que marcan la historia social, política, económica y cultural del país, con sus monumentos a los grandes héroes, los desarrollos arquitectónicos, las obras de infraestructura urbana, etc., pero otros objetos públicos, objetos animados o inanimados, archivan los encuentros, las vivencias y los acontecimientos que devienen de las prácticas cotidianas de sus habitantes.

Al recordar el significado de la palabra *objeto*, según la Real Academia Española de la Lengua (RAE) “*todo lo que puede ser materia de conocimiento o sensibilidad de parte del sujeto, incluso éste mismo*”, es posible aproximarse a una amplia variedad de objetos en la ciudad, que pueden ser los más institucionales como el denominado mobiliario público, pasando por los más reaccionarios como objetos para las ventas ambulantes que en un principio fueron un coche de bebé, hasta llegar al cuerpo y las expresiones performativas que con él se crean. Obras de arte, monumentos públicos, mobiliario, infraestructura, objetos permanentes, transitorios o móviles, entre otros, constituyen hoy materia de conocimiento y de sensibilidad en la ciudad. Objetos para ver, tocar, escuchar, para olfatear o recorrer, son un sedimento de la memoria urbana, son medios que viabilizan las prácticas ciudadanas que -como un buen libro- con el tiempo se convierten en el fondo donde reposan emociones e ideas que recuerdan cómo se vive en la ciudad, en ésta ciudad, en ésta que es diferente a otras, pero luego también recordarán cómo se vivía en esa ciudad de antaño. De allí que su valor radica en la capacidad de provocar en los habitantes además de prácticas urbanas que alimentan los imaginarios sobre la vida cotidiana en la ciudad, relatos que se conviertan en los archivos de la memoria ciudadana, de los lugares y los acontecimientos asociados a ellos. Los objetos en la ciudad tienen sentido en tanto dan de qué hablar, en tanto los relatos que se construyen en torno a ellos son un fondo documental de la memoria colectiva de los habitantes de un lugar.

Desde luego que gran parte de la imagen urbana y del carácter distintivo de las ciudades se constituye desde hitos objetuales permanentes, transitorios

o efímeros, que “hablan” sobre el desarrollo, la decadencia y la transformación de los lugares, pero también “dicen” sobre las experiencias que los individuos guardan con ellos y con los acontecimientos que en los lugares se dan. De allí que pueda recordar en algunas ciudades latinoamericanas objetos que representan grandes acontecimientos sociales, aún cuando los relatos que la gente construye en torno a ellos no dan cuenta de los hechos históricos a los que se refieren, pero también puedo recordar objetos que han sido protagonistas de episodios sociales –ocasiones, encuentros, situaciones– (Goffman, 1979) en la vida cotidiana de los ciudadanos.



El Puente de la Mujer. Calatrava. Buenos Aires - Argentina. (2012)



Centro Histórico de Lima-Perú (2012)



Hotel Montecarlo. Las Vegas-Estados Unidos (2013)



El Muro de Berlín – Alemania (2013)

**Ilustración No. 1.**

Objetos urbanos que representan grandes acontecimientos sociales en algunas ciudades latinoamericanas



Objeto para ventas callejeras Lima-Perú (2012)



Objeto para embolar zapatos. Lima-Perú (2012)



Bolarbolitos: Proyecto Natalia Giraldo. Bogotá-Colombia (2010)



Cloud Gate. Chicago –Estados Unidos (2012)

### Ilustración No. 2

Objetos urbanos que representan la vida cotidiana de los hombres en la ciudad

Quiero presentar el caso de dos tipos de objetos urbanos en Bogotá clasificados en las categorías de obras de arte público y mobiliario público. El primero, *La Mariposa* del escultor colombiano Edgar Negret (1920–2012), es un monumento público que se reconoce como hito del mejoramiento y la renovación urbana del centro de Bogotá; es destacado como bien de interés cultural porque corresponde a una etapa importante de producción del artista, además de ser parte del proyecto de recuperación del espacio público liderado por el exalcalde de Bogotá, Enrique Peñalosa, en el año



2000. El segundo, los muebles de los emboladores o embellecedores de calzado, son objetos concertados por una organización civil, representada por el sindicato Unión de Lustradores de Calzado de Bogotá. Ambos objetos están situados en la Plaza de San Victorino, lugar simbólico de fuertes transformaciones urbanas en la ciudad.

Desde la época de la colonia, la Plaza de San Victorino ha sido un lugar propicio para el desarrollo de actividades comerciales y de mercado, pero también de actividades religiosas y circenses. Hacia el año 1900 fue espacio de residencia de la aristocracia bogotana y refugio de turistas hasta mediados del siglo XX. Sin embargo el crecimiento de la ciudad y las nuevas tendencias de localización de sus habitantes, junto con los cambios sociopolíticos y socioeconómicos, dieron lugar a un aumento de vendedores formales e informales, cuya cercanía con el llamado “Cartucho” –lugar de habitantes de calle- provocó la imagen del lugar más peligroso de la ciudad. Vendedores ambulantes, invasión del espacio público, vagos y mendigos, culebreros y algunos ladronzuelos fueron preocupación de muchas administraciones y motivo para proponer formas de renovación social y física del sector.

La Plaza de San Victorino ha sido históricamente uno de los sitios principales de la economía en Bogotá, y se caracteriza por concentrar sectores especializados que marcan ciertos hitos de las actividades comerciales del lugar: Los textiles del Centro Comercial Gran San Victorino, el desaparecido Palacio del Cartón y la zona que fue denominada en una época como “El Cartucho” (cuyos habitantes se asentaron aproximadamente en 1984, algunos de manera permanente, otros de paso pero muchos en busca de drogas alucinógenas al mejor precio); estufas, platos, ollas Vaniplas o Imusa en la carrera 11ª; el Sótano del Usado; libros, cuadernos, lápices o los Croydon y los Verlón de las zapaterías de la calle 9ª y en general cientos de artículos y cachivaches que bien pueden ser ofrecidos cerca de *La Mariposa* de Negret y de los muebles de los embellecedores de calzado.

Imágenes entrañables de la memoria de la ciudad, cuya iconografía popular se mezcla con las intenciones de orden de la renovación urbana: por un lado lustrabotas, emboladores o embellecedores de calzado cuya legitimación social es producto de la tradición histórica que los acompaña y

en esta época de la regulación administrativa que les permite apropiarse de un territorio concreto en la Plaza. Al igual que muchos vendedores informales del lugar, los emboladores también están agremiados y desde el año 2004 vienen trabajando conjuntamente con la Defensoría del Espacio Público y el antiguo Fondo de Ventas Populares (IPES) con el propósito de afinar las normas que los regulan para prestar sus servicios y mejorar su calidad de vida aún siendo trabajadores informales. Dentro de estas condiciones se habla de una infraestructura adecuada y uniforme, la cual incluye los muebles o mobiliario público para lustrar calzado, que en definitiva es medio para dignificar el rol de los emboladores en tanto simboliza no solo un trabajo decente, sino también a un trabajador experto en un oficio, cuyo conocimiento le garantiza unos ingresos permanentes, seguridad social, probablemente una vivienda digna y algunas posibilidades de educación.

Por otro lado, *La Mariposa*, escultura que corresponde a un periodo en el que Negret se interesa en las formas de la naturaleza y la evocación a ésta a través de elementos plásticos, es para muchos bogotanos un verdadero hito del mejoramiento y la renovación urbana de Bogotá, que además de ofrecer una entrada amable al centro de la ciudad, también le da un nuevo sentido a la Plaza de San Victorino. Ahora bien, hay que preguntarse si el arte público tiende a estar al servicio de la política y de los procesos de administración urbana, y si acaso *La Mariposa* respalda un proyecto político del ex alcalde Peñalosa, quien le apuesta a la defensa de lo público a través de obras de infraestructura urbana que vinculen ciertos cánones de belleza, armonía y orden y, en consecuencia, motiven lo que él denomina *una ciudad amable*: “lo que hace a una ciudad amable, así suene reiterativo, repetitivo, aburrido, es la ciudad para los peatones. (...) Una ciudad que demuestre en todos sus detalles un inmenso respeto por la dignidad humana”<sup>4</sup>.

Lo anterior puede ser parte de los discursos oficiales que se construyen en torno a los objetos y la infraestructura urbana para con ellos apoyar los acontecimientos que han marcado la historia, en este caso, de la ciudad de Bogotá. Sin embargo la gente acude a su experiencia con los objetos y con los lugares para contar esa otra historia que revela los imaginarios y la memoria social de los lugares públicos.

---

<sup>4</sup> Enrique Peñalosa en: <http://josegenao.wordpress.com>. (Guadalajara: Punto G, Agosto 24, 2006)

El relato histórico es el que cuenta sobre la fundación, el desarrollo y la transformación del lugar, es decir, una historia que se relaciona con acontecimientos “realmente sucedidos” (Ricoeur 2006, 638). Pero el discurso oficial de los lugares y sus acontecimientos entra en conflicto con el discurso no oficial: ese discurso que los sujetos han construido gracias a la interpretación que hacen de lo que otros dijeron y de sus experiencias propias. Por un lado los relatos que son el fondo documental de las instituciones y su correspondiente *statu quo*, por otro lado los relatos que se constituyen en metáforas que le atribuyen nuevos sentidos a los discursos oficiales.

Ricoeur (2006, 818) dice que existe una marcada diferenciación entre un tiempo de ficción y un tiempo histórico. El segundo es el tiempo cosmológico, de las generaciones y de los documentos. El tiempo de ficción es un tiempo fenomenológico, donde cada experiencia temporal despliega su propio mundo y cada uno de esos mundos es singular e irrepetible.

LA MARIPOSA de Edgar Negret.  
Parque de San Victorino. Bogotá,  
Colombia.  
(2009)



Desde la representación socio-política

- “La llaman plaza de San Victorino o Parque de la mariposa actualmente por ese mamarracho que hay allá que ni se sabe que es”. Jairo Ortiz.
- “Es un sitio de reunión. La mesa del Rey Arturo. Es una diversión de los niños y da sombra. Es un monumento y reunión de las puticas al rebusque. Lo usan los niños, los borrachines, las putas, los habitantes de calle. Con eso no ha pasado nada, simplemente lo cogieron de parche... por las reuniones, ¿dónde más? Parque para desempleados. Álvaro Méndez

MUEBLES DE EMBELLECEDORES DE CALZADO.  
Parque de San Victorino. Bogotá - Colombia  
(2009)



- “Lo que veo es apoderamiento del espacio público. Siento un poco de incomodidad porque lo asocio con pobreza, con vejez. Yo pondría un cafetín de los nuevos vendedores ambulantes, un cafetín con techo más limpio!”. Carlos Riveras
- “Veo al lustra echándole manteca al paciente y enredándole la cabeza, escucho al cliente quejarse mucho y huele a betún porque el lustra no fuma bareta”. Álvaro Morales

Tanto *La Mariposa* del escultor Edgar Negret como los muebles de los emboladores de calzado representan –desde las narraciones que la gente construye en torno a ellos– ciertos imaginarios ciudadanos relativos a las formas de vida en Bogotá, memorias a corto y largo plazo sobre la Plaza de San Victorino y los acontecimientos asociados a ella y, por otro lado, revelan conflictos sociales y políticos propios de las ciudades latinoamericanas. Lo verdaderamente interesante es entender que *es en la relación entre los objetos y las narrativas que la gente construye en torno a ellos, donde se evidencian algunos significados de los lugares públicos* y dichos significados son producto de los acontecimientos que suceden en los lugares, que se apoyan por los objetos públicos. Lo que la gente cuenta de aquello que percibe, más que cosas o palabras, son episodios sociales (Goffman 1979, 28), que se soportan en la correspondencia que hay entre las cosas, las ideas y las acciones.

Otro lugar interesante es el Parque Nacional Olaya Herrera, considerado como una de las principales zonas de protección ecológica en Bogotá. Durante la presidencia de Enrique Olaya Herrera y con motivo del cuarto centenario de la fundación de Bogotá, se inició el proyecto del Parque Nacional Olaya Herrera como regalo de la nación a la ciudad. En 1933 se inició la construcción del parque, localizado estratégicamente en la zona ecológica de los cerros orientales, los barrios del centro y los recién construidos de la zona norte de Bogotá. El diseño arquitectónico se le

atribuye a Karl Brunner (urbanista austríaco), cuya ubicación va desde la Carrera 7ª hasta la Avenida Circunvalar. En los años 60, cerca de la Carrera 5ª funcionaba un parque de diversiones con rueda panorámica, carruseles y otras atracciones mecánicas, además de un zoológico que con el tiempo fue trasladado a las afueras de la ciudad. El Parque sufrió un fuerte deterioro en la década de los 80 y 90, razón por la cual se iniciaron planes de recuperación de la zona desde el año 1995, en los cuales se incluía la recuperación de los 11 monumentos públicos, las cuatro fuentes de agua, el mobiliario urbano, las canchas deportivas, los dos relieves geográficos de Colombia, la zona de juegos infantiles y el Teatro El Parque. Se inició el proceso de reubicación de los vendedores ambulantes en casetas de madera, y finalmente el Parque fue cedido a la Caja de Compensación Familiar Colsubsidio, que adelantó procesos de conservación y mantenimiento del lugar.

De la misma forma que sucede con los objetos y acontecimientos de la Plaza de San Victorino, cuando en el Parque Nacional aparecen los relatos de los vendedores ambulantes de la zona, el tiempo histórico del lugar y de sus objetos desaparece. En el relato se funde el origen del objeto, el antes del lugar sin el objeto, el autor del objeto y todo se refiere al lugar desde la experiencia vivida por los habitantes

*"hace 20 años o más era muy bonito el Parque Nacional porque había recreación, que es de esas máquinas. ¡más de 20 años, uh mijo!. ¡Más!. Pues sí, pero entonces se veía más atracción cuando había de esas máquinas: la rueda volante; había de todo y había zoológico; mucho carrusel mucha cosa hace 20 años, y eso lo acabaron; todo eso ya murió. Esto no es como antes cuando había todas esas máquinas; venía mucha gente a divertirse, a montar en los caballitos. ¡Si! Mucha cosa en las actividades que había antiguamente, porque ahoritica ¡no!, esto está muy muerto y aparte acabaron con el jardín. Día a día todo se está acabando, todo se está muriendo!". 05 de noviembre de 2009. Juan Lozano, Lilia Parra y Sofía Espinoza.*

La construcción y comprensión de los relatos urbanos, encuentran sustento en su referencia a símbolos materiales, a huellas y a marcas dejadas por la historia. Son los objetos urbanos huellas capaces de mediar las interpretaciones y comprensiones sobre los relatos históricos y fenomenológicos de la ciudad. La huella es el fenómeno más radical

respecto al relato y es en torno a los relatos que se recrean los valores y las ideologías de la gente y las instituciones. Sin embargo “no existe la creación de valores que no sea producción o reciclaje de objetos y de gestos. No hay movimiento de ideas sin el movimiento de hombres y de bienes” (Debray 2001, 24).

Tanto en la Plaza de San Victorino como en el Parque Nacional los objetos son memoria técnica de algunos impactos provocados por los procesos de urbanización y la consecuente generalización de los conflictos sociales y ambientales que atraviesa la ciudad contemporánea<sup>5</sup>. Aún cuando algunas de estas reflexiones se han dado desde disciplinas fuertemente arraigadas a la construcción histórica de las ciudades, resulta sugerente que la discusión política y social también pueda darse desde las áreas del conocimiento del diseño y el arte. De allí que es posible decir que los objetos públicos, como parte de la racionalidad instrumental del progreso, ayudan a la construcción de la memoria urbana, de la memoria técnica y política de los lugares públicos.

Pensar que las producciones de diseño son más que cosas buenas para usarse y que su valor técnico es también un valor social, requiere seguramente alguna perspectiva particular respecto a la técnica: la técnica es una estrategia colectiva para definir territorios y actúa como parte del ejercicio del poder sobre el mismo, gracias a que delimita y fortifica los lugares. Dice Félix Duque (2001, 25) que si bien el espacio es producto de la técnica, ello se debe a que esta es eminentemente política. Esto me permite preguntar si acaso los objetos públicos, en tanto producciones técnicas, son enunciados sociales y políticos en la ciudad.

La técnica y la política son insumos de la memoria social de la ciudad, memoria que en algunos momentos se refiere a aquellos que ejercen el poder público, a los grandes terratenientes, los nobles o los políticos y los acontecimientos sociales en los que ellos han sido protagonistas. Los monumentos públicos suelen rememorar estos acontecimientos y en

---

<sup>5</sup>“La globalización conlleva la radicalización de la modernidad. De ahora en adelante nos enfrentamos a un cierto tipo de modernidad para siempre, y en todas partes, tal como lo plantea la posición liberal progresista o la tercera vía, con teóricos como Giddens, Touraine, Castells, Habermas (con diferentes implicaciones sobre cómo “completar” el proyecto moderno para cada uno de estos pensadores, sin embargo). Arturo Escobar, “Globalización, desarrollo y modernidad Organización de los Estados Americanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura”. En: <http://www.oei.es/salactsi/escobar.htm>

algunos casos son la memoria viva de los personajes que marcaron la historia de la nación: el monumento a Simón Bolívar, a Francisco de Paula Santander, más recientemente a Jorge Eliecer Gaitán, Luis Carlos Galán y Jaime Garzón. En otros casos la memoria habla de los gremios, las corporaciones urbanas y en general el pueblo común, memoria que se apoya por ejemplo en objetos para desarrollar actividades identitarias de los lugares como el deporte, el comercio o el arte: objetos como los que dispone en Bogotá el Instituto Distrital de Recreación y Deporte –IDRD– para el desarrollo de actividades dominicales como la Ciclovía. Finalmente la técnica y la política también son insumos de la memoria del proletariado moderno de las ciudades y el campesinado, que establece su propio orden para mantenerse en el sistema: la plebe, representada por ejemplo en los objetos para la venta informal en las ciudades.

Si bien muchos objetos en la ciudad hacen culto a grandes hombres y a grandes acontecimientos, otros tributan su presencia a los individuos que habitan la ciudad y que usan cotidianamente sus lugares. Así como la referencia nacional oficial se transmite a través de la bandera y del himno nacional, de los monumentos a sus héroes, de las fachadas de sus instituciones como el Palacio Presidencial, el menor artefacto trasciende toda funcionalidad ocasional, y como hechos técnicos son patrimonio de la memoria, no solo del tiempo histórico sino también y principalmente del tiempo fenomenológico.

Mobiliario público, monumentos públicos, obras de arte y en general objetos transitorios hegemónicos o contra-hegemónicos, son mucho más que un suplemento histórico de la ciudad: son una marca de los imaginarios y las memorias de la vida urbana.

### **Bibliografía**

Arendt, Hanna. 1977. *¿Qué es la política?*. Barcelona: Paidós

Augé, Marc. 1998. *El viaje imposible, el turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa.

Bachelard, Gaston. 2000. *La poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica.

Berger, Peter y Luckman, Thomas. 1979. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. 162-163.

Castelblanco, Diana Z. 2010. *Los relatos del objeto urbano: Una reflexión sobre las formas de habitar el espacio público*. Bogotá: Punto Aparte. Universidad Nacional de Colombia

Certau, Michel. 2000. *La invención de lo cotidiano*. Vol. 2, *Habitar, Cocinar*. México: Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente: Cultura Libre.

Debray, Régis. 2001. *Introducción a la Medialogía*. Barcelona: Paidós

Duque, Félix. 2001. *Arte público espacio político*. Madrid: Akal.

Fedro. (2009, 8 de marzo). *Revista de estética y teoría de las artes*.

Goffman, Erving. 1994. Relaciones en público. En Mauro Wolf. *Sociología de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

Heidegger, Martín. (2004).  
[www.laeditorialvirtual.com.ar/pages/Heidegger\\_ConstruirHabitarPensar.htm](http://www.laeditorialvirtual.com.ar/pages/Heidegger_ConstruirHabitarPensar.htm). [En línea] 2004. [Citado el: 29 de agosto de 2008.]

Leroi-Gourhan, André. 1971. *El gesto y la palabra*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Lynch, Kevin. (1966). *La imagen de la ciudad*. Buenos Aires: Infinito.

Llovet, Jordi. (1981) *Ideología y metodología del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili. 12.

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

Paramo, Pablo. 2007. *El significado de los lugares públicos para la gente de Bogotá*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

Ricoeur, Paul. 2006. *Tiempo y Narración*. Vol. III. México: Siglo XXI Editores

Sabaté, J. (2005). Algunas lecciones de los lugares con acontecimientos asociados. En *Hipótesis del Paisaje 3*. Actas. Córdoba, Argentina I+P División editorial.

Wolf, Mauro. (1994). *Sociología de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra S.A. 23-2.



