

Diseñador y Esquematismo de la Realidad para la Composición Estética

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 37, pp. 68-71. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: diciembre 2020
Versión final: diciembre 2021

Claudia Marcela Sánchez (*)

Resumen: Procurar el estudio de cómo está producida la estética del objeto, implica ver más allá de fundamentos, métodos y operaciones. El diseñador es un actor clave para la articulación y formación de la estructura formal con sentido estético. Como individuo socio históricamente construido interpreta la realidad física, mental y sensible en la que opera para transformar sus representaciones en otras como mensaje en la forma inmaterial y material del objeto. Este ensayo reflexiona en las habilidades distintivas del diseñador para transitar de lo abstracto a lo legible en la captura de información del contexto con relación al modo en que la transforma en esquema de valores de entrada para la composición estética.

Palabras Clave: estructura formal, sentido estético, diseñador, representación, esquematismo, estética, contexto.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 71]

El diseñador produce un sentido estético en la forma del objeto que no siempre es consciente e intencional o totalmente determinado como resultado, pero que emerge de procesos de interpretación, reflexión, imaginación en su intercambio con el campo socio cultural en el que opera. El esquematismo como una actividad que conjuga entendimiento y sensibilidad permite develar las relaciones entre las habilidades del diseñador para la construcción objetivo - subjetiva de un esquema de la información que abstrae del contexto socio cultural en el que opera para producir su composición estética:

Para ello, adherimos el planteo kantiano del esquematismo en tres aspectos: 1. Habilidad cognitiva particular de comprensión progresiva que combina entendimiento y sensibilidad. 2. Síntesis sucesiva de una multiplicidad de datos que precisan ser homogéneos para someterse a una composición que dé como resultado una unidad sinérgica de contenidos. 3. El sujeto intérprete debe, a través de su sensibilidad, captar de las representaciones del material empírico: contexto, ideas y objetos, las cualidades que captan su atención. En el plano del entendimiento y la objetividad, debe identificar fricciones, antagonismos y categorías que permitan sintetizar de manera intencional la información que tiene sentido para su propósito.

La primera a considerar: la interpretación: habilidad cognitiva de apreciación y construcción de un sentido diferente; segundo, la reflexividad: capacidad que tienen los individuos para intercambiar la información que compone la realidad de la sociedad y la cultura en orden de deconstruirla para construir su propia identidad, voz y valores; en tercer lugar, la agencia: habilidad de concebir acciones consciente e intencionalmente, en la que la subjetividad del individuo que intenta actuar objetivamente otorga un modo particular de pensar y actuar. La reflexividad se mueve entre un cierto grado de autonomía y otro de adecuación a modos de proceder instruidos en los que opera. Finalmente, la imaginación: actividad cognitiva que se produce en el intercambio de imágenes

externas e internas para la producción de otras nuevas. El diseñador traslada información de la realidad a una matriz mental sintetizadora de conceptos y apariencias sensoriales, sensoriales, perceptiva y aperceptivamente dadas para la producción de significados o procedimiento de dotación de sentido interno en el que el *esquematismo* actúa como un modelo cognitivo de convergencia del entendimiento y la sensibilidad; condiciones fundamentales para la experiencia de conocimiento humano y del juicio.

“Que hay dos ramas del conocimiento humano, que quizá se originen en una raíz común, pero desconocida para nosotros, y son a saber, la sensibilidad y el entendimiento. Por medio de la primera, no son dados objetos; por medio de la segunda los objetos son pensados.” (Kant, 2009, p.2). “La capacidad (receptividad) de recibir representaciones por el modo cómo somos afectados por objetos, llámase sensibilidad. Así pues, por medio de la sensibilidad nos son dados objetos y ella sola nos proporciona intuiciones; por medio del entendimiento empero son ellos pensados y en él se originan conceptos. Pero todo pensar tiene que referirse ya directa, ya indirectamente (mediante ciertas características) en último término a intuiciones, por lo tanto, en nosotros a la sensibilidad, porque ningún objeto puede sernos dado de otra manera” (Kant, 2009, p.7).

El problema para el diseñador es promover la vitalización de imaginación y entendimiento en una sensación con ocasión de la contemplación del objeto y lo que este es capaz de transmitir a través de sus cualidades.

Moviéndose entre lo que ve y no ve el diseñador capta la multiplicidad de información que requiere ser organizada y sintetizada; lo primero es la realidad concretada en propiedades materiales, colores, texturas, líneas. En línea con Bourdieu, 2010, el principio generador de prácticas y representaciones adoptadas socialmente o hábitos, exteriorizan gustos que, en tanto representaciones de preferencia estética, el diseñador puede observar también en patrones, estereotipos que circulan en la sociedad.

La esquematización aborda el valor del objeto desde sus representaciones, como un medio de estimulación para percibir su sentido, una mezcla entre aquello previo y un nuevo mensaje con fuerza expresiva que se apoya en la memoria, en la imaginación, y en un bagaje del diseñador para producir una composición armónica y sugestiva para el entendimiento y la sensibilidad. En el sentido estético ésta última reclama del observador una captación subjetiva en donde un entendimiento a priori, ya asimilado previamente y que le otorga una habilidad de filtro o criterio selectivo, pero es esa expresión llamada forma la que estimula sentidos, fantasía y emoción.

Habilidades del diseñador

Interpretación

Desde esta habilidad cognitiva, cada sujeto tiene la oportunidad de una experiencia de apreciación y construcción de sentido diferente, dentro de los marcos de referencia universales y socialmente construidos. El principal desafío que el diseñador asume como intérprete es comprender aquellas narrativas presentes en su campo de operación conformado por la sociedad y la cultura, y transformarlas en otras más comprensibles y atractivas donde emerge, también, su propia voz.

Ahora, resulta conveniente distinguir dos términos clave: sociedad y cultura. El primero, en línea con Bourdieu, se distingue como el grupo humano que habita un mismo territorio físico, comparte una misma identidad e ideología, prácticas sociales y materiales que producen una cultura. Defino la cultura como un sistema de creencias, valores, costumbres, comportamientos y artefactos compartidos que los miembros de un grupo cultural utilizan para hacer frente a su mundo, a otros individuos y que se transmiten a través del aprendizaje (En Crouch y Pearce 2013: Bates y Plog, 1976). Así, el diseñador intercambia con un grupo humano y con un sistema o trama de significados que pueden ser leídos en las ideas, las prácticas, los discursos y los objetos. Ambos son dinámicos en el tiempo, dejan rastros en los sujetos y su comprensión total, no siempre es posible.

¿En qué consiste la interpretación? ¿Qué es lo que el diseñador interpreta de la sociedad y la cultura para su creación estética? ¿Qué es lo que busca ser interpretado en el diseño estético que produce para provocar la experiencia estética? Son algunos de los interrogantes que surgen.

La Hermenéutica como la doctrina de la interpretación tiene exponentes clave para analizar qué es lo que se interpreta y entiende por parte del diseñador, para luego transformarlo en una realidad narrada y concretada en la forma para la experiencia estética de otros. Hans Gadamer (1998), sitúa la interpretación junto a la comprensión, el lenguaje, la tradición y el diálogo como expresiones de interacción humana y con el mundo.

El diseñador requiere explorar en lo dicho y lo no dicho aportando su propia habilidad de comprender no tanto los significados sino el ser de ese mundo en el momento en que se relaciona con él en un ciclo que nunca acaba, ni en el que todo puede entenderse, a lo que puede aspirarse,

es a una serie de síntesis coherentes para el intérprete. La historicidad representa una condición positiva de la verdad. Para, Gadamer (1998), la tradición como algo que se ha consagrado en el pasado, posee una autoridad anónima que se incorpora no sólo en el razonamiento sino en la acción y el comportamiento y que en todo caso requiere un acontecimiento reflexivo. “la inevitable y necesaria distancia de los tiempos, las culturas, las clases sociales y las razas o las personas es un momento supra subjetivo que da tensión y vida a la comprensión” (p.110) “comprender significa aquí reconocer y hacer valer” (p.110), el sujeto intérprete pone en juego sus propios supuestos y hace un aporte productivo, sin desconocer, que el lenguaje como medio de interacción humana, posee códigos como significados que son reconocidos y validados colectivamente.

Una tensión se presenta cuando el diseñador construido socio históricamente y con una experiencia de aprendizaje singular, hace una lectura no neutra en la que intenta razonar objetivamente desde su subjetividad: “el intérprete y el texto tienen su propio horizonte” (1998, p.111) y que la comprensión supone una fusión entre esos dos horizontes; para ello, hay una lectura objetiva de los significados y una subjetiva que otorga sentido a lo observado y al prejuicio con que observa el individuo. El sentido no reside en la información solamente, también en el sujeto desde su comprensión del lenguaje y de la armonía que capta su atención.

Entonces la comprensión, se trata de un acto recursivo de deconstrucción de la realidad, una mezcla de aquello que se toma del externo y del interno, que requiere la identificación de unidades clave y un posterior ensamblaje coherente con atribución de una cierta autonomía personal, aunque esté inmerso en interacciones colectivas y de la tradición. La importancia de la comprensión para el acto creativo del diseñador es que es un proceso intra-subjetivo de entrada a la imaginación; con ella obtiene una sensación de aprehensión consistente de la realidad que como estructura organizada puede ser transformada en algo nuevo y sugerente: un “proceso de traducción en que se transforma algo en otra cosa” (Iser, 2005 p.29).

La estética como un movimiento de la polaridad sujeto – objeto, posa el significado estético de sus representaciones en el medio para desatar un acto interpretativo; el sujeto llena los espacios que el mensaje genera con intención de una lectura para la construcción de sentido. El diseñador plantea el objeto como una interfaz estética con la que busca estimular el interés de los intérpretes de la lectura del conjunto y de los detalles evocadores de otras formas, experiencias y ficciones.

Reflexividad

Es la capacidad que tienen los individuos para intercambiar la información que compone la realidad de la sociedad y la cultura en orden de deconstruirla para construir su propia identidad, voz y valores (Bourdieu 1984). Acude a la razón, los sentidos y la sensibilidad, por tanto, es vista como un proceso que habilita al individuo para identificar su relación subjetiva con la realidad objetiva desde su experiencia personal. En el proceso reflexivo

un individuo comprende quién es y cómo lo externo le constituye (Giddens 1991).

El diseñador como miembro de la sociedad y responsable del diseño estético, enfrenta la dicotomía: autonomía – subordinación. a ideología conforma la estructura del pensamiento y los valores que constituyen al individuo sin mayor oportunidad de autonomía; enfatiza también la hegemonía del aparato ideológico institucional sobre las personas (Žižek, 2001); sin embargo con Giddens y Bourdieu, la reflexividad dota al diseñador de una habilidad de negociación, como la creación de filtros y categorías de la información que debe transformar en una realidad contada y concretada en la forma del objeto y el modo de experimentarle estéticamente; algunos categorías a sintetizar son: 1. el aparato ideológico, institucional; ideas, prácticas, patrones; los estereotipos y arquetipos de la cultura. 2. los principios estéticos que rigen la producción y la experiencia estéticas. 3. las dimensiones del objeto estético: semántica, plástica y simbólica.

Agencia

En Psicología, se entiende como la habilidad de concebir acciones consciente e intencionalmente, en la que la subjetividad del individuo que intenta actuar objetivamente otorga un modo particular de pensar y actuar. La reflexividad soporta la agencia, la cual se mueve entre un cierto grado de autonomía y otro de adecuación a modos de proceder instruidos en los que opera; un sujeto reflexivo intercambia con la estructura social, que es hegemónica sobre el individuo, pero logra una posición para decidir y actuar; un bajo grado de reflexividad le lleva a subsumirse en lo determinado para conectar con la estructura social. (Crouch y Pearce 2013; Giddens 1991.) Para Bourdieu, el autor es un componente valioso en el proyecto de creación porque éste asume una posición dentro de lo que denomina *campo intelectual*: un sistema de relaciones sociales y culturales que restringen y condicionan al sujeto encargado de la creación.

Imaginación como herramienta proyectual

Una actividad cognitiva que se produce en el intercambio de imágenes externas e internas para la producción de otras nuevas. Para que se dé, se requiere de la percepción de objetos físicos, representaciones y patrones, como también de la capacidad e intención de codificarlos, apoyado en una inmersión de la realidad presente.

Como habilidad proyectual, coincidimos con Castoriadis (1999) cuando plantea:

1. El concepto de imaginación como origen de significado creativo a nivel social y colectivo; el diseño está allí inscrito como intervención social, influenciando la formación del gusto y mediando la experiencia estética. Hace una interpretación sensible de esas formas del material empírico que además constituyen unidades lógicas y de objetivos institucionales.

2. Lo imaginario puede ser radical en el sentido de que crea de la nada, pero no creaciones en nada o cuando no hay nada; se desarrollan en un contexto y un modo

de ser del momento sociohistórico. Por lo tanto, están sujetas a restricciones. Aunque el diseñador actúa como un promotor de formación del gusto depende del juicio de las personas en su apreciación.

3. Castoriadis ve el objeto como una entidad intermedia en el cruce del mundo físico y el mundo interior de la mente imaginativa. Y ¿Qué es el objeto? el término objeto aparece como el fin del proceso proyectual, como el producto de unos conceptos estructurados con intencionalidad de organizar una materia dándole apariencia para su utilidad y disfrute estético.

4. Lo que comienza como una imaginación inmaterialmente operativa se materializa mientras permanece impregnada de significado imaginario.

5. La imaginación es un poder formativo para la creación de significado, la imaginación existe antes de nuestras categorías de significado y crea significado por nosotros y para nosotros: ‘esta imaginación está ante la distinción entre lo real y lo ficticio’ que opera en todas las personas, así que el diseñador se mueve en la dicotomía de originalidad – familiaridad, para lo cual debe enfrentar no sólo la distancia entre lo conocido que forma una preferencia y en aquello que de manera tácita se desea aunque no se tenga una imagen de lo que la cosa sea; el diseñador como encargado de anticipar esa creación de significado en una apariencia atractiva, se enfrenta al horizonte de expectativas del que habla Jauss y no sólo con respecto a su audiencia, sino a la coherencia y adecuación que alcance entre lo conceptualizado y lo figurado.

6. Existen cuatro tipos de limitaciones, que la psique humana se impone a sí misma cuando entra en un “tiempo público y un mundo público” (p.150): las limitaciones históricas de las instituciones y el significado en relación con el pasado y la tradición; y las restricciones intrínsecas de las significaciones imaginarias sociales de ser coherentes y completas. Intrínseca del proceso de diseño está la producción de una unidad de síntesis entre conceptos intelectuales y la multiplicidad sensible del entorno que incide en las personas, cuando se reconoce la imposibilidad de conocer, por parte de los diseñadores, todas las representaciones que las conforman.

Conclusiones

El diseñador agencia sus operaciones en una estrecha relación con su campo intelectual, procurando una producción retórica y de figuración en una estructura abstracta que contiene elementos de significación, simbólicos y plásticos como mezcla de los datos del contexto fenomenológico y de sus propias ideas a través de la producción de un mensaje autorreferente; con lo cual su propuesta estética adquiere un carácter de singularidad y de balance entre familiaridad y novedad.

Con la multiplicidad de factores que están envueltos en la creación de la forma del producto, reivindicamos la labor del diseñador como alguien que está implicado no sólo en una trama social, cultural, industrial pero además comprometido con el ser sensible, imaginativo y racional de los individuos que aprecian la forma que el conceptúa para su concreción en el objeto materializado.

Hablar de tomar posición significa pensar que aunque la premisa de masificación y estandarización establece un orden objetivo al diseño formal, el diseñador apuesta a una experiencia estética por el mensaje contenido en la apariencia y en su comprensión de la imagen exterior del objeto que otorga un valor a lo subjetivo.

Referencias Bibliográficas

- Amann, B. (2015) *La Crítica Poética como Instrumento del Proyecto Arquitectónico*. 1ª. Edición. Buenos Aires: Diseño, 2015
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bates, D y Plog, F. (1976). *Cultural Anthropology* (3rd ed.). New York: MC Graw-Hill.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (2010). *El Sentido Social del Gusto. Elementos para una Sociología de la Cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI editores, Argentina.
- Castoriadis, C. (1999). *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos aires: Tusquets.
- Crouch, C. y Pearce, J. 2013 *Doing Research in Design*. Cap. I, II, III. Great Britain: Bloomsby Academic.
- Gadamer, H. (1998). *Verdad y Método I: Retórica, Hermenéutica y Crítica de la Ideología*. Comentarios Metacríticos a Verdad y Método I (1967). (pp. 225-265). www.esnips.com/web/Linotipo.
- Gadamer, H. (1998). *Verdad y Método II: Hermenéutica Clásica y Hermenéutica Filosófica* (1977). (pp. 95-117). Ediciones Sígueme – Salamanca.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Jauss, H. R. (1967). "La historia literaria como desafío a la ciencia literaria". En: Gumbrecht, H. U. (comp.) (1977), *La actual ciencia literaria alemana*. Salamanca, Anaya.
- Kant, I. (2009). *La Construcción Esquemática en Kant, y la Imaginación como Facultad determinada a Priori de la Sensibilidad*. En Patricio Lepe Carrión. <http://serbal.pntic.mec.es/AParteRei>.
- Žižek, S. (2001). *El sublime objeto de la ideología*, Siglo XXI, 2ª ed., México, 2001 (1ª ed., 1992).C

Abstract: The study of how the aesthetics of the object is produced implies looking beyond fundamentals, methods and operations. The designer is a key actor for the articulation and formation of the formal structure with aesthetic sense. As a historically constructed socio-individual he interprets the physical, mental and sensitive reality in which he operates to transform his representations into others as a message in the immaterial and material form of the object. This essay reflects on the distinctive abilities of the designer to transit from the abstract to the legible in capturing information from the context in relation to the way he transforms it into a schema of input values for aesthetic composition.

Keywords: formal structure - aesthetic sense - designer - representation - schematism - aesthetics - context.

Resumo: O estudo de como a estética do objeto é produzida implica olhar além dos fundamentos, métodos e operações. O projetista é um ator chave para a articulação e formação da estrutura formal com senso estético. Como um indivíduo sócio-individual construído historicamente, ele ou ela interpreta a realidade física, mental e sensível na qual ele ou ela opera para transformar suas representações em outras, como uma mensagem na forma imaterial e material do objeto. Este ensaio reflete sobre as habilidades distintas do designer para transitar do abstrato para o legível na captura de informações do contexto em relação à forma como ele as transforma em um esquema de valores de entrada para composição estética.

Palavras chave: estrutura formal - senso estético - designer - representação - esquematismo - estética- contexto.

(*) Claudia Marcela Sánchez: Diseñadora Industrial, Máster en Educación e-learning, Doctoranda en Diseño Universidad de Palermo, reflexiona sobre el diseño de la estética del objeto tanto en su producción y producto, indagando por la Estética y las ciencias humanas, la praxis de los diseñadores y material empírico que permita comprender fundamentos conceptuales, contextos, concepciones, valores distintivos del pensar y actuar del diseño para la estructuración del sentido estético para la conexión con las personas.