

---

**Resumen:** El fenómeno del diseño configura las imágenes del mundo contemporáneo, creando un lugar privilegiado donde poner en ejercicio los dinamismos y efectuaciones de la subjetividad en su afán por constituir el mundo. Su preeminencia afecta por igual al programa de una filosofía fenomenológica futura, como ampliación de la filosofía, y a las consideraciones de la teoría estética contemporánea, como fundamento y base de una futura filosofía del arte. Saber trasladar los resultados a la teoría, en la comprensión de nuestra imagen contemporánea, ampliar esta comprensión, e ir más allá de los límites de nuestro pensamiento, son los objetivos últimos de una fenomenología del diseño.

**Palabras clave:** Diseño - imagen - percepción - imaginación - fantasía - símbolo.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 143-144]

---

<sup>(1)</sup> Universidad de Zaragoza, España.

## Presentación

Esta exposición tiene como punto de partida dos textos iniciales que les reseño a continuación. La síntesis es la propuesta de una aproximación fenomenológica al fenómeno del diseño contemporáneo, en toda su extensión, como aquello que debe repetirse, difundirse y reproducirse para configurar o conformar una nueva visión en la creación de objetos, espacios, artefactos, marcas, prendas y accesorios, telas y patrones, interfaces digitales y software, productos impresos, creación de logotipos, identidades visuales, escenografías y estilos visuales de producción, objetos de comunicación visual relacionados con la promoción y difusión de mensajes comerciales, objetos de producción industrial para el uso humano, espacios habitables e interiores, carteles, tipografías, revistas, portadas de libros, sitios web, y un interminable etcétera.

Esta propuesta teórica es radicalmente fenomenológica y afecta a la filosofía, a la teoría estética, a la filosofía del arte, a la tecnología industrial, la arquitectura, y la producción y difusión comercial, ingeniería, diseño editorial, diseño de ropa y calzado, diseño y negocio, diseño en envase, empaque y embalaje, etcétera.

Por otro lado, el análisis implica todo tipo de producción y recepción de objetos e imágenes: ordenaciones urbanas, edificios y construcciones, moda, utensilios, vehículos, muebles, publicidad, dispositivos, electrodomésticos, telefonía, tipografía, recipientes, instrumentos, tecnología industrial, etcétera.

El primer texto es la intervención del autor en el XII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Fenomenología (SEFe) y en las IV Jornadas Ibéricas de Fenomenología, celebrados en Ciudad Real, España, en octubre de 2018, bajo un título único: La expresión por la imagen. La fenomenología y los nuevos medios. En esta ocasión, tuve la oportunidad de participar con una ponencia de clausura titulada: “Tesis fenomenológica establecida de la imagen”. Posteriormente, en el año 2019, el resultado de esta investigación apareció en el libro *A las imágenes mismas. Fenomenología y nuevos medios*, editado por las autoras, M<sup>a</sup> Carmen López Sáenz y Karina P. Trilles Calvo, y publicado por Ápeiron Ediciones bajo el título: “Ampliación fenomenológica de la imagen en los nuevos medios” (Álvarez Falcón, 2019: 71-88). En el citado trabajo, tres fueron los ejes sobre los que pivotó la propuesta: el carácter prolífico y metamórfico de la imagen, su sobredimensionamiento, y la virtualidad e infigurabilidad de la imagen en los nuevos medios.

Se plantearon dos imperativos teóricos en la descripción del estatuto fenomenológico de la imagen:

En primer lugar, la necesidad de una exposición de la tesis fenomenológica establecida de la imagen. La nueva imagen en los nuevos medios es un tipo de síntesis objetiva, pero doble, de manera que objetiviza la percepción ausente. Hay un Bild-objekt, con o sin soporte físico, que aparece y representa un Bild-sujet, de manera que un fictum remite, en el presente, a algo en “cuas-posición”.

En segundo lugar, se exige hacer ver que, efectivamente, se está imponiendo un nuevo tipo de imágenes que cada vez se acercan más a lo que es el arte: un constructo de fantasías perceptivas que incitan la experiencia estética originaria, pero sin que tales imágenes constituyan arte en la acepción institucionalizada. Se trataría de una especie de virtualización de la imagen, es decir, que lo que ocurre en la escala fenomenológica es controlado técnicamente en la escala macroscópica de la praxis objetiva y cotidiana. Es una tarea que, fenomenológicamente, está por hacer (Álvarez Falcón, 2019: 71).

La tesis provisional de este primer texto fue decisiva. Las imágenes de nuestro mundo, su diseño, su exhibición y los modos de difusión son el resultado de una sobredimensión. En esta metamorfosis desproporcionada comprobamos cómo la objetividad es subrogada por la aparición de una imagen, cuya infigurabilidad comparte con el arte lo infigurable “percibido” en fantasía.

A continuación, un año después, en el año 2020, y con motivo del V Coloquio internacional de investigadores en diseño, celebrado en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Argentina, las conclusiones anteriores fueron expuestas en un segundo texto. En el Cuaderno 109 del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, y como resultado de la citada exposición, se publicó el trabajo: “Fenomenología del diseño: la reproducibilidad y el diseño de las imágenes, de los espacios, de los tiempos y de los afectos” (Álvarez Falcón, 2020: 153-161). De este modo, los resultados expuestos en la Sociedad Española de Fenomenología fueron ampliados, por primera vez, en el contexto práctico del diseño, en lo que ya podemos llamar una “fenomenología del diseño”, en toda

la amplitud del término. En este segundo estudio, tres fueron las tesis que se defendieron en la propuesta: la repetibilidad del diseño en tanto fenómeno artístico, la contradicción esencial del diseño, y el diseño como fenómeno extremo.

La repetibilidad del diseño pone en juego los pares conjugados de nociones descriptivas fenomenológicamente. Su aproximación desde la filosofía fenomenológica conlleva, en primer lugar, una distinción entre la experiencia estética, la experiencia artística y la percepción del mundo en tanto imagen. Además, el fenómeno muestra en ejercicio los dinamismos y efectuaciones de la subjetividad en su constitución del mundo de la vida, de la objetividad de las cosas y de su representación perceptiva, imaginativa y fantástica. En ambas aportaciones, tanto desde el arte como desde la filosofía, el fenómeno del diseño pone en juego la temporalidad y la espacialidad y, por consiguiente, la corporalidad y la afectividad, tal como ocurre en la experiencia artística, pero con un matiz diferente. La unicidad, la identidad, la repetibilidad y la reproducibilidad aparecerán como estos pares conjugados que muestran que el diseño es un fenómeno extremo del arte. Extremo por tensar su experiencia, exhibiendo una aparente contradicción, y extremo por colindar con la experiencia artística. La tesis provisional de este segundo texto concluyó que el diseño, sin ser arte, y de un modo contradictorio y extremo, aspira a proyectar el mundo en imágenes, pero más allá de la imaginación.

Los dos textos expuestos contribuyen a la indagación sobre el estatuto fenomenológico de la imagen en el diseño. A continuación, podrán encontrar la convergencia en un marco arquitectónico, puramente fenomenológico, de las dos tesis provisionales expuestas. De este modo, describiré las relaciones espaciales, temporales, afectivas y corporales que aparecen en la imagen en el diseño, en toda su extensión.

Tras las dos referencias bibliográficas indicadas, tomando como eje la exposición que hoy les presento, la discusión quedará contextualizada, en el año 2021, en dos últimas intervenciones: el XVI Encuentro virtual Latinoamericano de Diseño, en Buenos Aires, Argentina, y el II Congreso Interinstitucional de Investigación en Diseño, en León, Guanajuato, México. Cuatro años de trabajo, que van desde 2018 a 2021, estarán referidos en cinco textos. Los resultados de esta investigación darán luz al estatuto fenomenológico de la imagen en el diseño, contribuyendo a la consolidación de una fenomenología del diseño en el marco de las denominadas metodologías fenomenológicas multisectoriales (MPhM).

## **El fenómeno del diseño entre la experiencia estética y la experiencia artística**

La primera cuestión que debemos aclarar es la distinción fenomenológica entre experiencia estética y experiencia artística. Esta diferenciación es clave para entender la aproximación al fenómeno del arte y la ubicación del fenómeno del diseño en una arquitectónica fenomenológica. Para proceder a esta distinción crucial es preciso diferenciar los diversos niveles o estratos que surgen tras la reducción fenomenológica.

En primer lugar, aparece el estrato de la objetividad, que se caracteriza por su intencionalidad y por su posicionalidad. Este estrato tiene dos variantes: una efectiva, el mundo de los

objetos, y otra imaginaria, el mundo de las representaciones imaginativas. La distinción se basa en el criterio según el cual lo que se nos enfrente (*Gegenstand*) esté presente o ausente. A continuación, en segundo lugar, encontramos el estrato de lo artístico, constructo no objetivo, percibido en fantasía que, según Husserl, puede ser ficción perceptiva o ficción meramente reproductiva (Husserl, 1980: 506-519), según la imagen básica esté dada físicamente, o bien dada en las palabras pronunciadas o escritas del arte narrativo. Las obras de arte, o constructos artísticos, tienen una extraña consistencia, una especial "objetividad". El propio Husserl nos dirá que son construcciones prescritas, impuestas, de manera análoga a aquellas en que se nos imponen las cosas de la realidad efectiva (Husserl, 1980: 519).

Y, por último, en tercer lugar, encontramos el estrato de lo estético, donde se experimentan las fantasías puras como fenómenos de mundo (Husserl, 2002: 294). En ese nivel, la "experiencia" parece haber llegado al límite, puesto que parece que ya no puedo llevar a término una abstención del cumplimiento de la experiencia de sí (Husserl, 2002: 294). La abstención, *epokhé*, o inhibición, llega hasta el sujeto. En tal experiencia estética, la representación griega de un dios o de un cuadro, por ejemplo, me aprehende de manera que vivo completamente en la imagen y quedo sustraído a la realidad efectiva (Husserl, 2002: 314). En conclusión, la reducción fenomenológica, paralela a la reducción estética, nos muestra tres niveles de experiencia: una experiencia de lo objetivo, efectivo o imaginario, una experiencia de lo artístico y una experiencia de lo estético, es decir, el nivel de lo objetivo, el nivel de lo artístico y el nivel de lo estético. La pregunta que debemos hacernos ahora es: entre lo objetivo, lo artístico y lo estético, ¿en qué lugar ubicamos el fenómeno del diseño? Esta es la clave de la espinosa cuestión que vamos a plantear de aquí en adelante.

Husserl no establece diferencia entre la competencia requerida para ver un objeto cualquiera, para mirar un paisaje estéticamente característico, o para contemplar una obra de arte. Se trata, en los tres casos, de que la efectividad de ser de lo visto cambie nuestro interés. En esas tres maneras de ver, mirar o contemplar hay un cambio de cumplimiento en la experiencia, por el que lo experimentado se convierte en simple fenómeno, aunque en la intención que subyace no se cuestione lo que es efectivo o no.

La segunda cuestión que debemos aclarar es la distinción fenomenológica entre percepción, imaginación y fantasía. Tras la reducción fenomenológica, esta distinción surge de la diferenciación que acabamos de hacer entre lo objetivo, lo artístico y lo estético; entre la experiencia del mundo de los objetos, la experiencia de las obras de arte y la experiencia estética. En el proceso de reducción pasamos por tres fases: la experiencia de objetos en la percepción intencional y en la reproducción imaginativa, la experiencia artística percibida en fantasía y la experiencia estética también en fantasía, pero pura o mera fantasía. Por consiguiente, la cuestión que se plantea es: ¿cómo se escinde la imaginación y la fantasía en tres estratos, uno objetivo, uno artístico y otro específicamente estético?

En consecuencia, como tercera cuestión, es necesario diferenciar, fenomenológicamente, el régimen de la imaginación y el régimen de la fantasía. Para ello, en primer lugar, deberemos entender las similitudes entre la percepción objetiva y la imaginación, ambas en el nivel de la objetividad, para después poder distinguir la imaginación de la fantasía. Es preciso distanciar la fantasía de la objetividad y de la imaginación, que no es sino su ampliación. Además, deberemos discriminar las dos modalidades de fantasía, una perceptiva con identidad y otra absolutamente libre, sin posibilidad alguna de sedimentación ni de formación de hábitos.

La imaginación, al igual que la percepción, transcurre en un régimen de objetividad, donde las síntesis que constituyen la realidad son activas, reproductivas y con identidad. La fantasía, sin embargo, es un territorio proteiforme, fluctuante, discontinuo y fugaz, donde las síntesis son pasivas y sin identidad (Richir, 2000: 61-166). Entre la conciencia de imagen y la conciencia objetiva puede haber confusión, porque ambos tipos de conciencia colaboran en la constitución del mundo objetivo vivido, bien en presencia o bien a distancia. En el caso de la imaginación, esta constitución se debe a la síntesis duplicada de la reproducción imaginativa. En el caso de la percepción, obedece a una síntesis simple.

El nivel de la fantasía, sin embargo, es libre, e incluso arbitrario, posee una discrecionalidad no atada por constricción objetiva alguna. Al igual que la percepción, también es un régimen inmediato, directo, es decir, que no se refiere a la realidad de modo indirecto, simbólico, imaginario, sino de modo tan directo como en la vida cotidiana percibimos objetos, pero sin atender a sensaciones previas. Por un lado, la fantasía posee un carácter de libertad que le separa de la percepción; por otro lado, su carácter de inmediatez, le separa de la imaginación.

Por último, y como cuarta cuestión, entre el nivel arquitectónico de la objetividad (percepción e imaginación) y el nivel de la pura fantasía, o mera fantasía, encontramos un nivel intermedio configurado por fantasías perceptivas. Este es el estrato de lo artístico (constructo no objetivo percibido en fantasía) que media entre el estrato de lo objetivo (percepción e imaginación) y el estrato de lo estético (fantasía pura). Decimos que es un nivel intermedio porque comparte con el nivel de la objetividad las síntesis activas de la percepción y de la imaginación reproductiva, y, por otro lado, comparte con el nivel de la fantasía las síntesis pasivas propias de este régimen. De esta forma, el estrato de lo artístico (fantasías perceptivas) media entre el estrato de la objetividad (percepción e imaginación) y el estrato de lo estético (fantasía pura).

## **La espacialidad, temporalidad y afectividad del diseño**

Llegados hasta aquí debemos preguntarnos dónde ubicar fenomenológicamente el fenómeno del diseño en toda su amplitud y alcance. Esta resituación conlleva el cuestionamiento de algunas categorías de la teoría estética contemporánea, pero, además, pone en juego las sistematizaciones teóricas que abordan el fenómeno de lo estético y de lo artístico. La filosofía describe esta cuestión desde una escala fenomenológica donde trasladar los resultados de la práctica artística y técnica. Estos resultados han de incorporarse a las diferentes prácticas como avance en el conocimiento. El impacto de estos resultados ha de servir para mejorar la experiencia que cotidianamente tenemos de las imágenes y del mundo vivido, en un espacio modulado, en un flujo diverso de temporalidad, en la vivencia del cuerpo interno como célula de espacialización y de temporalización, y en la afectividad como origen de sentido.

El fenómeno del diseño nos muestra una transición en la escala fenomenológica: la que media entre el nivel de lo objetivo y el nivel de lo artístico. El carácter extremo del diseño como fenómeno estriba en su proximidad a la experiencia artística, sin desligarse de su

funcionamiento puramente perceptivo e imaginativo y de su praxis en el mundo interobjetivo. Esta cuestión es crucial, y se exhibe de forma patente en la imagen de un mundo intersubjetivamente compartido. El diseño escapa a la definición de arte, pero es arte en un extremo, bien sea por su percepción imaginativa, bien sea por su simbología, por su utilizabilidad, habitabilidad u hospitalidad, bien sea por su estabilidad en un mundo circundante y configurado representativamente,

No hay manera de abordar el fenómeno del diseño exclusivamente a partir de su condición de objeto percibido. Si se intenta, quedará anulada su capacidad estética, y lo que se analice será estrictamente técnico y objetivo. Es, pues, sólo la presencia de una experiencia estética lo que discrimina lo artístico de lo meramente objetivo. En tanto que la apariencia transfigure la objetividad ordinaria de las cosas, el diseño compartirá la universalidad del arte sin llegar a tener el estatuto ontológico de sus obras. En tanto que mantenga su carácter objetivo de cosa, artilugio, utensilio, adorno o artefacto, el diseño participará de la necesidad del mundo de los objetos sin llegar a ser un verdadero objeto, siendo, más bien, un proto-objeto, pseudo-objeto, hiper-objeto u objeto implosionado.

Esta fecunda contradicción exige aclarar qué es lo que ocurre en ese territorio privilegiado de la objetividad, próximo al régimen fenomenológico donde se dan las condiciones de la experiencia artística. De ahí que califiquemos el fenómeno del diseño como un fenómeno extremo. Su aparente superficialidad y su categorización por la teoría estética, por la industria y el mundo del arte, le dan un estatuto aparentemente secundario. Sin embargo, su ostensión pone en juego los dinamismos de la subjetividad en su afán por constituir la realidad y su sentido; por constituir la imagen del mundo, en definitiva. Si lo artístico media entre lo objetivo (percepción, imaginación) y lo estético (fantasía), el fenómeno del diseño, en toda su diversidad de apareceres, transita entre lo objetivo y lo artístico, constituyendo de por sí un fenómeno transicional.

A continuación, tras la reducción fenomenológica, sobre el eje horizontal de abscisas (lo objetivo, lo artístico y lo estético), situaré un eje vertical de ordenadas compuesto por la espacialidad, la temporalidad y la afectividad. En cada uno de los niveles de este eje horizontal (lo objetivo, lo artístico y lo estético), veremos modularse la experiencia del espacio, del tiempo y de los afectos. Estas modulaciones tomarán la vivencia del cuerpo como punto cero, tanto de espacialización como de temporalización y afectividad. Tal representación cartesiana nos servirá para ordenar las aparentes contradicciones que siempre han caracterizado al diseño en todos sus campos de aplicación.

En primer lugar, hablaremos de la espacialidad en una aproximación topológica. Tras la reducción, la dimensión espacial queda modulada en tres niveles de espacio. En el nivel de lo objetivo (perceptivo e imaginativo), el mundo de los artefactos y los objetos, encontramos una espacialidad objetiva ya hecha, como espacio métrico de puntos y distancias, en la que los sujetos operatorios comparten, aproximadamente, los mismos objetos. En el nivel intermedio de lo artístico (fantasías perceptivas), hallaremos una espacialidad de orientación, donde se distingue la interioridad de la exterioridad, donde se manifiesta la interioridad frente a una exterioridad dimensionada, sin que esa espacialidad necesite el anclaje de unas distancias fijas. Clásicamente, a ese espacio se le ha denominado lugar, *tópos*. Podemos hablar de ese espacio de intermediación como un espacio topológico, o espacio de situación (de *sinere*, asignar un lugar), con sus dos funciones básicas de orien-

tación y exteriorización. Sería equivalente a lo que ocurre en el nivel de lo objetivo con la topología matemática, con sus nociones precisas de entorno abierto, vecindad, puntos límites o de acumulación, conjuntos cerrados, clausura, frontera, etc. Y, por último, en el nivel de lo estético (fantasía pura) encontraríamos una espacialización originaria que se corresponde con el hacerse de la espacialidad.

En los tres niveles de espacio, la espacialidad se escinde en una espacialidad de orientación y otra métrica (Sánchez Ortiz de Urbina, 2014: 379-400). La espacialidad topológica de orientación anima, desde dentro, la espacialidad métrica de distancias, del mismo modo que el proceso esquemático de espacialización anima la espacialidad de orientación. La espacialidad topológica de orientación es un espacio con lugares, pero sin distancias, en el que un ego-cuerpo como centro de orientación establece lo que es interior y lo que es exterior. La consideración del espacio de intermediación como espacio topológico (orientación-localización-exterioridad) permite que el espacio métrico intersubjetivo se generalice en el mundo de los objetos. En lugar de un centro absoluto de coordenadas, tenemos un centro de orientación y, previo al espacio medible según dimensiones exactas, tenemos direcciones privilegiadas de acción: aproximación-lejanía, derecha-izquierda, arriba-abajo. Así pues, la espacialidad topológica que media entre la espacialización y el espacio objetivo, es un espacio de orientación, no de coordenadas; un espacio de lugares, no de distancias; un espacio en el que se abre la interioridad, frente a la exterioridad. La Tierra, en este espacio de intermediación, no es cuerpo sino suelo. Además de espacio de orientación, el espacio intermedio es un espacio de lugar. En la perspectiva fenomenológica que ha detenido e invertido la continuidad natural, ni los objetos, ni la Tierra, ni el Ego como cuerpo vivido (*Leib*) son cuerpos naturales, con movimiento natural. En ese caso, no hay distancias desde un centro privilegiado, sino direcciones privilegiadas desde un centro de orientación cuyo aquí absoluto es un *topos*, un lugar que toma al cuerpo como aquí absoluto, como cuerpo interno, como *Leib kinestésico*, que ya no es el sujeto natural, el sujeto de praxis en el mundo objetivo. Los ejes de orientación del cuerpo son previos a los ejes cartesianos de la espacialidad métrica y objetiva.

Este espacio de intermediación que media entre el espacio métrico, objetivo, y la espacialización originaria es el espacio en el que es posible la experiencia artística. Pero, anteriormente, habíamos dicho que el fenómeno del diseño transita entre el nivel de lo objetivo y el nivel de lo artístico, y que esta transición a lo artístico, sin despegar de lo objetivo, configura su carácter extremo. El diseño se muestra en su condición de artefacto en una espacialidad objetiva, métrica, pero despega de esa espacialidad en su carácter de expresión artística. Esta tendencia a sobrepasar el nivel de lo objetivo para ingresar en el nivel de lo artístico se manifiesta en el paso de la espacialidad objetiva al espacio, que hemos denominado espacio de intermediación. De este modo, podremos entender que la experiencia del diseño se dé en un espacio de orientación, no de coordenadas, en un espacio de lugares, no de distancias, en un espacio en el que se abre la interioridad frente a la exterioridad dimensionada, en un espacio que toma al cuerpo vivido, al Leib, como centro insituable de orientación ante el mundo de los objetos, de los utensilios, de los artefactos, de los lugares habitables, de las ordenaciones urbanas, de las identidades visuales, escenografías y estilos visuales de producción.

El habitar, el estar a la mano (*zuhandenheit*), el configurar el entorno, la apropiación del estilo, la utilizabilidad, la comodidad, el confort, la identidad visual, son algunas propiedades



que se constituyen en esta vivencia de una espacialidad de lugares que toma al cuerpo propio como origen y esbozo de sentido. El diseño no se adapta al cuerpo objetivo, sino que se configura en torno al cuerpo vivido, modificando la experiencia de esta vivencia y constituyendo en torno al cuerpo interno su lugar-suelo-hogar y el sentido que lo vuelve mundo, su espacio de orientación. Son múltiples las experiencias que reubican el fenómeno del diseño en el tránsito a este espacio intermediario: la arquitectura, el interiorismo, el diseño de vehículos, el calzado, el mobiliario, las prendas y tejidos, el diseño ergonómico de instrumentos, el diseño digital y de interfaces, el urbanismo, el diseño industrial, y un largo etcétera.

Otro tanto ocurrirá cuando abordemos el fenómeno del diseño desde la temporalidad. Distinguiremos un estrato de temporalidad objetiva correspondiente al nivel de lo objetivo, donde las síntesis son las objetividades percibidas en la praxis del mundo vivido; un estrato de temporalidad propio de las síntesis que consisten en percepciones de fantasía en el nivel de lo artístico; y un estrato de temporalización, en el nivel de lo estético de formación de sentidos, en el que “se hace” el tiempo. En los niveles de lo estético y de lo artístico, no hay presentes, sino fases de presencia, y en el nivel de lo objetivo, hay presentes y hay continuidad. Habrá, pues, un tiempo objetivo, propio del nivel donde se sintetizan los objetos en el mundo vivido, tiempo objetivo separado del espacio objetivo. Es una temporalidad continua, anclada en presentes sucesivos, con simultaneidad de los distintos observadores. Habrá, después, un tiempo espaciado, discontinuo, con protenciones que remiten directamente a retenciones, y retenciones que remiten igualmente a protenciones, “en presencia” o “fases de presencia”; temporalidad sucesiva y discontinua, espacializada, propia de las síntesis no objetivas, pero identificables, que constituyen la experiencia del arte. Y habrá, finalmente, una temporalización/espacialización, en el nivel originario de lo estético, donde se hacen y deshacen los sentidos.

Tras la reducción fenomenológica, encontramos, en primer lugar, un tiempo fenomenológico objetivo, que no es el tiempo objetivo cósmico, sino la temporalidad del mundo vivido de objetos, una temporalidad continua de presentes. Habrá también un nivel de temporalidad fenomenológica espaciada, espacializada, discontinua, según el ejemplo de la escucha de una melodía; es la temporalidad propia del nivel de lo artístico, la temporalidad espaciada que corresponde a síntesis de identidad no objetivas, percepciones de fantasía. En este nivel, no habrá ni presentes, ni continuidad, ni simultaneidad. Es una temporalidad flexible, de mera sucesividad, y que se vive en el cuerpo interno junto al espacio de lugares. El tiempo espaciado fenomenológico rompe la uniformidad homogénea y continua que caracteriza tanto al tiempo de la actitud natural y de la ciencia clásica, como a la temporalidad del tiempo objetivo después de la reducción (Sánchez Ortiz de Urbina, 2014: 351-378). A la temporalidad espaciada como temporalidad propia del estrato de intermediación de lo artístico, le corresponderá un espacio temporalizado, que es justamente la exterioridad frente a la interioridad, la espacialidad topológica estricta, el espacio de lugar. A la temporalidad objetiva y continua del nivel del mundo vivido, le corresponderá otra espacialidad, también objetiva, tridimensional, con puntos y distancias. Y a la temporalización sin flujo del nivel originario de lo estético le corresponderá una espacialización, pero no espacialidad, que corresponde con el hacerse del espacio y del tiempo. En el nivel de lo objetivo, encontraremos una espacialidad y temporalidad ya hechas, como espacio métrico, con puntos y distancias, conjugado con el tiempo continuo de presentes, siendo la simultanei-



dad la que liga la continuidad espacial a la temporal. En el nivel intermedio de lo artístico, en conjugación con una temporalidad espaciada sin presentes, descubriremos una espacialidad de orientación.

Una vez más, el fenómeno del diseño nos muestra la experiencia del tránsito entre la temporalidad objetiva y continua del mundo de los objetos, la temporalidad de presentes continuos, irreversible, y la temporalidad espaciada sin presentes de la experiencia del arte. Son muchos los ejemplos que podemos traer a colación. La relación entre el fenómeno del diseño y esta temporalidad espaciada es evidente, aunque nunca haya sido tematizada: la moda en el diseño textil, el coleccionismo, la vigencia, lo efímero, la caducidad, la actualización en el diseño digital, el estilo en el diseño gráfico, la obsolescencia en el diseño industrial, el desuso, el pastiche, el “retro” en el diseño de mobiliario o el “vintage” en el diseño de complementos. Algunos fenómenos de esta naturaleza se exhiben como indicio de un tránsito desde la temporalidad de la percepción objetiva (e imaginada), que se da en un tiempo de continuidad de presentes, el tiempo objetivo, hasta la temporalidad de la presencia, que es la sucesividad temporal, el componente central de la temporalidad en el territorio de lo artístico.

La misma transición entre lo objetivo y lo artístico que hemos descrito en la espacialidad y en la temporalidad del fenómeno del diseño, la volvemos a encontrar en el nivel de la afectividad (Sánchez Ortiz de Urbina, 2014: 427-448). En el nivel objetivo del mundo vivido, los movimientos del ánimo están “separados” de las configuraciones objetivas, de la misma manera que, en ese nivel, el espacio homogéneo está separado del tiempo continuo. Ahora bien, como ocurría en los análisis anteriores, es tanta la distancia existente entre las afecciones de fantasía, propias del nivel de lo estético, y los afectos emocionales, propios del nivel de lo objetivo, que se requiere una configuración afectiva de intermediación. A estas afecciones intermediarias, propias del nivel de lo artístico, que median entre lo objetivo y lo estético, podemos denominarlas, convencionalmente, sentires o sentimientos.

En el nivel en el que aparece el fenómeno del diseño, la fuerza afectiva radica en el tránsito de las emociones a los sentimientos. Los sentimientos son los movimientos del ánimo cuando este se enfrenta a fantasías perceptivas. Son la manifestación de la fuerza de la afectividad en el nivel de lo artístico. Los afectos o emociones del mundo objetivo, sin embargo, promueven la acción intersubjetiva con objetos diferenciados intencionalmente. Desde el nivel de la afectividad, el fenómeno del diseño se ubicará en el paso de los afectos objetivos, o emociones prácticas, a los sentimientos en el nivel de lo artístico. De este modo, la fuerza afectiva radicará en la transición de los afectos y emociones, conectadas con el éxito de las operaciones prácticas, a los sentimientos. Mientras que, en el nivel de lo objetivo, de la praxis objetiva, la fuerza actuante es la de los afectos y emociones, ocasionalmente promovidos por un vector fuertemente intencional, animado por significados con vistas a una acción, la fuerza de las afecciones o sentimientos en el nivel de lo artístico estará “controlada” por significatividades que resultan ser hábitos kinestésicos en el cuerpo vivido, en una temporalidad espaciada y una espacialidad topológica de orientación.

Los sentimientos se mantienen a distancia de la praxis. Se sitúan entre las afecciones y los afectos. Todos los análisis de los sentimientos los sitúan como las fuerzas afectivas que se corresponden con las fantasías perceptivas. Y, como precisamente es el arte, la experiencia artística (no estética), la que está radicada en este nivel intermedio, será la experiencia del

arte el lugar privilegiado para la experimentación, elaboración y socialización de los sentimientos. En el caso del diseño, esta experimentación, elaboración y socialización de los sentimientos se muestra como una transición de lo objetivo a lo artístico, terreno privilegiado donde se sitúa este laboratorio sentimental, donde los sujetos operatorios proceden, por reducción, a sublimar sus afectos, emociones y pasiones en sentimientos compartidos, tan matizados y complejos como puedan ser las sutilezas que regulan la convivencia.

Tal laboratorio sentimental es recreado en la íntima apropiación compartida de las imágenes, de los utensilios, de los envases, de las líneas, formas y funcionalidades, de la utilizabilidad, habitabilidad u hospitalidad, de los elementos, componentes, potenciales, tendencias, estilos y gustos, de las ordenaciones urbanas, obras arquitectónicas, moda, vehículos, muebles, publicidad, interfaces, electrodomésticos, telefonía, tipografía, envases, instrumentos, tecnología industrial, etc. El resultado es un mundo con arreglo a la concordancia, ajustes y desajustes, de experiencias efectivas y posibles, correctas y previsibles, con certeza previa, pero con la vivencia íntima de una singularidad universal. La síntesis de mi propia concordancia de experiencia con la de otros da lugar a la experiencia común del mismo mundo, circundado por las imágenes del diseño.

## El diseño como proceso de simbolización y génesis de identidad

Por último, deberemos abordar el proceso de simbolización que constituye el diseño y su identidad en la experiencia del mundo de los objetos. Este será un trasunto crítico y fundamental para cerrar la exposición teórica que he iniciado en este análisis. Siguiendo la estructura trimembre propuesta, lo objetivo, lo artístico y lo estético, veremos, a continuación, cómo el diseño se convierte en símbolo en su tránsito de lo objetivo a lo artístico, coincidiendo con el ingreso en la región del inconsciente simbólico, y como paso previo a lo que denominamos Institución (*Stiftung*). En esta transición, la subjetividad “aterriza” en el territorio simbólico, donde se produce la inserción concreta y singular del sujeto en una institución simbólica compartida intersubjetivamente.

La simbolización aparece en la relación entre el lenguaje y la lengua. El lenguaje es el registro propio del nivel fenomenológico originario, donde tiene origen la experiencia estética y donde se inicia el sentido. Sin embargo, la lengua, estabilizada intencionalmente con los significados, ocupa el nivel de lo objetivo, el nivel fenomenológico en el que un sujeto operatorio consigue síntesis objetivas de identidad. Símbolo (*Symbállô*, *Symbolê*, *Symbolon*) significa, etimológicamente, “reunión”, “contrato”, “poner de acuerdo”, “encontrarse con”. Simbolizar implica organizar mediante alguna actividad, componer lo separado. El símbolo no trata de sustituir, sino de organizar lo que está más bien indeterminado. El símbolo tiene una función práctica de determinación. La acción subjetiva que transcurre a través del símbolo perfecciona el objeto del símbolo. Son las fantasías perceptivas, la actividad propia del ego, ya identificado en el nivel que transita a lo artístico, las que organizan, simbolizan, los materiales indeterminados aportados a la experiencia.

Simbolizar es la praxis humana que estabiliza, aunque todavía sin objetivar, el lenguaje que se está haciendo, y en esto el diseño será un indicio de esta estabilización. Hablaremos,

pues, de dos instancias de simbolización. Una en el mundo puramente objetivo y otra en el tránsito hacia el nivel de lo artístico. El paso del objeto técnico a la obra de diseño (des-objetivación) es fácil, es el paso de una simbolización a otra: la simbolización que produce la identidad de las fantasías perceptivas y la que corresponde a la identidad de los objetos prácticos. Esa organización que realizan las fantasías perceptivas, en el paso de lo objetivo a lo artístico, dará estabilidad al lenguaje, aunque todavía no lo institucionalice. Es lo que denominamos la primera instancia de simbolización. Sólo cuando una determinada organización se imponga, y quede privilegiada, podremos hablar de institución simbólica, y esta será la denominada segunda instancia de simbolización.

La simbolización es la operación en la que las fantasías perceptivas constituyen signos lingüísticos, otorgándoles una identidad que se impone y, posteriormente, se institucionaliza. Las significaciones, o simbolizaciones objetivas, propias del nivel de lo objetivo, darán paso a estos signos lingüísticos. En este paso de lo objetivo a lo artístico, de las significaciones a los signos lingüísticos, se conformará el fenómeno del diseño en tanto símbolo, constituyéndose posteriormente en institución simbólica (*Stiftung*). Cuando un sistema simbólico esté consolidado, su aceptación será necesaria.

En su condición de símbolo residirá la identidad y la contradictoria universalidad que enfrenta al diseño con las obras de arte. La aspiración a esta universalidad vendrá determinada, en primer lugar, por su difusión reiterativa a través de la reproducción serial de formas, proporciones, estructuras lógicas, logaritmos, objetos, utilidades, espacios habitables, etc.; y, en segundo lugar, por su intrusión en el ámbito de la experiencia artística, sin constituir arte en un sentido estrictamente fenomenológico. En tanto apariencia de ciertos productos, en cuanto a sus líneas, formas y funcionalidades, el diseño tenderá a su aspirada universalidad sin llegar a ser arte. En tanto que dicha apariencia transfigure la objetividad ordinaria de las cosas, el diseño compartirá la universalidad del arte sin llegar a tener nunca el estatuto ontológico de sus obras.

Pero, en cualquier caso, el diseño configurará una comunidad, no sustantivable todavía en forma de sociedad o de humanidad; una comunidad de sujetos agregados, no segregados, que comparte anónimamente una misma experiencia, que se configura en el mundo objetivo, pero que despega y trasciende sus límites hacia un mundo compartido y universal, pero singular e íntimo en la familiaridad de su experiencia. Esta comunidad, que se da cita en el fenómeno del diseño, configura el fundamento de un nuevo modo de comunicación, cuyas funciones lúdicas, emancipatorias, reactivas, e incluso subversivas, forman la imagen de un mundo en permanente construcción.

## Sobre una fenomenología del diseño

Tal como hemos indicado a lo largo de esta exposición, el fenómeno del diseño es un lugar privilegiado donde poner en ejercicio los dinamismos y efectuaciones de la subjetividad en su afán por constituir el mundo. Su preeminencia afecta por igual al programa de una filosofía fenomenológica futura, como ampliación de la filosofía, y a las consideraciones de la teoría estética contemporánea, como fundamento y base de una futura filosofía del arte.

El carácter prolífico y metamórfico de la imagen en el diseño, su sobredimensionamiento, y su virtualidad e infigurabilidad en los nuevos medios de transmisión, se unen a su repetibilidad, su contradicción esencial y su carácter extremo.

En el análisis que hemos desplegado, hemos podido observar cómo la aproximación al fenómeno del diseño ha puesto en ejercicio todos los conceptos, categorías, distinciones y problemas que conciernen a la fenomenología: la distinción fenomenológica entre experiencia estética y experiencia artística, la arquitectónica fenomenológica, la reducción fenomenológica paralela a la reducción estética, la distinción entre percepción, imaginación y fantasía, la intermediación de las fantasías perceptivas, la transicionalidad entre el nivel de lo objetivo y el nivel de lo artístico, la modulación de la experiencia de la espacialidad, de la temporalidad y de la afectividad, tomando el cuerpo, la corporalidad, como eje de estas modulaciones, el proceso de simbolización, la significatividad, el proceso de comprensión, etc.

Desde una perspectiva puramente estética, esta aproximación ha exhibido los grandes problemas de la teoría estética contemporánea: las condiciones que hacen posible la experiencia estética, la autonomía/heteronomía de la experiencia estética y de la experiencia artística, la identidad del arte, el estatuto ontológico de sus obras, la unicidad, identidad, repetibilidad y reproducibilidad de los objetos artísticos, la dialéctica artefacto-obra, las vanguardias artísticas, la industria cultural, los géneros, los cánones, la institucionalización, etc. El fenómeno del diseño reactiva los viejos problemas de una denominada “Estética fenomenológica” (Álvarez Falcón, 2009: 173-206), pero, además, exhibe las actuales dificultades de una fenomenología renovada como reformulación filosófica del devenir de la filosofía contemporánea, desde los albores del siglo XX hasta la actualidad. Funciona como una extraña “luz negra” que pone en evidencia aquellos aspectos que la filosofía clásica no ha terminado de elucidar, siendo una prueba de resistencia para todas las sistematizaciones que han pretendido aproximarse a la naturaleza de la imagen y a su configuración como imagen del mundo.

La actualidad demanda una oportuna reflexión sobre el fenómeno del diseño desde las categorías estéticas y filosóficas. Cada vez son más las aproximaciones teóricas, honestas y rigurosas, que hacen del diseño un lugar desde donde desplegar los avances en el conocimiento (Infante del Rosal, 2019: 11-14). La urgente necesidad de una “Fenomenología del diseño” queda justificada tanto desde la práctica real del mundo de la vida como desde la fundamentación filosófica de la naturaleza de la subjetividad en su contacto con las cosas, con los otros y con la génesis del sentido y del mundo. No se trata de una parcelación más del saber, o de una especialización técnica sobre una determinada parcela del quehacer humano. Tras el fenómeno del diseño encontramos toda una trama y una urdimbre de lo humano, como punto de partida donde ejercitar los mecanismos que hacen posible nuestro encuentro con la constitución de la realidad. Es por ello por lo que no hablamos simplemente de una disciplina más, sino, más bien, de un marco paradigmático donde ensayar los avances y retrocesos de la filosofía de hoy.

El distanciamiento, el extrañamiento y la des-objetivación se unen a la cercanía, la familiaridad y la utilizabilidad de los objetos y de las imágenes del diseño. Una fecunda contradicción en el seno de este fenómeno en cuanto fenómeno avala las vanguardias artísticas del siglo XX y los cambios en nuestra percepción de la vida cotidiana. La filosofía, y en este

caso, la filosofía fenomenológica, ha de saber trasladar sus conclusiones a los grandes retos de la actualidad y del tiempo por venir. En las fronteras, en los límites, lindes y veredas, es donde se dirimen los conflictos, los avances y las contiendas. El fenómeno del diseño representa hoy este extraordinario confín. Saber trasladar los resultados a la teoría, en la comprensión de nuestra imagen contemporánea, ampliar esta comprensión, e ir más allá de los límites de nuestro pensamiento, son los objetivos últimos de una fenomenología del diseño.

## Bibliografía

- Álvarez Falcón, L. (2009). *Realidad, arte y conocimiento. La deriva estética tras el pensamiento contemporáneo*. Madrid: Horsori.
- Álvarez Falcón, L. (2019). “Ampliación fenomenológica de la imagen en los nuevos medios”, en López Sáenz, M.<sup>a</sup> Carmen y Trilles Calvo, Karina P. (2019). *A las imágenes mismas. Fenomenología y nuevos medios*. Madrid: Apeiron Ediciones.
- Álvarez Falcón, L. (2020). “Fenomenología del diseño: la reproducibilidad y el diseño de las imágenes, de los espacios, de los tiempos y de los afectos”, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, n.º. 109, (Ejemplar dedicado a Creatividad, emoción y espacio), Buenos Aires, pp. 153-161.
- Husserl, E. (1980). *Phantasie, Bildbewusstsein, Erinnerung*, vol. 23, Marbach Eduard (ed), Nijhoff, Den Haag.
- Husserl, E. (2002). *Zur phänomenologischen Reduktion*, vol. 34, Luft Sebastian (ed), Kluwer, Dordrecht.
- Infante del Rosal, F. (2019). *La autonomía del diseño*. Valencia: Universitat de València.
- López Sáenz, M.<sup>a</sup> C. y Trilles Calvo, K. P. (2019). *A las imágenes mismas. Fenomenología y nuevos medios*. Madrid: Apeiron Ediciones.
- Richir, M. (2000). *Phénoménologie en esquisses. Nouvelles fondations*. Grenoble: Éditions Jérôme Millón.
- Sánchez Ortiz de Urbina, R. (2014). *Estromatología. Teoría de los niveles fenomenológicos*. Madrid: Brumaria-Eikasía.

---

**Abstract:** The phenomenon of design configures the images of the contemporary world, creating a privileged place where to put into practice the dynamics and effects of subjectivity in its desire to constitute the world. Its pre-eminence affects equally the program of a future phenomenological philosophy, as an extension of philosophy, and the considerations of contemporary aesthetic theory, as the foundation and basis of a future philosophy of art. Knowing how to translate the results into theory, in the understanding of our contemporary image, broadening this understanding, and going beyond the limits of our thinking, are the ultimate objectives of a phenomenology of design.

**Keywords:** Design - image - perception - imagination - fantasy - symbol.

**Resumo:** O fenômeno do design configura as imagens do mundo contemporâneo, criando um lugar privilegiado onde os dinamismos e as performances da subjetividade podem ser exercidos em sua busca pela constituição do mundo. Sua preeminência afeta igualmente o programa de uma futura filosofia fenomenológica, como extensão da filosofia, e as considerações da teoria estética contemporânea, como fundamento e base de uma futura filosofia da arte. Saber traduzir os resultados em teoria, compreender nossa imagem contemporânea, ampliar essa compreensão e ir além dos limites de nosso pensamento são os objetivos finais de uma fenomenologia do design.

**Palavras chave:** Design - imagem - percepção - imaginação - fantasia - símbolo.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---