

BUCHANAN COMO INTRODUTOR
A LA FILOSOFÍA PARA LOS DISEÑADORES

Juan Alberto Martín del Campo
Universidad Cuauhtémoc



Buchanan, el diseño y la filosofía

El objetivo de este texto es reflexionar sobre la importancia del conocimiento general de la filosofía para los diseñadores, y el valor que aporta Richard Buchanan para la introducción a este tema desde el contexto en el que desarrolla sus argumentos, haciéndolo dialogar con autores, que desde la teoría del diseño y la filosofía contemporánea abonan al interés por adquirir una actitud crítica en los diseñadores.

A lo largo de la historia, el diseño ha sido explicado desde distintas ópticas teóricas, relacionándose con las humanidades, las artes y la tecnología en sus distintas disciplinas; es por ello que resulta relevante la revisión y discusión sobre las aportaciones de Buchanan, ya que es un autor que ha ampliado el panorama reflexivo para el diseño desde las nociones con las que trabaja.

En el devenir del tiempo, el diseño ha modificado su quehacer, se ha diversificado y ha mutado de acuerdo a los distintos componentes sociales, culturales, económicos y tecnológicos que entran en su desarrollo. La cultura

contemporánea de mercado y los sectores empresariales promueven, defienden y necesitan de un avezado y sofisticado conjunto de herramientas que aporten valor a los servicios y productos dentro de un fuerte marco de competencia. Este pensamiento de mercado es cada vez más estratégico, debido a las condiciones sociopolíticas propias de nuestra *época global*.

Los desarrollos tecnológicos y la expansión de los flujos de capital han transformado la manera en la que entendemos el diseño; por ello resulta necesaria la reflexión sobre las distintas disciplinas que abarca, ya que hemos pasado de comprenderlas dentro de un marco creativo relacionado con la producción de objetos y comunicaciones, a la creación de experiencias y la explotación de las sensaciones humanas.

Las maneras en las que valoramos el diseño distan mucho de lo que se pensaba en las escuelas europeas y los estilos de principios del siglo xx; y aunque muchos de ellos asentaron las bases de proyección y producción que tenemos hoy, resulta necesario renovar nuestras observaciones y reflexiones sobre lo que hoy significa hacer diseño.

Teorizar el diseño resulta una tarea compleja, debido a su corta tradición dentro del campo académico en comparación con otras áreas disciplinares. La genealogía de la enseñanza del diseño se ha vinculado históricamente con talleres y escuelas que forjaron estilos muy utilizados y reinterpretados durante los años venideros, tales como Vjutemás en la Unión Soviética y Bauhaus y la HfG de Ulm en Alemania durante el siglo xx. Pero la inclusión de las distintas disciplinas del diseño a las universidades fue en épocas posteriores. En este sentido ha sido necesario el desarrollo de investigaciones y la inclusión de teorías y métodos que ayuden al desarrollo y la interpretación del diseño, no sólo para la producción de objetos, espacios y comunicaciones, sino para entenderlo como un amplio fenómeno de la cultura moderna y contemporánea.

Richard Buchanan ha ampliado el panorama de la teoría del diseño, ya que lo ha entendido más allá del objeto, ha desarrollado el concepto *pensamiento diseño*, siendo de gran influencia incluso para áreas económicas, ya

que aporta una amalgama de factores a tomar en cuenta para la inventiva de proyectos de diseño, como lo son: la investigación de usuarios, el desarrollo de la creatividad, el trabajo colaborativo y la solución de problemas a través de acciones específicas.

Su pensamiento se enmarca dentro del *neo positivismo*, lo cual es importante considerar para comprender cómo despliega sus argumentos, cómo interpreta el diseño y el uso que hace de ciertos autores provenientes de la filosofía y de las ciencias. A lo largo de sus textos, se hace explícita su preocupación por indagar sobre el diseño desde fundamentos retóricos, sociológicos, económicos y filosóficos. Desde esta última área del conocimiento es donde podemos leer su óptica teórica particular.

Para comprender la relación del diseño y la filosofía en Buchanan y poder establecer un diálogo entre su pensamiento y otros autores, tomaremos algunos argumentos provenientes del texto *Retórica, humanismo y diseño y Problemas perversos en el pensamiento del Diseño*, publicados en los años noventa del siglo xx. En el primero, Buchanan desarrolla un recorrido histórico y teórico en torno a las artes liberales y su relación con el diseño. En el segundo analiza y evalúa las problemáticas tecnocientíficas, éticas y sociales que lleva consigo el concepto *pensamiento diseño*. Los dos textos demuestran las actitudes filosóficas que nuestro autor toma para desarrollar sus premisas, tales como: el diálogo, el pensamiento crítico, la interpretación histórica y sobre todo la invención de conceptos.

Para enmarcar la concepción de filosofía que utilizaremos, partiremos de una perspectiva contemporánea, desde los argumentos expuestos en el libro *¿Qué es la filosofía?* (1997), de Gilles Deleuze y Félix Guattari, autores que desarrollaron en conjunto obras importantes para el campo, entre las que destaca *Capitalismo y esquizofrenia*, dividido en dos tomos: *El Antiedipo* (1972) y *Mil mesetas* (1980), escritos en los que critican el pensamiento psicoanalítico proliferante de aquella época, además, desarrollan un tratado sobre la economía y los aspectos sociales que la rodean, desde teorías de la subjetividad y la multiplicidad. Resulta complejo definir su producción, en muchas ocasiones se les

ha asociado con el *post-estructuralismo*, aunque algunas de sus obras marcan algunas diferencias con esta línea de pensamiento.

En *¿Qué es la filosofía?*, Deleuze y Guattari (1997) establecen distinciones creativas entre la ciencia, el arte y la propia filosofía con la finalidad de esclarecer sus límites y puntos de encuentro. Para estos autores, la ciencia crea *prospectos* a través de *functores* asociados a las fórmulas, leyes y axiomas; es paradigmática porque crea “modelos dignos de seguir”. El arte, por su lado, crea *bloques de sensaciones* que intervienen en la percepción de los espectadores de las obras, con la finalidad de hacerlos pensar en rutas distintas de interpretación sobre los fenómenos que ocurren en la realidad, los autores les llaman *perceptos*. Finalmente, la filosofía se dedica a la creación de conceptos, siempre desde un núcleo sintáctico, es decir desde conexiones, encajenamientos y relaciones concretas de significación, valiéndose del uso de personajes *pro-filosóficos* y un plano (o mapa) de *inmanencia* (concepto contrario a la trascendencia promovida por el idealismo). Esta última refiriéndose a la materialidad y la realidad sensible. Los autores lo explican de esta manera:

La filosofía procede por frases, pero no siempre son proposiciones lo que se extrae de las frases en general. Sólo disponemos por el momento de una hipótesis muy amplia: de frases o de un equivalente, la filosofía saca *conceptos* (que no se confunden con ideas generales o abstractas), mientras que la ciencia saca *prospectos* (proposiciones que no se confunden con juicios), y el arte saca *perceptos* y *afectos* (que tampoco se confunden con percepciones o sentimientos). En cada caso, el lenguaje se ve sometido a penalidades y usos incomparables, que no definen la diferencia de las disciplinas sin constituir al mismo tiempo sus cruzamientos perpetuos (Deleuze & Guattari, 1997, p. 30).

Diálogo con Buchanan desde la teoría del diseño y la filosofía contemporánea

Bajo la concepción sobre filosofía que aportan Deleuze y Guattari, partiremos para analizar algunas de las aportaciones de Buchanan, como se mencionó antes, desde los textos *Retórica, humanismo y diseño* y *Problemas perversos en el pensamiento del Diseño*. En este breve análisis, haremos dialogar a Buchanan con ideas expuestas por dos autores clave dentro de la teoría del diseño y la filosofía contemporánea: Renato de Fusco, Luis Rodríguez Morales, Santiago López Petit y Gilles Lipovetsky en coautoría con Jean Serroy. La elección de estos autores va en función de la utilización de conceptos filosóficos como una parte importante de los fundamentos de sus textos; por otro lado, funcionan como un contraste interesante a las concepciones de Buchanan sobre el diseño, promoviendo así desde este escrito la actitud dialogante de la filosofía.

En *Retórica, humanismo y diseño*, Buchanan (1995) muestra una visión abierta sobre los orígenes del diseño, en la que retoma las narraciones más comunes en su genealogía. Estos orígenes pueden ser rastreados desde la creación del universo, el desarrollo de las imágenes y objetos prehistóricos, la Revolución Industrial y los inicios del siglo xx. Estas perspectivas sirven como núcleos interpretativos que han moldeado diversos estudios sobre el diseño y la cultura tecnológica. Buchanan señala al respecto:

Los orígenes del diseño usualmente se remontan a solamente uno de cuatro comienzos. Algunos alegan que el diseño empezó en el siglo xx con la formación de nuevas disciplinas del pensamiento del diseño. Otros argumentan que el diseño empezó en los primeros días de la Revolución Industrial con la transformación de los instrumentos de producción y las condiciones sociales del trabajo. Aun así, otros afirman que el diseño tuvo sus inicios en el periodo de la prehistoria con la creación de imágenes y objetos que desarrollaron los hombres primitivos. Y finalmente, algunos aseguran que el diseño comenzó con la creación del universo,

el primer acto de Dios, quien representa el modelo ideal de un creador a quien todos los diseñadores humanos, con o sin intención, intentan imitar (Buchanan, 1995, p. 4).

Buchanan hace énfasis en el enfoque retórico desde el carácter disciplinar que el diseño ha representado a lo largo de su historia, lo describe como un fenómeno que en su mejor acepción puede comprenderse como un arte liberal, esto dependiendo de las maneras en las que los diseñadores, creativos e investigadores lo han concebido y practicado.

En el pensamiento de Buchanan subyace una preocupación por el fomento de los valores clásicos del humanismo y las artes integradoras de la antigüedad, el Renacimiento y la modernidad, recalcando la importancia y necesidad de la retórica como un sistema que ha ayudado a mantener un equilibrio entre los saberes científicos y filosóficos, los aspectos políticos, la economía y el desarrollo tecnológico de las sociedades occidentales. En este sentido, el diseño contribuiría al humanismo en tanto arte liberal, que para Buchanan estaría mejor resguardado y apuntalado teóricamente por el sistema retórico. Es así que el diseño puede leerse como un fenómeno *complejo* (concepto utilizado por los filósofos Edgar Morín y Rolando García desde sus teorías epistemológicas), que necesita comprenderse desde un enfoque filosófico, cientificista y academicista.

Desde este sentido, en el libro *Diseño, estrategia y táctica* de Luis Rodríguez Morales (2004), podemos encontrar enfoques clave que implicarían la científicidad, el pensamiento estratégico y el uso de métodos para el diseño. Esto por una necesidad de establecer cimientos de producción en los que la creatividad pueda ser guiada de manera estructurada, entrando aquí en juego el carácter institucional, académico e histórico del diseño. Sin duda las escuelas alemanas Bauhaus y HfG de Ulm abrieron una importante brecha hacia la sistematización e integración de técnicas, saberes y teorías para el diseño; la Bauhaus desde una perspectiva de experimentación y expresión artística, cercana a la abstracción como corriente de vanguardia, y la HfG de Ulm con

una aspiración positivista y metódica que ayudó a crear objetos ampliamente funcionales, duraderos y útiles.

La necesidad del uso de un pensamiento estratégico, de métodos y procesos de investigación científica aunados a saberes técnicos para el diseño, nos ubican hoy en la necesidad de aproximarnos a conceptos filosóficos y a la actitud interpretativa, reflexiva y dialogante que éstos promueven; además, el cientificismo le otorga mayor estatus a las disciplinas del diseño, tal como Rodríguez Morales (2004) afirma:

[...] “gracias a ella [a la metodología], el diseño adquiere una actitud de signo científico que le otorga cierta conciencia moral, al permitirle el rechazo de dogmas, apriorismos o intuiciones prematuras e injustificadas como soluciones definitivas”. La búsqueda de un estatus científico ha sido muy importante para el diseño. Al inicio de la Revolución industrial, la innovación se hacía primero, y después se le buscaba un cierto principio científico, como fue el caso de la máquina de vapor, de la que sólo tiempo después de conocerla y usarla se comprendieron los principios físicos y químicos a los que respondía su acción. Ante el avance tecnológico, con su consiguiente división del trabajo, se hizo necesario optimizar tanto esfuerzos como capital invertido. Esto invirtió, el proceso y poco a poco la investigación fue ganando terreno hasta imponerse no sólo como principio sino como ideal.

En el mundo académico, ser “científico” da responsabilidad. De aquí que —en muchos casos— a los profesores universitarios se los evalúe con base en trabajos “publicados” y no en diseños realizados, lo que es inexplicable en una escuela de diseño. Esta cientifización fue impulsada por la opinión de que las soluciones adecuadas a los problemas actuales del diseño requerían una previa elaboración científica, así como la crítica de la actitud típica del diseñador como mero consumidor de ciencia, que tan sólo utilizaba más o menos ocasionalmente los conocimientos científicos. Dar este estatus es otra de las causas para la existencia de

los métodos, “el deseo de conferir a la actividad proyectual el estigma de la respetabilidad académica de que goza –con razón o sin ella– el concepto de ciencia”.

Otra razón para apoyarse en las metodologías es la necesidad de explicar a otros las soluciones alcanzadas, “demostrando” que no son formas gratuitas: “dar explicaciones de por qué un proyecto ha llegado a determinadas soluciones y no a otras”. Sin embargo, como se verá más adelante, las explicaciones sobre el porqué de la forma final del producto, en ocasiones se convierten más en una racionalización que en una real argumentación.

Son éstos los motivos que internamente nos han llevado a los diseñadores a desarrollar metodologías que en ocasiones parecen más complejas que los problemas que queremos resolver (Rodríguez, 2004, pp. 20-21).

En su texto *Problemas perversos en el pensamiento del Diseño*, Buchanan (1990) integra en sus aportaciones la combinación entre la teoría y la práctica, en donde los diseñadores serían responsables de desarrollar habilidades inventivas, de juicio, de toma de decisiones y de evaluación. Analiza las problemáticas operativas y de pensamiento a las que los diseñadores se enfrentan para la solución de problemas; esto nos da luz hacia la comprensión del diseño como una disciplina que se abre hacia campos que implican la complejidad social, y hacia nuevas tecnologías de producción propias de nuestro mundo contemporáneo, sin dejar de contemplar las tradiciones discursivas de las distintas épocas del pensamiento y la filosofía occidental, sobre todo desde las artes liberales:

[...] Las artes liberales fueron originadas en el Renacimiento y han experimentado prolongados desarrollos que culminaron en el siglo XIX como una educación enciclopédica *de las bellas artes, las bellas letras*, la historia, varias ciencias naturales y matemáticas, la filosofía y las incipientes ciencias sociales. Este círculo de aprendizaje fue dividido en materias particulares, cada una con su propio método o conjunto de

métodos apropiados para su exploración. En el apogeo de las artes liberales, estas materias proveían un entendimiento integrado de la experiencia humana y cantidad de conocimientos disponibles para ellas. Sin embargo, para finales del siglo XIX, algunas materias habían sido exploradas en forma progresiva con métodos más refinados y entonces nuevas materias fueron añadidas de acuerdo a los avances del conocimiento. [...] Los diseñadores están explorando integraciones concretas del conocimiento que combinarán la teoría con la práctica para nuevos propósitos productivos y ésta es la razón por la que asistimos a un cambio en el pensamiento del diseño a partir de las nuevas artes liberales a una cultura tecnológica (Buchanan, 1990, p. 2).

Desde esta perspectiva, resulta intrincado señalar con precisión cuáles son los componentes que históricamente han hecho de los distintos diseños, las disciplinas creativas que hoy conocemos y a las cuales Buchanan relaciona con la genealogía de las artes liberales. Renato de Fusco (2006), en su libro *Historia del diseño*, utiliza el concepto filosófico de *fenomenología* para darnos luz ante este problema, que en gran medida afecta la manera en la que definimos al diseño. Estudia desde una perspectiva fenomenológica los componentes socioculturales y tecnológicos del diseño, para ello construye un “artificio historiográfico” en el que incluye cuatro unidades de análisis que ayudarían a entender al diseño como un proceso unitario: el proyecto, la producción, la venta y el consumo. De Fusco (2006) explica:

[...] el “artificio historiográfico” de base que proponemos radica en el hecho de que no se asume una definición incierta del diseño, sino su fenomenología más contrastada. Y ésta resulta una suerte de estructura invariable: sean cuales sean las concepciones del diseño, el ámbito particular que se pretende examinar, la sucesión temporal de sus manifestaciones, etc., siempre se dan cuatro factores o momentos que convierten la experiencia del diseño en un proceso unitario: el proyecto, la

producción, la venta y el consumo. Éstos deben entenderse como un hecho objetivo y, a la vez, como una "instancia" expositiva.

Una vez asumidos como hechos objetivos, aunque correspondan a cuatro fases sucesivas, no pueden dividirse, pues ninguno existe (o no debería) si no es en relación con los demás. En cambio, si los asumimos como parámetros, como "artificio historiográfico", podemos distinguirlo entre sí para analizar mejor la amplia red de temas y problemas que cada uno suscita. De este modo, tendremos un cuadro conceptualmente unitario del diseño y, operativamente, cuatro secciones analíticas del mismo [...] Bajo este prisma se comprende hasta qué punto resulta erróneo limitarlo únicamente a la proyectación, o sólo a la industrialización, o al comercio, etc.; cuán obsoletas resultan las polémicas entre diseñadores y productores, entre fabricación y marketing; y hasta qué punto es importante el rol de los consumidores, que con su adquisición (y más aún con su adhesión por gusto, por conveniencia, por cuestión de prestigio, etc.) sancionan, al cabo, el éxito de un producto [...] De este modo, el parámetro de las cuatro fases "proyecto, producción, venta y consumo", nos indicará aquellos fenómenos que, respondiendo a todos los requisitos del esquema, pueden ser asumidos como auténticos "acontecimientos" de nuestra historia. Los otros aspectos del diseño que no se ajustan a dicho esquema son o meramente culturales, o absolutamente industriales, o estrictamente comerciales y, por tanto, ajenos a nuestro examen [...] (De Fusco, 2006, p. 14).

Cabe destacar que estas unidades creadas desde la línea fenomenológica atienden a una serie de estudios filosóficos que aunque tienen su genealogía desde las tradiciones antiguas de pensamiento, han pasado por diversas etapas y se han actualizado. Autores importantes para el campo, como Edmund Husserl (1859-1938) y Martin Heidegger (1889-1976), integraron al estudio de los fenómenos un enfoque existencialista, línea continuada posteriormente por Jean-Paul Sartre (1905-1980). Dando un giro al cientificismo, al

idealismo platónico-aristotélico y al positivismo, cuestionando la objetividad de los estudios científicistas.

Hasta nuestros días esta perspectiva es considerada de gran relevancia para los estudios estéticos y culturales; abrió un amplio campo a ópticas contemporáneas como la hermenéutica y el postestructuralismo, trayendo consigo métodos de análisis y escritura que consideran la complejidad y las subjetivaciones sociales como elementos intrínsecos para estudiar lo humano y su historia.

Posiblemente, resultaría problemático intentar ligar a Richard Buchanan a concepciones filosóficas contemporáneas como las antes mencionadas, debido al carácter *neopositivista* que su producción nos presenta. Aun así podemos encontrar rasgos y cualidades propias de un análisis filosófico detallado y exhaustivo de la realidad, enfocadas al estudio del diseño como un fenómeno sociocultural, que ha pasado de ser una actividad comercial, a definirse como “un nuevo arte liberal de la cultura tecnológica”, haciendo énfasis en los valores renacentistas y eurocéntricos que sostienen en gran medida al desarrollo tecno-científico por medio del cual se gestó el capitalismo contemporáneo, Buchanan (1990) señala:

En el siglo xx se ha visto que el Diseño ha evolucionado de ser una actividad comercial a llegar a ser una *profesión*, a una *investigación técnica* e incluso a lo que ahora debería de reconocerse como un *nuevo arte liberal de la cultura tecnológica* [...]

[...] Las disciplinas integradoras tienen como finalidad servir al enriquecimiento de la vida humana a través del entendimiento, la comunicación y la acción. El significado de buscar una base científica para el diseño no consiste en reducirlo a una o a otra de las ciencias, siendo una extensión del proyecto de los neo-positivistas y así presentado en estos términos por algunos teóricos diseñadores. Más bien consiste en una conexión e integración del conocimiento útil de las artes y ciencias asociadas, pero de forma que estén hechos en función a los problemas y propósitos del presente. Los diseñadores están explorando integracio-

nes concretas del conocimiento que combinarán la teoría con la práctica para nuevos propósitos productivos y ésta es la razón por la que asistimos a un cambio en el pensamiento del diseño a partir de las nuevas artes liberales a una cultura tecnológica (Buchanan, 1990, pp. 1-2).

Desde el enfoque neopositivista e idealista de Buchanan podemos encontrar influencia de filósofos clásicos como Platón y Aristóteles, además de John Dewey (1859-1952) desde la psicología, la filosofía política y la filosofía de la educación, para apuntalar y solidificar los cimientos de sus argumentos, dándole utilidad a estas teorías para la práctica. Aborda el diseño como una disciplina flexible e integral que se alimenta de conocimientos artísticos y científicos con el fin de sistematizarlo y enmarcarlo como una actividad relevante para el progreso y el desarrollo humano, desde la comunicación, la construcción y el pensamiento estratégico, mediante la inclusión de elementos materiales, mentales y tecnocientíficos en pos del humanismo. En acuerdo con Buchanan, las distintas disciplinas del diseño han coadyuvado al proceso civilizatorio de occidente.

Para autores posmodernos, este progreso ha traído consigo el derrumbe de los *meta-relatos* (principalmente del progreso civilizatorio) y, aunque los avances tecnológicos cobijados por el humanismo han remediado muchos problemas, también éstos han provocado desastres medioambientales y grandes desigualdades sociales. En su libro *Breve tratado para atacar la realidad*, el filósofo español Santiago López Petit (2009) cuestiona el debate entre lo moderno y lo posmoderno (tal como lo desarrollaría Jean-François Lyotard en su libro *La condición posmoderna*), denominando a nuestro tiempo como una "época global", que se caracteriza por el desmedido desborde de capital, en la que los flujos económicos definen en gran medida el orden y/o control sociopolítico. El progreso y el avance civilizatorio que proponía el ideal humanista se ve opacado por los graves problemas que enfrentamos, entre los que destaca la precarización, la violencia y los irreversibles daños ecológicos, López Petit (2009), define la "época global" de la siguiente manera:

La época global rompe con la modernidad, y no es mera modernidad radicalizada, como sostienen algunos autores. La pérdida del control sobre nuestras vidas, la nueva individualización, etcétera, pueden entenderse como consecuencias de la radicalización de la modernidad, pero estas «consecuencias» no son lo que caracteriza esencialmente a la época global. La referencia del discurso postmoderno al «estallido» o a «la dispersión», incluso en su formulación materialista como posfordismo, es también incompleta. El posfordismo con su flexibilidad es tan sólo un anuncio y preparación de la época global que viene.

La concepción clásica de la modernidad sostiene que la modernización consiste en un proceso endógeno, obra de la razón misma. Asimismo, construye una imagen racionalista del mundo, lo que implica la dualidad sujeto/objeto, y por tanto una distancia del hombre respecto al mundo. El discurso postmoderno, en cambio, suprime esta distancia al situar al hombre completamente dentro de un mundo cultural hecho de signos y lenguajes ahistóricos. En la época global, la distancia oscilaría entre cero e infinito. Hay ausencia de mundo y, a la vez, sobreabundancia de él. Todo es dispersión y, simultáneamente, existe una unidad perfecta ya que todo proceso es, ahora sí, verdaderamente endógeno. La compleja (y nueva) interrelación entre lo local y lo global deriva de ello [...]

[...] El discurso postmoderno, con su crítica de la realidad en sí misma, abría una puerta al pensamiento crítico, si bien esta puerta fue cerrada inmediatamente. Evidentemente, a una realidad estallada ya no se le puede aplicar simplemente la rejilla moderna luz/oscuridad que ha guiado desde siempre todo proceso de desvelamiento. El límite del discurso postmoderno reside, sin embargo, en que contempla la realidad como neutra y desde una voluntaria neutralidad política. En otras palabras: el discurso postmoderno tenía la posibilidad de pasar de un paradigma de la emancipación social en crisis a un paradigma de la

subversión social. Pero no lo hará. Y no lo hará porque prefirió acomodarse, convertirse en moda y reflejar la realidad en vez de atacarla. Y, en cambio, le faltaba muy poco. El «pensamiento de la realidad» que trataba de impulsar tenía que bajar del cielo y ser situado en la época global (López, 2009, pp. 22-23).

El desarrollo industrial y tecnocientífico del cual el diseño es parte importante, ha contribuido a las mejoras, pero también al deterioro de lo existente. El capitalismo contemporáneo se caracteriza en gran medida por promover una constante banalización de la realidad. El consumo y las formas de vida que se aceptan como mayormente deseables, se rodean de un espectro de estetización, instrumentalización, productividad y alarde económico.

Desde este sentido, Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2015), en su libro *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*, plantean que las actividades creativas han tomado una gran relevancia para el capitalismo, al punto de hablar de una "Era transestética", donde todos los gustos artísticos, los avances tecnológicos y las expresiones culturales confluyen y desdibujan sus límites disciplinares en pos de sostener el progreso capitalista. Los autores desarrollan estas ideas y señalan:

[...] el capitalismo artístico no sólo ha creado un nuevo modo de producción, sino que, con la cultura democrática, ha propiciado el advenimiento de una sociedad y de un individuo estético o más exactamente transestético, dado que no depende ya del esteticismo a la antigua, compartimentando y jerarquizando. Vivimos en un universo cotidiano desbordante de imágenes, de músicas, de conciertos, películas, revistas, escaparates, museos, exposiciones, centros turísticos, bares a la última, restaurantes que ofrecen todas las cocinas del mundo. Con la inflación de la oferta consumista, los deseos, las miradas, los juicios propiamente estéticos pasan a ser fenómenos presentes en todas las clases sociales, al mismo tiempo que tienden a subjetivarse. El consumo de componen-

te estético ha adquirido tal relieve que constituye un factor importante de la afirmación identitaria de los individuos. Cosa cotidiana, el consumo transestético afecta en lo sucesivo a casi todos los aspectos de la vida social e individual [...] Con el auge del consumo, somos testigos de una vasta estetización de la percepción, de la sensibilidad facticia, de una especie de fetichismo y de voyeurismo estético generalizado. [...] (Lipovetsky & Serroy, 2015, pp. 23-24).

Dedican el capítulo “Mundo diseño” a explicar cómo el propio diseño ya es parte intrínseca del desarrollo económico, multiplicando sus áreas de especialización. En este tenor, las empresas, corporaciones e instituciones deben pensar desde una óptica *diseñística*, enfoque desde el que Buchanan es pionero; el *pensamiento diseño* integra a la función estética de la producción creativa, un despliegue de herramientas estratégicas para la solución de los problemas que enfrentamos como civilización, e incluye siempre al diseño como un factor importante de crecimiento económico. El diseño va ampliando su panorama, y sus funciones se adjuntan como modelos de producción de capital con un objetivo muy claro: explotar las sensaciones de los consumidores afirmando la identidad de las marcas y productos. En relación con esto, Lipovetsky y Serroy (2015) señalan:

Al mismo tiempo que la práctica del diseño no deja de especializarse ni de conquistar nuevas esferas. Al lado de los dominios clásicos del diseño-producto y gráfico, se multiplican las agencias que se proclaman especialistas en diseño medioambiental, diseño paisajista, diseño de entorno lumínico, diseño multimedia, *motion design*, *game design*, *webdesign*, diseño sensorial. Hasta ahora el diseño se había centrado básicamente en lo visual; hoy estamos en el momento en que explora las dimensiones sensitivas de los objetos mediante el olfato, el diseño sonoro, el diseño táctil, incluso el diseño gustativo [...] Se trata de ase-

gurar una función aumentando las cualidades percibidas o el contacto sensitivo con el producto. El objetivo es al mismo tiempo mejorar el confort de las sensaciones percibidas por el consumidor, crear una firma sensorial del producto, reforzar la impresión de calidad de la marca (Lipovetsky & Serroy, 2015, p. 211).

Es así como el diseño ya es parte del ADN de la economía contemporánea. Desde el inicio de un proyecto empresarial se piensa de manera estratégica en las sensaciones que se buscan explotar. La creatividad propia de los métodos del diseño ya no es un engrane, sino un motor cada vez más complejo para el funcionamiento del capitalismo.

Conclusiones

Después de este recorrido dialogante entre el pensamiento de Buchanan y algunos filósofos contemporáneos y teóricos del diseño, cabe ahora enfatizar que los textos de nuestro autor funcionan no sólo para la comprensión del diseño como fenómeno, sino también como una introducción general a la filosofía para los diseñadores, ya que trabaja desde el diálogo, fomenta el pensamiento crítico y la reflexión sobre aspectos humanos, sociales, tecnológicos y culturales que van más allá del estudio de la forma, la composición, el color y la invención de objetos de diseño. Buchanan vislumbra más allá de esos objetos diseñados, para promover inquietudes teóricas e históricas que atañen a los diseñadores. A grandes rasgos, Buchanan trabaja con conceptos para interpretarlos, crear sistemas filosóficos con coherencia interna, e inventar nuevos términos que funcionen para la proyección estratégica en el diseño.

Los dispositivos académicos han establecido cuáles son las maneras en las que podemos dialogar desde su plano de enunciación privilegiado, y aunque el pensamiento y el análisis de la realidad sensible pareciera un privilegio, es menester de quienes escriben y educan, abrir los campos y espacios de diá-

logo para todas las personas. Todo ello lo permite la filosofía, porque en su historia han existido una diversidad de escuelas que cuestionaron lo que las cúpulas de poder manifestaban como verdadero y válido, basta con mencionar la intrincada y complicada historia de los cínicos, epicúreos y estoicos.

Resulta de gran relevancia que los diseñadores piensen en el mundo y lo humano desde una perspectiva filosófica. El amor por la sabiduría, tal como se entiende desde el origen etimológico de la palabra filosofía, implica la libertad de pensamiento para hacernos preguntas que, aunque parecieran obvias, posibilitan el ejercicio analítico de la observación, y eso en nuestros días atañe también a la comprensión de los distintos modos de vida implicados en nuestra múltiple y compleja realidad.

El diseño tiende a la contingencia y a la intempestividad, es por ello que la filosofía para los diseñadores permite la flexibilidad de pensamiento y posibilita el desarrollo de estrategias pertinentes para la creatividad, en un mundo en el que los dogmas, el totalitarismo y el fascismo se manifiestan de maneras cada vez más sutiles.

Fuentes

- Buchanan, R. (1990). *Problemas perversos en el pensamiento del Diseño*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/268992736/PROBLEMAS-PERVERSOS-EN-EL-PENSAMIENTO-DEL-DISENO-O-BUCHANAN>
- Buchanan, R. (1995). *Retórica, humanismo y diseño*. Recuperado de: <http://abs-ta.info/retrica-humanismo-y-diseo-richard-buchanan.html>
- De Fusco, R. (2006). *Historia del diseño*. España: Santa & Cole.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1997). *¿Qué es la filosofía?* España: Anagrama.
- Guattari, F. & Deleuze, G. (1972). *Capitalismo y esquizofrenia*. México: Grupo Planeta.
- Heidegger, M. (2013). *Carta sobre el humanismo*. España: Alianza.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época*

del capitalismo artístico. España: Anagrama.

Lyotard, J. F. (1979). *La condición posmoderna*. España: Editions de Minuit.

López, S. (2009). *Breve tratado para atacar la realidad*. Argentina: Tinta Limón Ediciones.

Rodríguez, L. (2004). *Diseño, estrategia y táctica*. México: Siglo XXI.

Semblanza curricular

Juan Alberto Martín del Campo es maestro en Imagen, Arte, Cultura y Sociedad por parte de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos y licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Ilustrador y artista visual; actualmente, trabaja como docente dentro y fuera de instituciones académicas, además de desarrollar proyectos artísticos y de investigación.