



Primeros apuntes para una teoría del diseño como acontecimiento

MARIO ALBERTO MORALES DOMÍNGUEZ

DEPARTAMENTO DE TEORÍA Y PROCESOS DEL DISEÑO

UAM CUAJIMALPA

mmoralesd@cua.uam.mx

mariomoralesph@gmail.com

Filósofo, psicólogo y diseñador gráfico de formación. Realizó una estancia posdoctoral en el Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM. Doctor en Ciencias y Artes para el Diseño, en el Área de Teoría e Historia Críticas, por la UAM Xochimilco; Maestro en Creatividad para el Diseño por la Escuela de Diseño del INBA; Licenciado en Filosofía y Psicología por la UNAM; y Licenciado en Diseño de la Comunicación Gráfica por la UAM Azcapotzalco. Actualmente es Profesor Titular "C" de la Licenciatura de Diseño en la UAM Cuajimalpa. Sus principales líneas de investigación son la teoría de la imagen, el pensamiento anárquico, visual y sonoro, los procesos creativos, la crítica cultural y la imaginación política. Es autor del libro *Adiós al arte contemporáneo, ¡viva el arte anacrónico!*



En este texto se lleva a cabo una revisión de tres definiciones características del *acontecimiento* del filósofo Slavoj Žižek, relacionándolas con algunos fenómenos específicamente ligados con la percepción de imágenes y lo que, en la actualidad, llamamos "diseño intuitivo". Con base en lo anterior, se plantea que una de las potencialidades creativas más importantes del diseño radica en la posibilidad de hacer emerger mundos posibles o, por lo menos, visiones y concepciones del mundo inéditas. *Palabras clave: filosofía del diseño, teoría de la imagen, affordance, diseño intuitivo, Slavoj Žižek.*

This paper presents a review of the three characteristic definitions of the "event" of philosopher Slavoj Žižek, relating them to certain specific phenomena linked to the perception of images and what we today term "intuitive design." Based on this, it is proposed that one of the most important creative possibilities of design is rooted in the potential of making potential worlds emerge or, at least previously non-existent visions and conceptions of the world. Keywords: philosophy of design, theory of the image, affordance, intuitive design, Slavoj Žižek.

INTRODUCCIÓN

Este texto es parte de una reflexión y de una investigación en proceso que tiene por objetivo demostrar que el diseño no es una labor meramente técnica, sino que participa de la creación del mundo y, en ese sentido, puede transformar nuestras concepciones sobre el mismo. Aunque la noción de *acontecimiento* forma parte de amplias discusiones en filosofía, en este caso nos centraremos puntualmente en la formulación que realiza el filósofo contemporáneo Slavoj Žižek en el libro *Acontecimiento*, y algunos de sus planteamientos nos ayudarán a comprender no solamente cómo podríamos llevarlos a fenómenos relacionados con el diseño, sino que los pondremos en discusión con formulaciones de otros teóricos tanto de la filosofía como del diseño. Se eligió este texto debido no sólo a su relativa actualidad, ya que fue publicado en el año 2014 sino, sobre todo, porque en éste, el filósofo esloveno brinda una serie de pautas para caracterizar al acontecimiento. Sin embargo, para poder llevar dicho término hacia la disciplina que nos interesa, es pertinente señalar que los estudios sobre el diseño no tienen por qué verse aislados de otros saberes que le resultan fundamentales y sin los cuales no podría sostenerse. En este caso, nos remitiremos a la teoría de la imagen y a los *affordances*, sobre todo ésta última, con cierta aproximación al diseño, ha funcionado para erigir un criterio de calidad o funcionalidad.

Como se ha indicado, esta exploración en el tema es parte de una pregunta más amplia acerca de la naturaleza del diseño, por ello nos concentraremos únicamente en algunos aspectos tanto del acontecimiento como de las diferentes manifestaciones diseñísticas. La idea es que, por lo menos en este primer acercamiento, quede demostrado que hay una parte del diseño en la que reside la posibilidad de transformar nuestra visión sobre las cosas y el mundo. Lo que nos interesa indagar es una parte de lo que podríamos llamar el *caso cero* del diseño,¹ en específico, el momento en el que nace una imagen, sin importar aún el significado que ésta pueda llegar a adquirir. Por lo

1. Asimismo, esta exploración forma parte del proyecto de investigación "Modelado de un previsible *caso cero* para el diseño moderno desde una consideración ontológica", del grupo de investigación "Diseñologías: estudios emergentes a partir del diseño", de la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, de la UAM Cuajimalpa.

cual nos remitiremos a juegos visuales, que den cuenta de algunas de las derivaciones teóricas que han podido surgir de aquel momento enigmático en el que una imagen se nos aparece, sea lo que sea que ello quiera decir. Posteriormente, se señala que lo mismo puede aplicarse a lo que se ha llamado "diseño intuitivo", dando cuenta de los lugares en que quizá un acercamiento a las teorías del acontecimiento pueda orientarnos. De este modo, si bien se está consciente de que en lo relativo al trabajo sobre la imagen en el diseño existen una gran cantidad de temas vinculados con la semiótica, la retórica u otros campos extensos para su interpretación, en esta etapa del desarrollo teórico que se propone todavía no es pertinente su incorporación.

Por ahora, lo que nos parece más importante y que da motivo a este artículo es brindar luz sobre el momento en que el diseño participa de la "creación de formas", en el sentido más amplio, y en cómo esto tiene efectos en nuestras respuestas y comportamientos. Así, incluso más cercano a lo que nos interesa presentar, estarían algunas aproximaciones de la psicología o el psicoanálisis. Queremos mostrar cómo esta potencialidad que defendemos aquí del diseño como acontecimiento, tendría repercusiones no sólo a nivel social y cultural sino, sobre todo, a nivel filosófico, cuando menos epistemológico, aunque también ontológico. En última instancia, el argumento que aquí se esboza pretende delinear algunas bases para una teoría del diseño, todavía por construirse, que le permita cuestionar su propio rol en relación con las tecnologías actuales y, más aún, con el sistema capitalista y de consumo en el que vivimos. Esperamos que las líneas que siguen sean útiles para ello.

PRIMERA PARTE: PLANTEAMIENTO

Comenzaremos con tres definiciones del acontecimiento, extraídas del libro que lleva por título este mismo término, del filósofo contemporáneo Slavoj Žižek. Un acontecimiento es:

* Una manifestación de una estructura circular en la que el efecto acontecimental determina retroactivamente sus causas o motivos.²

2. Slavoj Žižek, *Acontecimiento*, México, Sexto Piso, 2014, p. 16.

* El efecto que parece exceder sus causas.³

* La aparición inesperada de algo nuevo que debilita cualquier diseño estable.⁴

Hay que aclarar que estas citas han sido tomadas de manera *ad hoc* para explicar lo que se quiere decir en este texto, por ello, no describen exhaustivamente lo que el filósofo desarrolla sobre el acontecimiento en su obra. Tampoco pretenden cumplir con esta función de definición única ni total del término "acontecimiento" como ha sido usado en la filosofía contemporánea. Más bien, se utilizan como una primera provocación que nos vincule con el ámbito del diseño, de acuerdo con una serie de lineamientos que se van a ir esbozando en los párrafos siguientes.

Para empezar, quisiera vincular la noción de acontecimiento antes descrita, con un tipo de fenómeno muy común en las artes y el diseño, sobre todo de aquellas manifestaciones que tienen que ver con lo visual. Comenzamos con algunos ejemplos muy sencillos y conocidos para establecer esta relación entre el acontecimiento y el diseño. Se presentan dos imágenes (Figuras 1 y 2) que, aunque han sido utilizadas en las teorías psicológicas o filosóficas, se han vuelto ya del conocimiento popular.

Estas dos imágenes nos muestran la forma en que un mismo dibujo puede ser percibido, al menos, de dos maneras distintas. La primera se trata de un bosquejo que proviene, según parece, de principios del siglo XX y no era sino simplemente un juego visual, que también ha sido motivo de análisis de la psicología para tratar de describir el mecanismo de la proyección, un término que sería extraído del psicoanálisis.⁵ Como se puede ver, es un retrato donde podemos observar tanto una mujer joven como una anciana. En psicología este tipo de juegos de imágenes pueden servir para desencadenar una serie de asociaciones y análisis de las mismas con el fin de

3. *Ibid.*, p. 17.

4. *Ibid.*, p. 18.

5. La historia de esta imagen se remite a una postal alemana que data de 1988, aproximadamente, la imagen que rescatamos aquí proviene de la revista norteamericana de humor *Puck*, fue realizada por el caricaturista William Hill y publicada en 1915. Luego, en 1930, fue llevada al campo de la psicología experimental por Edwing Boring.



Figura 1. William Hill, "Mi mujer y mi suegra", en Revista *Puck*, 1915.

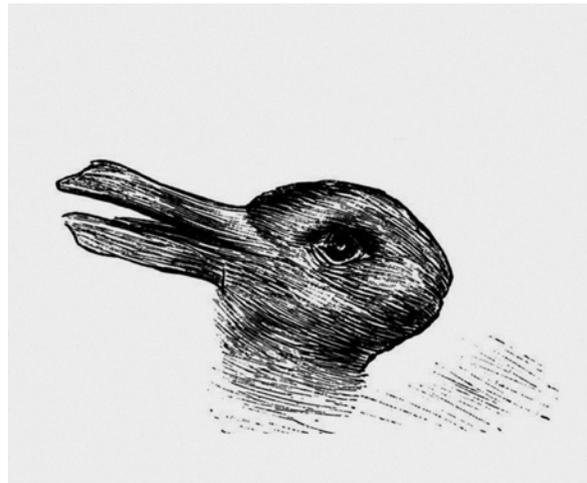


Figura 2. Anónima, "Ilusión pato-conejo", en Revista *Fliegende Blätter*, 1892.

desentrañar la psicología de un individuo en terapia, sin embargo, aquí nos vamos a quedar con algo más primario, es decir, nos quedaremos con el momento en el que estos trazos, en primer lugar, son interpretados de una manera y luego, al quedar expuesta la otra forma de percibirlo, el sujeto que observa se hace consciente de ello y accede a la otra mirada. Es decir, lo que nos interesa destacar es este diminuto paso en el que la percepción se transforma, ya

sea que alguien haya percibido una anciana o una joven en una primera mirada y luego sea capaz de verla de la otra manera.

El segundo caso es muy similar y sólo sirve para reforzar el ejemplo, en lugar de ser una joven y una anciana, es un pato y un conejo. Se trata de una imagen que utilizó el filósofo Wittgenstein para describir la forma en que a través de juegos del lenguaje podemos cambiar nuestros puntos de vista sobre la realidad.⁶ Después fue usada por el teórico de la imagen W. J. T. Mitchell para hablar de lo que él identificó como “metaimágenes”.⁷ Pero, una vez más, antes de lanzarnos a las discusiones especializadas que cada uno de estos acercamientos podría merecer dentro de su propio campo, nos quedamos con el acontecimiento antes descrito, es decir, con el momento donde se ve una cosa y después, ya sea de unos segundos o mucho más tiempo, somos capaces de ver otra cosa en la misma imagen, sea porque algún agente externo nos lo hace ver o por nuestra propia cuenta. Por supuesto, serían innumerables los casos donde podríamos encontrarnos con este fenómeno de lo visual. Tan sencillo como cuando una persona se queda acostada en el pasto o cualquier otra superficie cómoda a la intemperie y por el mero efecto del paso del tiempo al observar las nubes, comienza a ver formas en ellas, puede ver rostros, objetos, animales, etc. En ello están involucrados una gran cantidad de procesos cognitivos, sensitivos e incluso afectivos, evidentemente.

El teórico de la imagen Gottfried Boehm nos recuerda que Leonardo da Vinci ya había identificado esta capacidad en los seres humanos, sobre todo, con un interés particular en los procesos artísticos.⁸ Esto puede suceder, claramente, ante cualquier tipo de mancha en el piso, una tela de camuflaje u otras texturas con formas azarosas o arbitrarias. Como se sabe, Hermann Rorschach, a principios del siglo XX, basó en lo anterior la prueba psicológica de la personalidad que lleva su nombre, mostrando a los



Figura 3. Rorschach, Hermann, “Tarjeta 1”, *Test de Rorschach*, 1921.

pacientes una serie de manchas de pintura para interpretar sus respuestas ante ellas, rescatando nociones tanto del psicoanálisis freudiano como del junguiano y algunos acercamientos psiquiátricos (Figura 3).⁹ En esa misma época, la psicología de la Gestalt encontraría incluso un conjunto de principios o mecanismos a través de los cuales damos sentido a nuestras percepciones y llevaría esto al ámbito de la terapéutica y los tratamientos psicológicos valiéndose de esta posibilidad de modificar las apreciaciones de la realidad.

Este mecanismo, por medio del cual se generan las imágenes, sigue siendo un enigma para la neurociencia de acuerdo con Antonio Damasio. Las imágenes, del modo como éste las define, emergen de representaciones mentales configuradas a partir de indicadores sensoriales que pueden ser visuales, auditivos, olfativos, gustativos o somatosensoriales, éstos últimos incluyen formas plurales de sensación como la táctil, muscular, dolorosa, visceral y vestibular. De este modo, dice Damasio:

las imágenes surgen de patrones o mapas neuronales formados en poblaciones de células nerviosas, o neuronas, que configuran circuitos o redes. Sin embargo, hay un misterio respecto de cómo las imágenes emergen de los patrones neurales. La neurobiología aún no sabe la manera como un patrón neural *se convierte* en una imagen.¹⁰

6. Ludwig Wittgenstein, *Investigaciones filosóficas*, Barcelona, Altaya 1999.

7. W. J. T. Mitchell, *Teoría de la imagen*, Madrid, Akal, 2009.

8. Gottfried Boehm, “Decir y mostrar: elementos para una crítica de la imagen”, en Báez, Linda y Carreón Emilie (eds.) *XXXVI Coloquio Internacional de Historia del Arte*, México, UNAM, 2014, pp. 17-40.

9. Hermann Rorschach, *Psicodiagnóstico*, Buenos Aires, Paidós, 1987.

10. Antonio Damasio, *Sentir lo que sucede*, Santiago de Chile, Editorial Andrés Bello, 2000, p. 350.

Lo importante de este fenómeno, que Boehm ha identificado con el nacimiento de una imagen, es precisamente cuando ha emergido esa posibilidad de ver algo ahí, entonces, en la mayoría de ocasiones, nos hacemos capaces de volver a esa mirada con algún esfuerzo de la voluntad, a veces más, a veces menos. Es como si se abriera un nuevo mundo, en cierto sentido, una nueva posibilidad de ser de lo que tenemos enfrente. En algunas situaciones, ya no es posible, incluso, regresar a verlo como antes. Los diferentes grados en que las personas pueden desarrollar esta capacidad también abren posibilidades para la investigación en psicología, sobre todo, en relación con los estudios de creatividad. Pero, por ahora, vayamos a otro ámbito más o menos cercano en el que sucede algo muy similar al nivel de la interacción con objetos. Así como lo hicimos antes, primero se enuncian dos ejemplos sencillos al respecto (Figuras 4 y 5) y luego se habla de éstos.

Como se puede observar, los dos ejemplos provienen de lo que se ha dado en llamar “diseño intuitivo”. Lo que se trata de expresar con éstos es cómo la forma de las cosas nos da una idea o una especie de intuición acerca de cómo usarlas o cómo interactuar con ellas. En el primer caso, se trata de diferentes tipos de picaportes y de cómo la forma de éstos nos sugiere, no solamente los movimientos necesarios para abrir la puerta, sino incluso hacia dónde abre ésta en algunos casos. En el segundo ejemplo, simplemente se nos muestra un esquema de la forma como interactuamos con las tecnologías de tacto en distintos tipos de dispositivos digitales en la actualidad. Esto puede incluir los llamados *trackpads*, pero también los celulares, pantallas, ratones de computadora con esas funciones incluidas, etc. En el diseño se le ha dado el nombre de *affordance*, o “prestaciones”, al fenómeno que estamos describiendo.

El término *affordance* proviene del verbo en inglés “afford” que, de acuerdo con el diccionario de Cambridge, se podría traducir como “permitirse”,¹¹ y su traducción intenta dar cuenta de cómo las cosas “se prestan para”. Fue el psicólogo experimental James Gibson quien llevó a cabo esta adaptación del verbo al sustantivo para describir el modo en que los seres vivos y su ambiente se adaptan

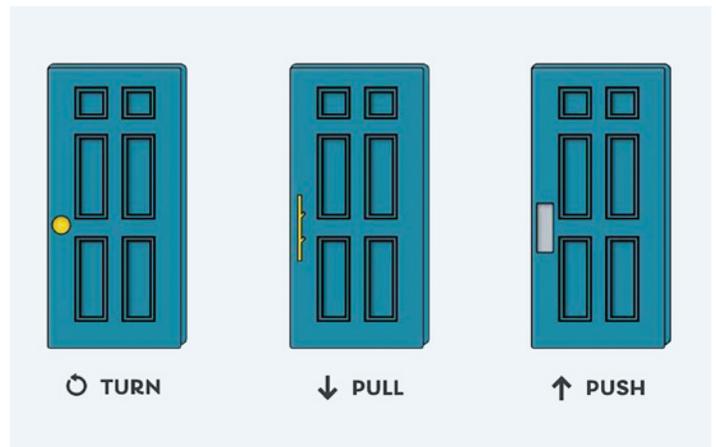


Figura 4. Ejemplo de *affordances* en la vida cotidiana. Fuente: <https://pixelfridge.digital/what-are-affordances-and-why-do-they-matter/>

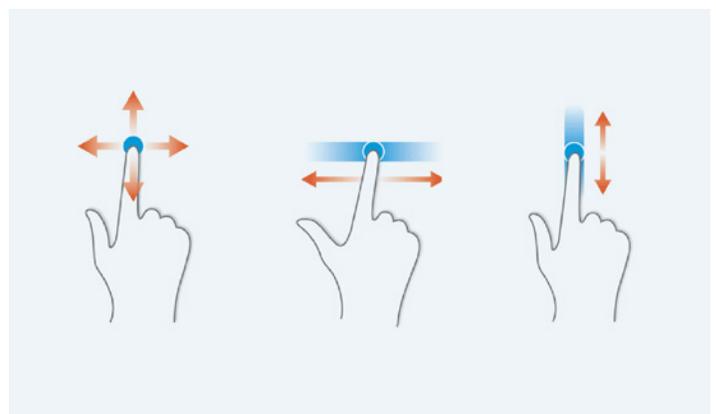


Figura 5. Ejemplo de diseño intuitivo. Fuente: www.interaction-design.org/literature/topics/intuitive-design, GRPH3B18, tipo de licencia: CC BY-SA 3.0.

mutuamente en un proceso evolutivo, de tal manera que no es posible establecer una jerarquía o dominación ni de parte de los organismos vivos ni de los agentes naturales del entorno, es decir, de los unos sobre los otros.¹²

En realidad, la manera en que el diseño ha llevado a su territorio la teoría de Gibson es muy limitada, pues la mayoría de las veces se trata de algo meramente aplicativo. Pero ahí hay algo, de cualquier forma, que nos habla del acontecimiento. Donald Norman, en su libro *Psicología de los objetos cotidianos*, señala que las prestaciones son simplemente un criterio pragmático a través del cual podemos valorar el buen o mal diseño de los objetos. Si su funcionamiento no es fácilmente comprensible a primera vista,

11. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/afford>

12. James Gibson, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Nueva York, Taylor and Francis Group, 1986.

entonces puede ser descalificado.¹³ Por supuesto, Norman no toma en cuenta la infinidad de condicionamientos histórico-culturales que influyen en el momento que una cosa, frente a nosotros y su modo de uso, de pronto se nos aparece como algo intuitivo. Sin embargo, lo que interesa en esta reflexión no es criticar la teoría de Norman ni la de Gibson, sino algo más primario: identificar este fenómeno que sucede, por lo menos en el diseño, cuando aprendemos a usar un objeto cualquiera y a partir de ese momento nos parece algo natural.

SEGUNDA PARTE: DISCUSIÓN

Volvamos a la noción de acontecimiento en Žižek y su forma de definirlo como “Una manifestación de una estructura circular en la que el efecto acontecimental determina retroactivamente sus causas o motivos”.¹⁴ Colocarla en este contexto, nos ayuda a explicar cómo es que Norman olvida los procesos de diseño, así como los procesos culturales, que están detrás; es decir, que a un ingeniero como él le parezca natural una cierta forma de acercarse a los objetos pensados, producidos y consumidos por el ser humano. Está claro que no es natural, pues cuando se les presenta este tipo de diseños, supuestamente intuitivos, a generaciones de edad mayor no les parece en absoluto así. Ni siquiera a las generaciones más jóvenes, como los niños pequeños. No es sino hasta que se tiene cierto grado de habilidades adquiridas que este tipo de interfaces se perciben como naturales u obvias. Pero es verdad que lo que podríamos llamar *un acontecimiento en diseño* es cuando después de que has aprendido que determinado símbolo, al hacer clic de cierta forma o realizando alguna acción en un dispositivo, hace que se obtenga un efecto y desde ese momento queda grabado psíquica y motrizmente, de tal manera que se vuelve algo completamente automático. Es, una vez más, por ejemplo, cuando en una imagen no alcanzamos a distinguir alguno de sus elementos hasta que alguien nos lo hace notar y a partir de este momento no podemos dejar de verlo. El elemento siempre estuvo ahí, y hasta que se aparece ante nuestra mirada es que adquiere forma y ya no hay manera de volver atrás.

13. Donald Norman, *Psicología de los objetos cotidianos*, Madrid, Nerea, 1990.

14. Žižek, *Acontecimiento...*, op. cit., p. 16.

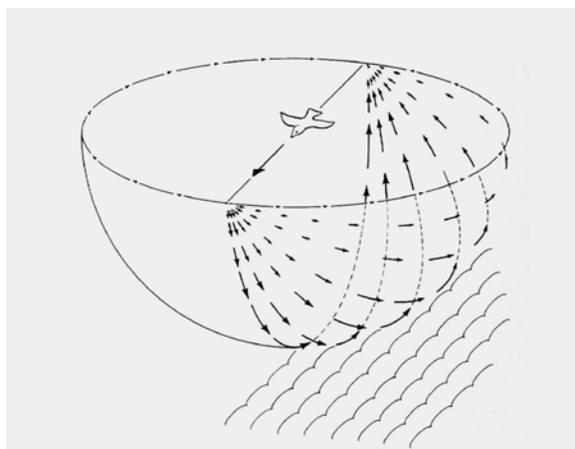


Figura 6. James Gibson, “El flujo del patrón óptico durante la locomoción paralela al suelo”, en *The Ecological Approach to Visual Perception*, Nueva York, Taylor and Francis Group, 1986, p. 123.

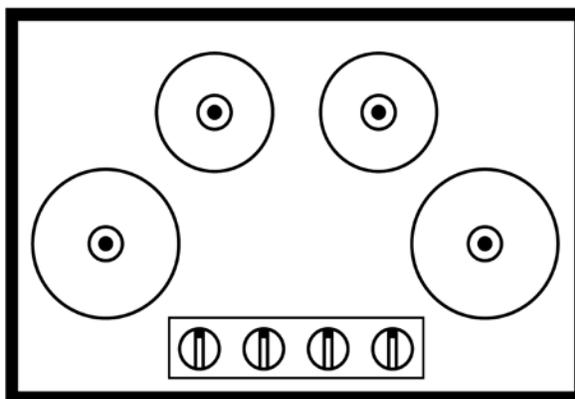


Figura 7. Donald Norman, “Topografía natural completa de mandos y quemadores de cocina”, en *Psicología de los objetos cotidianos*, Madrid, Nerea, 1990, p. 103.

Un acontecimiento es “el efecto que parece exceder sus causas”,¹⁵ nos dice también Žižek. Para explicar esto de forma sencilla, recurre al ejemplo del enamoramiento. Cuando una persona se enamora de otra de pronto toda la vida previa a ese encuentro cobra otro sentido, como si todos y cada uno de los sucesos y peripecias pasadas hubiesen sido perfectamente planificadas u orientadas hacia ese momento. Al mismo tiempo, eso parece ser algo natural, en el sentido de que no puede ser forzado, llega sin aviso y, también, pareciera que ya estaba predestinado así.

Trasladando esto al ejemplo de las interfaces resulta muy similar. No es que el diseño de éstas sea intuitivo porque sea obvio ni natural; no es que la solución estaba

15. *Ibid.*, p. 17.

ahí previamente, sino que, una vez que aparece, da la sensación de que así tenía que ser y no había una mejor solución. Algo así sucede con algunos logotipos o carteles. Cuando uno los observa pareciera que nos leen la mente y que esa imagen que estamos presenciando era justamente lo que estábamos pensando, antes, en relación con el tema que se intenta representar o transmitir. Esto es, probablemente, lo que el ya mencionado Boehm ha llamado “imagen soberana”,¹⁶ pero quizá también lo que, en Historia del Arte, Henri Focillon llamaba “creación de formas”.¹⁷ Se trata, siguiendo la interpretación de Jacques Thuillier, del momento en que la obra excede su posibilidad meramente significativa, o bien la forma se significa a sí misma.¹⁸ Diríamos también que el significado de esa forma emerge con ella. Hay un punto en el que, por lo menos por un instante, el diseño comparte con el arte esta posibilidad de ser generador de acontecimientos.

Y ahora vayamos a la última de las citas con las que empezamos a definir el acontecimiento: “La aparición inesperada de algo nuevo que debilita cualquier diseño estable”.¹⁹ De acuerdo con esta definición, resulta que el acontecimiento podría pensarse, casi, como lo contrario al diseño, pues si pensamos que éste último se encarga de proyectar formas que contribuyan en la configuración de la sociedad y que, como lo dice la frase que citamos, pretenden ser estables en cuanto a modos de comunicación u organización entre los seres humanos, entonces el acontecimiento es algo que quiebra cualquier modelo que se quiera colocar en ese lugar de lo inalterable o de solución final. Pero, a su vez, es verdad también que la continua búsqueda de la innovación es una de las características propias del diseño. De hecho, esto se ha vuelto una especie de imperativo de las industrias culturales, donde a cada momento es preciso encontrar la manera de darle la vuelta a las mismas estrategias de persuasión del consumidor para mantenerle cautivo. No obstante, más allá de esta instrumentalización de sus potencialidades creati-

16. Boehm, “Decir y mostrar: elementos...”, *op. cit.*

17. Henri Focillon, *La vida de las formas*, México, UNAM, 2010.

18. Jacques Thuillier, *Teoría general de la historia del arte*, México, FCE, 2006.

19. Žižek, *Acontecimiento...*, *op. cit.*, p. 18.



Figura 8. Estudio Joaquín Gallego. Portada del libro *Acontecimiento*, Sexto piso, 2018.

vas, dadas las coordenadas que he intentado dar antes al vincular el diseño con el acontecimiento, tendríamos que aceptar que esta disciplina se encuentra en medio de, por lo menos, dos tendencias, las cuales, mínimamente, tendrían que reflexionarse y tomar posición en cada ocasión.

El diseño como acontecimiento tendría que ver con esa posibilidad de generar nuevas formas de ver el mundo; sin embargo, lo paradójico es que aunque podemos, por lo menos, comenzar por ver algunas de las potencialidades del acontecimiento en diseño a nivel perceptivo, es únicamente un primer vistazo. El diseño, por supuesto, no se reduce a las expresiones que aquí mencionamos: los pica-portes, los íconos de las *apps* intuitivas, los carteles o los logotipos. Si bien es cierto que hoy todo ello lo podríamos englobar, bien o mal, en lo que se ha identificado como las interfaces materiales o digitales de los objetos, esto es así porque el criterio de medida de la interacción digital se ha vuelto la regla. Se exige, en su extremo, que todo sea comprensible y fácil para los usuarios, llegando, incluso, a colocar como uno de los criterios de valor y funcionalidad la ausencia total de operaciones cognitivas necesarias para la usabilidad. Tal es la demanda que incluso da título a uno de los libros clásicos del diseño web: *No me hagas pensar*.²⁰ Mas la lógica del acontecimiento nos llama a ir más allá de eso, tomando en cuenta que siempre puede haber otras posibles miradas o parámetros desde los cuales todo el mundo se aprecia diferente.

20. Steve Krug, *Don't Make Me Think! A Common Sense Approach to Web Usability*, California, New Riders, 2000.



Figura 9. Amrei-Marie, "Filósofo esloveno Slavoj Žižek en 2015 en la feria del libro de Leipzig presentando su nuevo libro *Some Blasphemous Reflexions*", tipo de licencia: CC BY-SA 4.0

En la filosofía de Friedrich Hegel hay un momento donde la descripción del proceso dialéctico del objeto se ofrece como *uno puro*. Aunque es la conciencia la que pone en el objeto todas sus propiedades de forma separada entre sí, al mismo tiempo determina la unidad de la cosa, en este punto todo aquello que compone a la cosa se representa como *materia libre*.

Se da, así, la experiencia de que la cosa se *presenta para la conciencia* que la aprehende de un determinado modo, pero, *al mismo tiempo*, es fuera del modo como se ofrece y *reflejada* en sí o tiene en sí misma una verdad opuesta.²¹

En la interpretación de Žižek, sería por ello que, si en la filosofía de Hegel la razón adquiere un papel absoluto, no lo hace sino en su propio retiro o autosupresión de la locura. Es así que "en Hegel todo se vuelve acontecimental: una cosa es el resultado del proceso (acontecimiento) de su propio devenir, y esta procesualidad la desustancializa".²² Alain Badiou haría una propuesta filosófica defendiendo que la ontología no es otra cosa que las matemáticas, es decir, el ser es todo aquello de lo que podemos hacer cálculos. Pero hay algo que está en otro registro y eso es el acontecimiento. Para Badiou, la filosofía es la teoría general del acontecimiento, en tanto que sería desde este campo que se puede pensar el ser de las matemáticas y que nos muestra, entonces, que no todo es matematiza-

21. Friedrich Hegel, *Fenomenología del espíritu*, México, FCE, 1966, p. 77.
22. Žižek, *Acontecimiento...*, op. cit., p. 103.

ble. En ese sentido, el acontecimiento es el componente virtual del ser, o bien el punto en el que el campo matemático pierde su carácter de totalidad o capacidad de dar cuenta de todo.²³ La ontología no nos dice nada del acontecimiento, sino que es, de hecho, su punto imposible y exhibe el momento, el múltiple, en el que el ser se anula.²⁴

Para el diseñador y teórico de la disciplina Otl Aicher, el espacio de reflexión del diseño está lleno de preguntas fundamentales sobre la existencia humana y, en ese sentido, su actividad le acerca a la filosofía. De hecho, dice Aicher, el diseño conformaría una especie de nueva filosofía de lo concreto, donde el mundo ya no es un mero objeto de conocimiento, sino que el mundo es un proyecto en permanente proceso de realización. Si los ejemplos que hemos dado aquí relativos a la percepción y nuestras respuestas comportamentales a éstos adquieren valor es, precisamente, porque en el uso es donde se determina el sentido del mundo. Es una sensibilidad valorativa y la fuerza constructiva de la imaginación las que ponen el objeto en relación con metas particulares. "El diseño, antes de llegar a ser conocimiento, es el trato con las cosas".²⁵ Otro filósofo del diseño, Vilém Flusser, ya advertía que, en todo caso, lo que nos exige el diseño en la actualidad es también una nueva manera de concebir la creatividad misma. De esta manera, si en lo que él llamaba el universo de las imágenes técnicas, efectivamente, las máquinas tienen la capacidad de reproducir y guardar todo tipo de informaciones de manera automática, y si es verdad que la humanidad estará cada vez más dominada por aquellos grupos que disponen de información y la programan, entonces, el desafío ya no está en crear información nueva desde la individualidad de un autor, artista, genio, Gran Hombre, o bien un diseñador, sino en saber jugar en ese nuevo mundo ya no desde un "yo", sino desde un nos/ otros, para obtener el máximo de virtualidades de cada situación.²⁶ "Diseño significa, entre otras cosas, designio,

23. Alain Badiou, *Breve tratado de ontología transitoria*, Barcelona, Gedisa, 2002.

24. Alain Badiou, *El ser y el acontecimiento*, Buenos Aires, Manantial, 1999.

25. Otl Aicher, *Analógico y digital*, Barcelona, Gustavo Gili, 2001, p. 159.

26. Vilém Flusser, *El universo de las imágenes técnicas*, Buenos Aires, Caja Negra, 2015.

destino. Plantearse estas preguntas constituye un intento conjunto de asir el destino con ambas manos para poder conformarlo juntos”.²⁷

Retomando nuevamente a Žižek, éste termina su libro señalando que en la actualidad el capitalismo pareciera alimentarse del acontecimiento a tal grado que pudiera creerse que borra cualquier posibilidad de acontecimiento, es decir, fuera del capitalismo ya no hay lugar para otra cosa. Así, el acontecimiento por excelencia, que sería la caída del capitalismo o la llegada de un nuevo modo de producción, queda bloqueado. Sin embargo, habría que recordar que el mismo autor menciona que

en un Acontecimiento, no sólo las cosas cambian: lo que cambia es el propio parámetro por el que medimos los hechos de cambio, es decir, un punto de inflexión cambia el campo entero dentro del cual aparecen los hechos.²⁸

Para Jacques Derrida, en última instancia el acontecimiento tiene que ver con una cuestión de justicia que está más allá de los límites del derecho, pues está vinculada más bien con la cuestión del don, un donar sin deuda, culpa, intercambio ni comercio; una ofrenda sin costo adicional: “la justicia como incalculabilidad del don y singularidad de la ex-posición no-económica a otro”.²⁹ En este entendido, es verdad que, por un lado, el acontecimiento en diseño, en todo caso, podría reducirse, efectivamente, a aquellos nuevos aditamentos de nuestros dispositivos actuales, cada vez más refinados para hacernos creer que se trata de algo natural o intuitivo. Pero, por otro lado, bien puede conllevar una nueva posibilidad de concebir al diseño mismo, su papel dentro de la sociedad actual y ésta, en sí misma, como dice Žižek, más allá del paradigma del capitalismo y el consumo. En últimos términos, ¿será posible que el diseño sea capaz de mostrarnos el mundo de formas que aún no hemos visto? “Si antes se trataba de formalizar el mundo dado, ahora se trata de

hacer reales las formas diseñadas creando con ellas mundos alternativos”, dice Flusser.³⁰ Nosotros agregaríamos que si muchas veces se ha definido al diseño como aquella disciplina encargada de *resolver problemas*, quizá es el momento de comenzar a pensarlo, más bien, como la encargada de problematizar las cosas que se cree que ya han sido resueltas.

CONCLUSIONES

En este texto comenzamos acercándonos a tres definiciones del acontecimiento de acuerdo con una comprensión filosófica que es posible que rebase las preguntas que, por lo regular, se plantean desde el diseño. Sin embargo, como lo aclaramos en la introducción, se trata de un intento por llevar a esta disciplina a un tipo de reflexión que le haga cuestionarse a sí misma, preguntándose por su propia definición y más allá de sus quehaceres prácticos a los que, quizá desde su concepción moderna, ha sido destinada. En las definiciones tomadas lo que sobresale no es solamente la idea de la emergencia de algo nuevo, inédito o inesperado, sino una fuerza que pone en tensión la estructura temporal o causal, quebrándola, así sea por un instante. Aunque filosóficamente esto trae consecuencias a un nivel ontológico, ha valido la pena mencionarlo, pues se pone en cuestión la comprensión lineal del tiempo. Lo que aquí rescatamos se remitió, sencillamente, a un aspecto fenomenológico que cualquier persona con o sin preparación o intereses filosóficos puede llegar a vivir. Se trata del momento en que a partir de una percepción diferenciada se trastoca la experiencia del antes y el después. Esto sucede, como mostramos, tanto a nivel de las imágenes como de la interacción táctil, por lo menos, aunque no se descartan otras formas de relacionarnos con el entorno. Es en este punto donde las posibilidades del diseño cobran una potencialidad quizá inconmensurable.

Al dar cuenta de que en gran medida los fenómenos a los que nos referimos, como aquellos juegos visuales extraídos de la cultura popular o la psicología, tienen amplias implicaciones relacionadas por lo menos con la estética y la epistemología, abrimos también la compren-

27. Vilém Flusser, *Filosofía del diseño*, Madrid, Síntesis, 2002, p. 128.

28. Žižek, *Acontecimiento...*, op. cit., p. 155.

29. Jacques Derrida, *Espectros de Marx*, Madrid, Trotta, 2012, p. 36.

30. Vilém Flusser, *Filosofía del diseño*, op. cit., p. 35.

sión de las discusiones en diseño hacia sus aspectos ontológicos. Es decir, mínimamente habría que aceptar que el modo como percibimos ese tipo de imágenes reta nuestra sensibilidad a un nivel básico pero, también, concierne a las cuestiones sobre nuestra forma de conocer y dar por sentado nuestro conocimiento ya adquirido. En consecuencia, la relación entre esto y el modo de ser de las cosas se ve afectada. En otras palabras, no podemos estar seguros de que las cosas sean de algún modo, si siempre habrá la posibilidad de que cambie nuestro modo de verlas. Entonces, cobran importancia aquellas respuestas o meras impresiones cuasi-automáticas que, a la vez que tienen mucho de inconsciente, también están ligadas con aplicaciones que pueden llegar a ser muy escrupulosas o planificadas para hacer parecer que son espontáneas o intuitivas.

En el desarrollo del trabajo no ha sido de nuestro interés llegar a los niveles semióticos o retóricos de la imagen donde, es verdad, se juegan en gran medida las determinaciones de los diseños en la sociedad contemporánea. Nos ha interesado, más bien, dar cuenta de ese misterioso momento que aún para la neurociencia permanece abierto, que es el de la imagen como acontecimiento, o bien el nacimiento o creación de formas, mismas de las que pueden llegar a depender nuestras percepciones, concepciones y prácticas cotidianas. La cuestión que queremos mostrar, en todo caso, es que este diseño que tiene el uso en su centro no está en absoluto exento de enmarcarse en un proyecto de mundo y, por lo tanto, el diseño tendría que, cuando menos, preguntarse por el sentido de ese proyecto. Habría que admitir, por lo tanto, también una dimensión política en ello, sin tener que llegar a tocar, todavía, el ámbito de lo social, donde se configurarían las creencias, las opiniones, etc.; pues lo que ha de quedar claro, entretanto, es que aún existe la posibilidad de que este régimen bajo el que vivimos no sea sino, solamente, un momento previo a un acontecimiento por venir que modifique nuestra historia, sacándola de lo que hoy parece un destino inexorablemente programado hacia el consumo. Como bien sabemos, el diseño no solamente tiende a quedarse encerrado en esa concepción como mero sirviente del *marketing*, sino que nuestra vida entera, de pronto, nos parece ya condenada a la extinción si seguimos por este camino.

FUENTES CONSULTADAS

- AICHER, Otl, *Analógico y digital*, Barcelona, Gustavo Gili, 2001.
- BADIOU, Alain, *Breve tratado de ontología transitoria*, Barcelona, Gedisa, 2002.
- BADIOU, Alain, *El ser y el acontecimiento*, Buenos Aires, Manantial, 1999.
- BOEHM, Gottfried, "Decir y mostrar: elementos para una crítica de la imagen", en Báez, Linda y Carreón Emilie (eds.) *XXXVI Coloquio Internacional de Historia del Arte*, México, UNAM, 2014.
- DAMASIO, Antonio, *Sentir lo que sucede*, Santiago de Chile, Editorial Andrés Bello, 2000.
- DERRIDA, Jacques, *Espectros de Marx*, Madrid, Trotta, 2012.
- FLUSSER, Vilém, *El universo de las imágenes técnicas*, Buenos Aires, Caja Negra, 2015.
- FLUSSER, Vilém, *Filosofía del diseño*, Madrid, Síntesis, 2002.
- FOCILLON, Henri, *La vida de las formas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2010.
- GIBSON, James, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Nueva York, Taylor and Francis Group, 1986.
- HEGEL, Friedrich, *Fenomenología del espíritu*, México, Fondo de Cultura Económica, 1966.
- KRUG, Steve, *Don't Make Me Think! A Common Sense Approach to Web Usability*, California, New Riders, 2000.
- MITCHELL, W. J. T., *Teoría de la imagen*, Madrid, Akal, 2009.
- NORMAN, Donald, *Psicología de los objetos cotidianos*, Madrid, Nerea, 1990.
- RORSCHACH, Hermann, *Psicodiagnóstico*, Buenos Aires, Paidós, 1987.
- THUILLIER, Jacques, *Teoría general de la historia del arte*, México, Fondo de Cultura Económica, 2006.
- WITTGENSTEIN, Ludwig, *Investigaciones filosóficas*, Barcelona, Altaya, 1999.
- ŽIŽEK, Slavoj, *Acontecimiento*, México, Sexto Piso, 2014.

Referencia electrónica

Diccionario Cambridge, en <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/afford>