

# La estética de lo múltiple y la producción cultural de los objetos de uso\*

## Resumen

El espíritu pluralista y el grado de transformaciones que el diseño tiene en cuanto a la configuración de juicios éticos y estéticos, así como en la generación de creencias y opiniones, permite asegurar que la razón de ser del diseño es la comunidad. De este modo, técnicas, métodos, servicios y objetivos trazados en este campo, cobran importancia en cuanto se promuevan como soluciones que apunten al mejoramiento de las condiciones de un amplio número de personas. En ello, opera por igual la ética como la estética. En tanto cada objeto o imagen producida por el diseño genera antes que nada valores, resulta clara la manera en que de allí devienen nuevos sentidos para la esencia humana.

Augusto Solórzano Ariza  
Doctor en Filosofía. Profesor Asistente, Facultad de Arquitectura, Escuela de Artes, Universidad Nacional de Colombia. Medellín, Colombia.  
Correo electrónico: portalsolorzano@gmail.com

Recibido: Mayo 2015  
Aprobado: Octubre 2015

Palabras clave:  
Ética, estética, diseño, comunidad.

\* Este texto hace parte del proyecto “Estética de los cuartos útiles”, inscrito en el sistema de Información de la Investigación de la Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Arquitectura, Escuela de Artes, Sede Medellín. El enfoque es cualitativo y su carácter se circunscribe a la descripción y el análisis crítico.

Revista KEPES Año 12 No. 12 julio-diciembre 2015, págs. 177-192 ISSN: 1794-7111 (Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea)  
DOI: 10.17151/kepes.2015.12.12.9



## The aesthetics of the multiple and the cultural production of everyday objects

### Abstract

The pluralist spirit and the degree of transformation that design has regarding the configuration of ethical and aesthetic judgments, as well as the generation of beliefs and opinions, allows ensuring that the rationale of design is the sense of community. This way, techniques, methods, services and goals planned in this field become important as solutions aimed to improve the conditions of a large number of people. In it, ethics and aesthetics operate at the same level. While each object or image produced by design promotes values before anything else the way in which new senses come about of human essence is clear.

## El deslinde del objeto como mercancía al del objeto como portador de valores

El pensamiento en diseño aglutina diversos procesos y mecanismos mentales que son traducidos en soluciones concretas en torno a problemas específicos de la sociedad contemporánea. Como tal, el diseño constituye uno de los principales motores de las dinámicas actuales del consumo. Así lo registra tímidamente la sociología, la antropología y la filosofía, entre otros, sin que pueda llegar a decirse que los estudios realizados en cada uno de estos campos logran el nivel de profundidad que el tema merece a la hora de explicar la manera en que los objetos juegan un papel preponderante para la autoconciencia, dan forma a las identidades de los usuarios y forman parte del conocimiento de los seres humanos.

Lo anterior, no implica desconocer el aporte que la sociología ha hecho a la hora de estudiar el protagonismo que la exhibición del objeto tiene para la configuración de nuestro sistema cultural. Tampoco, olvidar su relevancia dentro de la antropología cada vez que se le utiliza como metáfora que retrata la esencia peculiar de una comunidad en especial, ni mucho menos, el valor que, dentro de la filosofía, tiene para explicar y comprender la experiencia humana. La praxis del diálogo entre estos campos se torna así en un camino fragmentado donde el objeto es leído con un énfasis especial que encierra el concepto hermenéutico de *situación*, concepto que pone de relieve un saber objetivo y que ilumina el fundamento sociológico, antropológico o filosófico según sea el caso.

El concepto de situación apunta al modo como la tradición condiciona al intérprete en su intento de comprender el pasado y, por consiguiente, al punto de vista que le viene impuesto a éste de manera vinculante en la forma de una autocomprensión no reflexiva –previa a todo juicio– el haber previo, *la hablilla*. (García, 2012, p. 31)

En lo que respecta al diseño, y sobre todo a su condición histórica actual, la situación está circunscrita a una conciencia distinta que el diseñador tiene sobre las

responsabilidades sociales en un mundo donde todo está sujeto a ser diseñado. De allí se entiende el porqué la sostenibilidad, el ecodiseño y el diseño responsable, entre otros, aparecen como conceptos ético-estéticos que plantean una actividad comprensiva diferente de la profesión, actividad que por demás, recoge en su diversidad, expectativa de sentido que amplía sus límites históricos.

Afianzar la idea de que el sentido de comunidad está ligado al diseño por vía ética y estética, implica superar una *crítica a la economía política del signo* que promovía a través de los objetos y las imágenes el valor sociológico de la distinción para abrazar una *crítica a la economía política del diseño*. En ella, el diseño se convierte en un modelo de juicios compartidos, puntal de la identidad particular y colectiva y apertura a una forma de arte y cultura participativa. En este sentido, puede decirse que la rehabilitación de la experiencia estética que promueve el diseño en el día a día, marca un paso adelante respecto al comportamiento racional que identificó al diseño moderno. De ahí su protagonismo en las experiencias primarias de la vida. Expresiones tan comunes hoy como “diseño amigable”, “diseño efectivo” o “diseño para la vida cotidiana”, pliegan significados sobre la vida ética en cuanto promueven la idea de que el diseño es una forma de vida que rescata la importancia de la estética, el respeto al medio ambiente, la vida en común y el confort. Dentro de este marco, y lejos de estudiar el diseño como un fenómeno cuya inteligibilidad está dada por el estudio de sus elementos formales, ha de considerarse que la estética del diseño tiene el compromiso de expandir sus horizontes, focalizarse en problemas concretos y caminar acompañada con el desarrollo local, nacional y global. El primer paso para lograr estos objetivos es apostar por una expansión ético-estética del diseño, cuyos fundamentos teóricos sean aplicables al esquema de desarrollo de una práctica del diseño que tenga como base el bienestar humano, el servicio, el conocimiento y la función, pero sobre todo, valores trascendentales para el ser humano como el respeto, la confianza y la búsqueda de la identidad social. Se trata de reconocerlo como un marco vital para la existencia y para experiencia que pone en marcha una ampliación del esquema tradicional de la estética al que estamos acostumbrados.

El deslinde de una *crítica a la economía política del signo* hacia una *crítica a la economía política del diseño* no implica que desaparezca la teoría racional de la producción. Tampoco que el diseño, bajo el dominio de los signos, las formas y los objetos, se siga extendiendo como un sistema del valor de cambio. De lo que se trata es de reconocer que, a la par de ello, aparece la posibilidad de que el diseño se sincronice con el circuito de producción y consumo a fin de convertirse en un escenario crítico del que emerja un carácter plural y contingente de la existencia. Tal acierto, le brinda la posibilidad de mejorar la praxis de la vida y de abrazar los postulados democráticos y liberales que reivindican que la vivencia estética se manifiesta viva e intensamente cada vez que se reconoce el valor de la identidad cultural y el pluralismo social. En otras palabras, legitimar el rol que representa el diseño para la vida.

Con este telón de fondo, es posible desmitificar la idea apuntalada en los años sesenta que veía al consumidor como un ser fácilmente sugestionable por las imágenes y productos que el mercado le ofrecía, cuya esencia se resume así:

Así, el consumo y frente a una supuesta satisfacción de las necesidades en su práctica, supone –en realidad– una acción *idealista total*, indefinida e infinita pues, la *falla esencial* del objeto en su intrínseca ausencia de *realidad*, implica un *proyecto perpetuamente decepcionante*, compulsivo y, por tanto sin límites, el del vacío de nuestra propia vida: “el proyecto mismo de vivir, fragmentado, decepcionado, significado, se reanuda y se aniquila en los objetos sucesivos” pues, en definitiva, “el consumo es una actividad de manipulación sistemática de signos”. (Puig, 2000, p. 50)

Si algo puede quedar en firme tras el reconocimiento de una *crítica a la economía política del diseño*, es que al participar de nuevas formas de comunidad como la que ofrece el diseño y el consumo, modela personas críticas que reclaman el derecho a la excelencia, que aspiran a vivir mejor y en las mejores condiciones. Subyace en estos detalles cómo esa aspiración se ve reflejada en las relaciones afectivas que se generan en torno a la marca, el derecho a participar y transformar activamente las redes y a configurar y cambiar libremente el estilo como un derecho

inalienable del hombre posmoderno. La dimensión antropológica, sociológica y filosófica presente en estos cambios entra a alimentar los fundamentos teóricos del diseño que, como disciplina hegemónica de la contemporaneidad, ha de identificar, comprender y proponer líneas de pensamiento que fortalezcan esa noción de comunidad dentro de la *situación* hermenéutica que le compete. De manifiesto ha de ponerse que la tarea del diseñador es la de reconocer las cambiantes lógicas de la sociedad y ser coherente con la también fronética realidad. La legitimidad estética del diseño implica reconocer que los valores del placer propios de una vida buena están vinculados con funciones sociales, éticas y cognitivas, que su destino es la de ser compartidos en sociedad y que estos resultan ser bastante útiles en la sensibilización ética política.

Conforme puede deducirse de lo mencionado atrás, sin excepción alguna, cualquier cosa que hoy pueda pensarse alrededor del diseño está llamada a ocupar un lugar central en las sociedades democráticas de nuestros días. De ahí que la importancia que las diversas instancias sociales le dan al diseño, impacte sustancialmente el cambio de hábitos y transforme radicalmente nuestro decorado cultural, pero sobre todo, modifique la manera de entender nuestro lugar mundo.

Y es que en efecto, si el diseño transforma la vida diaria, la vida diaria también transforma al diseño, pues es claro que, por vía estética, hay una expansión constantemente de nuevas potencialidades creativas en los diferentes campos culturales. Se trata de una relación transductiva, en cuyo devenir surgen nuevas estructuras y dimensiones de la cotidianidad que se ven reflejadas por igual en el campo individual como en el público. Para estudiosos de la cultura como Baudrillard o Foster, la rapidez con la que el diseño permea la cotidianidad es consecuencia directa de que este se halle inmerso en la moda, y así nos lo hacen saber:

Todo lo que pretende hoy ser marginal, irracional, rebelde, "anti-arte", anti-diseño, etc., de lo pop a lo psicodélico y el arte en la calle, todo ello obedece, lo quiera o no, a la misma economía del signo, todo ello es diseño. Nada escapa al diseño: esa es su fatalidad. (Baudrillard, 2002, p. 245)

El diseño contemporáneo forma parte de una revancha mayor del capitalismo sobre la posmodernidad, una recuperación de sus cruces de artes y disciplinas, una rutinización de sus transgresiones. La autonomía, incluso la semiautonomía, puede ser una ilusión o, mejor una ficción. (Foster, 2004, p. 25)

La convergencia de estos dos autores en torno a esta mirada fatalista del diseño, desconoce el valor que tiene la creación contingente y cambiante para la autorrealización del individuo y de la sociedad. El léxico adoptado por ellos no deja de reflejar un temor para reconocer que el valor máximo de las democracias liberales es justamente la autorrealización por vía estética. De ahí se entiende que en lugar de reivindicar al diseño como un proyecto creativo del que depende el crecimiento individual y la posibilidad de convertirse en lo que uno es, se le presente como el responsable de una estetización generalizada y el subsidiario de un hedonismo extremo que marca la asimetría y la anomia social. Esta manera de entender las cosas, deja de lado el papel protagónico que el diseño tiene a la hora de generar experiencias más gratificantes que amplíen el abanico de posibilidades para descubrir nuevas inclinaciones y oportunidades que conduzcan a la construcción de una vida buena. En esto prevalece el eco de un proyecto ético político en el que lo cambiante se reconoce como el puntal necesario de una esencia humana y de lo socialmente compartido. ¿Por qué no pensar en que más allá de generar los signos de distinción el diseño puede ser agente transformador de la construcción individual y de la construcción social?

Bajo esta premisa, el diseño permite pensar la manera en que la cultura material conforma y estructura las identidades en términos procesuales y relacionales. Importante es mencionar la forma en que los objetos y las imágenes generan a su alrededor un conjunto de cogniciones que comparte o pone en disputa a una colectividad. Son esos símbolos y significados los que construyen la caleidoscópica realidad del mundo en el que vivimos. El interés que se ha despertado por cómo la estética vehicula esos símbolos y significados muestra asomos de la conexión que existe entre el pensamiento filosófico y nuestras condiciones de vida. Lo que esto

implica es comprender que la filosofía, más allá de una actividad completamente teórica apartada de nuestras vidas, conlleva una práctica que encarna nuestras condiciones y modos de vivir, y que obliga a reflexionar sobre las relaciones que establecemos con las cosas, los medios y las imágenes.

Al plantearse simultáneamente como objeto y objetivo, medio y fin, de la investigación social, el diseño da cuenta de cómo la cultura le imprime sentido a la realidad. En este caso, los objetos e imágenes se convierten en elementos estructurantes de la construcción social y mental de dicha realidad. Sin embargo, el hecho de que los productos de diseño sean cambiantes e inestables dentro de las lógicas capitalistas, hace que pocas veces se los tenga en cuenta para explicar, analizar y comprender la complejidad propia del funcionamiento del sistema social. En esto se pliega la necesidad de plantear un cambio en las posturas filosóficas que le apuesten a descubrir algo nuevo que refleje en realidad las implicaciones que el diseño tiene en la auto transformación significativa del individuo. Tal vez, el primer paso para esto, sea resaltar que la esencia y el valor del diseño sobrepasa los artefactos que normalmente consideramos como diseño. A fin de cuentas, es en el rebasamiento de los límites de lo objetual donde realmente aparecen preguntas trascendentales que giran en torno a lo que se crea la cultura material crea y en torno a la manera en que la percibimos.

Es dicente el desconocimiento que aún se tiene sobre la manera en que la cambiante dinámica constitutiva del diseño opera en la génesis, estructura y evolución de las representaciones sociales. No es claro aún el porqué los estudiosos de la cultura dejan de poner en el epicentro de la discusión teórica la manera en que la cultura material es capital para las formas de apropiación y para las dialécticas del intercambio simbólico. En todo esto es notorio la herencia de una racionalidad cognitiva-instrumental propia de la modernidad que solo ve en la razón el camino más eficaz para conseguir un objetivo determinado y que, en razón de ello, deja de analizar cómo la estética del día a día, la estética del diseño,

revitaliza la discusión filosófica al poner en epicentro expresiones de la vida que antes quedaban relegadas o desacreditadas.

Siendo a la vez proceso y producto de la investigación social, el diseño afecta la génesis, la estructura y la evolución de lo que en ciencias sociales se conoce como las representaciones sociales, es decir, los procesos cognitivos o mentales de carácter individual y los procesos de interacción de carácter social. Una consideración de este tipo puesta a la luz de la experiencia estética, nos lleva a decir que existe una veta filosófica, una filosofía de la naturaleza, cuyo principio *arjé*, ya no son tanto las cosas naturales sino las cosas artificiales producidas dentro del marco de las sociedades poscapitalistas. Es en este sentido, que el diseño plantea y construye un protocolo conceptual base sobre el que se sedimentan los procesos de identidad y de individuación. Así, el horizonte problemático de esta filosofía es el del cambio constante que se presenta entre el mundo social y las cosas que el diseño produce. En otras palabras, el devenir mismo que surge de esta simbiosis. Aquí, es importante el aporte que Shusterman ofrece cuando dice: “El cambio no significa solamente vivir activamente, sino una manera de escapar al ser que no nos satisface: ‘Si la vida es problemática’ ‘debes cambiar la manera en que vives’” (Shusterman, 1997, p. 37).

Esta visión sobre cómo ejercitarnos en una filosofía tan igualmente cambiante como la cultura material misma, obliga a pensar en que la filosofía del diseño no es un fin explicativo sino un medio que sirve de base argumental para analizar la manera en se enriquecen las experiencias cotidianas que son compartidas universalmente. Por supuesto, ello implica un cambio sustancial en la manera en que se lleva a cabo la reflexión filosófica. Bajo esta premisa, el diseñador y el filósofo “han de apartarse de la idea de ser legisladores del pensamiento y del orden social para convertirse en intérpretes, mediadores, traductores e interlocutores de la vida social” conforme lo propone Bauman (2005, pp. 203-204) en esa obra magistral titulada *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, posmodernidad y los intelectuales*.

De otro lado, es menester decir que parte del desconocimiento que existe sobre esta manera de plantear la reflexión filosófica, se debe al privilegio que la filosofía ha tenido sobre el estudio del ser. La especulación sistemática sobre este tema se superpone sobre cualquier reflexión que pueda existir en torno al mundo de lo artificial, a tal punto, que poner la lupa en este asunto se considera una obviedad. Rampantemente, se olvida que los dominios de la realidad están medidos por la fabricación, distribución, uso y descarte que el hombre mantiene con las cosas. Del mismo modo, se le resta importancia a las habilidades manifiestas que hay en la relación que establecemos con dichas cosas, así como también a la forma en que estas reflejan el rumbo cambiante de nuestra identidad. El reto supremo para la construcción de una filosofía del diseño está justamente en poder analizar la realidad sin aislar los objetos de su entorno. Como ha de recordarse, aún estamos atravesados por esa herencia del siglo XVIII que marcó la ruta del desinterés estético y que se propuso al arte como paradigma explicativo de las preocupaciones estéticas. Como ruta ideológica de la burguesía, este desinterés marcó la pauta para que la belleza fuera separada de la utilidad y de la posesión, al tiempo que el sentimiento se afirmara como la base del juicio estético. Este asunto propicia una revisión sistemática de la historia de la filosofía y del diseño, cuyo objetivo apunte a reivindicar el destino del objeto de uso como motor de la experiencia y al diseño como activador de las afecciones cotidianas.

186

En el marco procesual y relacional que el diseño mantiene o debería mantener con las representaciones sociales, hay algunos aspectos clave a considerar, en tanto posibilitarían entender cómo la carga simbólica de los objetos y de las imágenes le dan sentido a la manera en que interactúan las personas en su diario vivir. Entre ellos vale mencionar:

1. Una comprensión real de cómo el colectivo social despierta, reacciona e interactúa frente a los estímulos del diseño. Una conciencia apartada de ser un mero artefacto metodológico cuyo objetivo sea el de catapultar las dinámicas de consumo.

2. La posibilidad real de hacer lecturas de la cultura material en contextos micro, cuyo eco psicosociológico permita la comprensión de aspectos ético políticos que operan en el epicentro de las instituciones y las sociedades.
3. Asumir abiertamente que la sociedad es una empresa simbólica y que uno de sus mayores proveedores es el diseño.
4. Tomar en cuenta que tanto el diseño como la sociedad son en sí mismos “procesos” cuyas actividades transforman elementos y los convierte en resultados.
5. Considerar el carácter autónomo y creativo del que disponen los seres humanos, carácter que por demás los convierte en reactores activos que transforman cualquier marco rígido que se les trate de imponer.
6. Ampliar el estudio de lo que en realidad hace el diseño en la vida de las personas, las transformaciones físicas y simbólicas que este conlleva, las formas de actuación e intercambio que se dan en el seno de la cotidianidad y que tienen como telón de fondo la cultura material.
7. Plantear un compromiso con los métodos que conduzcan a una ontología, una epistemología y una filosofía del diseño cuyo componente ético y estético relacione las funciones sociales y cognitivas.

## Conjunción entre estética y el mundo social

Así como es común tender a pensar que el cuerpo y la mente son entidades separadas, tendemos a pensar que el diseño y el devenir del hombre están ubicados en puntos extremos de una misma balanza. Equivocadamente se cree que el ser del hombre es afectado o alterado por el devenir del diseño, cuando en verdad son las resonancias entre lo uno y lo otro lo que permiten la construcción y transformación misma de la realidad. A razón de este olvido, prevalece el imaginario de que el diseño es exclusivamente un microcosmos, un campo, o lo que es lo mismo, un pequeño mundo social relativamente autónomo que es tutelado por las estrellas internacionales del diseño, cuyas formas de pensar, materializadas en productos, se

esparcen en el mundo social globalizado. Si bien es innegable que el diseño tiene sus propias leyes, su propio *nomus* que es el que traza sus principios y sus reglas de funcionamiento, es necesario entender que dichas leyes están circunscritas a leyes del mundo social. De ahí que el diseño a la vez sea campo, estructura y núcleo estructurante del que devienen los contenidos representativos a través de imágenes, creencias, valores, opiniones, elementos culturales e ideológicos.

A diferencia de lo que sucede con los demás campos que descansan sobre una brecha entre “profesionales” y “paganos”, el campo del diseño va más allá de lo individuado, pues la cultura material es un patrimonio común con el que, sin excepción alguna, todos tenemos relación directa y cotidianamente. Importante es mencionar también que ese patrimonio es en realidad un complejo sistema de detenciones y de potencialidades que siempre están a la espera de ser resueltas. De ahí que el diseño guarde una marcada similitud con la manera en que la biología contemporánea entiende los sistemas, es decir como medios abiertos que conservan un equilibrio inestable y que son capaces de convertir el desorden en nueva información.

Guardando la equivalencia, en este sistema, el diseñador actúa como detonante que, desde adentro, acciona, organiza y agrega nuevos axiomas que amplían el protocolo conceptual y formal del diseño. Sin embargo, más allá del individuo aislado que diseña están las relaciones que lo entretrejen con el marco de realidad de un colectivo. Así pues, el diseñador es en tanto existe, un ser relacionado. A manera de bisagra que une dos planos, el diseño genera unos contenidos que relacionan el sentido y la significación, pero también marca los procesos para que el colectivo social organice, interprete y modifique libremente esos contenidos una vez agrega nuevos significados. Generar, transformar y organizar el sentido es una tarea que se completa cuando el diseño se inserta en el núcleo de la vida social y las meras cosas se traducen en valores. De ahí que la meta del profesional en este campo sea la de verificar y descubrir esos valores. Hay en todo esto un imperativo

ético que es el de la recuperación de la experiencia tendiente a conformar una vida buena respalda en hábitos y actividades que garanticen una especie de estoicismo de matiz socrático.

Más que productos y servicios, lo que el diseño produce son cogniciones, motivaciones y conductas que repercuten si significan algo para el mejoramiento de sí y de la sociedad. Con sospecha ha de mirarse toda veta académica que reduzca la discusión del diseño a tecnicismos netamente instrumentales alrededor de la producción, circulación y consumo cuando en realidad lo que hay que mirar es el alcance que tienen los medios simbólicos generados por él, y la manera en que estos transforman las prácticas sociales.

Al tener una relación directa con los estímulos sociales, las situaciones sociales y sobre todo con las variables sociales, el diseño reivindica esa dimensión ética, estética y política de la que poco se habla. Aún hoy es común pensar que cada uno de estos campos están circunscritos a cuestiones esencialistas apartadas del diario vivir.

Así, lo que se deja de lado es pensar que el sentido histórico social del diseño debe atender por igual a las condiciones de producción, de circulación e intercambio, pero sobre todo a la incidencia que tiene en la construcción misma del sentido común. Por esta razón, aventurarse en entender su conexión con los modos de vida implica poner la lupa sobre un complejo sistema de saberes que regulan en la cotidianidad las acciones humanas imposibles de realizar sin la intermediación de los objetos de uso diario y las miles de imágenes con las que a diario nos enfrentamos.

Esto que aparece aquí como una perogrullada, abre la puerta para pensar cómo la historia misma del diseño está organizada sobre unas cronologías históricas y unos paradigmas cronológicos que suponen la sucesión de un estilo a otro, paradigmas que por demás, desconocen que el diseño se transforma en el paso de la materia a la vida. En otras palabras, lo que se ha contado es la historia de la manera en que ha

sido producido el diseño, pero no la historia que integra la condición social como el elemento clave del núcleo central en torno al cual orbita la memoria social, los valores, las normas y las creencias culturales. Es por esto que la estética del diseño se sostiene como declaración de principio del autor y no como representación social que encarna la vida.

La metáfora explicativa que resumiría esta visión, es la de aquella bandera plantada en la luna que, como hito, define la visión autónoma de un diseño atravesado aún por el paradigma del desinterés estético, un elitismo al que solo ciertas esferas sociales pueden acceder, pero cuyo sentido se define una vez dicha bandera sea enarbolada para abrir un nuevo camino. Esto implica una resemantización de la cultura material, pero más que nada, una comprensión real de los escenarios de la existencia donde esta cultura se inserta. Es este sentido, es necesaria una superación de la idea de limitar el diseño a los hitos encerrados hoy en museos, a los que se les venera de igual manera que se veneran las obras de arte universal. Recuperar la dimensión de la vida que depende del diseño, implica superar el purismo exacerbado con el que ha sido escrita su historia.

A lo anterior se suma ese vacío filosófico que por acción o por omisión termina por marcar una diferencia radical entre lo material y lo vital. Suponer que el diseño es esa concatenación ordenada de estilos que se siguen unos a otros, es considerar el diseño como un sistema en equilibrio estable cuando en realidad estamos frente a un campo de distensión y de potencialidades no resueltas como sucede exactamente con el campo de lo social. Volver a mencionar que el diseño es un complejo sistema de detenciones y de potencialidades, es reconocer que las estructuras fundantes de la realidad están sedimentadas en un devenir. En el juego de tensiones que aparece entre los órdenes de realidad que traza el diseño y esa otra realidad social siempre habrá un deslinde, una disonancia sin resolver que constituye la esencia del diseño.

De lo que se trata entonces es más bien de visualizar al diseño como un cultivo que, en su devenir, en su hacer, se transforma a sí mismo al plantear nuevos axiomas que innovan el colectivo social. De hecho, su operatividad abre nuevas brechas al permitir juntar órdenes de la realidad que en ocasiones pueden resultar totalmente dispares y, más que nada, de tocar las propiedades activas de la sensibilidad desde lo micro hasta lo macro. Por eso, es conveniente resaltar nuevamente ese desfase estructurado en el macro de su propio devenir, esencia del diseño. De ahí que el análisis y la comprensión de cómo la sociedad usa las cosas envuelva una característica tan intrigante como inestable que refleja lo inestable de nuestra identidad.

## Consideraciones finales

Asumir que el diseño es un microcosmos dentro de un macrocosmos social abre la puerta de entrada para hablar de múltiples estéticas emparentadas con la ética y con lo político. En tanto el diseño y la estética relacionan lo simbólico con el lenguaje, con lo social y con el intercambio, es necesario superar la idea de que el diseño se limita exclusivamente a orientar la producción de bienes y servicios. A pesar de la importancia que la estética tiene a la hora de fomentar y comprender los vínculos en la vida social, es poco lo que se ha estudiado esta veta del diseño. Por el contrario, cuando se habla de la *estética del diseño* se hace especial énfasis en la estilización, evolución e innovación de la forma de los diferentes productos. Esta es la versión generalizada que reposa en los libros de diseño, focalizados principalmente en recrear la evolución rupturista de la forma y los estilos. De hecho, llama la atención ver la manera en que la estética de la forma se asocia con una ideología del progreso y con una inventiva que le apuesta a subvertir las rutinas cotidianas. Aun cuando esta perspectiva es tan común, resulta bastante limitada en su fundamentación. La razón, es porque propicia que la forma estética se comprenda como el *statu quo* del diseño, olvidando que en lo perceptivo no

hay una forma estable y que los aspectos estéticos que surgen a partir de la cultura material, responden también a formas éticas de la subjetividad.

De igual modo que adquirir, acumular, eliminar y reemplazar, activan nuestras propias aspiraciones como parte de la dinámica de la producción, el diseño también se instaura en el umbral de la acción colectiva para dar sentido a los derechos y la integración social. Así es que el diseño vincula maneras de ver, de sentir y de pensar.

## Referencias

Baudrillard, J. (2002). *Crítica a la economía política del signo*. México: Siglo XXI.

Bauman, Z. (2005). *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, posmodernidad y los intelectuales*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

Foster, H. (2004). *Diseño y delito*. Madrid: Akal.

García, L. (2012). *Pensar lo cotidiano: Ensayos hermenéuticos de la sociedad y la cultura*. Medellín: Editorial U.P.B.

Puig, X. (2000). *La crisis de la representación en la Era Posmoderna: El caso de Jean Baudrillard*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Shusterman, R. (1997). *Pragmatist Aesthetics: Living Beauty, Rethinking Art*. New York: Routledge.

Cómo citar este artículo:

Solórzano, A. (2015). La estética de lo múltiple y la producción cultural de los objetos de uso. *Revista Kepes*, 12, 177-192. DOI: 10.17151/kepes.2015.12.12.9: