



## El objeto en uso: una reflexión acerca de la experiencia con lo real

### {Resumen}

El siguiente escrito tiene como objetivo presentar una reflexión acerca de la relación que existe entre lo visual y lo real desde el escenario de lo cotidiano, contemplada desde el diseño. Este se sirve como agente que permite develar el sentido oculto que reside inmerso en dicha relación, por medio del uso de los objetos por parte de las personas y su capacidad de autopoiesis para construir

y deconstruir significados. Así, se presenta una mirada sobre la experiencia de lo visual, la cual emerge no solo del contacto con imágenes, sino con el cuerpo, el tiempo y el espacio en que se dan los fenómenos dentro del diario vivir.

**Palabras clave:** fenomenología, diseño, experiencia

**Sebastián López Ospina<sup>1</sup>**

Filósofo  
Universidad Nacional de Colombia  
Colombia

CORRESPONDENCIA AL AUTOR  
sebastianospina7@gmail.com

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO  
Recibido: 13.03.2021.  
Aceptado: 01.10.2021.

• Para citar este artículo • To cite this article • Para citar este artículo  
López, S. (2024). El objeto en uso: una reflexión acerca de la experiencia con lo real. {Común-A}, 4(1), 91-106.

Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de Creative Commons 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), la cual permite su uso, distribución y reproducción de forma libre siempre y cuando el o los autores reciban el respectivo crédito.

<sup>1</sup> Diseñador gráfico, especialista en pedagogía del diseño y Magíster en diseño de la Universidad Nacional de Colombia, doctorando del programa en diseño, arte y ciencia Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, miembro del grupo de investigación TEI-D (Tecnología, experiencia, inclusión y diseño de la Universidad Nacional de Colombia) contacto: sebastianospina7@gmail.com



## The Object in Use: A Reflection on the Experience with the Real

### {Abstract}

The issue of the visual in design encompasses a series of major connotations beyond what the image and its development imply. The problem focuses on understanding the experience of being within the everyday, through a lens of phenomenology. This perspective allows for a rethinking of readings of contexts derived from cultural and social aspects, recognizing that their proximity to people and the sense of inhabiting the world can be accessed through elements such as the body, the situated, and time. This is achieved through analysis and reflection on listening to music in the city while moving about. The interactions that this activity generates provide an insight into design as an agent that reveals the sense of everyday experience, stemming from the perception of visual phenomena generated by their contact with reality. This presents an interconnection between design and the visual, as fields of knowledge connected by their stage of action, the real and the artificial.

**Key words:** design, phenomenology, image.

## O Objeto em Uso: Uma Reflexão sobre a Experiência com o Real

### {Resumo}

O problema do visual no design abrange uma série de conotações além do que a imagem e seu desenvolvimento implicam. O problema concentra-se em compreender a experiência do ser no cotidiano, por meio de uma abordagem fenomenológica; isso permite repensar as interpretações dos contextos a partir de aspectos culturais e sociais, reconhecendo que sua proximidade com as pessoas e o sentido de habitar o mundo pode ser acessado por elementos como o corpo, o situado e o tempo; isso, por meio da análise e reflexão sobre ouvir música na cidade enquanto se está em deslocamento. As interações geradas por essa atividade oferecem uma visão do design como um agente que revela o sentido da experiência cotidiana, a partir da percepção de fenômenos visuais gerados pelo contato com a realidade. Isso apresenta uma interconexão entre design e o visual, como campos de conhecimento conectados por seu palco de ação, o real e o artificial.

**Palavras chaves:** design, fenomenologia, imagem.



## Introducción

El problema de lo visual en el diseño enmarca una serie de connotaciones mayores o superiores a lo que refiere la imagen y su desarrollo. El problema de interés se centra en cómo entender la experiencia del ser dentro de lo cotidiano, por medio de una mirada a través del lente fenomenológico; este permite replantear las lecturas de los contextos dadas desde lo cultural y lo social, reconociendo que su cercanía con las personas y el sentido de habitar el mundo puede accederse desde elementos como el cuerpo, lo situado y el tiempo; lo anterior, por medio del análisis y la reflexión acerca del escuchar música en la ciudad mientras se genera un desplazamiento. Las interacciones que genera dicha actividad plantean una mirada sobre el diseño como un agente que permite develar el sentido de la experiencia cotidiana, desde la percepción de los fenómenos visuales generados por su contacto con la realidad. Para esto se presenta un origen entre el diseño y lo visual, como campos del conocimiento conectados desde su escenario de acción, lo real y lo artificial.

### Imagen

La palabra *imagen* deriva del latín *imago*: un retrato de la realidad, una copia que simula a manera de representación un objeto, un cuerpo o aquello que se pone en una situación de reflejo. La imagen, entonces, es entendida como un simulacro de la realidad; esta se sirve como un juego de representaciones que provienen de

una intención bien sea de expresión o comunicación; en pocas palabras, es un constructo artificial. «La existencia de las imágenes no poseen nada de natural ni poseen un vínculo básico con la realidad» (Català, 2008, p. 15); son producto de la actividad humana y, por tanto, cargan consigo paquetes de información expresados en elementos plásticos, como lo son el color, la composición, el referente y las formas.

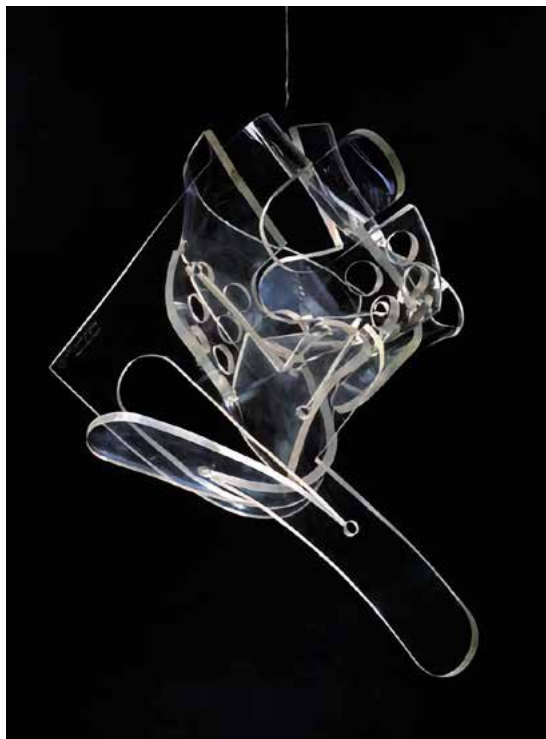
Al entrar al mundo de las imágenes es inevitable no hacerlo en paralelo con los problemas que supone la perspectiva de lo visual; sin embargo, antes de abordar dicha complejidad, se va a empezar a derivar de manera «intencional» por el concepto de imagen y el *pathos*<sup>1</sup> que supone su existencia en la disciplina del diseño.

La relación que presenta la imagen con el diseño se remonta a los experimentos visuales de Moholy Nagy. En estos la necesidad de explorar la fotografía y las herramientas de expresión llevan al límite la capacidad de distinguir entre formas y abstracciones dadas

1 El significado de *pathos* se toma desde la postura de Aristóteles (1356a), Retórica, libro 1, donde se expresa como la emoción que carga consigo la imagen y que logra tocar a otros.

desde el juego de superposiciones de elementos como muestra la figura 1.

**Figura 1.** *Leda y el cisne por László Moholy Nagy (1946)*



**Nota.** 50 Obras maestras 1900-1950, Colección IVAM [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Leda\\_i\\_el\\_cigne\\_\(Leda\\_and\\_the\\_Swan\),\\_L%C3%A1szl%C3%B3\\_Moholy-Nagy.\\_Plexiglas,\\_55,9\\_x\\_41,3\\_x\\_40\\_cm.\\_-Institut\\_Valenci%C3%A0\\_d%27Art\\_Modern.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Leda_i_el_cigne_(Leda_and_the_Swan),_L%C3%A1szl%C3%B3_Moholy-Nagy._Plexiglas,_55,9_x_41,3_x_40_cm._-Institut_Valenci%C3%A0_d%27Art_Modern.png)

Lo que se expresa en la figura 1 solo puede ser atendido por las impresiones estéticas que entran en contacto con las personas arrojadas

frente al fenómeno de la experimentación de Moholy. El campo denotativo entra en contacto con la emoción que emerge desde tonos, contornos y relaciones que atienden detalles y formas, para así entrar a configurar aquello que se está presenciando. Lo interesante del juego de las formas dadas por la superposición de objetos es su capacidad de llevar al límite la percepción de lo real. Siendo la realidad el mundo que ya está dado frente a las personas, pero que es transformado mediante un proceso de diseño, con la intención de dar sentido y un horizonte al objeto/producto de su acto.

Lo que se está construyendo como experiencia de imagen es la manera en la que el cuerpo entra en contacto con un evento, entendido como el comienzo de la imagen; esta se reconoce como un fantasma con forma de objeto tangible y evanescente a su vez. «Experimentamos las imágenes en dos momentos, aparición y reconocimiento, donde de manera simultánea la forma y deformación de estas son la representación de las cosas» (Mitchell & Hansen, 2010, p. 39). Así, la imagen se muestra para las personas, se reconoce como tal, y son las circunstancias (temporalidad, contexto, evento) las que determinan su impacto sobre la realidad, para poder llegar a estimaciones de aquello que se percibe.

Por tanto, la figura 1 se compone de dos momentos: en el primero, la sintaxis se forma de impresiones estéticas a partir de los tonos percibidos; esto funciona a manera de vehículo que conduce las formas hacia un escenario de composición, donde se enmarcan en el espacio; este hace las veces de contenedor primario, limitando las posibilidades de la forma. A esto es a lo que Mitchell refiere con «un objeto espectral» (Mitchell, 2009, p. 39), donde lo no visto realmente está siendo descrito desde estímulos dados por la plástica hacia el aparato sensoriomotor del espectador. Así se presenta el objeto tangible dentro de una situación determinada (fotograma). El segundo momento refiere al reconocimiento que tiene el espectador gracias a los elementos compositivos (como la jerarquía visual), para entender cómo el ojo percibe distancias, formas y superposiciones. Estas llevarán más adelante a la presentación de una imagen mental (*noema*) a manera de concepto, el cual hace las veces de contenedor secundario de las posibilidades del objeto. Estas últimas se enmarcan en los límites que dicho objeto proporciona desde las descripciones que logran darse de aquel.



El diseño crea un vínculo con las imágenes al hacer uso de la sintaxis y la semántica<sup>2</sup> como un lenguaje y un sentido constituido en dos momentos (aparición y reconocimiento), para así proponer una intervención de dichos momentos desde un acceso intersubjetivo dado bajo una premisa conceptual. Lo anterior hace referencia a una delimitación del fenómeno por medio de una intención de comunicación, la que se vale de las propiedades que expresa la imagen para presentarse como una interpretación de lo visto; es decir, que se da por sí mismo, y se expresa desde sí mismo, presentando así el proceso de reconocimiento de la imagen —a través de su percepción por parte de las personas—, para de tal forma encontrar su espacio en el mundo desde una estética particular.

A partir de esta introducción a la imagen y el diseño, se expone a continuación el encuentro de ambos por medio de la necesidad de

---

2 La sintaxis se presenta como los límites constructivos de la alfabetización verbal, donde su aprendizaje se da por medio de usos aceptados, como el elemento básico e irreductible del lenguaje (Dondis, 2017); por su parte, la semántica atiende los campos del significado. Una vez que la sintaxis es dada dentro del lenguaje, para el caso de lo visual, refiere al sentido de la imagen y está separado por tres operaciones cognitivas: plástica, figurativa y conceptual (Magañños, 2006).

experimentar la realidad a través de representaciones intencionadas vinculadas con la cotidianidad. Esta última es el escenario principal, en donde se presenta una puerta de acceso a la lectura de las prácticas culturales de una comunidad, por medio de la simulación de cualidades y atributos de los objetos que se hallan en el mundo.

## Lo visual

En tanto que diseñador, pero también como sociólogo, y comunicólogo, no puedo entender las producciones del diseño gráfico como «cosas» (carteles, marcas, webs, embalajes, paneles de señaléticas), sino como «hechos sociales», es decir, causas de comunicación. (Costa, 2012, p. 01)

Al quedar expuesta la relación del diseño y la imagen, podemos hablar de la complejidad que trae consigo el campo de lo visual, pues se ha descrito cómo la sintaxis juega un papel importante en la constitución de la imagen. Es la semántica (lo visual) el sentido que se halla oculto dentro de la imagen. Lo visual se enmarca como complejo, ya que este no se da como resultado del diseño, sino se presenta como un proceso transversal inmerso dentro del universo gráfico, cultural y social.

La imagen es atendida como un medio por el cual la forma se moldea según sea su contenedor. Se presenta como un cuerpo en representación de una situación, un evento, una idea o una intención. Su «esencia» es leída por lo visual gracias a la información que se percibe desde un acto de primeridad al entrar en contacto con los sentidos, el cuerpo y el tiempo en que esta se da en el mundo. Lo visual se define, entonces, como el puente de comunicación entre lo que expresa la imagen y lo que se logra sentir desde esta misma, formando así una imagen mental de su sentido:

La mente es un medio de almacenamiento y recuperación de imágenes, uno se enfrenta inmediatamente con el hecho de que todas las mentes que conocemos son cuerpos alojados. Hablar de imagen mental es automáticamente ser llevado al problema de encarnación y al mundo material de la experiencia sensual. (Mitchell & Hansen, 2010, p. 41)

Por lo tanto, al entender que mente y cuerpo son uno solo, y que de su unión el fenómeno de la imagen logra acotarse desde un acceso salvaje (formas y colores), se presenta una interacción entre lo visual y el cuerpo. De tal manera se le otorga un sentido a la presencia

del objeto dentro de la mente desde una conexión exterior e interior presentada como «el horizonte del sentido y la significación de lo percibido» (Merleau, 1975, p. 37), donde el campo perceptivo se constituye de dos elementos: el objeto y un hueco entre los objetos.<sup>3</sup>

Mientras la imagen es atendida por la experiencia estética percibida por los sentidos, se extiende un juego de asociaciones entre eventos correspondientes al mundo vivido y las posibilidades del encuentro (semejanzas) con lo que se está presenciando. Merleau-Ponty (1975) afirma que por más pequeño que sea el detalle de aquello que se presencia, este genera una significación, una información que logra ser captada por los sentidos; pero aquella depende en gran medida de cómo fue presentado el fenómeno y el momento en que este fue captado. No es lo mismo ver una imagen en una situación en movimiento, que otra en disposición total de contemplación.

3 «A veces (...) el significado dirigido no puede lograrse por los medios naturales del cuerpo; debe construir su propio instrumento, y de este modo se proyecta alrededor de sí mismo un mundo cultural. En todos los niveles realiza la misma función, que es dotar a las expresiones instantáneas de espontaneidad con una pequeña acción renovable y una existencia independiente». (Merleau-Ponty, 1975, p. 39)



Al percibir se habla de converger, de forma tal que los elementos captados empiezan a generar una circunferencia alrededor del horizonte del sentido, generando empatías entre el pasado y el presente. El cuerpo y la mente dan la claridad entre las diferencias del ensueño y la realidad.

De pronto el espectáculo se organiza dando satisfacción a mi imprecisa espera. Luego, como justificación del cambio, reconozco la semejanza y la contigüidad de lo que llamo «los estímulos», o sea, los fenómenos más determinados, obtenidos a corta distancia, y de los que yo compongo el mundo «verdadero». (Merleau, 1975, p. 39)

Sin embargo, hasta el momento poco o nada se ha mencionado sobre la construcción histórica del sujeto —sentipensante— que observa las imágenes; aquel que deja que sus sentidos den descripciones de la realidad que se encuentra habitando, mientras sus reflexiones se alimentan de lo que su cuerpo y mente constituyen para sí. Antes de dar cualquier indicio sobre conceptos tan fuertes como cultura o sociedad, se habla de un campo que atiende las semejanzas de la imagen y determina en gran parte la manera como son

abordados los fenómenos visuales a partir de un reconocimiento al conocimiento situado, el cual se ha originado desde el recorrido del ser en el mundo.

Lo *situado*,<sup>4</sup> para efectos de este escrito, solo se menciona de manera somera para no perder el foco del tema principal; no obstante, ayuda a entender que la imagen y lo visual se alimentan de posiciones políticas, visiones de género y conciencia moral frente a los simulacros que se presentan ante los seres humanos. Esto quiere decir que, en el juego de semejanzas y significados, la experiencia del ser en el mundo guarda consigo paquetes de información, que con el paso del tiempo se interiorizan en el sujeto, para así determinar un propósito en sus discursos y posiciones.

Ahora, frente a la experimentación con las imágenes, también lo situado juega un papel crucial en las descripciones visuales, ya que el sujeto aborda «lo que ve» como una narración por medio de las semejanzas que se conectan por su pasado y que se hacen presentes dentro de la configuración de aquello que le resulta desconocido; al no poder

---

4 Se toma el concepto del conocimiento situado desde el estudio realizado a la postura de Donna Haraway por parte de Cruz *et al.* (2012, p. 258).

categorizarlo, lo encuentra como novedoso, y desde aquí surge el camino del asombro en un primer nivel de entendimiento, donde el derivar dentro de lo visual es guiado gracias a la intuición.

Para Català (2005), la intuición se define como un:

Restablecimiento de la inmediatez del mundo con respecto a su comprensión: se trata de convertir la sabiduría en experiencia vital y viceversa. Es decir que en el acto de intuir captamos la realidad sin recurrir a la razón, acercando el fenómeno a nuestro terreno» (p. 274).

Allí, los elementos aislados, captados por el apartado sensorial, convergen nuevamente para configurar el objeto presentado dentro del horizonte del sentido, dado desde sus propios términos y condiciones; es decir, se accede desde una pre-reflexividad continúa expresada dentro del escenario visual cotidiano.

Lo cotidiano entra a ser el contexto donde la realidad se da por sí misma y no supone mayor trascendencia. En pocas palabras, el concepto se define como la noción del hábito,

el cual puede ser visto desde las situaciones que se dan en el día a día. Se aborda lo cotidiano como el espacio donde las interacciones sociales son el ejercicio constante entre los miembros de una comunidad; pero no como un evento específico, sino fuera de todo aquello que supone ser especial; un lugar donde lo contingente puede emerger.

Dicho espacio logra ser el territorio de experticia para el diseño, en el cual su quintaesencia reside en servirse como acto humano que hace la síntesis de la cultura donde este se refleja (Horta, 2012). Lo gráfico, los objetos y todo constructo artificial concebido desde este acto se encuentran atados a la voluntad humana, como receptores de las acciones de representación del mundo percibido y el mundo vivido. Así, se reconoce que en lo situado se forman los andamios por los cuales van a transitar las lecturas e interpretaciones de los contextos de los sujetos intervenidos por la práctica del diseño.

Esto quiere decir que, en el juego de lo visual, el diseño es una manifestación intencionada del mundo cotidiano. Lo anterior, por medio de procesos que toman en cuenta el contexto para presentarse por medio de un lenguaje gráfico proxémico, objetual o estético que pretende generar interacción, usos, emociones o

sentimientos por parte de los miembros de la comunidad a los cuáles se está dirigiendo. Su objetivo es poder proyectar a manera de encargo (tarea, trabajo) una representación de su experiencia en lo cotidiano, por medio de estímulos dados en forma de respuestas que hacen uso de la estetización como valor simbólico. A esto es a lo que el diseño empieza a tomar como comunicación o retórica dentro del discurso de lo diseñado; sin embargo, este campo debe ser atendido desde los conceptos fuertes previamente mencionados (como es el caso de la cultura y lo social).

### **La comunicación en el diseño**

Al hablar de comunicación se atiende al campo de lo social y lo cultural como vínculos inexorables de lo cotidiano, en donde las interacciones sociales, las prácticas socialmente aprendidas y lo visual convergen entre sí para construir los cimientos de lo que trataría una cultura de lo visual (óculocentrismo); una manera de ver que rige la forma en la que los objetos son percibidos por parte de las personas. Este fenómeno se debe a la «proliferación de las imágenes, como rasgo distintivo de las sociedades modernas» (Julier, 2010, p. 265), donde la cultura es definida por medio de las prácticas de consumo, de las cuales las configuraciones estéticas de los objetos son dadas por parte de los diseñadores.

No en vano se presenta una estructura homogénea entre los dispositivos móviles, donde su funcionalidad se ve regida por la manera en que este se quiere percibir, provocando una lectura vertical por parte del usuario.

La estetización de los objetos es el resultado del encuentro entre la comunicación, el diseño y lo visual dentro del escenario de lo cotidiano, por medio del uso de la cultura del consumo para promover estímulos sobre las vidas de las personas. No se trata de verse bien, sino de sentir tan propio y autónomo aquello que se quiere tener. Ya no se habla de una actividad que toma las necesidades como su base de información primaria, sino que atiende el campo de los deseos, «afectado los usos y costumbres y, por tanto, al sistema complejo que supone un estilo de vida» (Calvera, 2007, p. 20). Por ende, no se pregunta por la calidad del objeto, sino se asume la estética como una promesa de valor de cuán bueno es lo que se está percibiendo.

Desde campo de la comunicación, lo visual, la estética y el diseño se presenta, a su vez, una nueva manera de ver y sentir las imágenes partiendo de la complejidad misma de la vida. El salto que expone la episteme del diseño lo conduce a replantear sus preguntas a fin de poder entrar en el campo de los deseos.

El solo hecho de poder sentir una imagen supone el reto de poner en tela de juicio las decisiones que el diseñador toma en solitario y confidencia, para acercarse a dar la respuesta prototípica que caracteriza el hacer del diseño. El conocimiento situado, el cuerpo, la temporalidad y el sentido que describen las personas de su experiencia en el mundo se convierten en los caminos a transitar a la hora de acceder a los fenómenos de lo cotidiano; entendiendo que, en gran parte, el consumo marca el ritmo de los objetos, convirtiéndolos en objetos de placer.

Los objetos en la sociedad actual se han vuelto símbolos, ya no son signos y, por lo tanto, su significado es cada vez más de tipo estético, no cognitivo... el objeto concreto consecuentemente ha de ser juzgado como una experiencia estética, como parte de un acontecimiento, por parte de un sujeto singular y no un hecho universal. El sujeto que experiencia conoce las cosas en los términos de la ontología estructural propia de las cosas. El sujeto está entre las cosas. Los sujetos ya no conocen las cosas: conocen que las están experimentando. (Lash, 1999; Calvera, 2007, p. 21)

Para poder entender los campos que rigen el diseño como vehículo que conecta la experiencia de lo visual en lo real desde el placer, se presenta en lo que sigue una reflexión que permite abordar la manifestación del sentido que se halla oculto en el sentir del usuario de un dispositivo de reproducción musical personal. Dicho usuario construye su mundo a medida que lo experimenta, generando así un universo de significados interconectados por el tiempo en que son sentidos, presenciados y corporizados.

### **El objeto en uso**

*El efecto del dispositivo de reproducción musical personal conocido como walkman* es un estudio desarrollado por Hosokawa (1984) para entender cómo las personas que hacen uso de este objeto experimentan y viven la ciudad. Consiste en entender que el «oyente» construye el significado de estar en la ciudad por medio de dos tiempos: el primero corresponde al *interno*, durante el cual se desliga de los otros de forma auditiva para generar una inmersión de su experiencia. Esto, por supuesto, conlleva a proponer que la música está siendo abducida por el cuerpo, de manera que el oyente encuentra placer desde la conexión de su aparato sensoriomotor con su conciencia, traduciendo para estas sensaciones, sentimientos, imágenes y emociones que

evocan memorias y paisajes visuales mentales, enriqueciendo la experiencia de uso. El segundo tiempo se refiere al *externo*; este se trata del desplazamiento del individuo por la ciudad. Por más que la inmersión esté dada por el uso del artefacto, el sujeto aún reconoce su espacio y logra moverse dentro de la ciudad sin perder su objetivo durante sus desplazamientos. También reconoce a los otros que habitan lo urbano, pero desde una postura de individualización donde se cortan los lazos de compartir la música con el mundo exterior. Su objetivo es «perfeccionar su zona individual de escuchar» (Hosokawa, 1984, p. 171).

Lo que se obtiene de esta experiencia es una aproximación a la construcción y deconstrucción de significados por parte del oyente. El objeto, gracias a su tamaño, coincide con postura acorde a su época (los años ochenta), durante la cual el cambio cultural impactó a los jóvenes, de manera que estos no se desconectaban de la realidad, sino lograban corporizarla (Hosokawa, 1984, p. 171). De este modo, el poder portar la música presentaba una singularidad y autonomía para los adolescentes de aquel entonces, presentándose como una postura política: el objeto, al ser usado, es el que construye el sentido de estar en la ciudad, y el acto de portabilidad e

individualización se presenta como la política detrás del artefacto (Winner, 1980).

Al ser de interés el sentido que se halla en el uso práctico del *walkman*, se puede hablar de que su objetivación como portador de significado y forma son elementos que invitan al diseño a reflexionar sobre el *encarnamiento*<sup>5</sup> del espacio, la realidad y el contexto que surgen interconectados y ocultos para el oyente.

Al hablar de contexto, se debe entender que el *walkman* no posee uno propio, es decir, es un objeto destinado al placer individual. Pero a lo que refiere con el contexto es entender que este se construye de dos elementos: el tiempo y el espacio. Estos, a su vez, constituyen la experiencia que tiene el ser en el mundo (Visser *et al.*, 2007, p. 121) y desde esta noción el usuario, gracias a su uso, le da su contexto. El entender estos campos permite vincular la importancia que tiene la experiencia para el diseño dentro de este juego entre uso, espacio y realidad. El sujeto no se suspende en el acceso a estos, sino que le son dados de manera que su cuerpo se conecta con ellos, para así formar el sentido de vivir

---

5 Este término al igual que encarnación, corporeidad o personificación es lo que se conoce en fenomenología como *embodiment*.

en la ciudad en completa autonomía en sus desplazamientos diarios.

Las connotaciones mayores mencionadas entre el diseño y la imagen implican que debe darse una mirada a cómo los objetos construyen el sentido de las personas en el mundo, desde una relación visual entre la realidad y su experiencia, por medio del uso que le es dado a las cosas. El punto de interés para el diseño radica en preguntarse por aquello que se vive y se experimenta, como lo expone muy bien van Manen (2016) en su pregunta ejemplar para introducirse al mundo de la fenomenología: «¿cuál es la naturaleza de una conversación?» (p. 39). Así, se podría preguntar desde el diseño: ¿cómo develar lo oculto en lo cotidiano desde los objetos en uso?

El acceder a los fenómenos visuales no debe suponer el contemplar la imagen desde su aparición física solamente; más bien abrir la posibilidad de poder entrar a indagar en campos como el sonido o la música (como en el caso anterior), y sus implicaciones relativas a cómo son percibidos, encarnados y exteriorizados por las personas (imágenes mentales); ello en un continuo ejercicio de construcción y deconstrucción de significados desde los objetos en uso, a fin de poder

develar aquello que se mantiene oculto en lo cotidiano.

Sin embargo, el uso también debe ser enfrentado desde un lenguaje en común que logre acercar aún más al diseño a la complejidad que supone estar inmersos dentro de la realidad, el espacio y el tiempo. Este lenguaje corresponde a la estética que, para fines de este escrito (aunque reconociendo su origen en los estudios kantianos), sigue la postura de Calvera (2007) definiéndola como «el fenómeno de la estetización de lo cotidiano» (p. 19). La experiencia se convierte en un medio por el cual el propósito de las cosas ya no reside en ser contempladas, sino más bien en ser *experimentadas* desde el diario vivir. Esto corresponde también al giro estético al que refiere Calvera (2007) en su lectura de Fulvio Carmagola: «los fenómenos estéticos habían pasado a ser el modelo interpretativo de la época, la posmodernidad, puesto que la estética supone una forma muy específica de la construcción del sentido» (p. 20)

La interpretación de un acto ordinario (como tomar un transporte público mientras se escucha música desde un dispositivo) genera un cambio de enfoque entre aquello que se diseña desde un ejercicio de estetización y placer, y otro destinado a ser asimilado por los

sentidos; corporizado en el tiempo y libre de la manipulación de su contexto por el usuario. Esto conduce a generar reflexiones alrededor de lo visual desde la experiencia en lo cotidiano, siendo esta develada por elementos propios de la fenomenología, los cuales le permiten al diseño volver a ver las cosas diseñadas, desde la cercanía que presenta la imagen mentada y la experiencia visual constituida por el objeto en uso. Dando gestos muy sutiles sobre el sentido que dan las personas sobre sus propias vidas a través de los objetos producto de la estetización propia del mundo posmoderno.

## Conclusiones

No se trata de ver la calidad de las cosas en términos de lo material o lo fáctico que trae consigo la función tácita del objeto, sino de la experiencia que emerge del hacer uso de este. Así se genera un encarnamiento del ser frente al espacio, referente a lo que siente y lo que percibe como actos de presencia y ausencia que fluctúan en el tiempo interno (uso del objeto) y el tiempo externo (desplazamiento por el espacio). Con ello se logra entender que, desde la estética como fenómeno de lo cotidiano (*praxis*), se encuentra un sentido pleno para el diseño, al servirse

como un lenguaje en común con el usuario a partir de cómo este experimenta las cosas y, a su vez, las cosas lo experimentan también.

Esto permite proponer que aquello que se está diseñando realmente encuentra sentido al dejar que las personas lo construyan desde el uso; una apropiación de las cosas, para designar al usuario como experto de su mundo de significados. Como resultado de la interacción entre el sujeto y el objeto se obtiene una nueva perspectiva de la realidad, las cosas y el acto del diseño como campos de estudio. De tal manera, se determina o describen los eventos presentados desde la inmersión, mas no únicamente desde la simulación; pues al hablar de cuerpo, tiempo y espacio estos conjugan un ecosistema que logra entender al ser como una entidad que configura su realidad desde el sentido que se le oculta y devela en simultáneo desde su experiencia visual constituida por el contacto con lo cotidiano.

Desde esta premisa se empieza el abordaje de lo visual en un constante contacto con lo real en lo cotidiano, construyendo y deconstruyendo significados de su entorno. A esto se le denomina *autopoiesis*. El significado dado a las cosas como autopoiesis refiere a «que el ser, no encuentra una satisfacción plena en el conocimiento, o las ostentaciones del



juicio solamente, como medidas y números, y por tanto este se debate en conseguir su distinción individual como ser poético (...) de aquel ser creador» (Pombo & Calvera, 2011, p. 49). El usuario, persona, individuo, contemplado como ser autopoético, devela una nueva manera de ver en los objetos; una intersección entre lo visual y lo real descrita por medio de los gestos, interacciones y usos desde elementos que constituyen una fenomenología como método; esta amplifica y potencia el estudio del diseño sobre la cotidianidad a través del ser y las cosas.

Lo anterior permite acercarse al objeto en uso, no como una mera cosa producto del diseño, sino como «un acontecimiento, un suceso, un silencio que hay que llenar (...); un pathos, un significado en blanco que lleva consigo los vestigios del deseo del sujeto» (Pombo, 2007, p. 95). De tal manera, se superan las connotaciones del hacer imágenes para ver y se entiende el fenómeno del ser reflejado dentro del espacio y el tiempo, como imagen que invita a introducirse en la experiencia de lo cotidiano. Ver en lo visual y su estética hecha praxis una frontera enfrentada con lo real. Y así el acto de presencia y ausencia del fenómeno ciudad se comprende como una continua fluctuación de significados que hacen posible enriquecer el hacer y el pensar

el diseño: desde cómo se siente y se piensa en aquello que le permite a las personas entrar en contacto con la realidad.

## Referencias

- Calvera, A. (2007). *De lo bello en las cosas: materiales para una estética del diseño*. Gustavo Gili.
- Català, J. (2005). *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Català, J. C. (2008). *La forma de lo real: introducción a los estudios visuales*. UOC.
- Costa, J. (27 de noviembre de 2012). Cambio de paradigma: la comunicación visual. *Foro Alfa*. <https://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual>
- Cruz, M., Reyes, M., & Cornejo, M. (2012). Conocimiento situado y el problema de la subjetividad del investigador/a. *Cinta Moebio*, (45), 253-274. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2012000300005>
- Dondis, D. A. (2017). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili.

- Horta, A. (2012). *Trazos poéticos sobre el diseño: pensamiento y teoría*. Universidad de Caldas.
- Hosokawa, S. (1984). The walkman effect. *Popular Music*, (4), 165-180. <https://doi.org/10.1017/S0261143000006218>
- Julier, G. (2010). *La cultura del diseño*. Gustavo Gili.
- Lash, S. (1999). *Another modernity: A different rationality*. John Wiley & Sons.
- Magariños, J. (2006). *Lo que explica la semántica visual*. Segundo Congreso Internacional de Semiótica, Universidad Nacional de Colombia, (pp. 1-25). Bogotá.
- Merleau-Ponty, M. (1975). *Fenomenología de la percepción*. (J. Cabanes, trad.). Península.
- Mitchell, W. J. T. (2009). *Teoría de la imagen*. Akal.
- Mitchell, W. J. T., & Hansen, M. B. (Eds.). (2010). *Critical terms for media studies*. University of Chicago Press.
- Pombo, F., & Calvera, A. (2011). El significado del espacio en blanco del discurso del diseño como diseño asequible: memoria y ficciones (un diálogo entre Anna Calvera y Fátima Pombo). *Revista Kepes*, 8(7), 43-55.
- Pombo, F. (2007). El deseo de las mañanas: Merleau-Ponty y el diseño. En A. Calvera (Ed.), *De lo bello de las cosas: materiales para una estética del diseño* (pp. 83-100). Gustavo Gili.
- van Manen, M. (2016). *Fenomenología de la práctica: métodos de donación de sentido en la investigación y la escritura fenomenológica*. Lemoine Editores.
- Visser, F. S., Stappers, P. J., van der Lugt, R., & Sanders, E. B.-N. (2007). Contextmapping: experiences from practice. *CoDesign*, 1(2), 119-149. <https://doi.org/10.1080/15710880500135987>
- Winner, L. (1980). ¿Los artefactos tienen política? *Documentos CTS-OEI*, 1-12.

