

La-cosa,
tú que la disfrutas
y la identidad

Fernando Rovalo y López de Linares

Universidad Iberoamericana

Fernando Rovalo López de Linares

frovalo2@prodigy.net.mx

Profesor - Departamento de Diseño

Arquitecto por la Universidad Iberoamericana Ciudad de México (1957-1961). Asistente y profesor de asignatura de medio tiempo y tiempo completo en distintas ocasiones; director de Diseño (1968-1978). Colaborador en diversos proyectos vinculados. Practica la arquitectura y la academia simultáneamente, siendo su materia principal la Teoría del Diseño. Representante de los profesores por cinco años, durante los ochenta del siglo pasado, en el Senado universitario. En el ejercicio profesional con Creixell, Ballina y Rovalo, arquitectos, sus obras más distintivas son el campus de la Universidad Iberoamericana en Torreón y el edificio multipropósitos para el Museo Franz Mayer en la Ciudad de México; también las instalaciones “provisionales” de la Ibero durante casi diez años, después del terremoto de 1979

Resumen

¿Cómo relaciono la-cosa, tú que la disfrutas y nuestra identidad, si no es con el carácter analógico del diseño? Heidegger señala: la-cosa no es un objeto. Por otro lado, tú, el fuente, es decir, el que la disfruta conmigo, que la diseño. Pero, además, ¿quiénes somos, tú y yo?

Esta pregunta es por nuestra identidad. Vivimos hoy un asalto a la realidad, a la identidad: ¿es unívoca o equívoca? De suyo, nos entendemos en la analogía, que nos permite, a ti y a mí, reconocer nuestras diferencias, pero descubrir también las semejanzas. Así, puedo descubrir para ti el valor de la identidad que pide-verse-en la-cosa análoga.

El asunto, feliz, es más complejo. El diseño reúne una quintuple analogía de identidades: la mía, diseñador, la tuya, fuente, la del lugar y el tiempo donde ocurre nuestra interacción, visibles al fin en la-cosa análoga.

Palabras clave: la-cosa no es un objeto; identidad; analogía; diseño sustantivo; uso; consumo; fruición

Abstract

How could I relate the-thing, with you, who enjoy it, and our identity, if not by the analog nature of design? Heidegger points out that the-thing is not an object. You, the-one-who-enjoys-it, relishes it with me, that am its designer.

But, who are we, you and me? This question is about our identity. We live today an assault on reality, on identity: is it univocal or equivocal? However, we understand each other in the analogy, which allows you and me to recognize our differences, but also discover the similarities. Thus, I can discover for you the value of the identity that asks-to-be-seen-in the analogous thing.

The matter, blissful, is more complex. Design brings together a fivefold analogy of identities: mine, designer, yours, the-one-who-enjoys-it, that of the place and time where our interaction occurs, visible at last in the-thing analogous.

Keywords: the-thing is not an object; identity and analogy; substantive design; use and consumption or fruition.

Introducción¹

Este artículo tiene la intención de reflexionar acerca de La-cosa, tú que la disfrutas, la identidad, y el carácter analógico del diseño. Ya desde el principio nos encontraremos con varias preguntas, que incumben sobretudo a los lectores que quieren ser diseñadores, para los que están diseñando, para mí, para nosotros, los académicos: ¿Qué hay en la-cosa?, ¿qué hay fuera de ella?, ¿qué es, donde está su *forma-y-esplendor*?, ¿yo diseñador, sólo expreso ahí mi ego?, ¿interactuamos tú y yo en *la-cosa*?, ¿eres un simple usuario, audiencia, o consumidor? Mi experiencia dice que más bien eres un *fruente*², es decir, el que la disfruta por completo. Pero para interpretarte, ¿te conozco?, ¿te comprendo?, ¿de verdad *nos-entendemos*?, ¿dónde?, ¿aquí?, ¿cuándo?, ¿ayer, hoy, mañana?, ¿descubrimos o “construimos” *la-cosa*?, ¿ves cómo *aparece* o *yuxtapones* las piezas sueltas de un posible rompecabezas?, ¿bocetas una nueva unidad o sólo acumulas fragmentos encontrados por ahí?

Pero, ¿quiénes somos tú y yo?, ¿dónde estamos?, ¿compartimos realmente una identidad en *la-cosa*?, ¿cómo develamos los diseñadores la *forma-y-su-esplendor* en *la-cosa*?, ¿al *interactuar* contigo [*fruente*] y gozarla juntos como el bien *más* universal, la necesidad *más* urgente, el valor *más* duradero y lo *menos* atendido por otros, desde nuestro *ser y estar*, o sea, dónde y cuándo *nos-entendemos* en nuestra propia *identidad*?

El Diccionario de la Lengua Española nos ofrece dos acepciones sobre el significado de *identidad* que nos incumben:

1) “es el conjunto de rasgos —quizá preferiría decir ‘atributos’— propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”; sobre esta definición me pregunto: ¿podríamos extenderla a *la-cosa*, es decir, que sea la “unidad de los atributos propios de *una-cosa*” que la caracterizan frente a las demás?

2) “la conciencia que una persona o colectividad tiene de ser ella misma y distinta a las demás”. Sobre esta definición podríamos intentar traspasar, por analogía, la conciencia a *la-cosa*.

La-cosa no es un objeto

Vamos primero: ¿qué es *la-cosa*? Se habla demasiado sobre el *objeto de diseño*, pero éste agota pronto su descripción científica que, aunque a veces es necesaria, siempre es parcial. Es distinto “un-objeto” a *la-cosa* (Heidegger 1971); el objeto, *reducido* a manufactura y función, es parcial. *La-cosa* no puede ser abarcada por la ciencia pero “no comprenderemos *la cosa* en sí hasta que nuestro pensamiento haya entendido *la-cosa como-cosa*” (Heidegger 1971).

Me propongo seguir, con brevedad abusiva, la conocida reflexión de Martin Heidegger sobre *la-cosa*, con algunas transposiciones de mi parte.

Inicia —más adelante descubriremos por qué— con una denuncia de la frenética abolición de las distancias que todo tipo de tecnologías ha logrado en nuestro tiempo. Sostiene que esto no ha traído propiamente cercanía: es posible que alguien, o algo, este a gran distancia y, sin embargo, muy cerca, o al contrario, puede estar junto a mí y, en realidad, muy lejos. Luego retomará el sentido de esta reflexión a propósito de su idea sobre *la-cosa*.

Él se pregunta: ¿qué en *la-cosa* (sustantivo) la hace *hacer-cosa* (verbo) a diferencia de un mero objeto inerte? Nos propone imaginar una garrafa (fig.1): su función consiste sólo en un vacío que no la hace *cosa*; tampoco lo hace su fabricación, el maestro soplador de vidrio sólo aplicó su habilidad al igual que en otros muchos objetos. En realidad este recipiente *pidió ser hecho*. El diseñador tuvo que descubrir “cómo quería ser” esta garrafa. Lo que *hace-cosa-la-garrafa* es la “acción” de ser éste recipiente. No se trata de que “funciona” como recipiente, sino de que se “expresa” como tal. Hay que observar que no basta considerar su capaci-

1 Quisiera agradecer a cuatro colegas que sin su participación generosa me hubiera sido imposible realizar esta reflexión: Daniel Mastretta, Leticia Velázquez, Mela Szymanski y Ricardo Castañeda. En verdad, muchas gracias.

2 DLE. Fruición: Goce muy vivo en el bien que alguien posee. (Fruente: tú que gozas la cosa)



Figura 1. Pouring wine into glass from a carafe. Unsplash.
com fecha de consulta 22 octubre 2020

dad, por ejemplo: 750 mililitros, que puede compartir con muchas otras vasijas-objeto, incluso también hechas de vidrio. Científicamente llenar una garrafa quiere decir intercambiar un relleno de aire por otro, por ejemplo: de vino. Pero la ciencia encuentra sólo lo que ha admitido de antemano como un objeto posible para la ciencia, por ejemplo: su capacidad en mililitros. Veremos cómo el conocimiento científico, que es irresistible en su propia esfera de los objetos, de esta manera aniquila *las cosas*, aunque no los objetos.

- 3 Ver El terruño de Champagne. "Definición de un terruño («terroir») por la Organización internacional de la viña y el vino (OIV)". El Comité Champagne. <https://www.champagne.fr/es/terru%C3%B1o-denominaci%C3%B3n/terru%C3%B1o-champagne/definicion-terroir> Beaunefrancia. Ver Las denominaciones. "En Borgoña, la noción de terroir es de gran importancia porque el vino obtiene su nombre de la propia tierra de la que procede". Office de Tourisme Beaune Francia. <https://www.beaunefrancia.com/descubrir/los-vinos-de-borgona/los-vinedos-de-borgona/las-denominaciones> Aprenderdevino. Ver "El Viñedo de Côte d'Or en Borgoña", Blog de Ricardo Sanchoyarto. <https://www.aprenderdevino.es/el-vinedo-de-cote-dor-en-borgona-i/>

El vacío de la garrafa mantiene y retiene lo que se haya vertido en ella. Pero ambos, mantener y retener, se reúnen—debemos poner especial atención en el verbo: reunir—en el servir que es diferente a vaciar un líquido. Por otro lado, nos hace ver Heidegger, que el cielo y la tierra habitan en el vino por servir, gracias al fruto de la vid. Recuerden la importancia del sol y el terruño,³ con todo lo que este implica, para el vino. Pero el don de servirlo es lo que hace-a-la-garrafa una garrafa. Así, la efusión del vino, que no-es-vaciar-la-garrafa, "apaga la sed de los mortales, refresca su ocio, o anima su convivialidad" (Heidegger 1971). Exige crecer su esplendor al donarse en una bendición y, al contrario, se marchita al repartir aguardiente vulgar, sin categoría, de taberna. De este modo, podemos preguntar: ¿consagra la garrafa tu boda o desparrama el vino como si fuera cualquier vulgar aguardiente desconocido?

De tal modo, tierra, cielo, dioses y mortales habitan juntos a la vez en *la-cosa*. *La-cosa* reúne y une a este cuarto y *al reunirlo hace-mundo*. También, por ejemplo, los colegas de arquitectura valoran la obra que '*hace-ciudad*' y critican la contraria. La garrafa—como sustantivo—alcanza a ser una cosa [*ding*, en alemán, *thing*, en inglés] cuando *hace-cosa* [cuando en inglés: *the thing*, *things*, como verbo].

Heidegger recupera el tema de la distancia y afirma que *la-cosa* no está "en" la cercanía, como si la cercanía fuera un contenedor. La cercanía es una "acción" que al acercar *hace-cosa* a la *cosa* que por eso ya no será lejana, ajena y hostil como cualquier objeto que *da-igual*. Acerca el *mundo* y *al reunir* todas sus dimensiones, de manera recíproca, las devuelve como demanda de formar su entorno. Nuestra garrafa repele a los meros objetos. Ella diría: "no me pongas sobre ese *trapo* al que le dices mantel, ni junto a ese *cacharro* que usas como copa y no desbarates tu acontecimiento llevándome a cualquier *no-lugar*".

Porque “el modo como tú estás y yo estoy, el modo como nosotros humanos estamos en la tierra es morando” y así, queridos colegas, “la concreción de esta dimensión existencial depende del modo como se hacen *las-cosas*” (Norberg-Schulz 1980). Esta es nuestra responsabilidad, diseñadores, y esta es la pregunta que nos toca responder en cada proyecto.

Antes de continuar, registro los términos que he presentado hasta aquí:

- Distancia: ¿lejanía o cercanía?
- El objeto es diferente a *la-cosa*
- Pidió ser hecha *la-cosa* como acción
- Reunir
- Mantener y retener para servir
- Cuarteto: sol y *terruño*: cielo y tierra, también dioses y mortales
- Consagrar o desparramar
- *Hacer-cosa* es acercar el mundo
- La cercanía como acción
- *La-cosa* reúne al cuarteto y *hace-mundo*
- El modo de estar es morando
- Morar depende del modo como hacemos las cosas.

Realmente, en este sentido, mi deseo y el tuyo son ciertamente vivir-entre-cosas, no entre objetos:

El paisaje, las casas y sus cosas, la indumentaria; la comunicación; todo lo que vemos, oímos, olemos, gustamos y tocamos nunca tienen sólo un carácter instrumental o manufacturado. De modo medular y sin poderlo evitar, *para bien o para mal*, nos expresan. Percibimos su expresión. Nos expresamos mediante ellas (Rovalo 2019).

Tampoco están petrificadas: las *cosas*-han-sido-están-siendo-y-podrán-ser. Las experimentamos, diría Bergson, en “la duración” (Bergson 1986). Vivimos entre todas las *cosas*, en todos los tiempos. Esto puede ocurrir precisamente mediante el diseño de *la-cosa* que gozamos in-

trínsecamente en su expresión creativa, no sólo por lo que *subyace* en él, tampoco por efecto de los *contextos* espacial o temporal que, ciertamente, *condicionan* nuestra percepción, mas no la *determinan*.

La forma de las-cosas

Desde el punto de vista de la percepción “*forma es la figura sensible del contenido*” (Arnheim 1974) aunque sólo con el propósito de un análisis extrínseco pueden separarse *figura y forma*.

- La “figura” es el “material sensible” que, recibido por los sentidos, se organiza de cierto modo para que la mente humana lo comprenda. En la exploración activa que hacen nuestros infinitos receptores sensoriales “percibimos” primero lo esencial y bajamos al detalle tanto cuanto su integridad lo permita. Descubrimos así los “conceptos perceptuales” correspondientes. No son elaboraciones intelectuales inductivas, percibimos los atributos estructurales generales primero, aunque nunca están explícitos. Determinada por sus límites y condicionada por sus contextos espacial y temporal, captamos los patrones más simples posibles, según lo permita la tensión de su complejidad que los nivelará o agudizará. Descubriremos la posibilidad de subdividirla en sus partes genuinas según su similitud o diferencia.
- Encontramos que el esqueleto estructural de la figura aparece siempre como la forma de cierto tipo de cosa. Sus cualidades perceptibles forman una declaración sobre ese tipo. La forma no es una réplica, la imaginamos, no deriva de la mera proyección sensorial sino del equivalente que formamos con las propiedades de cierto medio desde lo que es observado interna o externamente. Entre otras consideraciones, definimos su orientación en el espacio y, en su caso, el tipo de proyección por emplear, sus planos en profundidad y la articulación de los aspectos que compiten. La forma bien logra-

da simplemente es, no un diagrama que mostramos. De algún modo, *inventamos* una concepción nueva de un tema, muchas veces antiguo, que refresca sus niveles de abstracción en la percepción y los contextos de nuestro tiempo y lugar.

La forma y el contenido de las cosas

Desde otro punto de vista, más estrictamente filosófico, “a quien no es capaz de ver la forma, también se le escapa el contenido” (Von Balthasar 1985). En la forma unimos-la-unidad de la bondad funcional, instrumental, operativa o como se quiera llamarla, por la verdad de las imprescindibles prestaciones materiales y tecnológicas en la belleza expresiva de su esplendor.

El esplendor en la forma de las cosas

Del mismo modo, “a quien la forma no ilumina, tampoco el contenido aportaría ninguna luz” y “tal dualismo lo supera la forma bella, cuyo contenido no subyace, está en la forma que no recibe luz de fuera sino que irradia su esplendor interno” (Von Balthasar 1985). Concluyo, con una larga cita de Von Balthasar:

Desde el principio, desearía proferir una palabra definitiva. Una palabra descartada hoy. La palabra es belleza. Nuestro mundo, que no percibe la belleza, ha perdido, por esto, el atractivo del bien. Tampoco el ser [diríamos, lo que la cosa, de veras, es] es evidente para el incapaz de entender la belleza. La belleza gira en torno al misterio de la forma, donde el fenómeno primordial es la simultaneidad entre la interioridad y su comunicación; el alma y su cuerpo; la forma y su refulgencia [diríamos, de alguna manera con Arnheim, la correspondencia entre su “modo de ser” y el “modo de verse” en la cosa]. Así, reductivamente, [el que no percibe la belleza] niega también la verdad y el

bien quien supone que ese fenómeno puede consistir en un cuerpo-sin-espíritu o un espíritu-sin-cuerpo [porque sólo le importa la limitación técnica o el esteticismo vacío]. La forma verdadera es un cuerpo animado, identificado, liberado, por el espíritu que dicta su ley de unidad (Von Balthasar 1985).

Tú, el fuente, el que disfrutas la cosa

Los diseñadores solemos *reducir* a nuestros interlocutores. Te *reducimos* a uno sólo de tus atributos cuando, entre otros, te consideramos “usuario” —si atendemos al aspecto funcional o instrumental de *la-cosa*—, “audiencia” —en la comunicación—, consumidor o “tarjeta-habiente” —según cierto modelo de negocio— (Zaid 2004). No deja de ser válido hacerlo, pero sólo en sus propios límites.

Pero sólo como persona completa se puede ser *fuente*. Porque lo que apasiona a los diseñadores y es el meollo de su interacción con los otros, es gozar *la-cosa* que diseñan, sólo si son *completos*, ambos. Entonces, la designación precisa es *fuente*. Con éxito, lograremos lo que se esperaba, y esto ocurrirá sólo si hacemos visible en *la-cosa* su identidad.

¿Quiénes somos, tú y yo?

La pregunta por la identidad

Pero, ¿quiénes somos, los diseñadores?, ¿dónde *estamos*?, ¿quién *eres* tú, *fuente*, y dónde *te-hayas*?, ¿de verdad sabemos nosotros, diseñadores, reconocer por completo nuestros atributos?, ¿sabemos cómo conocer los tuyos, *fuente*? Podremos interactuar y servirte si respondemos por nuestra recíproca identidad, si

- 3 Principalmente de lo que se conoce como activo. “La ‘mona’ o ‘activo’ puede hacerse con cualquier tipo de disolvente volátil, siendo los más populares el pegamento o limpiador para tubos de PVC. La marca Dismex es la más popular entre los combos. Este producto no está catalogado como droga; una lata cuesta 15 pesos en cualquier ferretería y alcanza para ‘activarte’ a ti y a varios de tus amigos. Los efectos incluyen mareo, náusea, ojos vidriosos, una sensación de mayor libertad, confianza, felicidad y euforia, además de que quita el hambre y el frío.” (Loyola 2013)
- 4 Ejemplos tomados de distintos perfiles públicos en redes sociales
- 5 Tipo de baile deribado del reguetón

percibimos cómo tú y nosotros así *somos* y aquí estamos, de manera integral.

Para este propósito nos ayudará considerar el modelo humano-personal que propone Viktor Frankl (1984). Según este autor, en la síntesis que resume Xosé Domínguez Prieto (2003), el ser personal tiene las siguientes doce características:

- La persona es un ser individual, unidad inescindible, es decir, no se puede dividir.
- La persona es in-sumable. No es pieza que se “añade” a un grupo.
- La persona tiene una dimensión comunitaria. No es masa, ni “nosotros”, cerrada, intelectual.
- La persona es una realidad abierta al mundo, a sí misma, al otro y a la trascendencia.
- Cada persona es una novedad absoluta; “... el hambre, en el campo de concentración que padeció Frankl, diferenció a los *cerdos* de los santos.”
- La persona es la antítesis de un objeto; “existir nunca se presenta como objeto”.
- La persona decide más allá de sus limitaciones biológicas, psíquicas o sociales.
- La persona posee dignidad; es decir, “la persona es un fin, nunca un medio”.
- La persona es constitutivamente “llamada”. Su respuesta es la responsabilidad.
- La persona misma es deseo de absoluto; “... la existencia como anhelo...”.
- La existencia humana es temporal; o sea, lo que ya se “ha-logrado”; la responsabilidad es lo potencial.
- La existencia humana es histórica. Expresarse más allá de la facticidad... tras la muerte.

Frankl (1984) nos descubre, además, tres capas netas: el eje existencial-espiritual, la capa psíquica y la capa física. También señala sus tres niveles, con fronteras porosas.

- El eje existencial-espiritual. Soy, y estoy, cuando digo “yo”.

- Puedo decidir, aunque sea condicionado por la impulsividad de mis capas psicofísicas.
- Puedo dominar la impulsividad de mis capas psicofísicas; condicionantes, desde luego, pero no determinantes.
- Puedo intuir y, sólo luego, analizar; libre y responsablemente.
- Estas capas atraviesan tres niveles con fronteras *porosas*: inconsciente, preconsciente, consciente.

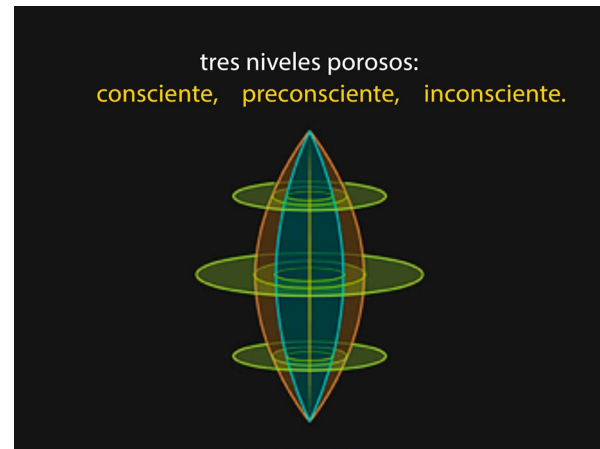


Figura 2

Se conoce, intuitiva y analógicamente, en la ética, el amor y el arte [diseño],⁴ si entiendo bien lo que dice Frankl, y así, después de intuir, se podrá analizar la decisión conscientemente. Por lo tanto, la ética descubre lo único necesario: mi intuición es inconsciente, libre y responsable. El examen, es posterior. En cambio, el amor descubre lo único posible: intuyo, inconsciente, libre y responsable, las cualidades del, la o lo amado. Pero el arte [el diseño] descubre lo único necesario y posible; en mi intuición inconsciente, libre y responsable.

Pero, ¿de qué somos libres y ante quien somos responsables? Somos libres de toda impulsividad psicofísica y de los condicionamientos externos del *lugar-y-su-carácter* (Norberg-Schulz 1984) donde interactuamos el diseñador, el fruento y la-cosa. Libres, también, de los condiciona-

4 Arte: “Capacidad de los objetos o acciones perceptibles tanto naturales como manufacturadas, para representar, a través de su apariencia, constelaciones de fuerzas que reflejan aspectos relevantes de la dinámica de la experiencia humana” (Arnheim 1983, 215). De este modo, asumo que el diseño es arte.

mientos de la tradición y las circunstancias del momento cuando ocurre esa misma interacción.

Por otro lado, soy responsable ante mí, ante ti, *fuente* y ante quien nos trasciende. Ante mí, diseñador, aunque es insuficiente. Ante ti, *fuente*, a quien debo interpretar con la plenitud de mis capacidades, aunque no basta. Y ante quien amorosamente nos trasciende, a mí y a ti.

Me tomo la libertad de trasponer un texto de John Henry Newman, como sigue:

Libre de considerar las estrategias de lucro, poder o reconocimiento como absolutos, el diseñador recibe la crítica de quienes, por eso, sin ejercer el diseño, buscan disciplinarlo. Él es responsable de las prestaciones y recursos indispensables, pero sabe que su arte, complejo, es indescriptible; sin embargo, rechaza cualquier enfoque reductivo. Aquellos razonan sus pruebas por adelantado desde el marco y con el método de un campo tan limitado como su tema; mientras el diseñador, protagonista interior, asiste⁵ al diálogo entre la imagen-meta, interna, y su modelo, externo, el cual no pretende demostrar, sino descubrir, una realidad nueva. Ellos no suponen, ni desean, ver materializada aquella complejidad; suelen sospechar de toda prueba como insuficiente, más aún, de un proceso⁶ que, en lo medular, las omite. El diseñador considera fundamentales pequeños indicios que otros rechazan; y, aún a riesgo de resultar crédulo, conserva la certeza de su acción. Algunas pruebas pueden interesarle a posteriori pero no determinan su decisión, compromiso y celebración (Newman 1993).⁷

Somos dos protagonistas sustantivos: *diseñadores* y *fuertes*. Somos así, que no implica por necesidad *estar* ahí. Pero, si *estamos* ahí, no olvidamos *ser* así. La sorpresa, recíproca, es una tensión (Von Balthasar 2007). Ser y estar: dos polos que juntos se explican. Nosotros te contemplamos, *fuente*, en tu integridad. Este gusto no es una *construc-*

ción mental, menos un *ideologismo*. *Existes* con tus atributos y deseos completos. La tensión entre *ser* así y *estar* ahí la mantenemos ambos, en nuestra decisión-compromiso-y-celebración. No *estamos* si alucinamos; no *somos* si trivializamos (Arnheim 1976). En ambos casos perdemos la *identidad* (Norberg-Schulz 1984).

El asalto a la realidad y la identidad: ¿es unívoca o equívoca?

Nos ha tocado vivir un asalto a la interpretación de la realidad y la identidad con dos propuestas diferentes. Una sostiene que, si éste es mi *concepto*, lo que se ajusta a él es verdadero, si no, es falso y debo *construir* una "realidad" que le corresponda. Es la interpretación *unívoca*, es decir, con un solo sentido. La otra interpretación, de lo único que está segura es de que "no está segura de nada" y así, no puede afirmar con certeza ni al diseñador, ni al *fuente*, ni a *la-cosa*, ni a sus contextos temporal o espacial. Es la interpretación *equívoca*, que interpreta todo en muchos sentidos, según todos ellos hayan sido *construidos*, pero ninguno asume ser firme (Beuchot 2012).

Ambas propuestas manipulan la realidad. En cambio, en la *analogía* reconocemos las diferencias, pero también compartimos las semejanzas. La percepción de mis atributos, los tuyos, los de *la-cosa* y los del contexto temporal y espacial, pueden ser más o menos compartidos. Pero las semejanzas nos permiten entendernos, *interpretarnos*, para comprobar las identidades.

Nos-entendemos, pues, en la analogía

Veán, por favor esta hermosa analogía, tal como a mí me la contaron:

Miyamoto Musashi fue un ronin, un samurái vagabundo y libre, pero pobre, sin clan ni amo, invitado en el manejo de la espada y, también, calígrafo y filósofo.

5 Asistir: no en el sentido de "hallarse presente", sino en el de "servir, favorecer o ayudar".

6 Un proceso perceptivo "de campo", que puede incluir al pensamiento deductivo, inductivo, abductivo, e incluso, el "lateral", pero diverso a todos ellos.

7 Transposición de textos.

Una noche tormentosa entró en una aldea. Encontró la calle desierta y él, calado y lleno de lodo, notó luz en una casa donde, al frente, había cierto número de piezas de cerámica. Vio, al fondo, al maestro ceramista trabajando su arte. Sin moverse, bajo el diluvio, lo contempló largamente.

Concluyó: si él manejara la espada como el arte en su cerámica, yo quedaría fácilmente derrotado. Musashi, en silencio, le hizo una profunda reverencia. Luego, continuó su camino en la lluvia

Nos relacionamos en *la-cosa*, ante nuestros contextos compartidos totalmente o no (Arnheim 1972). Condicionan, sin determinar, nuestra percepción. Ésta, no es unívoca,⁸ pero tampoco es equívoca.⁹ *Nos entendemos*, porque nuestra percepción puede ser *análoga*.¹⁰ La semejanza representativa¹¹ o simbólica¹² está en *la-cosa*. Nos entendemos en ella, acotada en su estructura sensorial y sus límites contextuales. Tal como Musashi y sus dos espadas ante el maestro anónimo y su cerámica.

Al crear *la-cosa* para disfrutarla, tú y yo queremos descubrir *la-forma-que-es-análoga* a tus atributos actuales y potenciales. Es decir, a tu *identidad* completa. Nuestra responsabilidad de diseñadores consiste, como mencioné más arriba, en que *la-forma-y-su-esplendor* como “el bien más universal, la necesidad más urgente, el valor más duradero y lo menos atendido por otros” sea análoga a tu identidad actual y potencial en *la-cosa*.

Es fundamental reconocer la múltiple riqueza de todos los atributos unidos en tu *identidad*. Sería un error *reducirla* a uno sólo. Cito aquí a Alexandr Solzhenitsyn, él fue testigo de una *reducción* llevada al extremo. En su *Archipiélago Gulag* narra la monstruosa tragedia de millones de personas en los campos de internamiento soviéticos, reprimidas por pertenecer a un *grupo* que compartía un atributo de identidad. Por ejemplo, entre *conjuntos de un solo atributo*,

cita los siguientes: “quienes hayan sido miembros del ‘Partido Demócrata Constitucionalista’ (KDT) o, quienes oculten su ‘procedencia social’. Pero también quienes pertenecen a ‘la antigua generación de ingenieros’, quienes formen parte de coros de las iglesias, quienes tengan un apellido lituano o quienes hablen esperanto. Además, por ser tártaro en Crimea, calmuco o checheno, en general. Desde luego, por ser considerado miembro de la clase burguesa”. Pero, sobre todo, los quince millones de *kulaks*, campesinos propietarios asesinados que “constituían la esencia de la aldea, su energía, su ingenio, su laboriosidad, su resistencia y su conciencia”. Grupos mono-atribuibles.

¿Aceptamos hoy tales masacres? O, ¿tenemos la fuerza para decir no? Me dirán ahora: ¿qué te pasa?, ¿por qué metes aquí esta historia? Sin embargo, el mismo Solzhenitsyn se pone el saco y escribe, varias veces en su libro, que aquello ocurrió “por nuestra culpa”. Aquí yo lo relaciono con el origen y el efecto del tema de la *identidad* y el diseño. Aparentemente es inocuo *reducir* a nuestro interlocutor a “usuario”, “consumidor”, “tarjeta-habiente” o cualquier otra *reducción* mono-atribuible que se nos pueda ocurrir. Su identidad real, mutilada de esta manera a un sólo atributo aislado, queda *reducida* en la masa de los objetos; es decir, sin *cosa* genuina ni *mundo* cercano, y así quedan ajenos y hostiles. Viktor Frankl, sobreviviente como Solzhenitsyn, pero de un campo nazi, nos indicó cómo la persona no puede dividirse en uno de sus atributos ni puede ser una pieza que se “añade” a un grupo que, por lo demás, puede ser muy diverso. Ciertamente, la persona tiene una dimensión comunitaria, pero no es masa, ni forma parte de “grupos pseudo-comunitarios [donde] la persona se disuelve, [y] se pierde en lo colectivo” (Dominguez Prieto 2003).

El reto fascinante para los diseñadores es descubrir el conjunto de los atributos que forman tu *identidad* completa, actual y potencial. No como fragmentos yuxtapues-

8 Unívoco: lo que debe interpretarse en un solo sentido. De suyo, por eso, no requiere interpretación (Beuchot 2012)

9 Equívoco: lo que puede interpretarse en varios sentidos. De suyo, por eso, es imposible interpretarlo (Beuchot 2012).

10 Análoga: existencia de atributos semejantes en seres o cosas diferentes (Diccionario de la Lengua Española).

11 Representación: “modo de verse” de mayor abstracción a su “modo de ser”, resonante en las escalas de abstracción (Arnheim 1972).

12 Símbolo: “modo de verse” de menor abstracción a su “modo de ser”, pero resonante en ambas escalas de abstracción (Arnheim 1972).

tos, sino como la unidad orgánica, única e indivisible que eres. ¿Cuáles son tus atributos físicos y psíquicos?, ¿cuáles son los atributos de *la-llamada* que, en tu eje existencial-espiritual intuyes y que descubre la responsabilidad por el sentido de tu vida? La unidad de las tres capas forma tu propia *identidad*. ¿Con qué certeza puedo descubrirla? Sólo si crezco “en humanidad”, capaz de hacer consciente un tipo de certeza, originalmente intuida: la certeza *existencial* (Giussani 1988). No se trata de la certeza matemática, científica o filosófica. A diferencia de éstas, la intuimos *como* [el] “único sentido razonable [...] para explicar la convergencia ante mí de [determinadas percepciones]” (Giussani 1988).

Cozamos al hacer-sensorialmente-perceptibles-en-*la-cosa*, no siempre de modo unívoco, nunca de modo equívoco, pero sí analógicamente, aquellos atributos que expresan, sobre todo, el sentido de tu deseo-más-profundo, actual o quizá latente. Así, tú, *fruenta*, podrás decir “sí, así soy, es *mi-identidad*, en ésta-cosa, que *hace-cosa*-que-*hace-mundo* y lo acerca, me arraigo, me sostengo, ‘me hallo’”.

El valor de la identidad en *la-cosa* análoga

Vale la pena hacer una breve recapitulación. “Forma es la figura [sensible] del contenido”. Figura es el “material sensible” donde descubrimos los “conceptos perceptuales”, que no son elaboraciones intelectuales inductivas. Su estructura es el equivalente que formamos con cierto medio para *descubrir* una *analogía* a tu identidad, donde unimos, mediante el bocetaje, la bondad funcional, operativa o instrumental, por la verdad de las prestaciones tecnológicas en la belleza expresiva de su esplendor. De esto, es de lo que somos responsables.

Nosotros, como¹³ diseñadores nos comprometemos y celebramos intuir los atributos de tu identidad¹⁴, incluso latentes¹⁵, aún los invisibles, para revelarlos en el di-

seño donde interactuamos tú y yo en la-cosa, si estamos, ambos, recíprocamente presentes¹⁶ en nuestra identidad completa. Algo así anticipa el jeque que narra Saint Exupéry, en su *Ciudadela*:

Era bella por cierto esa bailarina que la policía de mi imperio había apresado. Bella y misteriosamente habitada.

Ella existe, me decía. Mas la sabía de costumbres lejanas y trabajando aquí por una causa enemiga. Sin embargo, cuando intentaron forzar su silencio, mis hombres arrancaron solamente una sonrisa melancólica a su impenetrable candor.

– Piensa –le dije– que soy dueño de tu vida.

– Honro, señor tu poder...

Y he aquí que se transformaba a mis ojos en tabernáculo de un diamante. Pero yo me debía a mi imperio:

– ¿Es, pues, para ti –le pregunté – más importante que tu carne joven y que tus ojos llenos de luz? Crees proteger algo en ti, y, sin embargo, nada será cuando mueras...

– Quizá, señor, tengas razón...

Así, pues, te inclinas.

Excúsame: sí, me inclino, pero no puedo hablar, señor...

La contemplé largamente:

¿Quién te ha forjado? ¿De dónde vienes?

– le pregunté.

Sonrió sin responder.

¿Quieres bailar?

Y ella danzó.

Su danza fue admirable, lo que no me sorprendía puesto que alguien la habitaba (Saint Exupéry 1967).

Al descubrir *quién-te-habita*, servimos como intérpretes para traducirte en la-cosa cuando no sepas, quieras

13 Como: conformidad del hablante con la veracidad de la información transmitida o con la fuente de la que procede (Diccionario de la Real Academia Española).

14 Atributo: cualidades o propiedades de un ser –las propias de cierto lugar, gente, patrimonio, pensamiento y valores– (Diccionario de la Real Academia Española).

15 Latente: –aquí, los atributos ignorados– ocultos, escondidos o aparentemente inactivos (Diccionario de la Real Academia Española).

16 No como personalmente ausentes en una relación meramente administrativa del consumo.

o puedas revelarte a ti mismo en tu mundo¹⁷ como *manifestación externa* y *afirmación interna*, al vivir tu *identidad* —“así yo soy”— y arraigar tu ubicación —“aquí, yo estoy”; “aquí, me hallo”—. Los diseñadores “damos la cara” por ti para percibirte “bien-visto”,¹⁸ es decir que, aquí y ahora, quién tú eres y donde estás “valen la pena”, y nuestro diseño es análogo, a ti, *fruente*, y a nosotros, diseñadores, para ambos “ser-más”.

Nos hacemos cargo, a fondo, de las prestaciones¹⁹ temáticas e instrumentales, técnicas y estratégicas indispensables,²⁰ pero nuestra *interpretación* de ti, tiene una meta que las trasciende: hacer perceptibles mediante *forma-y-su esplendor*²¹ en *la-cosa* los atributos de tu identidad completa. Siguiendo a Xavier Zubiri (1982) en su lección sobre Henri Bergson, se señala largamente el dinamismo (*élan*) ascendente al que aspira la vida, como un atributo que es posible intuir en todos los vivientes.

Erik Erikson nos propone superar en nuestra vida cada una de las ocho crisis típicas antes de continuar en la secuencia: encontrarte *seguro, expresivo, atrevido, hábil, lúcido, amistoso, creativo y ya-casi-pleno*. Charles Péguy prefiere mostrar la atracción por lo bello, contrapuesto a las fealdades de la humanidad que gusta describir Émile Zola. La tendencia *actualizante* de Carl Rogers (1959) la crítica de Silva Herzog (2018) en su artículo incisivo “La conspiración de la fealdad” y la *rendija a la visión del gozo* que plantea Tolkien (2009) son ciertamente, algunos de los autores por considerar al profundizar en nuestro tema de la identidad en *la-cosa* análogo.

La quintuple analogía del diseño

En su historia, el diseño supera al tema o función y la manufactura, aunque las implique. *Nuestras-cosas* han sido siempre más que oficio o profesión; aunque algunos sean ciegos a su ser disciplina, donde, con certeza nos consta cómo ocurre que *la-cosa*, es el argumento (Méndez 2019).

Toda interacción, sistema o servicio, simple o complejo, concluye en *las-cosas* que lo permiten. Recombinar (Pelta-Resano 2013) es ya innovar; aunque, más bien, toda nueva experiencia vital²² tiene derecho a que una cosa nueva la exprese sosteniblemente; esta es la verdadera *innovación*.

El diseñador hace-visible en *la forma-y-su-esplendor* una quintuple analogía²³ plasmada en *la-cosa* como algo-que-empieza. Quiero explicarme a partir de esta síntesis:

Frankl nos hizo el favor de señalar doce atributos propios de la persona, sobre todo su carácter no-divisible, no-sumable y el de *ser-llamados*. Nos constituye la unidad de tres capas netas: física, psíquica y espiritual; donde tú y yo podemos intuir y analizar, con libertad y responsabilidad, sobre cuestiones de ética, amor y diseño, a lo largo de tres niveles porosos: preconsciente, consciente, e inconsciente.

Con brevedad salvaje de mi parte, expuse a Heidegger, quien nos dice que *la-cosa* es, de manera radical, distinta a un objeto y que por el hecho de *hacer-cosa* reúne en sí misma tierra y cielo, dioses y mortales —a ti y a mí—; que

17 Mundo: “conjunto de todo lo existente” (Diccionario de la Real Academia Española). Pero también, con Heidegger, lo que, acercándola, “hace-cosa a la-cosa”.

18 “Bien visto”, es decir reconocido a través de mi diseño como alguien valioso y apreciado, valorado en su “ser en plenitud”.

19 Prestación: servicio o comodidad que ofrece algo (Diccionario de la Real Academia Española).

20 Estas son responsabilidad específica de los modos imprescindibles de investigación sobre diseño (teoría), del diseño (métodos) y para el diseño (interdisciplinariedad) que, unidos a la investigación mediante el diseño forman el modelo departamental completo.

21 Esplendor: Lucimiento, gloria, nobleza (Diccionario de la Real Academia Española); aquí, atributo de la forma que, con Chesterton, dice no al “vulgar término medio”.

22 Memoria de Felipe Pardinas, SJ.

23 Analogía: 1. f. Relación de semejanza entre cosas distintas. 2. f. Razonamiento basado en la existencia de atributos semejantes en seres o cosas diferentes (Diccionario de la Real Academia Española).

acerca y reúne en ella a este cuarteto y, de ese modo, *hace-mundo*, que es nuestro gusto y responsabilidad.

Borghesi nos alienta, contra el olvido, a *reclamar la memoria visual* de la imagen, mediante la cual tú y yo, con historia, disfrutamos la única manera de ser narrados—no cuantificados—, cuándo y dónde nuestra mirada sobre el otro suscita maravilla y da confianza.

Norberg-Schulz considera que *el espíritu del lugar* es apoyo fundamental para nuestra identificación y orientación. Nos pide intuir ese fenómeno, analizar su estructura y abstraer sus atributos generativos centrales. Sin él, tú y yo estaríamos alienados y perdidos, se nos dificultaría saber quiénes somos y dónde estamos.

Giussani valora la certeza existencial, de naturaleza distinta a la que corresponde a las certezas matemática, científica o filosófica. En una línea cercana, Beuchot advierte cómo, mediante *la analogía*, superamos la manipulación unívoca o equivoca sobre la percepción que, tú y yo, compartimos en *la-cosa*.

Arnheim describe *la forma* como *figura sensible del contenido*, y la correspondencia entre cierto “modo de verse” y su “modo de ser”. Al intuir, analizar y abstraer, la descubrimos por analogía en el diálogo entre la imagen-meta, interna, y el boceto externo que en su desarrollo nos permite diseñar *la-cosa*.

Recuerden todo esto y vean ahora la analogía en estas cinco identidades.

Algún griego nos dejó esta recomendación: “conócete a ti mismo”. Tiene sentido para todos, pero en particular para mí, diseñador. Si al final aparecerá mi identidad visible en *la-cosa* debo conocerme. ¿Puedo hacer-visible la *narración* en *la-cosa* de mis atributos físicos, psíquicos y mi *llamada*?

Para desempeñar mi responsabilidad al diseñar debo conocerte, *fuente*, tanto como pueda, en tu identidad completa. Apreciaré tus datos científicos que me ayudarán en algunos aspectos cuantificables, aunque son necesariamente parciales y fragmentarios. Tú no eres divisible en piezas, ni sumable a grupos heterogéneos por un atributo. Como diseñador debo dominar la *narración visible* de tus atributos físicos y psíquicos, e incluir tu *llamada*, al hacer-vi-

sible tu identidad completa en *la-cosa*.

Nuestra interacción en *la-cosa* esta condicionada por la identidad de nuestro tiempo. Nos urge conocerla. Tiene historia, no es ni puede ser atemporal. El flujo de la memoria de ayer y el de la esperanza de mañana están ambos presentes hoy en el flujo de nuestra atención. ¿Cómo puedo hacer visible su identidad en la *narración* de sus atributos?, ¿cuándo y cómo esa identidad del tiempo es positiva y gozable, o negativa y debo evadirla?

Las *cosas* nunca actúan en no-lugares, por ejemplo, el ciclorama del estudio o en el de una pasarela. Necesitamos intuir el *espíritu de lugar* como fenómeno cualitativo global, analizar los atributos del espacio y su carácter y, finalmente, *narrar visualmente* la identidad de su espíritu, donde tú y yo interactuaremos en esta cosa.

De las cuatro identidades precedentes, por analogía, depende la identidad de *la forma-y-su-esplendor* en *la-cosa*: descubrirla mediante el diseño es el reto.

Si se hace bien la tarea, se podrá contemplar la *narración visual* de mi propia identidad, de la *tuya, fuente*, y las que corresponden al *cuándo*, o sea, el tiempo, y el *dónde*, o sea, el lugar de nuestra interacción en *la-cosa*.

¿Cómo aparecen las cuatro en la quinta y definitiva, es decir, en la identidad visible de la forma-y-su-esplendor análoga a todas ellas en *la-cosa*?, ¿me *hace-bien-visto*?, ¿te *hace-bien-visto*?, ¿hace *visibles* las condiciones positivas de la identidad de nuestro tiempo?, ¿hace-*visibles*, en sí mismos, complementa y representa o simboliza, los atributos de la identidad de nuestro lugar? Si no lo hace, *la-cosa* es sólo una máscara, un objeto lejano y hostil, incapaz de reunir “cielo y tierra, dioses y mortales”.

Al diseñador le llevará una catarata de bocetos, 2D o 3D, prototipado o maquetación (Arnheim 1993] donde florezca el razonamiento intuitivo, que surge en su eje existencial-espiritual al *descubrir*, que no construir, atributos-análogos en las cinco identidades descritas, es decir, el diseñador, *la-cosa*, tú, el *fuente*, dónde y cuándo ocurre nuestra interacción.

En esta *quíntuple analogía la-cosa* se hará-visible en la *forma-y-su-esplendor* y nos invitará a *ser-más* y vivir la felicidad del acontecimiento.

La intuición, al principio todavía “borrosa” pedirá, por tanto, un boceto necesariamente “borroso” (Arnheim 1993). *¡Ya se irá-plasmado como-algo-que-empieza!* Sin embargo, sólo cuando logramos gozar el éxito que nos apasiona al crear *la-cosa* que disfrutamos tú y nosotros, es que habremos descubierto en ella *la-forma-y-su-esplendor* análoga a tu identidad. Celebramos así, *hacer-sensorialmente-perceptible-en-la-cosa* esa analogía (Beuchot 2012) de tus atributos, en particular los que expresan tu deseo-más-profundo, un “más” inagotable de sentido, que nunca podremos apagar. Pero, *la-cosa* será completa, si plasmamos en ella la quintuple analogía del ser [somos] y estar [estamos], nosotros, los diseñadores, *la-cosa*, y tú, el *fruente*, dónde y cuándo ocurre nuestra interacción.

Concluyo con una posdata que pueda recordar y evocar lo que traté de expresar en este artículo nuestro:

La forma-y-su-esplendor en nuestra cosa.

Ahí, mi ojo habla a tu ojo, como mi corazón a tu corazón, aquí, hoy.

Referencias

- Arnheim, Rudolf. "Art and Visual Perception". Berkely: University of California Press, 1974
- Arnheim, Rudolf. "Sketching and the Psychology of Design", Design Issues: Vol. 9, No 2 Spring 1993. DOI: 10.2307/1511669
- Arnheim, Rudolf. "The Power of the Center". Berkely: University of California Press, 1983.
- Arnheim, Rudolf. "Gestalt Theory of expression" en Toward a psychology of Art. Berkely: University of California Press, 1972.
- Arnheim, Rudolf. "El Pensamiento Visual". Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1976.
- Balthasar, Hans Urs von. "La oración contemplativa". Madrid: Ediciones Encuentro, 2007
- Balthasar, Hans Urs von. Gloria. Una estética teológica. 1. La percepción de la forma. Madrid: Ediciones Encuentro, 1985
- Bergson, Henri. Introducción a la Metafísica. México: Editorial Porrúa, S. A., 1986,
- Beuchot, Mauricio. "Belleza y Analogía. Una introducción a la estética". (México: Ediciones Paulinas, S. A. de C. V., 2012
- Domínguez Prieto, Xosé Manuel. "La persona según Viktor Frankl". en Pensadores en la frontera: actas VI Encuentros internacionales de Filosofía en el Camino de Santiago. España: UNED Ourense, 2003. <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/11240/CC-74%20art%2011.pdf?sequence=1> (consultada el 16 de junio de 2019)
- Frankl, Viktor E. "La presencia ignorada de Dios". España: Herder Editorial, 1984
- Giussani, Luigi. "El Sentido Religioso". Madrid: Ediciones Encuentro, 1988

- Heidegger, Martín. "The thing" en Poetry, Language, Thought. New York: Harper Colophon Books, 1971.
- Méndez Brindis, Ariel. et alii.. Acerca de la investigación departamental: nuestro modelo. Universidad Iberoamericana. Departamento de Diseño. Documento inédito, 2019
- Newman, John Henry. "La Fe y la Razón. Sermones Universitarios". Madrid: Ediciones Encuentro, 1993
- Norberg-schulz, Christian. Genius Loci: towards a Phenomenology of Architecture. New York: Rizzoli International Publications. Inc., 1980
- Pelta-Resano, Raquel. "Teoría del Diseño y perspectivas críticas". Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 2013.
- Rogers, Carl. Terapia, personalidad y relaciones interpersonales: la tendencia actualizante. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión, 1959
- Rovalo, Fernando. "... y nos acerca la felicidad. Microhistoria de diseño en la Ibero". México: Universidad Iberoamericana, 2019
- Saint Exupéry, Antoine de. "Ciudadela, LXX," en Obras Completas. Buenos Aires-Barcelona-México, DF-Bogotá: Plaza y Janés, S. A., 1967
- Silva Herzog Márquez, Jesús. "La conspiración de la fealdad", México: Nexos enero 2018, <https://www.nexos.com.mx/?p=35371#.WIPE-x-5Brl>. email, (consultado el 20 de febrero de 2020)
- J. R. R. Tolkien. En Cuentos desde el reino peligroso. Apéndice: Sobre los cuentos de hadas, (conferencia del 8 de marzo de 1939, en la Universidad Saint Andrews, Escocia, p.257). México: Minotauro. Editorial Planeta Mexicana, S. A. de C. V., 2009
- Zaid, Gabriel. "El progreso improductivo". México: El Colegio Nacional, 2004
- Zubiri, Xavier. Cinco lecciones de filosofía. Madrid: Alianza Editorial. S. A. 1982

- Aprenderdevino. Ver “El Viñedo de Côte d’Or en Borgoña”, Blog de Ricardo Sanchoyarto, <https://www.aprenderdevino.es/el-vinedo-de-cote-dor-en-borgona-i/> (consultado el 20 de febrero de 2020)
- Beaunefrancia. Ver Las denominaciones, “En Borgoña, la noción de terroir es de gran importancia porque el vino obtiene su nombre de la propia tierra de la que procede”. Office de Tourisme Beaune Francia, <https://www.beaunefrancia.com/descubrir/los-vinos-de-borgona/los-vinodos-de-borgona/las-denominaciones> (consultado el 20 de febrero de 2020)
- Champagne. Ver El terruño de Champagne. “Definición de un terruño («terroir») por la Organización internacional de la viña y el vino (OIV)”. El Comité Champagne, <https://www.champagne.fr/es/terru%C3%B1o-denominaci%C3%B3n/terru%C3%B1o-champagne/definicion-terroir> (consultado el 20 de febrero de 2020)

