

CONCEPTOGRAFÍA ELEMENTAL PARA UNA FENOMENOLOGÍA DEL DISEÑO

ELEMENTARY CONCEPTOGRAPHY FOR A
PHENOMENOLOGY OF DESIGN

Fernando García-Cano Lizcano.

Escuela de Arte y Superior de Diseño Pedro Almodóvar (Ciudad Real)

Resumen: *Este artículo presenta una conceptografía básica del diseño que resultará útil a quienes se forman de manera reglada para ejercer la profesión de diseñadores. La presencia de alguna asignatura filosófica en el currículum formativo de las Escuelas de Arte y Superiores de Diseño es una oportunidad para mostrar cómo el método fenomenológico contribuye a un ejercicio más interdisciplinar del diseño después del giro icónico en la filosofía.*

Palabras clave: *estudios de diseño, método fenomenológico, interdisciplinariedad, currículos, filosofía de las profesiones, giro icónico.*

Abstract: *This article introduces a basic concept-script of design. It will be helpful to those who study to be a designer. The fact of having a philosophical subject of study in the curriculum of Art School and Design studies is a great opportunity to show how the phenomenological method helps to get a more interdisciplinary idea of design after the iconic turn in philosophy.*

Keywords: *design studies, phenomenological method, interdisciplinarity, curricula, professions's philosophy, iconic turn.*

INTRODUCCIÓN

Con este artículo se pretende brindar una conceptografía¹ básica del diseño a quienes se forman de manera reglada para ejercer la profesión de Diseñadores. Cada vez son más las Escuelas de Arte y Superiores de Diseño que brindan formación específica para la obtención de diversos grados de Diseño, sea éste Gráfico, de Producto, de Interiores... Cuando en el currículo de esas enseñanzas se da la posibilidad de cursar una asignatura filosófica, con diversas denominaciones², se echa en falta un marco de referencia específico en el que, tanto profesores como alumnos, dispongan de la justificación pedagógica y epistemológica para retomar la filosofía en una formación profesional tan práctica. No se trata sólo de conseguir motivar el trabajo en el aula de quienes aspiran a ser buenos profesionales del diseño, en sus diversas ramas, sino de mostrar lo mucho que puede ayudar la reflexión filosófica para obtener con éxito esa finalidad.

A partir de sus propias reflexiones es fácil que los alumnos y sus profesores acaben adentrándose en los campos de la Estética y la Ética profesional, aplicadas al propio tipo de diseño para el que se forman. Lo que aquí se ofrece pasa por familiarizarse, previamente, con *la fenomenología* como una de las corrientes más vivas en la filosofía contemporánea, para desde ella hacer patente que la capacidad del hombre de autodeterminarse, de asumir la dirección de su vida, y de ejercer esta capacidad en una acción concreta, lo caracterizan como un hombre libre y un sujeto ético. La ejecución reflexiva de sus actos, ponderando las consecuencias de los mismos, contribuye a alcanzar cuotas mayores de humanización, de crecimiento individual y desarrollo social. Se pretende contribuir, pues, a que el diseñador sea un profesional capaz de integrar su inteligencia sensible con el conocimiento teórico y tecnológico, a fin de generar ideas creativas que se plasmen en proyectos de diseño que resuelvan problemas y necesidades con sentido crítico.

¹ Con este término, que etimológicamente expresa la manifestación gráfica de una idea a través del signo lingüístico escrito, se designa aquí al conjunto de conceptos básicos o elementales que delimitan un campo del saber, sea teórico o práctico. Es famosa la obra lógica de Gottlob Frege así titulada, *Conceptografía* (1879), que está en la base del llamado *giro lingüístico* de la filosofía, llevado a cabo a lo largo del siglo XX mediante el análisis lógico del lenguaje ordinario, así como del lenguaje de las ciencias positivas. Utilizo aquí el concepto fregeano simplemente como inspiración para mi intento de dar con los conceptos básicos que permitan una fenomenología del diseño, con el añadido de que la tríada fregeana –formada por los conceptos de *sentido, referencia y representación*– tiene un claro reflejo en la tríada propuesta por Husserl a través de los conceptos de *significados, referentes y vivencias*. En ambos casos se hace patente lo que se ha venido a denominar los *tres reinos* de una visión no psicologista del mundo. cf. Alejandro LLANO CIFUENTES, *Teoría del conocimiento*, Madrid, BAC, 2015, pp.183-229.

² Es el caso, por ejemplo, de la *Escuela de Arte y Superior de Diseño Pedro Almodóvar* (Ciudad Real), donde en el tercer curso de los grados de Diseño Gráfico y de Interiores se incluye en el currículo una asignatura filosófica denominada Ética y estética creativa del Diseño.

1. LA FENOMENOLOGÍA COMO MÉTODO FILOSÓFICO EN SU CONTEXTO HISTÓRICO

Husserl, al crear el método fenomenológico, imprimió una rectificación importante en la historia de la filosofía de inicios del siglo XX, que vivía la decadencia del idealismo hegeliano y sus epígonos, así como un neokantismo que parecía impedir todo rebrotar de un renovado realismo. Precisamente esa renovación del realismo, mediante una vuelta a “las cosas mismas”³, es lo que caracterizó los inicios de la fenomenología, que en cierto modo preparó el neoristolismo de su maestro Brentano y su crítica del psicologismo. Si Husserl acabó dialécticamente enfrentado con Heidegger, el otro gran renovador de la filosofía del siglo XX, fue a causa de su distinta comprensión de *la facticidad* del mundo objetivo.

La ingente obra de Husserl⁴ es como un *iceberg* que muestra ya los referentes clásicos de su bibliografía publicada y más conocida, pero que esconde todavía más de 45000 folios inéditos en el archivo lovaniense, del que hay también transcripciones parciales en otras universidades, como Friburgo, Colonia, New York, Pittsburgh o París. La publicación de textos hasta ahora inéditos es la que está permitiendo a los especialistas percibir, cada vez con mayor claridad, que Husserl abordó la práctica totalidad de los campos de la filosofía sistemática, incluidos los de la antropología y la ética⁵.

Serrano de Haro ha descrito en su *Paseo filosófico en Madrid*⁶ el método fenomenológico pensando en el gran público, o sea, con un estilo literario asequible y una trama argumental novelesca, que bien podría incluso parecer un guion a jóvenes cinéfilos. En él cuenta cómo la historiografía hispana más

³ Cf. María del Carmen LÓPEZ Sáenz, Karina Pilar TRILLES CALVO (eds.), *A las imágenes mismas. Fenomenología y nuevos medios*, Madrid, Ápeiron, 2019.

⁴ Una buena antología de algunos de sus mejores textos es Edmund HUSSERL, *Textos breves (1887-1936)*, Coord. Antonio Ziri6n Quijano y Agust6n Serrano de Haro, Salamanca, Sigueme, 2019.

⁵ Muchos profesores con una larga trayectoria acad6mica dedicada a la investigaci6n en fenomenolog6a son referentes, en el 6mbito de habla hispana, para quienes cultivan *la fenomenolog6a*. Entre ellos quiero destacar a tres: Jos6 Javier San Mart6n Sala, Miguel Garc6a Bar6 y Urbano Ferrer Santos, ya jubilados de la docencia universitaria, que han abordado campos tem6ticos de especializaci6n muy diferentes. Entre su bibliograf6a son especialmente recomendables: Jos6 Javier SAN MART6N SALA, *La fenomenolog6a de Husserl como utop6a de la raz6n. Introducci6n a la fenomenolog6a*, Madrid Biblioteca Nueva, 2008; *La nueva imagen de Husserl. Lecciones de Guanajuato*, Madrid, Trotta, 2015; Miguel GARC6A-BAR6, *Vida y mundo. La pr6ctica de la fenomenolog6a*, Madrid, Trotta, 2013; Urbano FERRER SANTOS, *La trayectoria fenomenol6gica de Husserl*, Pamplona, Eunsa, 2008; *Edmund Husserl. A las cosas mismas*, Madrid, Prisanoticias Colecciones, 2021.

⁶ Agust6n SERRANO DE HARO, *Paseo filos6fico en Madrid. Introducci6n a Husserl*, Madrid, Trotta, 2016. Sobre este libro ha realizado una larga recens6n un prestigioso fenomen6logo: Antonio ZIRI6N QUIJANO, “Paseo por El paseo filos6fico en Madrid”, en *Acta Mexicana de fenomenolog6a. Revista de Investigaci6n filos6fica y cient6fica* 2 (2017) 143-202. Tambi6n le ha entrevistado Marcela VENEBRA MU6OZ, “Sobre el paseo filos6fico y otros temas de fenomenolog6a husserliana. Di6logo con Agust6n Serrano de Haro”, en *Acta Mexicana de fenomenolog6a. Revista de Investigaci6n filos6fica y cient6fica* 2 (2017) 125-139.

clásica sobre Husserl está viciada por un error de comprensión protagonizado, ni más ni menos, que por Zubiri. Tal error hermenéutico –como ha explicado José Lasaga⁷– se reduce a confundir la *reducción fenomenológica* con la *reducción eidética*, lo que es tanto como decir que malinterpretó a Husserl y contribuyó a que se divulgara una visión sesgada de su filosofía entre el público de lengua castellana, especialmente a través de las exitosas obras de Julián Marías y José Ferrater Mora.

Cuando de la mano de la lectura de este libro se descubre que José Gaos fue el primero que asumió semejante explicación, para contribuir años después a desmontarla en un relato de *Confesiones profesionales* (1953)⁸, se disfruta del zigzagueo propio de la historia humana, que con sus idas y venidas, al final siempre pone las cosas en su sitio.

Es Gaos, efectivamente, quien cuenta cómo durante un paseo con Zubiri por Madrid, el año 1921, mientras iban a la Residencia de Estudiantes para oír una conferencia de Ortega, escuchó la explicación de la filosofía de Husserl que Zubiri le hizo, con la ayuda de una rosa. La trama de ese paseo filosófico desde el caserón de la calle San Bernardo, donde estaba la sede de la Facultad de Filosofía y Letras por aquel entonces, hasta la sede de la Residencia de Estudiantes, llena las páginas del libro, que constituye una estupenda introducción a la fenomenología sin los sesgos de su lectura zubiriana.

En todo caso para comprender la trascendencia histórica de la filosofía husserliana a lo largo del siglo XX,⁹ así como de su método fenomenológico, resulta conveniente asomarse al panorama de la *filosofía de la diferencia*, por cuanto ayuda a entender hasta qué punto puede juzgarse que Husserl ha sido el verdadero motor que ha impulsado el ejercicio de la filosofía en ese pasado siglo, cuyo influjo llega hasta nuestros días¹⁰.

Tratando de esquematizar los pasos que ofrece el *método fenomenológico* para abordar el estudio de cualquier objeto en su aparecer a las vivencias del sujeto, se pueden señalar los siguientes¹¹:

⁷ José LASAGA MEDINA, “Fenomenología con la ayuda de una rosa”, *ABC Cultural* (23 de julio de 2016), 14-15.

⁸ José Gaos y González-Pola, *Confesiones profesionales y aforística*, en *Obras completas XVII*, México DF, UNAM, 1982.

⁹ Cf. Alejandro ESCUDERO Pérez, *El tiempo del sujeto. Un diagnóstico de la crisis de la Modernidad*, Madrid, Arena Libros, 2019, pp. 19-38.

¹⁰ Cf. Juan Agustín GARCÍA GONZÁLEZ, *Después de Husserl. Estudios sobre la filosofía del siglo XX*, Buenos Aires, Libros en Red, 2006.

¹¹ Me inspiro en los contenidos de esta conferencia magistral de Agustín Serrano de Haro: https://educast.pucp.edu.pe/video/12704/xvi_jornadas_peruanas_de_fenomenologia_y_hermeneutica_la_subjetividad_reconsiderada_mas_alla_del_hiato_en_la_cultura_responsabilidad_ante_la_crisis_del_2020_conferencia_magistral

- a. El método husserliano distingue entre *realidad* e *idealidad*, puesto que el abismo del *tiempo* las separa e impide confundirlas al analizar cualquier objeto.
- b. Semejante distinción permite diferenciar entre ciencias reales sobre hechos en el tiempo y ciencias ideales o eidéticas constituidas *a priori*.
- c. Para Husserl el taller ontológico de cualquier fenomenología inicial lo constituye la interconexión simultánea entre tres diferentes totalidades o dominios de lo que hay: los *referentes* de las realidades (físicas, p. ej.), los *significados* de las menciones sobre los mismos (lenguaje oral o escrito, p. ej.) y las *vivencias subjetivas* de cada individuo sobre los dominios anteriores.
- d. La posibilidad de describir básicamente las concreciones relativas, que no absolutas, de cada uno de esos tres dominios u órdenes es propia de la conciencia, entendida como corriente de vivencias en un individuo, o sea, la vida individual.
- e. La fenomenología pretende explorar la vinculación entre esos tres mundos, intuyendo las redes de conexión entre ellos, sin darle primacía ontológica a ninguno de ellos. Se evita así la primacía fisicista (los referentes), logicista (los significados) o fenomenista (lo psíquico).
- f. La mirada fenomenológica se sitúa, por tanto, en el quicio mismo de la juntura entre esos tres *mundos* y permite captar su concreción relativa, mediante descripciones, así como su muta interconexión.
- g. Esa descripción exige una meditación radical sobre el aparecer de cada uno de esos mundos para dar con su fenomenicidad, que no se adscribe a ninguna concreción relativa, sino que co-pertenece a las de esos tres mundos.
- h. Se llega así a dar con la búsqueda del aparecer de cualquier acontecimiento, llevando a cabo lo que puede calificarse como cartesianismo de la vida, puesto que se capta el autoaparecer de la conciencia como ser.
- i. Expresar la dimensión noemática de ese aparecer es llevar a cabo la reducibilidad esencial del ser a *sentido de ser*.
- j. Mediante el radicalismo de la intuición se ha de buscar llegar a la más radical interiorización de los datos, practicando finalmente una meditación eidética del acontecimiento en cuestión.
- k. Lograr un marco unitario de sentido que permite la manifestación de las cosas es tanto como haber llevado a cabo la reducción trascendental que culmina en la constitución del objeto por parte de la subjetividad trascendental.

2. FENOMENOLOGÍA DEL DISEÑO Y SU CONCEPTOGRAFÍA ELEMENTAL

Pensar la esencia de su actividad profesional ha de ser para el diseñador no sólo una tarea gratificante, sino necesaria. Familiarizarse con la *conceptografía* básica que describe las diferentes tareas del diseño es el requisito previo para adentrarse en otras consideraciones más profundas de *filosofía del diseño*. Inspirándose en el método de *la fenomenología* para captar las esencias reales, nadie mejor que los implicados puede explicar su propia actividad: al

brindarnos sus descripciones de lo que implica pensar como un diseñador nos animan a ir más allá del fenómeno concreto de su descripción, hasta llegar a donde puede introducirnos una suerte de reducción eidética y trascendental¹² de la propia profesión.

Son por tanto los propios diseñadores quienes pueden adentrarnos en la esencia de la creatividad, del diseño, de la funcionalidad, el lenguaje visual, la profesionalidad, la multidisciplinariedad, la textualidad, el método... Todos estos conceptos básicos para una comprensión fenomenológica del diseño admiten una exploración personal, en función de la propia experiencia personal y guiados por la propia intuición de los temas sobre los que conviene reflexionar en primera persona¹³.

a) *Funcionalidad*

El primer concepto básico para todo diseño es el de su funcionalidad, o sea, su utilidad para resolver o solucionar un problema práctico para el que se necesita una solución funcional que ha de ser diseñada. Se podría decir que el diseñador ha de situarse adecuadamente ante el requerimiento del cliente, para dar con las claves adecuadas que finalmente le permitan satisfacer una necesidad de gestión. Si la inteligencia se ha definido muchas veces por la capacidad de resolver problemas, el diseñador ha de mostrar su habilidad profesional dando con un producto que resulte funcional al cliente o usuario para quien está diseñando. La aplicabilidad concreta a los diferentes productos del diseño en cuestión será la mejor demostración de que se ha acertado como el método correcto para hacer simple lo complicado, para gestionar las carencias con las que se haya tenido que trabajar en cada caso. Un gran teórico del diseño, como Paul Souriau, apostaba siempre por eliminar la contradicción entre lo bello y lo útil, porque no hay mayor belleza estética que la de expresar en la propia forma la función para la que está diseñada un producto.

Llegar a ese punto de elaboración en el que el objeto diseñado manifiesta en su forma la función para la que se ha diseñado es haber logrado beneficiarse al máximo de la espiral de aprendizaje continuo que brinda la imaginación

¹² Son estos los dos pasos metodológicos fundamentales que implicaría llevar a cabo una descripción fenomenológica: la *reducción eidética* nos lleva desde la *nóesis* hasta el *nóema* y la *reducción trascendental* nos lleva desde el *eidós* hasta el *yo trascendental*; cf. Jesús ADRIÁN ESCUDERO, "Introducción" a Edmund HUSSERL, *La idea de la fenomenología*, Barcelona, Herder, 2011, pp. 11-45.

¹³ Cf. Fernando GARCÍA-CANO LIZCANO (ed.), *Piensa como un diseñador*, Ciudad Real. QR 5 Printer, 2018. Para analizar los 5 conceptos básicos que siguen a continuación me inspiré en las descripciones de los mismos realizadas por jóvenes diseñadores gráficos, que participaron en el proyecto que culminó en la publicación de este sencillo libro, que me cabe la satisfacción de haber editado, gracias a su desinteresada colaboración, durante el curso académico 2017/18.

del diseñador. Como explica bien Sebastián Nebrera¹⁴, cuando el diseño no cumple las expectativas para las que se había creado hay que revisar a fondo qué es lo que ha fallado en el proceso de elaboración del mismo, porque detrás de todo buen diseño hay metodología, estudio y si el producto final no logra ser verdaderamente funcional se acabarán perdiendo oportunidades, en lugar de ganarlas. La profesionalidad no consiste en rechazar toda crítica sobre el propio producto por parte de los clientes u otros colegas, sino en admitir que un buen producto lo es en la medida que tiene acogida por el mercado, en virtud de que se ha logrado la funcionalidad que se perseguía al diseñarlo y los clientes así lo juzgan.

b) *Creatividad*

El segundo concepto básico del diseño es el de creatividad, sin la cual es imposible obtener un producto que resulte original y novedoso. En el mundo del diseño, en general, las copias y adaptaciones tienen su valor, pero lo que se busca como lo más preciado es la idea creativa que genera algo nuevo, nunca visto ni ideado por nadie con anterioridad. Respecto al origen psicológico de nuestra capacidad creativa se investiga bastante en la actualidad, pero nunca será fácil dar con las claves que permiten alumbrar nuevos productos por parte de los diseñadores. Es recurrente citar a Jack London para afirmar que las ideas originales no acuden a la mente por arte de magia, sino que más bien hay que ir tras ellas, bate de béisbol en mano...

La metáfora sirve para subrayar la importancia del permanente trabajo que desarrollan los diseñadores en busca de lograr ser auténticos creadores de nuevas ideas, nuevas formas, nuevos diseños. El parecido con el proceso mental de cualquier otra actividad profesional que aspire a lo original es grande¹⁵. Por eso, si el músico que persigue composiciones novedosas se sirve de toda la música que pueda conocer y servir de inspiración para su propia elaboración, así también el trabajo continuo de los diseñadores exige de ellos conocer la historia del diseño y fomentar la permanente curiosidad de todo lo que observan, porque tal vez, introducidos en ese esfuerzo mental continuo, puedan aflorar de vez en cuando proyectos originales, fruto de muchos bocetos previos y de un trabajo serio, continuo y arduo. En ese sentido, Débora Mora considera que las ideas son la materia prima más cara del trabajo de un diseñador, a la vez que la base de todo buen proyecto¹⁶. Los futuros proyectos

¹⁴ Cf. Sebastián NEBRERA ZAPATA, "El diseño busca la funcionalidad" en Fernando GARCÍA-CANO LIZCANO (ed.), *op. cit.*, pp. 55-59.

¹⁵ Cf. Corita KENT, Jan STEWARD, *Observar, conectar, celebrar. Las enseñanzas sobre la creatividad de Sister Corita*, Barcelona, Gustavo Gili, 2019.

¹⁶ Cf. Débora MORA FERNÁNDEZ, "El lago de la creatividad", en Fernando GARCÍA-CANO LIZCANO (ed.), *op. cit.*, pp. 41-43.

serán creativos si se tiene a la curiosidad por aliada en el perseverante bocetar y trabajar en el estudio con la información que se va acumulando, almacenando y seleccionando. No se pescan las ideas creativas en ningún imaginado lago de la creatividad, sino que se alumbran lentamente con un trabajo constante y tenaz, que persigue la creatividad con un bate de béisbol en la mano...

c) *Visualidad*

El tercer concepto elemental del diseño es su visualidad. Todo diseño pretende comunicar, y la mayor parte de las veces lo hace a través de ese lenguaje universal de los signos e iconos tan antiguos como la humanidad misma. Se suele decir que el ser humano fue diseñador antes que artista y se justifica analizando las primeras pinturas rupestres que simbolizaron el arte de la caza. Con una antigüedad menor, pero también muy remota, la ideografía egipcia de los jeroglíficos sirvió al *movimiento isotipo*, creado por el sociólogo Otto Neurath, para idear una serie de pictogramas elementales que volvieran a simplificar la comunicación humana con un lenguaje visual asequible al gran público. Efectivamente, el idioma visual es un tipo de idioma verdaderamente global y está en la base del diseño de productos informáticos y telefonía móvil actuales, así como de nuevos logotipos y gran cantidad de productos gráficos.

La capacidad simbólica del ser humano nos acompañará siempre porque, en opinión de Álvaro Reina¹⁷, necesitamos el lenguaje visual y necesitamos comunicarnos entre los humanos logrando entender los mensajes que pretendemos intercambiarnos. En ese sentido, los ideogramas, los fonogramas y los signos muestran que siempre hemos tenido esa necesidad de comunicación y la hemos vehiculado en un lenguaje visual que expresa tal vez tanto o más que el lenguaje articulado, haciendo verdad el refrán de que una imagen vale más que mil palabras.

d) *Estética*

El cuarto concepto básico para una fenomenología del diseño lo constituye la estética o belleza del producto final. La relación del mundo del proyecto –en el que se mueven los diseñadores de cualquier índole– con el mundo del arte, siempre más reflexivo y trascendental, es compleja de hecho, porque la mayoría de los diseñadores son artistas, así como algunos artistas también son diseñadores. La finalidad artística del producto de diseño normalmente ha de supeditarse a la de su funcionalidad, pero eso no exime al profesional del diseño de buscar esa belleza que consiste precisamente en que la forma exprese

¹⁷ Cf. Álvaro REINA Vázquez de AGREDOS, en Fernando GARCÍA-CANO LIZCANO (ed.), *op. cit.*, pp. 71-73.

la funcionalidad. Si Alberto Magno consideraba que la belleza es el esplendor de la forma, cabe completar su expresión añadiendo que el yo funcional del diseñador ha de fundirse con el yo desinteresado del artista que busca lo bello por sí mismo. Sin banalizar la relación del diseño con el arte hay que reivindicar la especificidad de cada uno de ellos, así como su complementariedad.

La mejor demostración de ello consiste en comprobar que la mayoría de docentes de diseño en gran cantidad de Escuelas Superiores son artistas plásticos que obtuvieron una formación reglada en Bellas Artes, y son capaces de reorientar sus conocimientos y habilidades plásticas a la funcionalidad propia del diseño. En el fondo, tanto la formación autodidacta, como la reglada, exigen del futuro diseñador una capacidad de aprendizaje permanente, que es lo decisivo en un buen profesional para que acabe sabiendo distinguir por qué un diseño es horroroso y no funciona, mientras que otro es bello, atractivo y muy funcional.

d) *Multidisciplinariedad*

El quinto y último concepto elemental de una fenomenología del diseño es la multidisciplinariedad que exige a quien se forma para ejercerlo como profesión. Ya en la formación reglada que se brinda en las Escuelas Superiores de Diseño se abre un amplio abanico de asignaturas que tienen por finalidad consolidar esa capacidad permanente de aprendizaje que define al profesional de cualquier oficio. Pero sobre todo durante los años de formación se asimilan conceptos, se consolidan conocimientos y se comparten experiencias con profesores y compañeros que permiten crecer en una formación multidisciplinar que tal vez apostará por alguna especialización posterior.

En el fondo, todos deberíamos saber un poco de todo, pero las propias opciones vitales a las que el ejercicio de la profesión nos llevará inevitablemente harán decaer el interés por determinadas cosas, mientras que centrarán nuestra atención en otras, que serán el objeto de nuestra especialización. Es así también como surgen ideas rompedoras y locuras comerciales como las de quienes diseñaron lo que hoy es Internet o Amazon... Esas locuras de diseño social han cambiado el mundo en el que vivimos y por ello son una clara manifestación de que el diseño contiene un importante soporte comunicativo que hay que utilizar en mejoras sociales que cambien el mundo, como piensa Olt Aicher. Considerar el diseño como una herramienta para cambiar el mundo es apostar por el diseño social y por la responsabilidad ética de sus profesionales. Cuanto más amplio sea el bagaje de disciplinas que maneja un diseñador más fácilmente podrá desarrollar proyectos innovadores que den solución a los graves problemas sociales que aquejan a nuestro mundo¹⁸.

¹⁸ Cf. Elena POBLETE MURO, "Prólogo" en Fernando GARCÍA-CANO LIZCANO (ed.), *op. cit.*, pp. 9-11.

3. EL GIRO ICÓNICO Y LA FENOMENOLOGÍA DE LAS PROFESIONES

El anhelo de que la educación, en todos sus niveles, contribuya a la mejor capacitación laboral de los estudiantes hace imprescindible una práctica docente multidisciplinar. Sin la útil herramienta de la filosofía esa interdisciplinariedad difícilmente podrá ser practicada, lo cual demuestra *–a contrario–* la utilidad y necesidad de la filosofía en el currículo formativo de las distintas profesiones. Los vaivenes legislativos de los últimos decenios no han contribuido a consolidar la importancia de la filosofía y su utilidad para las próximas generaciones de jóvenes, lo cual ha provocado en muchas ocasiones un debilitamiento mismo de la filosofía en los propios docentes de la misma.

Frente a ese debilitamiento generalizado de pasadas liquidaciones postmodernas comparto la convicción de que es posible visitar la fenomenología, particularmente los análisis husserlianos sobre la imaginación y la fantasía, para encontrar nuevos enfoques a la hora de analizar las imágenes en el paradigma filosófico actual, caracterizado como *giro icónico* en sustitución del *giro lingüístico* que coloreó buena parte de la filosofía del siglo XX¹⁹. Curiosamente la fenomenología resiste a la alternancia de esos *giros* y lo hace por su capacidad de brindar herramientas útiles para pensar el presente²⁰.

En la bibliografía filosófica contemporánea existen diversos análisis de las patologías de las sociedades burguesas que beben en las fuentes de una serie de autores que prepararon y protagonizaron ese llamado *giro icónico* (*ikonische Wendung*). Entre ellos ocupan lugares prominentes Boehm, Belting, Mitchell, Sachs-Hombach, Waldenfels o Bredekamp. En la primera década del siglo XXI se ha fraguado la expresión “ciencia de la imagen”, que posee un especial carácter multi-polar, pluridisciplinar e integrador de las distintas disciplinas que acometen sus estudios a través de la imagen²¹. Para introducirse en las aguas del *giro icónico*, conviene delimitar bien teóricamente el estatuto epistemológico de cada estudio, dada la amplitud y variedad de disciplinas en torno a *la ciencia de la imagen*. Por ejemplo, las que abordan la *ontología de la imagen* constan, a su vez, de dos momentos bien diferenciados: el de la *visualización* de la imagen y el de su *visualidad*. Adentrarse, pues, en *la ontología de la imagen* implica hacer frente al problema de la conceptualización de la imagen, que impediría captar la lógica y el sentido específicos de la imagen. Sólo partiendo del ámbito de la visualización de *las imágenes* se puede llegar a la visualidad de *la imagen*, llevando a cabo el traspaso de un plural (imágenes) a un singular (imagen) que podría pasar inadvertido, pero que resulta

¹⁹ Cf. María del Carmen LÓPEZ Sáenz, Karina Pilar TRILLES CALVO, *op. cit.* P. 11.

²⁰ Cf. José Manuel SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, (2019), *La imagen de nuestro presente*, Madrid, Dykinson-UCLM, 2019.

²¹ Ana GARCÍA VARGAS (ed.) *Filosofía de la imagen*, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 2011.

imprescindible comprender adecuadamente. Antecedentes directos de ese *paso de la visualización a la visualidad* fueron Husserl, Fink y Merleau-Ponty, fenomenólogos ilustres que permitieron –en opinión de Sánchez Fernández– entender la imagen no sólo como una forma de percepción, sino como constitutiva de su auténtica realidad.

El análisis que hacía Trías, al inicio del siglo XXI, invitaba a redefinir la razón como *una razón integradora*, crítica y capaz de abrir un serio diálogo con el arte y los contextos simbólicos, que no rehúya las grandes cuestiones éticas que plantean las nuevas realidades científicas y tecnológicas, sociales y políticas²². La afirmación “llega la hora de una filosofía nueva” es exactamente el diagnóstico que urge reivindicar, porque resulta ampliamente compartido por muchos autores que se dedican a la filosofía en sus más variadas especialidades y tradiciones académicas.

Si para Aristóteles, y con él para toda la tradición filosófica clásica, el objeto de la filosofía primera es “todo lo que es, en cuanto que es”, sólo manteniendo esa total apertura, a la vez que la agudeza del objeto formal peculiar, es posible darle cauce al anhelo que Trías expresa en su mencionado artículo. La filosofía debe rebasar la estrechez de miras del siglo XX, que la condenó a un simple ejercicio analítico o, cuando más, hermenéutico. Debe alumbrar nuevos horizontes de reflexión sintética. Sánchez Cámara ha explicado –con maestría– cómo uno de los rasgos de la Modernidad decadente es la dictadura de la utilidad, entendida ésta además en el sentido de lo útil o beneficioso para lo material, con exclusión de toda consideración del espíritu. Se diría que la utilidad es la única fuente y medida del valor; cuando la utilidad es sólo un tipo de valor y de los menos elevados. Ante esta apoteosis usurpadora e igualitaria de la utilidad materialista sólo cabe esgrimir la defensa aristocrática y legítima de lo inútil. «¿Para qué sirve la filosofía?» –nos preguntan a veces–. “Para nada”, sentimos ganas de responder. Y precisamente en eso, en su falta de utilidad reside su valor... Estas cosas inútiles, como la filosofía, la música, la poesía, son, en su genial inutilidad, las que mejor contribuyen a la educación del hombre, es decir, a su “experiencia de la grandeza”²³.

¿En qué consiste, pues, el ejercicio de *una razón integradora*? ¿Cuál es el tipo de pensamiento filosófico que genera semejante razón? La filosofía debe dejar de practicar una tediosa autocomplacencia en sus propias jergas, que ha conseguido alejar a muchos de su interés, para mostrar –por el contrario– su utilidad formativa en cualquier ámbito profesional. Una buena oportunidad para ello es la que brindan asignaturas filosóficas en los currículos de muchos grados profesionales tanto teóricos, como prácticos, que en el fondo permiten

²² Cf. Eugenio TRÍAS SAGNIER, “Concepto filosófico de nuestro tiempo”, en *Diario El Mundo* (14 de julio de 2000).

²³ Ignacio SÁNCHEZ CÁMARA, “Elogio de lo inútil”, *Diario ABC* (31 de agosto de 2002).

una reflexión fenomenológica sobre la propia profesión, que rara vez brinda alguna otra específica asignatura del currículo.

Se abre así el campo de la *fenomenología de las profesiones*, que José Javier San Martín Sala ha desarrollado inspirándose en Husserl²⁴. Con él se permite no sólo abordar la importancia de la elección de una determinada profesión para la vida de las personas, sino también apreciar la profesión como generadora de un tipo concreto de cultura que contribuirá a nuestro desarrollo vital de manera determinante, en función de si acabamos ejerciendo el tipo de profesión por el que sentimos vocación o no. La clasificación entre distintos tipos de profesión y la delimitación más específica de aquellas que exigen una especial vocación mostrará su importancia para motivar los años de formación durante el estudio de la carrera, así como para la formación permanente a lo largo de la vida profesional. Es entonces cuando puede percibirse la ayuda que puede prestar la reflexión filosófica orientada hacia el desarrollo de una fenomenología de las profesiones, mostrando así el carácter práctico de un método que ha sido excesivamente relegado al campo de lo meramente teórico²⁵. Esa función práctica de la fenomenología se demuestra, tal vez, con el ejercicio de la misma durante los años de formación, adiestrándose en la aplicación al campo específico profesional requerido en cada caso.

CONCLUSIÓN

La inspiración para plantear el proyecto de abordar fenomenológicamente el diseño, que he recogido en este artículo, surgió de la lectura comentada en el aula, con alumnos de tercer curso de grado de Diseño Gráfico, del *best-seller* de Gompertz, *Piensa como un artista*²⁶, utilizado como texto básico para la asignatura de Ética y Estética creativa del Diseño, compaginando su contenido con el de otro texto de Racionero, titulado *Los tiburones del arte*²⁷. De ese modo se garantizaba a los alumnos una primera inmersión simultánea tanto en la Estética, como en la Ética, si bien focalizadas más al arte, que al diseño.

El pensamiento llama al pensamiento... Al proponer a los alumnos la elaboración de una pequeña recopilación de artículos que describieran fenomenológicamente su futuro trabajo profesional como diseñadores, lo más positivo del resultado obtenido fue descubrir que cuanto más se sumerge uno en el mar del pensamiento filosófico desde un ámbito profesional específico,

²⁴ Cf. José Javier SAN MARTÍN SALA, "La profesión en la vida de las personas" (Lección inaugural del curso académico 2011/2012), *Memoria del Centro Asociado Bizkaia UNED. Curso 2011-12*, pp. 26-45.

²⁵ Cf. Jesús María DÍAZ ÁLVAREZ, *Husserl y la historia. Hacia la función práctica de la fenomenología*, Madrid, UNED, 2003.

²⁶ William Edward GOMPERTZ, *Piensa como artista*, Madrid, Taurus, 2015.

²⁷ Luis RACIONERO GRAU, *Los tiburones del arte*, Barcelona, Stella Maris, 2015.

CONCEPTOGRAFÍA ELEMENTAL PARA UNA FENOMENOLOGÍA DEL DISEÑO

más desea su profundidad y su hondura, como quien, dejando las bajuras de los primeros metros de playa, anhela ir mar adentro para disfrutar mucho más del agua. Por más que uno esté convencido de la utilidad de la filosofía para fomentar la interdisciplinariedad en el ámbito profesional del diseño, esa utilidad se demuestra mejor cuando se ofrecen resultados tangibles como el elaborado por esos jóvenes diseñadores, que, filosofando sobre la esencia del diseño, pueden enseñarnos a *pensar como un diseñador*.

Fernando García-Cano Lizcano
Escuela de Arte y Superior de Diseño Pedro Almodóvar
Pl. de la Provincia, 1
13001 Ciudad Real
fernando.garciacano@edu.es