

**Como la expertiz del diseño expresa  
la naturaleza humana y su capacidad de  
generar valor**

Jose M. Urrejola

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Presentación: Epistemología en Arquitectura y Diseño

Arturo Chicano y Alondra Zamorano

5 de noviembre 2024

## **Como el diseño expresa la naturaleza humana**

### **Introducción**

El diseño es una disciplina que se encarga de crear cosas que no existían, dando a luz principalmente soluciones a necesidades y problemas. Lo hace poniendo en práctica algunas dimensiones centrales de la naturaleza humana.

Esta representación fiel de la naturaleza del ser humano se explica en relación con algunos epistemes del diseño , provenientes de los últimos paradigmas y definiciones como el design thinking, y también desde el pensamiento de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la pucv, basada en corrientes como la fenomenología y en el proceso de diseño de Observación Fundamento y Forma. Consideramos que ambas visiones comparten cosas.

### ***La Naturaleza de Ser Humano***

#### ***Lo Exterior***

Para explicar las particularidades del ser humano que son expresadas en el diseño nos tomaremos del concepto de *Dasein* heideggeriano, el cual comprende la noción de que el ser humano no es un "yo" individual y aislado o una esencia fija, sino más bien un proceso continuo de interpretación y relación con el mundo. Por esto veremos el ser humano como el acto que su nombre contiene; el verbo de Ser humano, como una acción y una experiencia.

#### ***El Mundo de lo Mas al Interior.***

Luego del concepto de *dasein* seguiremos desarrollaremos la definición de las características de Ser humano a través de una reflexión personal, incorporando elementos de otros autores, los cuales nos permitirán decir que, así como las experiencias en el mundo son parte del ser

humano mismo, también dentro de nosotros hay una dimensión más amplia que el núcleo racional consciente del *yo*, al estilo del consciente y el inconsciente de Freud, Jung y Lacan.

Estos autores toman al inconsciente como una parte oculta que contenemos, la cual nos da información cuando logramos entrar en contacto con ella; datos procesados por algo mayor que en nosotros reside. Este elemento “mayor” son procesos cognitivos más profundos, como el inconsciente colectivo de Jung que sería “un conjunto de recuerdos y experiencias que son compartidos por toda la humanidad” (Jung, 1968, p. XX), “o las pulsiones reprimidas y ocultas en nuestra psique” (Freud, 1916). Esta parte de nuestro ser tiene algo del mundo de las ideas de Platón donde “las ideas son las realidades que se encuentran en el mundo de las Ideas, mientras que los objetos del mundo sensible son solo copias imperfectas de estas.” (Platón, 380 a.C./1999).

Al igual como la interacción que obtenemos a partir de las cosas externas es parte del Ser humano, ahora esta experiencia interna y “mayor a nosotros”, también es parte de ser humanos, es decir, también “somos” esto por que es parte de nuestra experiencia.

Por último, nos referiremos a la dimensión humana de la búsqueda de autenticidad de Heidegger que nos conecta con nuestro propósito o proyecto de vida, analizando las causas de esta búsqueda, basada en una imperfección y en un vacío originario, que según Lacan nos interpela a *crear* como una necesidad extra, que esta vez es requerida por nosotros mismos.

Esto refiere a la necesidad de crear, y cómo todas estas motivaciones impulsan el buen diseño al responder a nuestra búsqueda de sentido.

### ***El Diseño***

El Diseño, según su etimología, es señalar el inicio del aparecer de algo nuevo, es decir, se sitúa en la *poiesis* de las cosas, entendiendo que la *poiesis* es “*un tipo de actividad que tiene su fin en algo más allá del acto mismo, un producir que da origen a algo distinto de la actividad productiva en sí misma*” (Aristóteles, 1994, p. 67).

Las soluciones que el Diseño crea son en respuesta a un contexto en donde el individuo actúa y se moviliza, un mundo donde el individuo “es” (*dasein*), y donde los factores externos requieren la creación de un producto de Diseño en respuesta a necesidades. Así, el valor que este producto tendrá va a depender de su función dentro de un contexto ya que “el bien de cada cosa consiste en realizar su función de la mejor manera posible” (Aristóteles, 350 a.C./2000).

En definitiva, podríamos hacer una analogía entre el Diseño y la naturaleza de la mente y la condición humana, y decir que cada parte del proceso de diseño expresa los mecanismos de la cognición y de poder de acción humanos: un centro más calculativo y racional se extiende habita hacia dos lugares: por un lado hasta el lugar del inconsciente y los mecanismos del sistema de nuestra psique, y por otro lado —y a propósito de nuestra condición humana—, hasta la realidad fáctica de nuestra existencia; esta realidad influye en el proceso del Diseño en tanto que supone que nuestro destino es azaroso, y que nuestro ser-ahí está en realidad

injustificado, ya que el *Dasein* "es arrojado al ser en su 'ahí', lo cual quiere decir que siempre ya se encuentra en una situación concreta que no ha escogido, pero que le brinda sus posibilidades de existencia" (Heidegger, 2006, p. 222).

La condición fáctica y la condición inconsciente interactúan formando una realidad externo-interna.

Podemos asemejar la condición fáctica de la existencia humana al diseño en tanto que este último, a lo largo del proceso de observación, abstracción y proyección (y tomando en cuenta la variable de la iteración constante del design thinking que acompaña el proceso de diseño), es *un continuo*, un acto que se produce a través del tiempo, y no una acción finiquitada que genera únicamente un producto final y definitivo, lo cual abre la posibilidad de vigilar y revisar constantemente la complejidad. La complejidad y riqueza de la realidad arroja siempre nuevas variables que en un inicio, y como diseñadores, no pudimos comprender del todo, pero que ya avanzado el proceso de diseño, devienen en ideas nuevas y cambios para el producto. Así, el proceso de diseño es un horizonte abierto de posibilidades, más que una senda única, tal y como lo es el *Dasein*. Esta manera de comprender al acto de diseñar amplía la idea aristotélica de la *poiesis* como obtención de un producto final, ubicándonos en una comprensión de *poiesis* en secuencia.

## **Desarrollo (proceso)**

### ***La Observación***

Para hacer un elemento de diseño absorbemos información del entorno mediante la observación. A través de las capas de nuestra percepción vamos develando los fenómenos; la observación fenomenológica deja que estos hablen para que nos expliquen de su naturaleza.

A través de la capa racional percibimos una verdad mediada por el lenguaje. Pero en la capa de los pensamientos involuntarios aparece otro lenguaje que es metafórico, que está lleno de links a la realidad (asociaciones libres que luego haremos al alejarnos), y contiene más cantidad de información que la observación consciente. El lenguaje involuntario aparece cuando apagamos el ruido mental de la mente consciente, dejamos de pensar y nos avocamos a otra actividad que no sea pensar.

"La mente inconsciente percibe simultáneamente todas las conexiones y sabe cuál de ellas se corresponde más estrechamente con el significado de la situación en un momento dado."

(Jung, 1961, *Memories, Dreams, Reflections*, p. 121).

En este pasaje, Jung explica cómo el inconsciente trae a la superficie aquellas imágenes o palabras que mejor reflejan el contexto emocional o mental del momento, un fenómeno común cuando la mente consciente está absorta en otra tarea.

Este lenguaje metafórico aparece cuando estamos por completo presentes en algo o en el primer momento en que hacemos contacto con la realidad, en el asombro o *thaumazein*. A veces ese encuentro con el mundo no expresa una palabra involuntaria y tenemos que ahondar y buscar en la sensación, en esa observación emotiva primordial de un fenómeno, “donde dejamos que este nos afecte” (M. Heidegger, 1927).

Por esto es útil que nos situemos más atrás, en la percepción emotiva —y no racional— de las cosas.

Entonces: el mundo fáctico nos afecta con los hechos de su orden azaroso, provocando nuestro asombro; y este asombro desata reacciones de comprensión a distintos niveles, y en el inconsciente encontramos una fuente de gran información de naturaleza metafórica.

### ***Ejemplo: el Barco***

El barco fue una palabra aparecida observando, pero, en el llegar de un espacio a otro; al entrar a la casa luego de dibujar en el patio, antes de instalarme, justo en el asombro de abrir la puerta, aparece en la mente la palabra “barco”; yo no entendía porque, pero al desmenuzar los “links” posibles entre la situación del espacio donde me encontraba y la palabra barco, esta palabra actúa de llave, dando cuenta de muchos rasgos relacionados al arquetipo barco de mi mente; un arquetipo cultural y hecho de recuerdos, ya sea visuales y de interacciones sociales.

Se cae en cuenta de que por la ventana se veía un “mar” de árboles que visibles desde la loma donde está ubicada la casa; al fondo del mar de árboles se ve un poco de mar real, (estábamos en una isla); había tubos y teteras, una cocina antigua y alguien echando leña; era como el carbón de un motor, mientras los tubos recuerdan a las chimeneas de vapores con el vapor de la tetera. La cocina a leña tiene barandas como las de un barco; la cocina a leña era formalmente el barco en el medio de la situación, en un living pequeño con ventanas. Había también ropa colgada arriba; era como que todos los elementos de barco estuvieran distribuidos por el espacio, pero enlazadas a un objeto central, la cocina, que era como un barco flotando en ese pedazo de realidad.

Luego de todo este fenómeno visible hay un tipo de observación distinta que aparece: la observación de lo intangible. Es difícil de materializar, pero se dibuja una situación y se

describe: había un ambiente total de “tripulación en la situación inmediata de 4 dimensiones (dimensiones espaciales y el tiempo), y también en la suma de las situaciones vividas en ese contexto, no directamente en la situación y la interacción directamente presenciada, si no en las realidades compartidas en la suma de todas las situaciones vividas en esa época de tiempo: todas las personas de viaje en el sur en una isla, lejos del lugar donde vivimos habitualmente, daban un ambiente social de tripulación. Tanto lo visual como lo invisible tenían características de barco.

Según Maslow "El proceso creativo puede implicar una regresión a un tipo de pensamiento primitivo, lo que permite una apertura a la experiencia y una libre asociación" (Maslow, 1971).

### ***La Abstracción y los Insight***

En el capítulo anterior dedicado a la observación vemos como ciertas funciones cognitivas humanas, que parecieran estar fuera del yo pero que son partes de la acción de Ser humanos, tienen una capacidad de abstracción muy precisa. Para expresar una observación, que sea útil para un proyecto, es necesario tener una abstracción clara que meteremos en la esencia de lo que será creado. Entonces explorando estos momentos de impacto a nivel supra y subconscientes, podemos encontrar que es lo que nos impacta de algo, que es lo que nos produjo una sensación de estar ante algo con sentido que nos genera significado. Si bien tenemos mecanismos que abstraen necesitamos tener disponible nuestra capacidad de abstracción y trabajarla también de manera consciente. Al sumirse en la observación, en lo que hay dentro de lo que nos está hablando un fenómeno, al develarlo, se “revelan soluciones que no son obvias a primera vista" (Norman, 2004): esto en diseño se llama insight, que según Brown (2009) "es la raíz de toda innovación significativa, proporcionando el



entendimiento fundamental que permite la creación de algo genuinamente útil y relevante"

(Brown, 2009)

### ***La Proyección***

Luego de abstraer y tener claro sobre que proceder, viene la parte de crear, que necesita de nuestra máxima concentración; en este estado meditativo logramos meter todas las coordenadas en un intento de visión holística de un problema, lo cual requiere gran esfuerzo y voluntad.

A la creación de nuevas estructuras sociales y materiales se le llama (en los lenguajes más populares actualmente) gestión. Esto viene de gestar. En la gestación la madre genera algo pero también hay algo que se genera por sí mismo: entonces la gestación es la poiesis de algo pero también es la autopoiesis: en el diseño la idea también se irá abriendo sola, con variables inesperadas en su encuentro con el mundo al cual está y estamos arrojados.

Entonces en nuestra mente ocurre el fenómeno de modelar una idea, mezclando las capas conscientes e inconscientes:

"La creación de ideas sigue un proceso que incluye la preparación, incubación, iluminación y verificación. Durante la fase de incubación, la mente inconsciente trabaja de manera libre y sin interferencias, permitiendo que nuevas conexiones y asociaciones surjan espontáneamente, hasta que una idea o 'insight' aparece repentinamente en la fase de iluminación."

(Wallas, 1926, *The Art of Thought*)

La creación se forma a partir de nuestra mente interior e intuitiva pero la idea pareciera formarse también por sí sola:

"Un sistema autopoietico es organizado como una red de procesos de producción de componentes, de manera que estos componentes regeneran la red que los produce y constituyen al sistema como una unidad en el espacio."

(Maturana & Varela, 1980, *Autopoiesis and Cognition: The Realization of the Living*)

Sin embargo, al entender nuestro ser como una experiencia, nosotros como creadores abarcamos incluso la autopoiesis de nuestra creación, y como las particularidades de la realidad nos aportan a esta. Si es que existe alguna posibilidad de que los poetas sean canales de las musas, ahora las musas son también parte de nosotros, en nuestro ser continuo y correlacionado.

### ***Design thinking y la iteración***

El pensar con las manos pone en movimiento las fuerzas de lo fáctico e intersecta nuestra creación, la cual altera y evoluciona aprendiendo del contacto con el mundo y con su propia materialidad. Por lo tanto nosotros somos los que ponemos a funcionar esta poiesis, pero ella misma se revelará y dará forma al iterar: "la iteración es clave en el proceso de Design Thinking, permitiendo probar, aprender y mejorar las soluciones de forma continua." (Brown, 2009); esta definición de Brown representa lo que es la experiencia humana en la cual "el ser humano no es un ser que está; es un ser que va siendo, que siempre está en el proceso de llegar a sí mismo"(Heidegger, 1953).

Entonces así como abstraemos y creamos acompañados de una fuerza interior mayor a nosotros también el mundo de afuera nos aporta fuerzas y elementos creativos a la obra, y así estas dos fuerzas externas e internas pasan a ser parte de la naturaleza humana en cuanto que son parte de su experiencia. Por lo tanto la capacidad de generar valor con diseño es una expresión del potencial humano, ampliado en su ser y su capacidad al entender a este mismo “Ser” como una acción de “Ser en el mundo”, y no como un objeto atemporal.

### ***La Fragmentación***

La utilidad del diseño proveniente de la capacidad humana de ser con el mundo es el valor principal del diseño, lo que hace que sea comprado por tanto previamente realizado..

Sin embargo, Heidegger distingue entre ver el mundo como funcional y la verdadera naturaleza del ser, que va más allá de su utilidad inmediata. Argumenta que esta relación instrumental con el mundo es solo una de las maneras en las que nos relacionamos con el ser,

"El hombre no es solo un sujeto que se enfrenta al mundo en términos de utilidad funcional, sino que tiene una relación con el ser que va más allá de la mera funcionalidad. Esta relación incluye la Sorge (preocupación), que implica un cuidado genuino y una implicación emocional en nuestro ser en el mundo. El concepto de 'ser-con' también refleja que nuestra existencia está intrínsecamente conectada con los demás, y al mismo tiempo, nuestra apertura al ser, en busca de la aletheia, revela una actitud en la que dejamos que el ser se manifieste tal como es."

(Heidegger, 1927)

Hay una naturaleza imperfecta en el crear, ya que al intentar expresar algo observado siempre lo haremos en un lenguaje, y si bien respondemos a un fenómeno que comprendemos, nunca lo entenderemos perfectamente del todo y menos perfectamente lo expresaremos, definiremos y llevaremos a cabo una respuesta para con dicho fenómeno: el ser humano "se ve dividido entre lo que es y lo que ve, lo que introduce una fragmentación esencial en su ser."

(Lacan, 1949)

Entonces esta imperfección representa algo esencial del ser humano: un vacío arraigado en el hecho de que nuestra existencia acaba en un momento, y de que estamos arrojados a un mundo ficticio que nos condiciona, imperfecto y con contradicciones (heidegger), y un vacío materno original que impulsará la búsqueda de la respuesta a nuestros deseos la cual según lacan nunca encontraremos

La creación, desde esta perspectiva, se convierte en una forma de intentar dar cuerpo a lo que siempre escapa:

"El sujeto está marcado por la falta, por la ausencia, y es esta falta lo que da lugar a la creación, como una forma de intentar llenar el vacío fundamental que caracteriza la existencia humana."

(Lacan, 1977).

Este vacío o carencia producirá una necesidad interminable y una pulsión de deseo que se intenta llenar en cada acto de hacer algo que "queremos", y que "la creación de algo nuevo no se logra con el intelecto, sino que surge del instinto de juego que actúa desde una necesidad interna. La mente creativa juega con los objetos que ama" (Jung, 1963).

## **Conclusión**

Entonces el valor del diseño expresa la potencialidad humana de generar valor, desde sus esferas inconscientes y desde el contacto con el mundo en el cual está irremediabilmente arrojado; obtenemos que el ser humano tiene un potencial más amplio, ya que en vez de ser un objeto es una experiencia en el tiempo, la cual percibe estos movimientos inconscientes para comprender y modelar la realidad, y hace parte de este ser al mundo fáctico que lo afecta y lo modifica así como este modifica su obra aportando y siendo parte de su gestación.

En segundo lugar el valor del diseño tiene un valor inmediato de llenar el vacío al crear, lo cual aporta en motivación y energía al potencial de diseño humano y a su expertiz, es un valor que no forma parte de la división del trabajo, sino que otorga algo directo al diseñador.

Por último este vacío impulsa la búsqueda de la autenticidad, imprimiendo en la obra una búsqueda de trascendencia que satisface al diseñador en su yo y que produce diseño asociado con comprensiones del ser en el mundo. El entendimiento de aportar a la vida que sucede en relación con otros, la cual existe después de nuestra propia finitud, nos hace abandonar la mediocridad de lo banal y consonar con los ecosistemas de la vida en el cosmos otorgando una ética al diseño, entendiendo el cosmos donde sucede la vida como una experiencia continua de la armonía interactuando con el caos.

## Referencias

Freud, S. (1916-1917). *Introducción al psicoanálisis*. Ediciones Orbis.

Jung, 1961, *Memories, Dreams, Reflections*

Maslow, A. (1971). *El hombre autorrealizado: Hacia una psicología del ser* (F. González Rey, Trad.). Editorial Kairós. (Trabajo original publicado en 1968).

Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Books.

Wallas, G. (1926). *The art of thought*. Harcourt, Brace and Company.

Maturana, H., & Varela, F. (1980). *Autopoiesis and cognition: The realization of the living*. D. Reidel Publishing Company.

*Brown, T. (2009). Change by design: Cómo el design thinking crea nuevas alternativas para los negocios y la sociedad. Harper Business.*

*Heidegger, M. (1953). Ser y tiempo (J. A. García, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 1927).*

*Lacan, J. (1949). Le stade du miroir as formateur de la fonction du Je [El estadio del espejo como formador de la función del Yo]. En Écrits (A. Sheridan, Trad.). Norton & Company. (Trabajo original publicado en 1949).*

*Lacan, J. (1949). Le stade du miroir as formateur de la fonction du Je [El estadio del espejo como formador de la función del Yo]. En Écrits (A. Sheridan, Trad.). Norton & Company. (Trabajo original publicado en 1949).*

*Lacan, J. (1977). Écrits: A Selection (A. Sheridan, Trad.). Norton & Company. (Trabajo original publicado en 1966).*

*Jung, C. G. (1973). El hombre y sus símbolos (M. M. Yáñez, Trad.). Editorial Planeta. (Trabajo original publicado en 1964).*