Seminario Problemas de investigación en diseño
Sesión 1
Pensamiento de diseño
Presentación: César Peña

Si bien el eje temático planteado para hoy es "Pensamiento de diseño", y en consecuencia, la lectura que correspondería por naturaleza del reader es "Design Thinking" de Charles Owen, se ha planteado la lectura alterna de otros textos que pretenden complementar desde diferentes disciplinas, la discusión en torno al pensamiento de diseño. El ejercicio de lectura y presentación que se plantea, está planteado en dirección de dilucidar nuevos y propios caminos con respecto a la conceptualización en torno al tema de pensamiento de diseño, no exclusivamente a partir de los teóricos que trabajan explícitamente en esa dirección, sino también a partir de otras disciplinas que aportan elementos fundamentales para la configuración de este tipo de pensamiento.

Cuatro lecturas diferentes se trabajaron de las 6 que tiene contempladas para la primera sesión el reader. De las cuales se presenta a continuación una reseña crítica que resalta los aspectos más importantes y más pertinentes para nuestra discusión en torno al tema del pensamiento de diseño y que plantea un ejercicio de construcción teórica y de discusión en torno al tema, a partir de estos cuatro textos.

La primera lectura es la de Alex Seago y Anthony Dunne, quienes plantean una lectura desde el mismo diseño, en donde se cuestiona acerca de la importancia y seriedad con que se toma la investigación en diseño y sus alcances reales en términos de construcción de conocimiento.

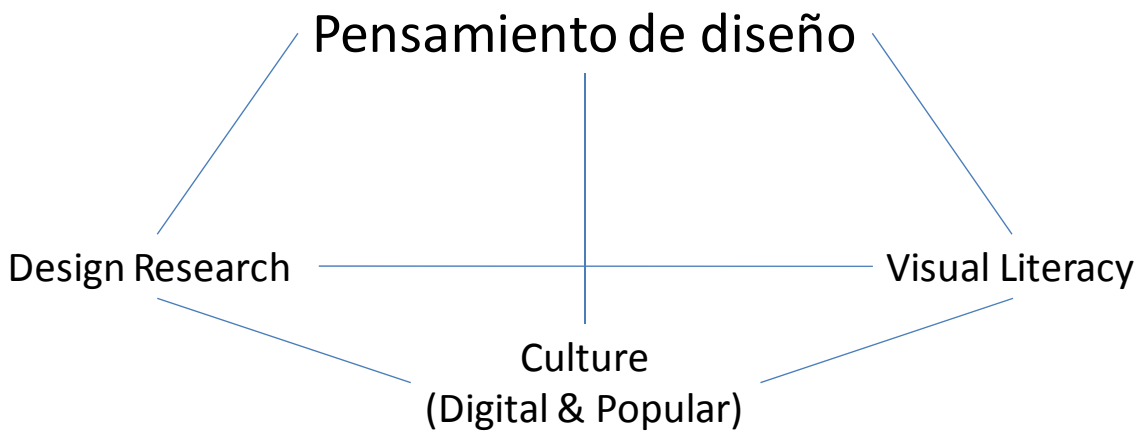
W. J. T. Mitchell[1] trabaja su texto Ilustración visual o visualidad Ilustrada, en torno a la contraposición entre lenguaje escrito y lenguaje visual. Habla de una metáfora que se usa en los últimos años, cada vez con más frecuencia, que equipara el acto de leer con el acto de ver. Es decir, leer lenguajes no verbales a través de la mirada.

Dos textos trabajan dos aspectos diferentes de la cultura contemporánea: lo digital y lo popular. La desmaterialización no sólo del diseño sino de muchos procesos tanto artísticos como científicos y cotidianos, tema que comenzaría a tratar el filósofo francés J.F. Lyottard temprano en la década de los ochenta, ya no es simplemente un discurso o una amenaza para una pequeña masa de académicos que persiguieron el sueño de la modernidad mediante la búsqueda costosa y a menudo frustrante del dominio de la materia (rasgo que define el progreso en occidente). Por su parte, la cultura popular, dentro del contexto actual, implica varios aspectos dentro de la práctica del diseño:

[1] W. J. T. Mitchell is Professor of English and Art History at the University of Chicago. He is editor of the interdisciplinary journal, Critical Inquiry, a quarterly devoted to critical theory in the arts and human sciences. A scholar and theorist of media, visual art, and literature, Mitchell is associated with the emergent fields of visual culture and iconology (the study of images across the media). He is known especially for his work on the relations of visual and verbal representations in the context of social and political issues.

- La comprensión de un perfil que se aleja cada vez más de las audiencias de elite a las que pareció dirigirse el diseño durante mucho tiempo y se acerca más a procesos masivos que ya no tienen que ver con esa vieja noción de lo popular como sinónimo de pueblo, sino a la noción de lo popular como denominador de una masa abigarrada de seres anónimos que se aglomeran en las ciudades y que conforman lo que actualmente conocemos como "sociedad de consumo".
- Por otra parte, y aprovecho para dar un abrebocas sobre el tema de la próxima semana, está la conciencia clara de comprender las audiencias a las que se dirige el diseño, lo que ha hecho reconfigurar toda la noción de lo que se entiende por dimensión humana dentro del diseño, hacia la consolidación de una teoría de diseño que apunta a estar cada vez más centrado en el usuario. (y como ya se dijo, el diseño apunta hoy en día a un público cada vez más amplio que se encuentra inscrito en esa sociedad de consumo de la que hablábamos anteriormente).
- Por último, el texto obvio y que de alguna manera se convierte en el punto de articulación obligado de esta primera parte del reader sobre Pensamiento de Diseño, es el texto del teórico del IIT, Charles Owen, que lleva justamente ese nombre: Design Thinking, que gira en torno al problema de la toma de decisiones y la incidencia que tiene el pensamiento analítico vs. El pensamiento de diseño como una alternativa complementaria.

La propuesta que presento hoy, insisto, tiene como objetivo tratar de establecer los posibles vínculos entre estas diferentes variables que implican las lecturas trabajadas para esta sesión y cómo de otras disciplinas y saliéndonos un poco del curso principal de producción teórica, podemos encontrar unos matices adicionales, vernáculos y propios en la definición de lo que para nuestro contexto es el pensamiento de diseño.



1. **Texto de Alex Seago y Anthony Dunne. New Methodologies in Art and Design: The Object as Discourse.**
    a. La investigación en diseño, busca afanosamente su legitimidad en metodologías y enfoques de otras disciplinas socialmente más aceptadas.
    b. Pensamiento visual vs. Pensamiento analítico analítico.
    c. El autor habla de tres casos de investigación en diseño:

i. Doble condición de incredulidad tanto de parte de la comunidad científica, como de parte de la comunidad artística. Es decir, el investigador no es bueno ni haciendo investigación ni haciendo obra.
ii. En el caso sobre la Black British Popular Culture, el autor de la investigación cuestiona las aproximaciones convencionales desde las ciencias sociales que deja por fuera las pequeñas narrativas olvidadas, propias de la producción y el entorno empresarial de estas manifestaciones culturales. Para solucionarlo, plantea el desarrollo de un Website, como parte de su investigación de doctorado.
iii. Las metodologías y sobre todo, los resultados convencionales de investigación, generan un tipo de comunicación cerrada que sólo se entiende al interior de las mismas comunidades científicas. En el caso de la BBPC, la cuestión era aun más dramática cuando los productores y consumidores de esta cultura, quedaban totalmente por fuera del circuito de reflexión y de confrontación de resultados de investigación. (El website se convierte en una fuente de información desde el punto de vista sociológico e histórico de ese tipo de música y adicionalmente a esto, el website se convirtió en un foro abierto sobre música, moda y diseño gráfico).

Existe una conexión entre las habilidades prácticas y proyectuales que tienen los investigadores provenientes de las artes y el diseño, que no se puede escindir de su percepción, juicio y habilidad. En esta conexión, el objeto como centro de la producción de conocimiento, se convierte en el centro del discurso, que tiene que ver con la interpretación del ejercicio de investigación como un proceso de modelación conceptual, que implica la crítica a las aproximaciones existentes de consumo/producción.

2. W. J. T. Mitchell, Visual Literacy or Literary Visualcy?

- ¿Qué tan válida es la metáfora de: ver es como leer ¿Cuáles son sus alcances y sus límites? De alguna manera nos hace pensar en la paradoja visual que plantea René Magritte a comienzos del siglo XX con su obra "Ceci n'est pas une pipe". En donde declara ese problema que surge en la historia del pensamiento entre lo real y lo representado, que surge como obvia consecuencia del problema de la representación que tiene implícito todo el movimiento generado por las vanguardias artísticas de comienzos de siglo, así como por los adelantos científicos que permiten complementar y complejizar esta reflexión sobre el problema de la representación post Revolución Industrial.
- (Sobre la lectura de la imagen en William López[2]: "*Así, al igual que cualquier otra clase de texto, al leer una imagen ponemos en funcionamiento una porción de nuestra enciclopedia, de nuestro conocimiento sobre el mundo. Cuando una imagen nos interpela,*

[2] A partir del texto Algunas ideas sobre la lectura de la imagen de William López, publicado en:
Peña, C. A. (2005). *Pensando el arte en Engativá: reflexiones sobre las prácticas artísticas en la periferia.* (C. A. Peña, Ed.) Bogotá D.C.: UNIBIBLOS, pp. 283-297

no sólo compromete nuestra cultura visual sino que, en muchos casos, puede constituir o poner en crisis la imagen mental que tenemos del mundo”).

- Lenguaje hablado vs. Lenguaje escrito
- La habilidad de leer es también de carácter visual.
- Lenguaje visual (competencias básicas)
- Cuatro conceptos fundamentales de la ciencia de la imagen:
    - La necesidad del estudio interdisciplinario de la imagen en las sociedades contemporáneas.
    - La vuelta hacia lo figurativo (pictorial turn); la distinción entre figuración e imagen (the image-picture distinction); la meta figuración (the metapicture); el biocuadro (the biopicture)
        - La vuelta hacia lo figurativo (Word-image relationship)
            - Los medios puramente visuales no existen. No es posible escindir la percepción entre cada uno de sus sentidos.
            - La vuelta hacia la figuración, es decir, a la necesidad de plasmar imágenes (que no es otra cosa que un concepto abstracto y genérico que implica una altísima capacidad de síntesis), no es un fenómeno nuevo. Está presente de manera recurrente a lo largo de la historia de la cultura. P.ej. Becerro de Oro).
            - Idolatría de las masas hacia la concreción de una imagen en algo figurativo.
            - Palabra = elite / imagen = popular, pueblo, iliterados, analfabetismo. Normalmente este giro se da desde las palabras hacia lo figurativo.
            - Las imágenes visuales e incluso las metáforas verbales –que sugieren imágenes- surgen contemporáneamente como un tópico que requiere ser mirado con más atención como un fenómeno que implica la política y el manejo de masas, así como también los aspectos más cotidianos o elementales de la psicología humana y el comportamiento social.
        - la distinción entre figura e imagen
            - La relación image-picture es una vuelta atrás sobre la objetidad.
            - Picture: “Usted puede colgar un “cuadro” pero no una imagen.
            - Image: la imagen es altamente abstracta que incluso puede ser evocada con una sola palabra. (Magritte, Churchill)
            - Una imagen puede ser pensada como una entidad inmaterial (aura en W. Benjamin) que puede ser conjurada o invocada a través de cualquier soporte material.
            - Esta relación se puede observar también en metáforas que se establecen entre palabras e imágenes (Aislado - Me aburrí como una ostra – Sólo como un hongo – Veloz como un rayo – Sólido como una roca – cayó como una piedra.
        - la meta figuración (metapictures en el original)
            - Una imagen dentro de la otra. (Velásquez y las Meninas, Nicolas Poussin. La imagen que veíamos hace unos minutos, es también otro ejemplo de meta figuración (sculpture inside picture)

        - Cualquier imagen puede ser susceptible de convertirse en una metafiguración. (Duck-Rabbit) (Favela Chair de los hermanos Campana).
        - Las imágenes que entran dentro de esta categoría de metafiguración tienen implícito un discurso metafórico que permite llevar la interpretación de la imagen más allá de los límites de lo que la imagen representa en sí misma. (Hitchcock, (la de la fotografía se llama *Dial M for Murder*, la del perro es *The Birds*, Subiendo al tren con un Cello es *Strangers on A Train (1951)*, Scorsese, S. Lee, etc., *Praise You* de Spike Jonze, an so on...)
        - No son simplemente ornamentos o florituras anexas al discurso, son analogías que estructuran el mismo discurso y que comunican unidades enteras de conocimiento (epistemes).
    - el biocuadro (la biofiguración - metapicture)
        - El proceso de vuelta a la figuración pero hacia la reproducción de la vida. (Adán, Frankenstein, second life, Facebook, Age of Empires, Avatares, Coneja Alba de E. Kac, etc.)

Charles Owen, Design Thinking: Notes on its Nature and Use

- Lo que más llama la atención es que la reflexión surge del impacto que la producción de "bienes" ha tenido sobre el medio ambiente, lo que a su vez a determinado un redireccionamiento de la práctica del diseño y la búsqueda de escenarios, así como su participación en la formulación de políticas (todo un reto para la educación en diseño – life sculpting).
- La toma de decisiones y la incidencia que tiene el pensamiento analítico vs. El pensamiento de diseño como una alternativa complementaria.
- "Estamos, intencionalmente o no, creando herramientas altamente sofisticadas que prevengan la destrucción iniciada con las herramientas creadas en períodos anteriores".
- El pensamiento de diseño vs. Pensamiento científico. Algo que tiene que ver con las diferentes dimensiones de la creatividad en cada uno de los campos
    - Ciencia: patterns and insights – **FINDERS – ANALIZAN Y DESCUBREN NUEVAS COSAS, EJERCEN LA CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA POSIBILIDAD DE DESCUBRIR NUEVAS COSAS.**
    - Diseño: invents new patterns and concepts para direccionar hechos y posibilidades. – **MAKERS – SÍNTESIS EN NUEVAS CREACIONES A PARTIR DE SU CONOCIMIENTO.**
- **CUADROS: FINDERS MAKERS – SIMBÓLICO VS. REAL – ANALÍTICO VS. SINTÉTICO.**
- El grado de especialización de las disciplinas están determinadas por la cercanía o lejanía del centro de los axes.
- Añadir las variables de tiempo y culturales agrega unos matices interesantes a la lectura de estos cuadros. (hablar de los ejemplos de Owen en términos de escultura y arquitectura).
- Lo efectivo vs. Lo apropiado
- Sistema de valoración entre ciencia y diseño: verdadero y falso – mejor y peor

- Ambos son útiles en términos de pensamiento creativo, pero indudablemente la combinación de ambas constituye un núcleo de fortalezas que permite llenar mutuamente vacíos en cada uno de los campos.
- **Pensador creativo**
- Sensibilidad: capacidad de ver y reaccionar ante las sensaciones o las impresiones.
- Actitud de cuestionamiento continuo: busca nuevas y originales respuestas.
- Amplia educación: capacidad de aprender de una educación liberal en la que priman las pregunta sobre las respuestas y la curiosidad más que la conformidad por las respuestas o lo aprendido.
- Pensamiento asimétrico: la habilidad de encontrar cierta clase de orden en el desorden en oposición al pensamiento simétrico que equilibra todo dentro de una lógica. La personalidad creativa durante el inicio del proceso prefiere el caos y el desorden y aleja lo que ha sido previamente sistematizado.
- Coraje personal. No le preocupa lo que otros piensen de él, lo que realmente le preocupa es fallar ante sus propios impulsos, emociones y pensamientos.
- Curiosidad constante: no termina nunca de cuestionarse y de sorprenderse.
- Control del tiempo: en vez de estar regido por el tiempo, los plazos o los horarios, los individuos creativos usan el tiempo como un recurso.
- Dedicación: el deseo incontrolable de hacer algo sin importar los obstáculos.
- La buena voluntad para trabajar: continuar desarrollando un trabajo que parece no tiene fin.

Ariete nombró, en 1976, las siguientes características sobre el pensamiento creativo:

- Fluidez de pensamiento: habilidad para producir ideas que respondan a ciertos requerimientos- para ofrecer solución a problemas.
- Flexibilidad: la habilidad para abandonar viejas formas de pensamiento y permitirse aceptar nuevas ideas.
- Originalidad: la habilidad para producir respuestas poco comunes y asociaciones poco convencionales.
- Redefinición: la habilidad para reorganizar lo que sabemos o para ver de nuevas maneras.
- Elaboración: la capacidad de usar dos o más habilidades para la construcción de un objeto más complejo.
- Tolerancia por la ambigüedad: la capacidad de trabajar con conceptos conflictivos por periodos de tiempo sin la necesidad de resolver las dudas.

El antropologo Mihaly Csikszentmihalyi ve al individuo creativo en términos que se anteponen y se complementan.

- Energía libidinosa generalizada y contenida: Sin eros sería difícil tomar la vida con vigor, sin contención, la energía fácilmente se disiparía.

- Pensamiento divergente y convergente: pensamiento divergente para generar ideas, pensamiento convergente para diferenciar lo bueno de lo malo.
- Alegría y disciplina: o irresponsabilidad y responsabilidad. Explorar ideas ampliamente , pero superando los obstáculos y llevando las ideas a buen termino con perseverancia y obstinación.
- Fantasía y realidad
- Extroversión e introversión: Ver y escuchar a la gente, intercambiar ideas, conocer otra gente y lograr interacción; trabajar solo para explorar y dominar los conceptos.
- Humildad y orgullo: humildad para ver lo que han trabajado y hecho los otros y orgullo en la seguridad en si mismo.
- Masculinidad y feminidad: acertividad masculina con la sensibilidad femenina.
- Tradicional conservador y rebelde iconoclasta: ser capaz de entender y apreciar el ámbito cultural y a la vez ser capaz de romper con la tradición.
- Pasión y objetividad: pasión y dedicación por el trabajo y las cusas, objetividad para evaluar los objetivos y la calidad de manera imparcial.
- Sufrimiento y alegría

Cultura popular y digital.

- Estudio de la cultura popular implica una mirada interdisciplinaria.
- Es accesible al grueso de la población, disfrutable e intelectualmente provocativa.
- Establecer vínculos entre el proceso de producción y consumo.
- Lo culto y lo no culto (Canterbury's Tales vs. Teletubbies) nos permite pensar desde el diseño, en qué lado de la balanza queremos o debemos estar por naturaleza.
- Relación entre Diseño centrado en el usuario y cultura popular (cultura digital)
- Estudios culturales y los estudios sobre cultura popular y culturas visuales se presentan como disciplinas complementarias al diseño y que comparten rasgos: son disciplinas nuevas, que no manejan metodologías fijas y que no se ciñe necesariamente al método científico en la medida en que, el carácter cualitativo de la investigación tiene un mayor peso que lo cuantitativo.
- Estudios culturales menos centrados en el estudio de lo hegemónico y más en lo "popular". De la misma manera el universo de la cultura digital brinda posibilidades de acceso a herramientas para el ejercicio de la ciudadanía que antes estaban confinadas al uso de las "elites". La distinción entre lo "high" y lo "low" se ha vuelto más difusa desde la década del sesenta. El diseño lleva implícito un problema de distinción, sin embargo, esta distinción a pesar de seguir existiendo, ya no es tan evidente como en los siglos previos a la conformación de los grandes conglomerados urbanos como centros de consumo y a la hegemonía mediática de las comunicaciones modernas. ¿Qué sucede en el caso colombiano en donde la persistencia de modelos medievales convive con modelos que presumen de ultramodernidad o efectivamente lo son.
- "lo popular" refleja amplios espectros de la cultura que le interesan más al diseño para la comprensión de sus audiencias en términos de comportamiento, psicología y lógicas de consumo, apropiación cultural y conformación de identidades transnacionales no supeditadas a la geografía.
- About "Evilness of mass culture".

- Así como en música, difícilmente aprenderemos algo sobre los compositores o los intérpretes si no entendemos a quienes compran su música; o entender la televisión sin entender también a los televidentes. O entender el diseño sin entender a quienes lo consumen.
- Pensamiento de diseño, también como la capacidad de reconocer desde el punto de vista de lo sensible, los elementos constitutivos de la cultura que lo rodea.