

# Hablar con las cosas: antropomorfismo, causalidad e incertidumbre

Alexandre  
Viladrich

Recibido: 14.02.2019  
Aceptado: 22.04.2020  
Publicado: 30.06.2020

Cómo citar este artículo:

Viladrich, A., 2020. Hablar con las cosas: antropomorfismo, causalidad e incertidumbre. *Inmaterial. Diseño, Arte y Sociedad*, 5(9), pp 21-40



## Resumen

### Resumen

A pesar de su explícita condición material, la acción de diseñar toma sentido convencionalmente dentro de un marco simbólico. El objeto del diseño se presenta como un elemento de consumo que, más allá de ser un puro instrumento, es portador de un sistema de signos y, con ello, escapa hacia lo infinitamente social (Barthes, 1964). En contraste, hoy se vienen extendiendo planteamientos desde las corrientes afines al llamado “giro material” —los nuevos materialismos y el realismo especulativo— que rechazan restringir la concepción del mundo a algo única e inevitablemente mediado por el sujeto humano; esto es, como algo que pasa indispensablemente por interpretación, discurso, textualidad, significación, ideología y poder (Cox, Jaskey y Malik, 2015). Este enfoque posthumanista, pues rechaza las lógicas binarias jerarquizadas, plantea retos y genera conflictos para la disciplina del diseño en cuanto que actividad *human-centered* y *material-based*.

Palabras clave: objeto cotidiano, agencia, antropomorfismo, incertidumbre

En el presente texto se pretende articular una aproximación materialista y posthumanista a la práctica del diseño que confronte con su habitual comprensión mercadotécnica y sugiera, así como en otros estudios, un posible “giro material” para la disciplina. Del mismo modo, se expone la siguiente conjetura: el diseño reduce la mediación sujeto-objeto a una cuestión puramente cultural que falla a la hora de concebir los objetos en su ecología, como entidades aisladas del humano/a que los crea o los consume. Para ello, se ofrece un análisis causal del objeto —acotado a su alcance cotidiano— que procura vincular la cuestión de la “agencia” y la “causalidad”, en sus diferentes contemplaciones, con una nueva concepción de lo matérico relativa al diseño.

*Palabras clave: objeto cotidiano, agencia, antropomorfismo, incertidumbre, giro material.*

umbre, giro material.

## Abstract

Paradoxically to its material condition, design makes sense conventionally within a symbolic framework. The design object is revealed as an element of consumption that, beyond being a pure instrument, carries a system of signs and, with it, breaks out to the infinite social (R. Barthes 1964). In contrast, arguments related to the so-called «material turn» —the new materialisms and speculative realism— are being developed around the refusal to conceive the world as something inevitably mediated by the human subject; that is, as something that essentially passes through interpretation, discourse, textuality, signification, ideology and power (Cox, Jaskey y Malik, 2015). This post-humanist approach, that rejects hierarchical binary logics, challenges the discipline of design as a human-centered and material-based activity.

In this text, there is an attempt to articulate a materialist and post-humanist approach to design practice, which confronts with his usual marketing understanding and suggests,

as well as in other studies, a possible «material turn» for the discipline. Likewise, the following conjecture arises: design reduces the subject-object mediation to a purely cultural dimension that fails to conceive the objects in its ecology, as isolated entities from the human who creates or consumes them. For that, a causal analysis of the object is presented —enclosed to his daily consideration— trying to link «agency» and «causality» issues, in its different contemplations, with a new conception of materiality related to design.

*Keywords: everyday object, agency, anthropomorphism, uncertainty, material turn.*

*material turn.*

## 1. Objetos como personas

En su referente trabajo *Arte y agencia. Una teoría antropológica* (1998), Alfred Gell plantea un viraje respecto a los estudios antropológicos anteriores, cuyas aproximaciones eran exclusivamente estéticas o lingüísticas, y propone un modelo relacional de “agentes sociales” a partir del cual realiza un análisis performativo de la causalidad. Para Gell, una teoría antropológica del arte debe ocuparse de los objetos, así como de las personas, en cuanto agentes capaces de provocar secuencias causales. Todo objeto o persona es agente en potencia, pues está dotado de una capacidad de actuación en el medio social (más adelante definiremos los marcos de este medio). A esto se refiere el término de “agencia”. En consecuencia, los objetos se presentan (casi) equivalentes a las personas, pues, aunque de un modo secundario para el antropólogo, albergan intención y desempeñan un papel práctico en el devenir de las interacciones sociales.

Lejos aún de atribuir vitalidad al objeto en un sentido materialista, la “intencionalidad” de los objetos y su interpretación “como personas” es totalmente referente a lo social. Los artefactos en Gell son seres sociales cuya agencia viene dada siempre en relación con lo humano. O, en otras palabras, los objetos son siempre un elemento de mediación entre humanos. En este mismo sentido, utiliza la noción “persona distribuida” para definir el componente identitario que acarrear los objetos, entendidos como una especie de extensión de las personas. “Los agentes no solamente ‘utilizan’ los artefactos, sino que también ‘son’ los artefactos mismos, que conectan los primeros con los otros sociales” (Gell, 2016, p. 53). Por lo que la intencionalidad que define la agencia de un objeto no es autónoma —es decir, propia del objeto—, sino una manifestación de la persona que lo posee. Los objetos devienen así vehículos de personalidad, formas de copresencia de los agentes humanos.

La distinción categorial que establece Gell entre los humanos —como agentes primarios— y los objetos —como agentes secundarios—, sin embargo, no impide a los segundos ser el centro de la cuestión. Por este motivo su trabajo resulta tan vinculante a la práctica del diseño, pues analiza la relación entre sujeto humano y objeto —en sus términos, “de arte”— en un marco social, de causalidad, que concede valor y relevancia a los objetos y, ciertamente, también a su diseño. Asimismo, otra de las aportaciones relevantes (al menos para este texto) de su antropología del arte es la cuestión del “apego” y sus correspondientes “tecnologías del encantamiento”. No resulta difícil imaginar (sobre todo si pensamos en las formas de consumo actuales) que las personas tiendan a generar vínculos afectivos con las cosas que poseen. A este respecto, Gell atribuye el apego al carácter decorativo del objeto y lo presenta, lejos del ornamento superficial, como un elemento íntegramente funcional en el plano social.

*Se puede convencer más fácilmente a los niños de que vayan a la cama —cuestión a la que suelen oponer resistencia— si esta está vestida con sábanas y una almohada ornamentadas de naves espaciales, dinosaurios y hasta un patrón de puntos si resultan lo bastante alegres y atractivos [Gell, 2016, p. 112].*

La distintiva decoración, que logra el vínculo entre lxs niñxs y sus camas, hace agente al objeto, pues tiene efectos prácticos, en este caso, para lxs padres/madres.

Ya sea por medio del carácter identitario de los objetos, por su capacidad de adhesión o por su agenciamiento en el medio social, la explicación de Gell va alternando entre la “objetivación de la persona” y, paralelamente en su reverso, la “personificación del objeto”. Desde el punto de vista metafísico-ecológico-diseñístico (si se puede fantasear con tal composición) que se pretende adoptar, resulta interesante lo segundo. A su respecto, el antropólogo



pone especial énfasis en las formas de “animismo” y “antropomorfismo”, presentes en la adoración de ídolos (imágenes o índices materiales de presencias divinas), que radican en la proyección de cualidades humanas en los objetos. Dicha asignación, sin embargo, no pasa por la creencia de que los objetos estén vivos en un sentido biológico: “Un adorador que dirige sus oraciones a una piedra debe de creer, de algún modo, que, aunque esta no es un ser vivo, sí ve, escucha, piensa y reacciona como él y que, además, tiene el poder de planear y llevar a cabo acciones” (Gell, 2016, p. 166). La oración es religiosamente eficaz cuando produce efectos visibles en otros lugares, y no muestras de conducta biológica *in situ*. La piedra, en su inmóvil representación del ídolo, es agente “pasivo”, pues se le atribuye una “psicología intencional” capaz de originar sucesos. Como en los ejemplos anteriores, el animismo y antropomorfismo mediante el cual Gell transfiere intencionalidad y agencia al objeto viene dado siempre en relación con un humano-testigo.

No obstante, para Gell (2016, p. 165) la atribución de voluntad, intención o capacidad de respuesta a entidades supuestamente inanimadas es un comportamiento que “no se restringe a los niños ni a los animistas, ni siquiera a los adultos con creencias religiosas”, sino que forma parte de la cultura material de muchos objetos. La acción presuntamente irracional de asignar “personalidad” a los objetos sucede también en el marco de lo cotidiano. Gell recurre varias veces a los coches para demostrar que su antropología del arte no se limita a los objetos etnográficos. El coche puede ser, sin duda, un objeto interesante por comentar. Sin ir más lejos, en el diseño automovilístico se presentan habitualmente los productos a través de cualidades humanas. Comparan el frontal de los coches con caras y expresiones (muecas) que otorgan al objeto una determinada personalidad y, gracias a ello, utilizan una especie de jerga de personificación que adjetiva los vehículos como “musculosos”,

“agresivos”, “simpáticos”, “sensuales”, etc.<sup>1</sup> Atribuir personalidad, carácter, incluso alma a los objetos es un recurso común en varios sectores del diseño de producto. Como Gell (y la mayoría de nosotros), el diseño practica (y en cierto modo profesionaliza) esta variedad de animismo cultural, pues contribuye a un *modus vivendi* conveniente en el tecnologizado presente.

Igualmente, el antropomorfismo presente en la práctica del diseño puede ser comprendido de un modo mucho más amplio. Si se define el antropomorfismo —en términos de Gell— como la proyección de cualidades humanas (no necesariamente físicas o biológicas) sobre entidades materiales supuestamente inanimadas, se puede incluso afirmar que el antropomorfismo es, sin duda, la principal forma de “hacer diseño”. A este entender, el diseño es una práctica antropomórfica en cuanto que *human-made* y *human-centered*, ya que asigna al objeto forma, función, usos, interfaces y significados, siempre, a propósito de (ciertos) agentes humanos. Lo que conlleva, como se viene comentando, la proyección de cualidades humanas, esto es, la atribución de “personalidad”, “apego”, “intencionalidad” y “agencia” al objeto inanimado. Seguramente esto no supone nada nuevo. De hecho, ¿acaso la descripción antropológica de los objetos “como personas” no coincide, en cierto modo, con la descripción convencional de los objetos “para personas” propia de diseño?

Es evidente que existe una intención estética (claramente afirmativa) en la práctica diseñística. “Los productos van cargados de seducción, pretenden promover afectos y sensibilidades” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 9). Así se interpreta el apego desde el diseño; es, de hecho, un requisito comercial. De

En el capítulo *Diseño de automóviles*: Ralph Gilles, de la serie de documentales *Abstract: The Art of Design*, donde se presenta a uno de los diseñadores automovilísticos más reconocidos del mundo (según la misma plataforma), se puede ver claramente el tono de este pegajoso y antropomórfico discurso.

igual modo, se usa (y se practica) el término “diseño emocional” —acuñado por Donald Norman (2013)— para presentar esta intención mercadotécnica de establecer vínculos de compromiso entre las personas y los productos. Retomando el ejemplo anterior, no hace falta recurrir al animismo para afirmar que un amante de los coches tendrá una relación “verdaderamente emocional” con determinados vehículos<sup>2</sup>. Ciertamente, el diseño tiene mucho que ver con este tipo de culto al objeto. A esto se le añade que los objetos desempeñen un papel importante en la construcción identitaria de las personas. Como Gell, múltiples autorxs lo han demostrado. Todxs percibimos las diferencias (identitarias, ideológicas, sociales) entre tener un coche de un tipo o de otro. También se trabaja el diseño de los objetos en este sentido. Lo que se sostiene aquí es lo que ya se ha comentado más arriba: comprender los objetos “para las personas”, como hace convencionalmente la práctica diseñística, implica proyectar cualidades humanas en ellos y concebirlos, por ende, “como personas” en el medio social.

Por estos motivos puede ser relevante la versión objetivista de lo social que adopta Gell, pues interpreta el objeto de un modo causal que alude directamente al pragmatismo propio de la disciplina, y permite definir la práctica del diseño como un proceso antropomórfico que es cómodamente refutable desde la perspectiva materialista y posthumanista que se pretende adoptar a continuación.

<sup>2</sup> Véase el documental *My Car is My Lover* (2015). Diferentes protagonistas explican la relación amorosa y sexual que mantienen con determinados vehículos. Como en la nota anterior, los “mecanófilos” reconocen cualidades humanas en los objetos-máquinas.





Fig.1. Ilustración del "clásico" sacacorchos "Anna G" de Alessandro Mendini. Alexandre Viladrich.2019.

## 2. Estirar la causalidad

Pese a que Gell da un paso importante cuando pretende analizar el papel que desempeñan los objetos en la acción social, su interpretación de la agencia como marco para pensar la causalidad siempre queda acotada finalmente a la acción humana. Concibe lo social en el marco exclusivo de lo humano, pues entiende que la antropología debe ceñirse a ello. Si se define la causalidad como el proceso de “hacer que alguien haga algo”, es decir, como un proceso de causa-efecto, se debe inevitablemente definir también la figura de un testigo que perciba tal proceso. Para Gell, el testigo que concreta los efectos es siempre un agente humano.

En contraposición, el conocido filósofo y sociólogo de la ciencia Bruno Latour (2005), uno de los principales antecesores de lo que hoy se conoce como el “giro material”, define una teoría social alternativa —esto es, la más que conocida teoría del actor-red (ANT, por sus siglas en inglés)— donde la causalidad no está limitada a lo que los humanos “con intenciones” y “con significado” hacen o perciben, pero tampoco a lo que los objetos hacen en su lugar (como declararía Gell), sino que se presenta como un proceso abierto, e incierto, que pone en juego una multiplicidad de entidades, humanas y no humanas indistintamente. Latour concibe la agencia de los objetos en un sentido mucho más amplio, pues reconoce y acentúa el carácter híbrido de la práctica y, en definitiva, de la realidad del mundo. Tomando uno de sus ejemplos, la acción de clavar un clavo es distinta según si se golpea el clavo con un martillo o sin él, por lo que el martillo deviene agente —o “actante”, en sus términos—, ya que participa e incide en el curso de la acción. Aun así, Latour sostiene que no se deben pensar los objetos como meros intermediarios que posibilitan, facilitan o estimulan la acción humana (concepción habitual del objeto del diseño), sino que deben considerarse “autónomamente” agentes. El martillo es

agente en su condición material (en su no humanidad), pues modifica con su incidencia un estado de cosas. A lo que sigue la siguiente objeción: ciertamente, el martillo no modifica nada si no hay un agente humano que lo use, es decir, que “active” la acción. Frente a ello, Latour insiste en su postura de que la participación del martillo en la acción debe ser igual de relevante que la del humano-activador y afirma que el martillo (igual que el humano) incide (que no determina) en el “modo” en que se modifica dicho estado de cosas. Como antes, podemos estar de acuerdo en que no es lo mismo clavar un clavo con un martillo que hacerlo con el lomo de un libro, un lápiz o una naranja. Los objetos devienen agentes en este sentido material de la causalidad.

Servirse de una acción cotidiana como golpear un clavo puede ser conveniente para este texto al pretender este hablar de diseño; sin embargo, es evidente (para quienes hayan leído al autor) que su aportación no se limita a este tipo de actos instrumentales: ciertamente, se torna mucho más compleja. En términos muy generales, el giro posthumanista que propone la teoría social de Latour pasa por incluir las entidades no humanas, comprendidas en su más vasta concepción (dejémoslo así por ahora), en el devenir de una causalidad abierta a la incertidumbre que surge al reconocer que el humano no es el único vehículo existente para testificar las secuencias causales; esto es, para concebir la realidad del mundo.

Tanto Gell como Latour coinciden en la creencia de que las ciencias sociales deben superar el trabajo simbólico y de la significación para enfocarse en las relaciones materiales y la causalidad. Ambos conceden agencia al objeto (por este motivo se han mencionado juntos), pero mientras Gell analiza la agencia humana incrustada en los objetos comprendidos “por/para/como” los humanos, Latour pretende destacar los elementos no humanos escondidos debajo de la acción humana y, así, incorporarlos

en el ensamblaje de lo social. Los objetos en Latour son entidades no humanas con agencia propia; por el contrario, en Gell son solo elementos portadores de agencia humana. Con esto se empieza a dibujar la nueva comprensión de lo matérico en relación con el objeto cotidiano (del diseño): el giro material o giro posthumanista pasa necesariamente por esta transición de los objetos “como personas” (como los explica Gell) a los objetos “autónomamente” agentes (como los explica Latour). De la agencia humanizada a la agencia material.

### 3. Crítica al correlacionismo

El relativismo presente en la aproximación metafísica de lo social en Latour se puede deducir como el resultado de una cuestión tradicional en la filosofía: la limitación del conocimiento humano y el mundo más allá de dicho conocimiento limitado. A este respecto, el filósofo materialista especulativo Quentin Meillassoux, en su libro *Después de la finitud. Ensayo sobre la necesidad de la contingencia* (2006), agrupa bajo el término de “correlacionismo” las corrientes de pensamiento que asumen que el acceso a la causalidad del mundo viene inevitablemente mediado por las formas de sensibilidad y las categorías del entendimiento humano —es decir, las formas de acceso kantianas. Lo que supone (y esto es lo más importante) la imposibilidad de concebir los objetos aislados de su relación con los sujetos, y, del mismo modo, a la inversa.

Las corrientes correlacionistas han sido acusadas, por ende, de haber restringido la comprensión del mundo a algo expresamente aparecido para los sujetos humanos. Bajo lo que Meillassoux ha llamado el “círculo correlacional”, los correlacionistas subrayan la contradicción en la que cae cualquier intento de escapar a la propia condición humana, pues cualquier cosa que se pretenda pensar fuera del pensamiento es, en efecto, pensada y, por consiguiente,

no puede hallarse fuera del pensamiento. Aun así, más allá de estas cuestiones referentes al círculo cerrado de la mente, lo que resulta más incómodo del círculo correlacional es que invita a abandonar la cuestión material de la causalidad para centrarse exclusivamente en su mediación con el sujeto humano. Este es, sin duda, el riesgo del pensamiento correlacionista frente a lo que se viene comentando: “Reducir todas las relaciones entre objetos a las condiciones por las cuales los seres humanos se convierten en testigos de esas relaciones” (Harman, 2016, p. 60).

Asimismo, Meillassoux define dos tipos de correlacionismo: el correlacionismo débil y el correlacionismo fuerte. El primero hace referencia a aquellos que, pese a aceptar las formas de acceso humanas como las obligatorias para confrontarse con el mundo, no niegan la existencia de otras realidades fuera de ellas. Por otro lado, el modelo fuerte es de tipo antirrealista, pues no considera nada de lo que queda externo al humano. Recapitulando según esto, pese a que Gell ciertamente adopta una postura materialista en varias ocasiones<sup>3</sup>, sus objetos (que se han equiparado a los objetos del diseño) son una muestra de correlacionismo de tipo fuerte, ya que no se conciben como algo que pueda actuar y existir al margen de lo humano, sino precisamente como humanos mismos. En contraste, la transición posthumana del objeto del diseño que se viene planteando debe pasar por un modelo de correlacionismo débil que pueda pensar realidades del objeto alejadas de lxs humanxs productorxs y consumidorxs.

Del mismo modo que otrxs autorxs afines al realismo/materialismo especulativo, Meillassoux se propone encontrar las vías hacia un conocimiento

<sup>3</sup> Gell establece una comparación entre el cuerpo humano y “los leños y las piedras”, en referencia a su realidad material y a la dificultad de diferenciar lo que los seres humanos hacen “como personas” y lo que hacen “como cosas” (véase el capítulo “7.8.1. De leños y piedras” [pp. 166-169] del libro mencionado).

no mediado, “absoluto”, que permita ofrecernos los objetos como no relativos a nosotros (sujetos humanos). Acceder a lo no correlativo, es decir, obtener un conocimiento totalmente objetivo e imparcial del mundo es, de hecho, el más importante cometido de la ciencia y, tal vez, aunque en un grado menor, también de ciertos trabajos de la filosofía y el arte. Pero ¿por qué debería el diseño aspirar a la “inmediación” en su relación con el objeto cotidiano? Claro está, como se ha visto con anterioridad, que el diseño es precisamente un trabajo de mediación. Sería realmente paradójico pretender anular las capas de estetización, discurso y significación, al igual que el carácter práctico y social, de un objeto que llamamos “cotidiano”. Sin embargo, lejos de perseguir tal asunto en última instancia, una comprensión ecológica del objeto diseñado sí debe pasar por un rechazo al correlacionismo (fuerte) como forma de pensamiento que anula toda realidad exterior a los marcos sensoriales y cognitivos de lo humano. Puesto que, en caso contrario, estaría anulando también la agencia material del objeto (probablemente infrasensible) que se pretende incluir. Como en Latour, una concepción posthumanista del objeto debe someterse a la brecha que existe entre el conocimiento humano y la potencial causalidad del mundo más allá de él. Es así (y repito) como se suman la incertidumbre y la sorpresa alrededor de las habituales formas de mediación humanas en los fundamentos de este “diseño posthumanista”.

#### 4. Evitar el corte

Aun así, el asunto del correlacionismo implica otra cuestión fundamental, pues tanto en sus simpatizantes como en sus detractores supone el argumento realista de que los objetos existen individual y ontológicamente, divididos entre (1) lo que son-en-sí y (2) cómo se ven representados en la mediación con otras entidades. El correlacionismo admite la

imposibilidad de acceder a la realidad-en-sí y solo considera representaciones o mediaciones de ella, de modo que, automáticamente, da por sentada dicha falla ontológica del objeto. Esto es, si se prefiere, la distinción aristotélica entre la unidad de una sustancia y la pluralidad de sus accidentes/cualidades. Frente a tal cuestión surgen muy diferentes posturas dentro del mismo movimiento realista/materialista. Aquí, lejos de poder exponer una visión panorámica de todo ello, se pretende continuar con el análisis del objeto mediante la alternativa que presenta la filósofa y física teórica Karen Barad (2007). En sus palabras: “La separación entre la epistemología y la ontología [es decir, entre el objeto-para-nosotros y el objeto-en-sí] es una reverberación de una metafísica que asume una diferencia inherente entre humano y no humano, sujeto y objeto, mente y cuerpo, discurso y materia” (Barad, 2003, p. 829). Como Hegel, Barad rechaza la brecha ontológica de este pensamiento —que denomina “representacionista”— para considerar la realidad del objeto (del mundo) como aquello que es constituido, precisamente, en el proceso de mediación. Por lo que la distinción entre lo real y lo mediado desaparece en favor de una “correlación absolutizada” —en términos de Meillassoux— que la hace converger en el mismo devenir. Dicho de otro modo, en Barad los objetos no preexisten a sus relaciones, sino que se constituyen en ellas. La unidad ontológica primaria no es el objeto-en-sí (autónomo y libre de toda relación), sino la mediación misma, que deviene de carácter realista y productivo, generando reciprocidades ontológicas. Justamente por este motivo puede resultar apropiado servirse del gesto de Barad respecto a la correlación, pues permitirá hablar del diseño como lo que ya es: una actividad de mediación. En este texto, por lo tanto, no se persigue trascender, superar y eliminar la mediación, sino extender o, mejor dicho, descentrar su concepción.

De la misma manera que Gell y Latour (aunque el primero no lo consiga), Barad pretende romper con la pasividad de lo material frente al protagonismo del lenguaje, centrando su propuesta en la causalidad “performativa” del mundo. Su propuesta es materialista y posthumanista. A diferencia de lo asumido en la cultura occidental y, por consiguiente, también en la convencional práctica del diseño, Barad niega concebir lo material como una entidad estática e inanimada que espera pasivamente un proceso de significación. La materia no necesita de terceros para devenir agente, no es un soporte sobre el que colmar valores y significados de agentes externos (humanos o no). Como en Latour, la materia es un factor activo en el devenir de la causalidad. Sin embargo, y aquí es donde mejor se aprecia el gesto de Barad, reconocer su agencia “material” no la convierte en una entidad autónoma o independiente. En su planteamiento, tal y como se acaba de comentar, la materia y el discurso, el objeto y el sujeto, dejan de ser entidades aisladas, fijas e inmutables para pasar a concebirse como el resultado abierto, dinámico e incierto de una “dialéctica” que va reconfigurando la realidad del mundo. El gerundio es la forma verbal predilecta en Barad; bajo esta especie de ontología *on-going* y relacional describe la causalidad como un proceso de mediación —en sus términos, “intra-acción”— en el que las diferentes entidades (humanas o no humanas, biológicas o tecnológicas) se van coconstituyendo las unas a las otras.

Sin embargo, que objetos y sujetos se articulen conjuntamente en la “intra-actividad” no implica que unos deban ser explicados en los términos de los otros, ni tampoco que unos sean más reales o relevantes que los otros. Como la mayoría de pensadores del materialismo/realismo especulativo, Barad defiende la idea de que la relación humano-mundo, sujeto-objeto, no tiene ningún privilegio por encima de las demás relaciones objeto-objeto. De hecho, la dialéctica, la “intra-acción”, la mediación o cualquiera de los conceptos que utiliza para describir la

causalidad no se definen como prácticas de carácter humano. “Los humanos no son ni la causa ni el efecto, sino parte del mundo en su devenir” (Barad, 2003, p. 821). Como en Latour otra vez, participan pero no determinan. La noción de “performatividad” en Barad hace referencia, precisamente, a esta extensión causal en la que los sujetos humanos no son el único elemento analizable. Barad redefine y fuerza el término de Judith Butler, pues considera que esta, al centrarse en cuerpos humanos y factores sociales, vuelve a inscribir la materia como un producto estrictamente pasivo y al servicio de lo humano. La crítica de Barad a Butler es, posiblemente, la misma que le podría hacer Latour a Gell; esto es, el giro material y posthumanista: un acercamiento a los devenires inclusivos.

Retomando la cuestión inicial, evitar la falla del objeto supone incorporar a la mediación una multiplicidad de entidades (repito: humanas y no humanas, biológicas y tecnológicas) con agencia propia, que participan, todas ellas de igual modo, en el acontecer del mundo. El coche, para seguir con el ejemplo, no es agente únicamente en su trato instrumental o en su trato simbólico, sino en su propia condición material, alejada de lo humano. El coche (imaginemos uno cualquiera) participa en secuencias causales, acontecimientos no humanos, de la misma manera que está inmerso en nuestras realidades cotidianas. Los objetos ahora deben ser percibidos como potenciales fuentes de relaciones y acontecimientos no humanos. Ciertamente, no es nada disparatado pensar los vehículos desde esta perspectiva: todos conocemos los efectos de sus emisiones (de gases o acústicas) sobre el medioambiente. Posiblemente esta sea la mejor aportación de la ya establecida conciencia ecológica: poder atribuir acontecimientos más-que-humanos al objeto es una muestra del agenciamiento que se viene comentando. Aunque, claro está, no hace falta recurrir a las ciencias ambientales para referirse al coche de este



modo. Sucede lo mismo con sus sistemas de navegación (GPS), sus radios o sus wifis. El conjunto de tecnologías presentes en el objeto contemporáneo no solo mejoran nuestra *user experience*: también nos desvelan relaciones y acontecimientos materiales. La señal de radio se corta cuando entramos en el túnel. Y así con cualquier objeto, del tipo que sea. Pues, como en Barad (2003, p. 810), “considerar la materia como un simple producto final (símil del objeto comercial), en lugar de como un factor activo en materializaciones futuras, es negarle plenamente su capacidad”.



Fig. 2. Relaciones materiales. La chef Vered Zaada fríe un huevo encima del coche. PA Images vía Getty Images. 2006.



## 5. Diseño posthumano

Considerar las aportaciones no antropocéntricas que se vienen desarrollando en relación con el diseño constituye una cuestión fundamental y primera para la disciplina, puesto que el diseño es una práctica históricamente centrada en lo humano. A su respecto, se han ido articulando discursos en torno al diseño y la arquitectura que pretenden recoger estas ideas<sup>4</sup>. Agrupados bajo una crítica al *Human-Centered Design*, los autorxs que interpretan los argumentos posthumanistas para con la práctica del diseño proponen un desplazamiento del sujeto humano del centro metodológico, con el fin de incluir las perspectivas de lo “otro” no humano en sus procesos de trabajo. Frente a ello, se vienen considerando dos posturas: (1) exteriorizar lo no humano de la práctica diseñística y tomarlo como una especie de “usuario ampliado”; o bien (2) interiorizar lo no humano en la práctica diseñística, es decir, concebir los mismos objetos cotidianos como entidades no humanas. Comenzando por la segunda, que es la que en este texto se quiere adoptar, los objetos cotidianos (del diseño), pese a no existir en primera instancia por sí solos (es evidente que necesitan de personas y máquinas que los conforman), no dejan de ser estrictamente entidades no humanas. Que proyecten cualidades y valores humanos puede tapar, pero no eliminar, su condición material. Respecto a la primera, surgen varias cuestiones: considerar lo no humano como otro posible usuario del objeto implica deducir y especular sobre sus necesidades, características y formas de actuación. Lo que conlleva el riesgo de limitarse a aquellas entidades más vivas en un sentido biológico (animales y vegetales) y desatender las demás materialidades inanimadas o artificiales que no sugieren tanta información. Asimismo, exteriorizar lo no humano del propio objeto puede

<sup>4</sup> Véase *Posthumanism and Design* (2017), de Laura Forlano, o, publicado más recientemente, *Xenodesignerly Ways of Knowing* (2019), de Johanna Schmeer. Respecto a la arquitectura: *Mies y la gata Niebla. Ensayos sobre arquitectura y cosmopolítica* (2019), de Andrés Jaque, o *Más allá de lo humano* (2019), editado por Bartlebooth, entre muchas otras.

ser más propenso a una “tematización” de los enunciados que, paradójicamente, resulte efectiva solo a nivel de discurso (cultural). Preguntarse qué puede hacer el diseño para los no humanos constituye un punto de partida sugerente (sobre todo para un proyecto crítico-especulativo, sin ser esto un reproche a esta tipología de diseño), pero corre el riesgo de caer precisamente en lo que se pretende evitar. Tal y como analizan Cox, Jaskey y Malik en la introducción de *Realism Materialism Art* (2015), “el problema del nuevo materialismo en el arte [considerémoslo también en el diseño] es que estaría encontrando un aplicación desde, una vez más, la mediación discursiva y representacional, mientras que apenas se estaría atendiendo al reto infraestructural que se plantea con esta filosofía” (Fontdevila, 2019). En contraste, considerar los enunciados materialistas y posthumanistas en el mismo objeto convencional/cotidiano/industrial sugiere cambios, ahora sí, sistémicos y metodológicos que comentar.

Valorar la tesis realista (adoptándola o no en última instancia) por la cual los objetos tienen una realidad independiente de la mente y el discurso humano supone, entre otros aspectos, una reconsideración conceptual de la materia que se abre a la incertidumbre de las agencias. Tomando la propuesta de Barad (pese a no ser estrictamente realista), la mediación deviene el espacio donde se congregan dichas agencias que definen la causalidad. En contraposición, es tal la inmersión de la disciplina del diseño en el *problem-solving* que parece realmente complicado poder incluir esta incertidumbre en los procesos de mediación. El pragmatismo y, por ende, el determinismo propio de la práctica diseñística chocan de manera considerable con las propuestas de Latour y Barad que conciben el objeto (la materia) en su apertura e incerteza. Ahora, ni siquiera la persona que diseña un objeto, que *a priori* conoce todos sus detalles y características, podrá concebirlo en su totalidad. Siempre habrá algo de él que per-

manecerá sustraído de la relación entre diseñador/a y objeto diseñado. Desde el culto al objeto hasta el miedo o la vulnerabilidad que produce la paradoja en la que cae cualquier diseñador/a cuando percibe la brecha insalvable entre el objeto que cree diseñar y el objeto que “realmente” diseña. Ya se ha comentado: los objetos no pueden verse reducidos a las intenciones y formas de significación humanas. Tampoco a los acontecimientos alrededor de estos que podamos percibir como testigos. El objeto se debe reconocer en su potencialidad como “hiperobjeto” —conocido término desarrollado por Timothy Morton (2013)—. Aceptar e incorporar la magnitud de las múltiples y potenciales realidades en torno a los objetos es, sin duda, uno de los más importantes retos ecológicos de la disciplina.

De igual modo, también surgen cuestiones referentes al “espectador” y la autoría. Tomar lo no humano como posible espectador del objeto nos lleva a lo que Barad ya comenta: el significado tampoco es fijo e inmutable, sino que se constituye asimismo en el proceso de mediación. Tal y como afirma Graham Harman (2016, p. 39): “Los entes parecen existir en una determinación recíproca los unos con los otros y obtener sus significados de las relaciones con entes vecinos”. El objeto cotidiano, por lo tanto, no tiene un solo nombre, función y uso, sino que todo ello depende de la entidad (humana o no humana, biológica o tecnológica) con la que se confronta y entra en relación. Una silla no es propiamente “silla” para un gato, un árbol o un ordenador. El significado no depende del objeto, sino del espectador (humano, gato, árbol, ordenador, piedra, etc.) y sus formas de construir significado. Todo ello entronca de pleno con lo que se acaba de comentar: las potenciales realidades del objeto. Respecto a la autoría, los argumentos de Barad centrados en la acción y en el “hacer”, en efecto, aluden al proceso de diseño. El reconocimiento de las fuerzas materiales en la participación de la causalidad se traduce, de algún modo, en un proceso de “codiseño” en el que

la intención humana se equipara al agenciamiento material y tecnológico que participa igualmente en la acción de diseñar. El material por moldear, junto con las formas de tecnología utilizadas para ello, devienen agentes activos que percuten en el resultado del fenómeno. Diseñar, ciertamente, no ha sido nunca un monólogo; implica (y además de manera muy literal) la participación de varias materialidades. Otorgar representación a todos los agentes cuestiona la autoría del objeto diseñado.

Sin embargo, las fuerzas institucionales que rodean la disciplina del diseño no facilitan esta nueva consideración posthumana de lo material. Los objetos industriales (de consumo) se producen y distribuyen en marcos estabilizadores, mediante lo que podríamos llamar “tecnologías de contención” de la materia. Los moldes, las uniones, los tratamientos (resinas o antioxidantes) o el mismo *packaging* son claros ejemplos de ello. Hay un empeño en invisibilizar la fuerza y la intención material. Los productos considerados defectuosos no llegan al escaparate. La logística frente al caos. Precisamente, que existan este tipo de herramientas de privación de intereses y trayectorias reafirma lo ya apuntado: la materia no es estática. Lo mismo sucede con los procesos de ideación (no solo con los de producción). El antropomorfismo se ha definido como la principal forma de “hacer diseño”, por lo que resulta evidente que los objetos están siendo percibidos, cada vez más, “como humanos”. Las interfaces digitales en la creciente industria de la inteligencia artificial, los *smart objects* y el *Internet of Things* (mercados que la institución del diseño ha acuñado fuertemente) son ejemplos vigentes de esta práctica humanista del objeto. Que un electrodoméstico “hable” está muy lejos del objeto “actante” de Latour, incluso del animismo comentado en Gell. La capacidad de actuación de los *smart objects*, pese a los términos utilizados, no corresponde a la de la inteligencia humana, sino a capacidades computacionales de datos,

claramente no humanas. Hay un error conceptual de base frente a este tipo de objetos. Posiblemente, debido a la tendencia afirmativa y comercial de la disciplina. La cuestión del apego de Gell vuelve a tomar relevancia, pues justifica estos modos de hacer que personifican al objeto. De hecho, buscar el apego —esto es, el vínculo afectivo entre personas y productos— supone, y no en exclusiva en los objetos de tipo tecnológico, que la personificación del objeto no sea únicamente intrínseca a la condición humana del diseñador/a, sino que devenga estratégica en términos comerciales. No es solo cuestión de que el humano “humaniza”: hay un poder institucional, un imperativo comercial, que provoca y motiva dicho antropomorfismo.

Fig.3. “Tecnologías de la contención. Planta 8 del Corte Inglés, Barcelona. Alexandre Viladrich, 2019.



## 6. Hablar con las cosas

En definitiva, el giro material o posthumanista se presenta en la disciplina del diseño como la encrucijada en la que convergen lo taxonómico y humanista del mercado, por un lado, con los principios materialistas y de alteridad, por el otro. Proyectar valores y significados humanos en los objetos está estrechamente relacionado con la confortabilidad, los placeres y el vivir de las personas; de ahí la enorme carga lingüística del diseño. Sin embargo, concebir la mediación del objeto como un espacio exclusivo para el discurso y la interpretación cultural (humana) implica una descripción de dicho objeto francamente limitante e incompleta. Que el diseño se ocupe de mejorar y facilitar la vida de las personas (concepción pegajosamente afirmativa y romántica, pero dada por buena) no debe socavar la presencia del objeto —en su materialidad, en su propio agenciamiento— en el discurso de la disciplina. Pues, de lo contrario, se estará alejando de la ecología que hoy tanto dice pretender alcanzar. Puede resultar paradójico tener que reafirmar la presencia del objeto y apostar por un “giro material” en la disciplina del diseño, *a priori* ya objetual y material; pero al mismo tiempo su enfoque convencional confirma el sujeto (o mejor dicho, el usuario) como vía única para “hacer mundo”. Los objetos que el diseño arroja al mundo son puro lenguaje. Ahora dicho lenguaje, lejos de poder ser descartado, debe compartir (y no centralizar) el espacio de la mediación; esto es, según Barad, de la causalidad. No se trata de concebir los objetos “como personas”, de que “hablen” o posean una intencionalidad aparentemente humana, sino de emancipar la materia del discurso humanista para poder percibir y ofrecer descripciones que les sean más propias (y no caricaturas antropomórficas).

Una muestra acorde a la propuesta de este texto es la obra del dúo artístico Lolo y Sosaku. Ya vinculados anteriormente con la práctica del diseño debido

a su interés en el objeto (construido), sus objetos cinéticos —fruto de un trabajo mecánico y robótico— sugieren descripciones extrañamente ajenas<sup>5</sup>. Emancipados, generan sonidos, gestos, comportamientos e incluso identidades propias. Rebosan autonomía. Si con Gell se han presentado los objetos “por/para/como” los humanos, las máquinas de Lolo y Sosaku están hechas “por” pero no “para” (en un sentido instrumental estricto) ni, mucho menos, “como” humanos. Los artistas participan, pero no determinan. Comparten el espacio de la mediación. Su actitud (pongámosle “no invasiva”) frente a los objetos lo demuestra. No imponen un discurso, una lectura. El proceso de creación deviene así un intercambio de voces abierto e incierto que equipara su intención artística/experimental con las intenciones materiales y motoras de los objetos. Reconocen y enfatizan las fuerzas y las trayectorias de los materiales. Lolo y Sosaku aplican la propuesta de Barad. Ejemplifican un modo de pensar y trabajar la materia que, sin duda, puede resultar favorable para este diseño posthumano. Es importante aclarar, sin embargo, que lo que se pretende sostener aquí no requiere del movimiento como condición de existencia o vitalidad de los objetos: no es tanto que los objetos se muevan, sino darles el espacio para que participen. Es abrirse al diálogo; a la mediación absolutizada. La apertura llama a la incertidumbre. Y la incertidumbre llama a la especulación (territorio *a priori* favorable para la disciplina del diseño). Con ello, el diseño se actualiza como un trabajo de carácter relacional, que incorpora la incertidumbre y la añade a las capas de discurso, significación, interpretación e ideología del objeto. Pensar la materia en su condición y en su agencia conlleva nuevas formas de entablar “conversación” con los objetos del diseño, nuevos lenguajes especulativos o de ficción. Así se presenta la propuesta: reconsiderar el “apego” descartando la estrategia del antropomorfismo.

<sup>5</sup>Véanse sus obras cinéticas “Motors” (2014), “Ipsos Erit” (2018) y “Painting Machines” (2019) en: <[www.loloysosaku.com](http://www.loloysosaku.com)>.

## Referencias

- Barad, K., 2003. Posthumanist Performativity: Toward an Understanding of How Matter Comes to Matter. *Chicago Journals. Gender and Science: New Issues*, 28(3), pp. 801-831.
- Barad, K., 2007. *Meeting the Universe Halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning*. Durham: Duke University Press.
- Barthes, R., 1964. Semántica del objeto. En: Fundación Cini, *Arte e Cultura nella civiltà contemporanea*. Venecia, 1964. Florencia: Sansoni.
- Cox, C., Jaskey, J. y Malik, S., 2019. *Realism Materialism Art*. Berlín: Sternberg Press.
- Fontdevila, O., 2019. Arte no-correlacional, una cuestión de mediación. *Utopía 2 - Cultura, objetos, materia*, 2.
- Forlano, L., 2017. Posthumanism and Design. She Ji: *The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 3(1).
- Gell, A., 2016. *Arte y agencia. Una teoría antropológica*. Traducido del inglés por R. Cabrera. Buenos Aires: SB Editorial.
- Harman, G., 2016. *El objeto cuádruple. Una metafísica de las cosas después de Heidegger*. Traducido del inglés por L. Ralón. Barcelona: Anthropos Editorial
- Jaque, A., 2019. *Mies y la gata Niebla. Ensayos sobre arquitectura y cosmopolítica*. Barcelona: Puente Editores.
- Latour, B., 2008. *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría actor-red*. Traducido del inglés por G. Zadunaisky. Buenos Aires: Manantial.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J., 2015. *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Traducido del francés por A. P. Moya. 3.ª edición. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Meillassoux, Q., 2015. *Después de la finitud. Ensayo sobre la necesidad de la contingencia*. Traducido del francés por M. Martínez. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Morton, T., 2013. *Hyperobjects. Philosophy and Ecology after the End of the World*. Mineápolis: University of Minnesota Press.
- Norman, D., 2013. *The Design of Everyday Things*. Nueva York: Basic Books.
- Schmeer, J., 2019. Xenodesignerly Ways of Knowing. *Journal of Design and Science. Essays in Exploration: Resisting Reduction*, 5(7).



Alexandre Viladrich Ginovart  
viladrichginovart@gmail.com

EINA, Centre Universitari de Disseny i Art  
de Barcelona  
Passeig de Santa Eulàlia, 25, 08017 Barcelona

Recientemente licenciado en Ingeniería de Diseño Industrial (2018) y Máster de Investigación en Arte y Diseño (2019). Actualmente colaborador adjunto en el proyecto “Eina/Idea”, liderado por Manuel Cirauqui, y miembro del grupo de investigación sobre Transition Design en EINA, Centro Universitario de Diseño y Arte de Barcelona.