

# Esconder y revelar

---

Por Marcos Beccari

**Prefiriendo imágenes a conceptos, los diseñadores mantienen el aspecto «enigmático» del mundo y revelan a la vez, nuevas formas de mirar este mundo.**

La concepción y el desarrollo de un proyecto de diseño (gráfico, producto, moda, editorial, etc.) parecen girar en torno a dos actitudes fundamentales: el revelar y el esconder. Así pues, algunos proyectos son más «transparentes» —pues revelan sus estructuras, sus formas y su mensaje— y otros proyectos son más «secretos», esconden así muchos aspectos que los constituyen.

Sin embargo, esta dualidad nunca es muy clara, y aparentemente favorece el camuflaje. Sabemos que un automóvil funciona, por ejemplo, pero nunca sabemos exactamente cómo es que funciona, cuáles son los procesos involucrados, etc. Del mismo modo, entendemos el contenido de un libro o de un cartel, pero no sabemos exactamente cómo aquello fue elaborado. Y por más que nos esforcemos en dejar todo «transparente», parece que las cosas se esconden por sí mismas, incluso un recuerdo o algo que acabamos de pensar escapa de nuestra conciencia.

Ante esto, y a pesar de todo, intentamos asumir el control y ver lo escondido. Se trata de un proceso de subjetivación: nos volvemos sujetos en la medida en que pensamos sobre el mundo que nos rodea. Esto sucede de dos formas simultáneamente. Por un lado nos imaginamos aquello que está escondido; por otro lado intentamos explicarlo. Gracias a nuestra capacidad de imaginar, nuestra relación con el mundo es inevitablemente mediada por imágenes. Y gracias a nuestra capacidad de concebir, tendemos a objetivar esas imágenes, interpretándolas y transformándolas en conceptos. Este proceso puede ser resumido de la siguiente forma: una vez vivenciada la existencia, una vez experimentado un hecho (especialmente aquellos más desagradables, como la muerte o la decepción), tratamos de pensar sobre el mundo, volviéndonos sujetos del mundo. A partir de entonces, todo no pasa de conceptos, expresiones, representaciones, mediaciones, relaciones con ese mundo.

El hecho es que el proceso de revelar lo escondido depende de la perspectiva de quien observe las cosas, del mirar del sujeto. Sin embargo, este proceso asume una forma curiosa y más compleja cuando pensamos en Diseño: además de ver lo que se observa, tenemos que hacer visible lo que se ve. Además de la visualidad, también nos preocupa la visibilidad.

Podemos hasta participar indirectamente en el proceso de subjetivación, pero nuestra actuación ocurre de hecho a nivel intersubjetivo. Y al lidiar con esta realidad entre-sujetos, percibimos que el mundo de las imágenes actúa por detrás del mundo conceptual: mientras los conceptos son descripciones de cómo las cosas fueron vistas, las imágenes son un modo

ver las cosas.

Los conceptos siguen una lógica diacrónica; es decir, tienden a deconstruir linealmente los hechos, estableciendo un orden temporal y delimitado. Las imágenes siguen una lógica sincrónica; o sea, no hay un punto fijo que pueda ser precisamente delimitado. Los conceptos revelan algo escondido (aunque, con eso, escondan otras cosas). Las imágenes actúan «en secreto»: se revelan al tiempo que se esconden. Entiendo que esta lógica imaginaria es también la lógica del Diseño: articulamos modos de observar para las cosas, no de forma fáctica (describiendo el mundo), pero sí de forma ficcional (reinventando el mundo).

Si aceptáramos este supuesto, podremos notar que este juego entre revelar y esconder de la «lógica imaginaria» no pretende convencer a las personas, pero sí seducirlas. La seducción está cerca del secreto: algo es revelado en la medida en que es escondido. Nace de ahí la incertidumbre, la duda, lo inesperado —combustibles para la subjetivación—. El Diseño entonces adquiere un papel fundamental en este intercambio seductor entre el mundo y el sujeto. Prefiriendo imágenes a conceptos, los diseñadores mantienen el aspecto «enigmático» del mundo y revelan, a la vez, nuevas formas de mirar este mundo.

Es claro que esta «lógica imaginaria» puede resultar catastrófica en un contexto que, algunos dirían, tiene desestabilizada la noción del «sujeto pensante». En este sentido, sin embargo, pienso en el Design como siendo él mismo un elemento de catástrofe, de provocación, de fracturas en lugar de fronteras. Pues sin provocación no hay seducción, y sin seducción no hay nada escondido ni revelado; y un mundo sin secretos sería ciertamente insoportable.

«...los nuevos medios, del modo en que hoy funcionan, transforman las imágenes en verdaderos modelos de comportamiento y hacen de los hombres meros objetos. Pero los medios pueden funcionar de manera diferente, a fin de transformar las imágenes en portadoras y los hombres en diseñadores de significados».

Vilém Flusser en *O Mundo Codificado* (San Pablo: Cosac Naify, 2007, p. 159)

Publicado el 11/06/2012

---

Texto originalmente publicado en [Design Simples/Filosofia do Design](#).



ISSN 1851-5606  
<https://foroalfa.org/articulos/esconder-y-revelar>

---

