

TEXTOS Y CONTEXTOS

*Critique of the
Creative Economy Through
Nietzschean Hermeneutics*

■ **Crítica de la economía
■ creativa a través
■ de la hermenéutica
■ nietzscheana**

RECIBIDO • 14 DE MAYO DE 2021 ■ ACEPTADO • 23 DE JULIO DE 2021

MATILDE BREÑA SÁNCHEZ/LICENCIADA EN DISEÑO
EN LA EDINBA Y MAESTRA EN DISEÑO POR LA UNAM
mbrenas@centro.edu.mx • mbrena@escueladedisenio.edu.mx



RESUMEN

PALABRAS CLAVE

verdad ■
conocimiento ■
lenguaje ■
forma ■
economía creativa ■

Con este texto de fondo, el presente ensayo propone una crítica de algunos principios sustantivos de la *economía creativa*, discurso que se ha desarrollado desde principios del siglo XXI y que redefine los propósitos, alcances y metodologías de las disciplinas creativas en la recreación de los procesos culturales, con el fin de generar alternativas para el desarrollo económico de las naciones.

ABSTRACT

KEYWORDS

truth ■
knowledge ■
language ■
form ■
creative economy ■

The present essay proposes a minimal critique of some of the essential principles of the creative economy. This discourse has been in development since the beginning of the 21st century; it redefines the purposes, scope, and methodologies of creative disciplines in the recreation of cultural processes to generate alternative paths for the economic development of nations.

A 60 años de la fundación de la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes, el contexto que circunscribe la actual evolución del Diseño es radicalmente diferente. En aquel entonces los marcos, productivo y de pensamiento, que dictaban los objetivos y los métodos de trabajo se enfocaban y sustentaban en el capital material de las empresas y de las naciones. Ahora, a 40 años del despunte de la era post-industrial con la normalización de la tecnología digital entre nuestras vidas, el enfoque central se halla en el capital humano y sus capacidades creativas en tanto recurso fundamental para la capitalización del sector cultural y las industrias que lo caracterizan. Este giro en la comprensión de la creatividad ha trastocado de manera sustantiva las formas, los propósitos, las dinámicas y los sentidos de las prácticas que sobre ella se erigen. El presente artículo da cuenta del contexto contemporáneo al que se enfrentan las disciplinas creativas para deliberar acerca de sus efectos sobre la dimensión moral de las políticas sociales y económicas que demarcan la racionalidad del actual capitalismo tardío. El punto de partida y marco crítico de tal disertación es el texto “Verdad y mentira en sentido extramoral” de Friedrich Nietzsche por sus reflexiones en torno a la formalización del lenguaje a partir de cierta concepción de Verdad y por su crítica sobre la epistemología positivista que lidera la realización de la modernidad liberal e ilustrada.

El sentido de Verdad

La imagen del universo que Nietzsche presenta en el párrafo introductorio dicta la clave de pensamiento y de ánimo con el que habría que abordar su texto y que, de acuerdo con el análisis aquí desarrollado, no ha perdido vigencia alguna. De ahí que el punto de partida de la presente propuesta sea el mismo:

En un apartado rincón del universo donde brillan innumerables sistemas solares, hubo una vez un astro en el que unos animales inteligentes descubrieron el conocimiento. Fue el minuto más engreído y engañoso de la «historia universal», aunque, a fin de cuentas, no dejó de ser un minuto. Tras un breve respiro de la naturaleza, aquel astro se heló y los animales inteligentes hubieron de morir. Aunque alguien hubiera ideado una fábula así, no habría ilustrado suficientemente el estado tan sombrío, lamentable y efímero en que se encuentra el intelecto humano dentro del conjunto de la naturaleza. Hubo eternidades en las que no existió, y cuando desaparezca, no habrá ocurrido nada, puesto que el intelecto no tiene ninguna misión que vaya más allá de la vida humana.¹

¹ Friedrich Nietzsche, “Verdad y mentira en sentido extramoral”, trad. Enrique López Castellón, *Cuaderno Gris*, Época III, núm. 5, 2001, p. 227

Con su primera publicación, el *Nacimiento de la tragedia* (1872), Friedrich Nietzsche (1844-1900) insta una forma de reflexionar y cuestionar la racionalidad y los sueños que caracterizan su época: la secularización o el capitalismo, el imperialismo y el cientificismo. Si bien todos ellos son modos de comprender el mundo moderno que los procesos de industrialización provocaron desde el siglo XVIII, cada uno de estos conceptos denota alguna de las cualidades del marco epistémico ilustrado y positivista que desde entonces se ostenta sobre la idea de progreso. Esta serie de tendencias acentuaron el espíritu de las últimas décadas del siglo XIX.² En las que, a contracorriente y con un sentido profundamente crítico, Nietzsche desmonta lo ilusorio del espíritu racionalista dominante que vive objetivando el mundo y que, con ello, se desprende y se deshace de él.

El segundo texto de Nietzsche titulado “Verdad y mentira en sentido extramoral” (1873) es un escrito de 10 páginas en el que el filósofo alemán diserta sobre la construcción de Verdad y la forma como los seres humanos nos vinculamos con el conocimiento a partir de criterios de valor predeterminados. Asimismo, examina la vulnerabilidad del conocimiento a propósito de la relatividad del lenguaje³ y hace notar la arbitrariedad del pensamiento lógico-positivista para dogmatizar lo que reconoce como Verdad sin considerar la inestabilidad de las traducciones entre los hechos y su enunciación lingüística, suponiendo así la posibilidad de representaciones totales desde la experiencia del mundo, hasta su formulación en palabras.⁴

La conceptualización de Nietzsche sobre el devenir de las sociedades europeas entrevera señales de muy diversa índole y dimensión humana, desde lo psicológico hasta lo “universal”. Aunque se llevó a cabo en

una realidad que mucho distaba del avance tecnológico y científico de estas primeras décadas del siglo XXI,⁵ cabe preguntarse sobre la actualidad de la obra nietzscheana para la comprensión del mundo contemporáneo y si es que el resplandor de sus imágenes reverbera en las sociedades de la modernidad tardía. Así, con el cruce de ambas realidades y a la luz de las ideas del filósofo alemán, en el presente ensayo propongo cuestionar algunos aspectos de las premisas que rigen el discurso de la *economía creativa*, el cual ha adquirido, desde comienzos del siglo XXI, una mayor presencia entre las disciplinas agrupadas bajo el título de “creativas”. Entre los aspectos que se cuestionarán, destacan los procesos de formalización de la materialidad, la cual, al igual que el lenguaje, acota y determina el acontecer de cada ser humano.

Durante el siglo XX el positivismo lógico, confiado en la superioridad que le concedía su capacidad para captar (construir) la Verdad, despojó al hombre de toda sensibilidad que no tuviera sustento en el intelecto o que careciera del lenguaje figurativo para su expresión literal. De este modo, subsumió el pensamiento metafórico con el que el ser humano solía comprender aquello que no podía nombrar, sin conocer la dislocación entre la inconmensurabilidad e intraducibilidad de lo real con respecto a lo restrictivo de la palabra. Más este trayecto de perspectiva antropomórfica, a decir de Nietzsche, sólo se distingue de otras cosmovisiones por la soberbia de su racionalidad, pues en realidad también construye sueños al crear las verdades que dan sentido a lo conveniente para la perpetuación del régimen dominante. Es decir, una y otra vez, bajo la lógica de un determinismo estoico, el *ethos* racionalista siempre ha apostado por el progreso tecnológico-mercantilista a costa de la vitalidad de la consciencia y de la inmanencia. El hombre, aún ahora, continúa su camino, y “duerme aferrado a sus sueños a lomo de tigre —valga la expresión—, es decir, sobre un fondo de crueldad”,⁶ mientras abre con su inconsciencia el umbral hacia la era del Antropoceno.

² El siglo XIX fue un periodo en el que las sociedades de las urbes europeas confiaban en haber llegado al culmen civilizatorio, abrogándose por ello, el derecho y el deber de dictar la línea civilizatoria del ser humano.

³ El lenguaje es relativo porque se trata de un sistema relacional que se halla en permanente juego.

⁴ Formular palabras formaliza las representaciones que resultan de la secuencia de traducciones entre el estímulo y la descripción generada por la expectativa con que enfrentamos la vida. Con la articulación de argumentos y metáforas, Nietzsche ilustra la subjetividad de las experiencias que operan como generalizaciones y lo frágil de los presupuestos sobre los que hemos construido el sistema que rige las formas como nos relacionamos, como interpretamos el mundo, como nos vinculamos con la naturaleza y, en consecuencia, las maneras en que condicionamos el futuro.

⁵ El avance tecnológico y científico de estas primeras décadas del siglo XXI se habría puesto en cuestión de haber sido escuchado el estruendo de sus escritos, pero sus ideas transitaban por décadas en el vacío hasta que Georges Bataille, primero, y los postestructuralistas franceses, después, reivindicaron su obra a través de sus propios textos.

⁶ Friedrich Nietzsche, *op. cit.*, p. 228.

El siglo XXI no sólo está determinado por el parangón antropomórfico, sino que a diferencia de cualquier otra era —todas las eras nominadas igualmente “a toro pasado” bajo la lógica de alguna de sus quimeras—, ha tomado tales dimensiones que la Naturaleza no ofrece ya garantía alguna; las certidumbres sobre las que se basaban los medios productivos han sido trastocadas, mientras avanza la devastación de grandes extensiones de tierra, de mares, de ambientes y de medios de subsistencia, lo que amenaza por primera vez la existencia misma. La calculada intervención de la racionalidad humana patea arteramente la segunda parte de toda ecuación, aquella que viene después del símbolo “igual a”; aquella en la que se halla la figuración del futuro que posterga los cambios de mentalidad y de acción que podrían incentivar las relaciones productivas de carácter sustentable.

En su evolución, desde el siglo XIX hasta la actualidad, la lógica racionalista ha tomado diversas formas que responden al avance tecnológico y a los modos de producción. Durante el siglo XIX, el progreso industrial dio pie a una gran variedad de estudios, experimentos, procesos y promesas; en el XX el desarrollo económico provocó cruentas confrontaciones en tanto se figuraban nuevas formas de organización política, y ahora, en las primeras décadas del siglo XXI, despunta el discurso que se basa en el potencial de la capacidad creativa del individuo ante las nuevas dinámicas productivas que el mundo digital posibilita, las cuales implican la aceleración y globalidad de los medios de comunicación, así como el acceso a la información.

Hasta ahora el ser humano es capaz de reinventar y generar conocimiento en el curso de los mismos hechos, sin embargo, es imprescindible un cambio epistémico, proporcional al tecnológico, sobre las maneras como intervenimos la realidad, colaboramos en el trabajo y concebimos la productividad.⁷ No obstante, en nuestra comprensión del mundo persisten dos dogmas: la convicción en la tecnología como medio para contrarrestar los efectos que la misma provoca al ignorar las trazas

genealógicas de los problemas o conflictos, y la hegemonía de la racionalidad logo-céntrica que subestima la corporalidad y la inmanencia privilegiando así las capacidades logísticas con las que se imponen marcos de realidad.

La economía creativa

En tal contexto, al inicio del actual milenio, comenzó a hablarse de la *economía creativa* apuntando con esta expresión a una nueva formulación de las capacidades humanas y a sus formas de creación; con esta economía se hace referencia al valor del conocimiento y las producciones de índole cultural, artístico y de diseño, las cuales se basan en los principios de la innovación y el emprendimiento, y se desarrollan mediante procesos iterativos entre los que la investigación en acción, la reflexión y la verificación de evidencias y prototipos se traman recurrentemente con el propósito de refinar los resultados.

Los planteamientos de la economía creativa argumentan la necesidad de cambios en la articulación, la jerarquización y el tratamiento de las artes y las ciencias en relación con los diseños y las ingenierías, al mismo tiempo que reconoce lo imbricado de sus interacciones en sus derivaciones prácticas que comprenden todo el espectro de medios digitales y su incidencia en las comunicaciones personales, públicas y masivas, así como en las dinámicas productivas. Sin embargo, desde la perspectiva de la economía creativa, se procura esclarecer el rol de cada uno de estos campos en la transformación de mentalidades y materialidades, con el propósito de identificar la forma en que las metodologías deben ser ajustadas para operar sobre los principios del nuevo discurso.

Desde su postulación en 2001, los planteamientos de la economía creativa se han sustentado en la *teoría del desarrollo cíclico de las economías* de Joseph A. Schumpeter (1939), la cual asocia la clave del capitalismo y el crecimiento económico a la oferta continua de nuevas combinaciones de la producción cuyo propósito es no dejar de sorprender a la población para, de este modo, estimular la competitividad entre las empresas y el consumo de bienes. Por el contexto de este planteamiento, en los años cuarenta y cincuenta, la apuesta de Schumpeter se enfocó en la industria de consumibles y

⁷ Es posible decir que este cambio fue anunciado a principios de la década de los 80 con la noción de *sociedad del conocimiento*, pues a partir de entonces, esta lógica ha sido la base para transformar el orden político, desde los esquemas laborales y productivos hasta las formas, los espacios y los objetivos de todos los campos de conocimiento.

bienes utilitarios. En cambio, su reelaboración dentro del marco de la economía creativa centra su atención en las industrias que tienen su origen en las habilidades y los talentos creativos individuales con el propósito de incrementar las utilidades a través del control de la propiedad intelectual. En este sentido, la reelaboración se apoya en el uso efectivo y eficiente del cúmulo de habilidades que motivan la expresión creativa, como la curiosidad, la inteligencia, la experimentación, las destrezas manuales, el pensamiento crítico, la exhibición, el dominio digital y el conocimiento experto sobre algún tipo de producción.

Esta exigencia ha promovido la investigación de nuevas prácticas que alienten y nutran la creatividad en todos los niveles educativos, pues para los economistas, sociólogos y analistas políticos, la creatividad y la innovación son el corazón y el medio de la economía del conocimiento global, pues juntas definen la episteme capitalista y su habilidad para reinventarse continuamente. Ambas disposiciones, a través de la tecnología digital, dan expresión a la esencia del *capitalismo digital*, es decir, a la economía de las ideas.⁸

El análisis nietzscheano sobre la creación de marcos de interpretación ilustra cómo es que se gesta la transformación en las formas compartidas de pensar a través de la inversión de los conceptos para así hacer pasar lo irreal como real. Tal como se muestra en el siguiente fragmento:

En ese momento se determina lo que a partir de entonces ha de considerarse «verdadero», es decir, se inventa una forma universalmente válida y obligada de designar las cosas, y el código lingüístico suministra asimismo las primeras leyes de la verdad, pues en este terreno aparece por vez primera la oposición entre verdad y mentira. Mentiroso es quien utiliza esas designaciones válidas que son las palabras para hacer pasar por real lo que no lo es; [...] Asimismo, no desea la verdad sino en el siguiente sentido restringido: busca las consecuencias favorables de la verdad, en la medida en que contribuyan a conservar su vida; frente al conocimiento puro, que no tiene consecuencias para

la vida, se muestra indiferente, llegando incluso a manifestarse hostil ante verdades que pueden tener para él efectos perjudiciales y destructivos.⁹

Esta descripción da cuenta de la forma como ahora nos vinculamos con la complejización sostenida de nuestras formas de vida al mismo tiempo que se digitalizan nuestras actividades más simples. Por lo que es posible relacionar la economía creativa con todo el aparato de leyes y lineamientos desarrollados por las oficinas de patentes y marcas de todo el mundo, incluyendo las regulaciones que acotan las formas de compartir y publicar información, las cuales afectan y dictan nuestros comportamientos sin que sea posible dimensionar su incidencia o contravenir su imposición.

Hacia finales de la década de los 90 el uso de las tecnologías digitales en los países desarrollados se había popularizado. Como consecuencia, el discurso de la era del conocimiento, que tiene su punto toral en las ventajas de la generación del conocimiento por sobre su representación y reproducción en los centros de enseñanza, modeló la propuesta educativa por competencias que los organismos internacionales de desarrollo promueven a cambio de apoyos económicos.

A diferencia de la actualidad, la visión del futuro en los primeros años del siglo XXI era promisoria, pues afirmaba las ventajas de las tecnologías de la información y el conocimiento en la promoción de condiciones idóneas para la comunicación oportuna, la equidad educativa y las oportunidades para el desarrollo personal. No obstante, esto ha sido sustancialmente distinto de lo que se esperaba ya que, para el emprendimiento, los estudios de mercado, la gerencia y la administración de empresas, la interpretación de los alcances y propósitos de las tecnologías digitales adopta los planteamientos de la economía marginalista. Ésta, basada en el principio del individualismo metodológico, enfoca su atención en la comprensión y el análisis del comportamiento de los consumidores en cuanto a sus hábitos de compra y de uso. Sobre estos aspectos, afirma César Rendueles: “el marginalismo encontró una vía matemática para abrir la economía a la psicología, relacionando el concepto mercancía con las emociones que suscita en sus usuarios: las mercancías ya no se de-

⁸ Daniel Araya y Michael A. Peters, “Introduction”, *Education in Creative Economy: Knowledge and Learning in the Age of Innovation*, New York, Ed. Peter Lang, 2010, p. xix.

⁹ Friedrich Nietzsche, *op. cit.*, p. 229.

finían por ninguna propiedad específica de su proceso productivo; podían ser cualquier cosa que produjera placer o evitara el sufrimiento”.¹⁰

Valores del individualismo

Siguiendo esta línea de pensamiento, y con la mente puesta en la innovación, los diseños y la producción de bienes y servicios subestiman el fin, los espacios y la función o las propiedades materiales de las cosas para privilegiar las preferencias de los usuarios, con lo cual dejan a los emprendedores la mediación o exclusión de los juicios morales como criterios de valor para la elección de alternativas. Incluso, actualmente es más importante llevar un seguimiento puntual de las tendencias tecnológicas, estilísticas e ideológicas, que la intermediación de valores vitalistas debido a que, desde la perspectiva del marginalismo, estos suelen restringir la productividad, el consumo y las alternativas de inversión.

Dicho de otro modo, la arquitectura económica de nuestras sociedades está basada en la hipótesis de que el cálculo hedónico —el placer y displacer revelados en nuestras elecciones en el mercado— es una guía cierta para garantizar la subsistencia material colectiva, mientras que otro tipo de emociones —relacionadas, por ejemplo, con la obligación, la satisfacción, la compasión, la serenidad, el recelo o el respeto— sólo son relevantes en la medida en que se pueden reducir al cálculo hedónico.¹¹

El individualismo y la complacencia que caracterizan la vida de las sociedades contemporáneas, tal como ya apuntaba Nietzsche, no cuestionan el sentido o la veracidad de las situaciones salvo que causen directamente algún efecto negativo o pérdida a nivel personal; con esta misma convicción la mayoría de las personas se atienen a marcos de pensamiento que excluyen todo sentido crítico sobre la realidad: dan por hecho que ésta no podría ser de otra forma y que, en

todo caso, son los dirigentes políticos los responsables de las normas que condicionan el devenir.

La exaltación de la subjetividad liberal en las ciudades modernas, alentada por la diversidad de experiencias y de roles que cada individuo puede desempeñar en su día a día, impide el reconocimiento de intereses comunes o el establecimiento de acuerdos mínimos para el diseño de políticas públicas que promuevan el reconocimiento de y entre los diversos colectivos y, con ello, el posible encuentro en proyectos comunes; por el contrario, ante la heterogeneidad de nuestras sociedades, los líderes políticos tienden a posponer la toma de decisiones y a centrar la atención en el juego político y el poder económico, sin que ninguno de estos esté íntegramente bajo su control, pero de los que echan mano para incentivar o menospreciar los intereses de los ciudadanos.

Además del individualismo, la *clase creativa*, como la denomina Richard Florida, se acoge a tres valores que operan de forma correlativa fortaleciéndose unos a otros: la meritocracia, la diversidad y la apertura. La meritocracia favorece al esfuerzo, los retos y la competitividad, a la vez que desdeña la problematización de la exclusión por temas de raza, religión o clase. La diversidad se refiere a la neutralidad sobre los distintos tipos de expresión, orientación y estilo de vida, siempre y cuando no entorpezcan la productividad de la iniciativa privada. La apertura, al igual que la diversidad, rechaza las convenciones, habla de la disposición a lo diferente y pondera la experiencia sobre otras cualidades. Sin embargo, a decir del mismo Florida, estos tres valores encuentran sus límites en el linde de la propia clase creativa, ya que, por fuera de ella, existen regímenes de conocimiento que responden a otros valores.¹²

Las características de la clase creativa coinciden con algunos planteamientos de Nietzsche, pues él explica que la afinidad del comportamiento corresponde al compromiso de existir del propio colectivo a partir de su sentido de verdad que operará como guía para el uso del lenguaje, los conceptos y las metáforas, o incluso para fingir realidades acordes a las convenciones del grupo que, en tanto convenciones, se asumen como verdades. “Por consiguiente, hablando en términos morales, sólo hemos prestado atención a la obligación

¹⁰ César Rendueles, “La gobernanza emocional en el capitalismo avanzado. Entre el nihilismo emotivista y el neocomunitarismo adaptativo”, *Revista de Estudios Sociales*, núm. 62, octubre, 2017, p.84, <<https://dx.doi.org/10.7440/res62.2017.08>>. Consulta: 5 de diciembre, 2019.

¹¹ *Idem*

¹² Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books, 2014, p. 56.

de mentir, en virtud de un pacto, de mentir de una forma gregaria, de acuerdo con un estilo universalmente válido.”¹³ De esta forma validamos un basamento común para la mutua interpretación.

Nietzsche dedica el último par de páginas de “Verdad y mentira en sentido extramoral” a contrastar al *hombre racional* y su capacidad para abstraer la realidad en conceptos, de cara al *hombre intuitivo* y a su don para recrear imágenes y apariencias. La economía creativa fusiona lo mejor de estos dos modelos, con lo que propicia un desplazamiento más de la racionalidad lógico-positivista que, al encontrar en las emociones y los deseos nuevos medios para el marginalismo y la innovación —que, entre más abigarrada, más ajena nos resulta— consolida la doctrina economicista que rige el devenir de nuestro desarrollo, tal como lo describe la imagen con la que Nietzsche cierra su texto:

¡Qué distinta es la actitud del estoico, instruido por la experiencia y dueño de sí mismo gracias a los conceptos, ante esa misma desgracia! Él, que de ordinario sólo busca la sinceridad y la verdad, superar las ilusiones y protegerse de los ataques por sorpresa de la seducción, logra, ante la desgracia, como aquél ante la alegría, una forma de fingir que es una verdadera obra maestra: no ofrece un rostro humano conmovido y trastornado, sino que lleva una especie de máscara, de rasgos admirablemente simétricos; no grita y ni siquiera cambia el tono de voz. Cuando un buen nublado se descarga sobre él, se envuelve en su manto y se aleja lentamente bajo la lluvia.¹⁴

Colofón

Para el pensamiento racional no hay andamiaje de ideas y creencias que se resista a ser puesto en cuestión. Sin embargo, además de una actitud crítica, es necesario extraer de la lógica de causas y efectos positivos. Es decir, de la consideración exclusiva de positividad. Sólo así es posible identificar las invisibilidades que también juegan un rol importante en todo fenómeno humano. A pesar de la incapacidad de captar íntegra-

mente los fenómenos, los distintos aspectos implícitos en ellos, además de su valoración práctica y económica, podrían pasar también por el tamiz de la reflexión crítica y la valoración moral. Para lo cual es necesario reflexionar sobre el perfil afirmativo y discriminador del pensamiento de diseño. Este pensamiento, en tanto derivado de la racionalidad lógica, prioriza la funcionalidad y la rentabilidad de las capacidades productivas cuando el análisis complejo y riguroso, de estos y otros rubros, permitiría matizar las argumentaciones y arrojar propuestas pertinentes tanto para los implicados como para los afectados.

La consideración de las tradiciones filosóficas por parte del pragmatismo de las disciplinas arquitectónicas y creativas suele ser escasa: el interés de sus profesionales por la reflexión crítica de nuestra realidad es proporcional a la disposición que los filósofos demuestran hacia las prácticas y condiciones de las disciplinas creativas. La operatividad e inmanencia de las labores creativas escapa a las consideraciones y tendencias de las tradiciones filosóficas, más aún en tiempos de apremio existencial. No obstante, su lectura no deja de brindar perspectivas y calidad de análisis que llevan a pensar nuestra práctica desde posiciones de difícil acceso.

Las diferencias epistémicas de los niveles de comprensión y aprehensión de la realidad son complementarias, pues ambas tratan de algún tipo de intelectualización que permite y discurre el desenvolvimiento de la configuración de las dos primeras fases de gestación de la forma. Mismas con las que Nietzsche describe la creación del lenguaje, en tanto proceso de nominación y reconocimiento. Esto es: el estímulo y la inferencia de su causa. Tanto la formalización de modelos de verdad, como la formalización de la materialidad, requieren de una atenta y deliberada reflexión sobre las condiciones, sus motivos y sus posibilidades de ser en relación con un marco de realidad.

Finalmente, el cruce que propongo entre “Verdad y mentira en sentido extramoral” y algunos aspectos de la economía creativa es una reflexión experimental. Se trata de un camino alternativo para pensar el ejercicio de las disciplinas arquitectónicas y creativas. Su propósito es construir marcos de verdad que valoren y consideren también la orientación de los juicios morales y los juicios estéticos en y para el desarrollo de sus procesos de formalización.



¹³ Friedrich Nietzsche, *op. cit.*, p. 231.

¹⁴ *Ibid.*, p. 237.

BIBLIOGRAFÍA

- DANIEL ARAYA y Michael A. Peters, *Education in Creative Economy: Knowledge and Learning in the Age of Innovation*, New York, Ed. Peter Lang, 2010.
- E. BUSTAMANTE, (ed.), *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, Madrid, Gedisa Editorial, Serie Multimedia, 2011.
- NIGEL CROSS, *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*, New York, Berg Publishers, 2011.
- RICHARD FLORIDA, *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books, 2014.
- FRIEDRICH NIETZSCHE, "Verdad y mentira en sentido extramoral", trad. Enrique López Castellón, *Cuaderno Gris*, Época III, núm. 5, 2001, pp. 227-237.
- CÉSAR RENDUELES, "La gobernanza emocional en el capitalismo avanzado. Entre el nihilismo emotivista y el neocomunitarismo adaptativo", *Revista de Estudios Sociales*, núm. 62, octubre, 2017, <<https://dx.doi.org/10.7440/res62.2017.08>>. Consulta: 5 de diciembre, 2019.

SEMBLANZA DE LA AUTORA

MATILDE BREÑA SÁNCHEZ • Como profesional del Diseño por la EDINBA y como maestra en Diseño por la UNAM, Matilde Breña Sánchez ha dedicado su investigación a los Estudios sobre el Diseño con el objetivo de comprender las formas en que el sistema y las prácticas de las disciplinas creativas se entrelazan y materializan en la construcción de las sociedades contemporáneas. Los temas de su interés son: la formación de profesionales en Diseño; las particularidades del pensamiento de Diseño, así como los aportes de este complejo campo de estudios a la evolución de los aspectos culturales y a la construcción de subjetividades. Actualmente coordina las actividades de la Mediateca de CENTRO, Escuela de Diseño, Cine y TV. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3848-9588>