

El discurso y el preciosismo del diseño

By Renata Castelo Branco

Como el discurso del diseño trabaja al mismo tiempo para hacerlo más comprensible y mantener la estructura que se creó para su campo social.

Artículo escrito en co-autoría con Karine Binotto.

«Campo social» es un concepto utilizado por Pierre Bourdieu para especificar nichos culturales en los cuales suceden disputas por la posición social, a través de lo que el autor denomina *poder simbólico*, como un índice de conjuntos de significados que, de acuerdo a su contenido, determinan distintos valores. Estos se aceptan como superiores e impulsan a los sujetos en un movimiento social de ascenso y al final determinan el *habitus* de clase y el código de aceptación de una capa social.

Un campo social se compone de individuos que se posicionan de acuerdo con el capital acumulado, que puede ser de tipo social (de acuerdo con la red de relaciones interpersonales), cultural (conocimientos, libros, diplomas), económico (financiero) y simbólico (cómo el individuo se presenta ante la sociedad).

Al considerar el capital económico, el propio Bourdieu se aleja del marxismo al descentralizar la cuestión financiera de la lógica del agrupamiento social haciendo énfasis en las disputas simbólicas, que se relacionan más estrechamente con el resultado del capital social y cultural.

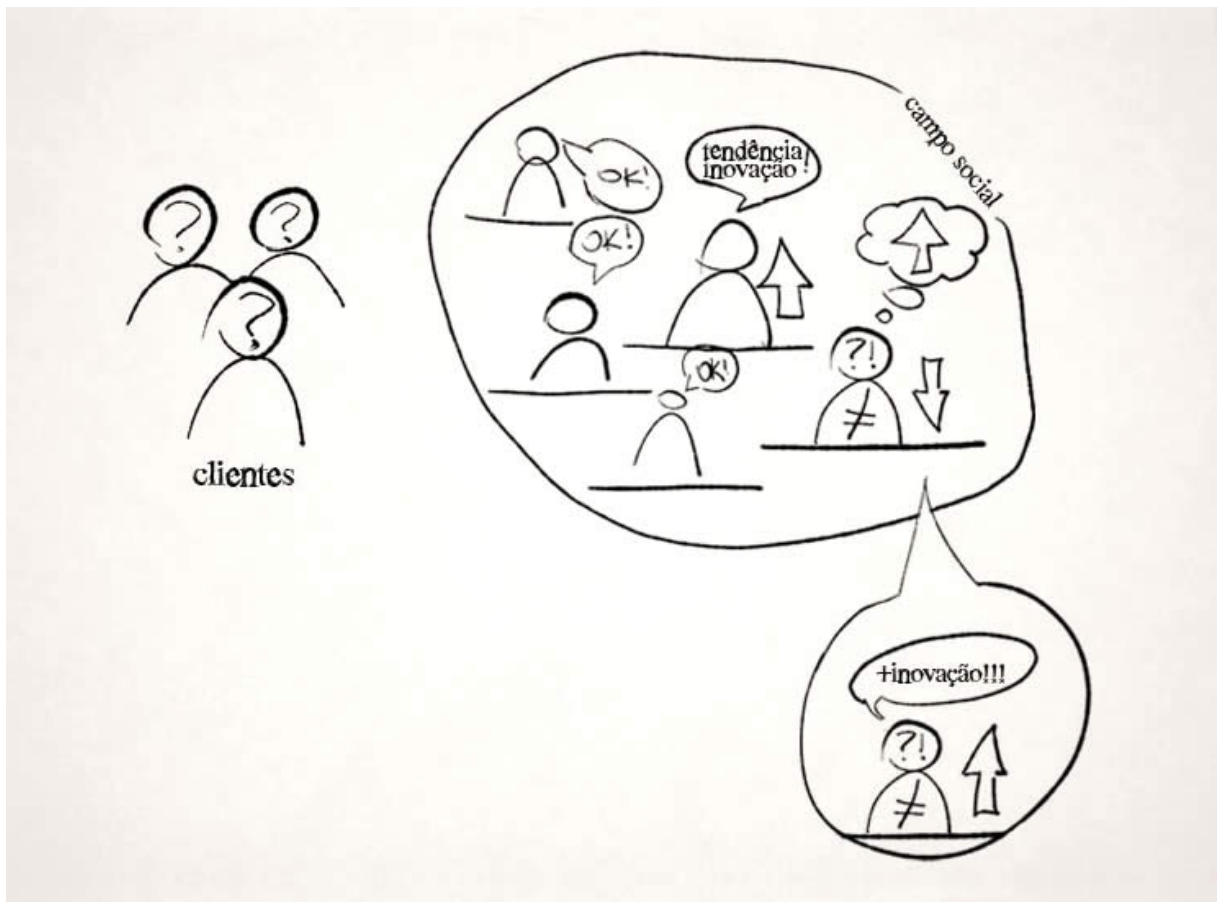
El discurso es la herramienta basada en el uso de las palabras, escritas o no, para comunicar algo a los demás. Es esencial para que todas las personas puedan ser entendidas desde una posición lógica y coherente, utilizando palabras, frases y reglas gramaticales en el contexto de un lenguaje apropiado para un receptor específico.

En gran parte de las teorías lingüísticas desarrolladas durante los siglos XIX y XX el ámbito académico clasificaba el discurso de dos formas: o era resultado de la subjetividad, producto del pensamiento individual de cada ser humano, o era resultado de la objetividad, donde el orador proyectaba sus ideas como un producto de la sociedad en que vivía.

- El discurso «objetivo», que se esfuerza por borrar todo rastro de la existencia de un enunciador individual.
- El discurso «subjetivo», en el que se presenta al individuo de forma explícita («creo que eso es feo») o se pone implícitamente («esto es feo») como fuente de evaluación de la afirmación.

Se puede afirmar que el diseño y la moda forman parte de la misma comunidad discursiva; es decir, ambos tienen el mismo grupo social que produce y gestiona un cierto tipo de discurso.

Ambos están llenos de términos muy específicos y expresiones que normalmente solo son entendidas por aquellos que participan de estos campos.



Representación gráfica de los actores del campo social, buscando subir y tornarse una autoridad.

A través del análisis de un pequeño corte muy específico, en referencia a las diferentes opiniones de los profesionales del diseño y de la moda, en la definición de las mismas disciplinas, se pueden notar los movimientos de auto-preservación en el contexto del campo social (como se explicará más adelante) e incluso una cierta militancia, que también se evidencia en el siguiente análisis, a través de posturas discursivas ambiguas:

«*Bad design shouts at you. Good design is the silent seller*». ¹ Meendering Shane (Jefe de Diseño en la empresa New Culture Design)

«*Design is like a mom, nobody notices when she's around, but everybody misses her when she's not*». ² Santiago Borray (diseñador gráfico y director de proyecto en Colombia)

«*It's art if can't be explained. It's fashion if no one asks for an explanation. It's design if it doesn't need explanation*». ³ Wouter Stokkel (Profesional de diseño y Marketing)

A pesar que se habla mucho acerca de los errores en la comprensión de la función real del diseño desde la concepción popular de la materia, algunos profesionales utilizan definiciones que son aceptadas por los miembros de este campo social, pero suponen cierto refinamiento cuando se analiza desde afuera.

En el punto número 1, Meendering destaca el valor de un trabajo bien hecho en el campo del diseño y la pertinencia negativa de una obra inferior cuando, en sus propias palabras, que resulta en un "mal diseño", a través de un discurso subjetivo acerca de la evaluación de bueno/malo y objetiva cuando del tipo de declaración.

Borray compara, por medio de un acto discursivo completamente objetivo, la disciplina a la importancia del rol materno y pone a el diseño como algo esencial, pero más allá del alcance de la comprensión de una gran masa, que no es capaz de evaluar su presencia y eficacia a pesar de tener la capacidad de darse cuenta de su ausencia y por lo tanto de su importancia.

A su vez Stokkel (aún con el discurso objetivo) utiliza el factor de la «posibilidad y la necesidad de explicación» para diferenciar el arte, la moda y el diseño. Afirma que el arte no puede ser explicado, la moda no se cuestiona y el diseño no requiere explicación, en un intento de utilizar la definición anterior del los dos primeros conceptos para fortalecer su autoridad al hablar de la tercera parte (el diseño) y ponerlo como una cuestión fuera de toda duda.

La ambigüedad puede ser percibida por el esfuerzo evidente para promover una mejor comprensión del tema (militancia), pero que no obstante, mediante el uso de la retórica y definiciones que elevan a la disciplina a un nivel casi inalcanzable, promueve el mantenimiento de la posición de los agentes en el campo social y conserva su autoridad.

También se puede observar el mismo razonamiento en la siguiente cita de Saul Bass (diseñador gráfico):

«*Design is thinking made visual*» (El diseño es el pensamiento convirtiéndose en visual).

Bass presenta una definición objetiva e incluso muy directa, donde nos dice que el oficio del diseño es posible gracias a la capacidad del actor para hacer el razonamiento visual, refiriéndose al ejercicio de la profesión y a sus medios.

Se ha observado una tensión constante en la medida en que se trata de la necesidad de comunicarse con las personas que están fuera del campo social, promoviendo la comprensión de la función, la importancia real de la disciplina y otras necesidades, lo cual busca mantener los límites de separación de la estructura que se construyó para este campo social.

Published on 26/09/2012

1. Traducción: «El mal diseño te grita. El buen diseño es un vendedor silencioso».

2. Traducción: «El diseño es como una madre, nadie se da cuenta cuando está cerca, pero todos la echan de menos cuando no está».
3. Traducción: «Si se trata de arte no se puede explicar, si es moda nadie le pide una explicación. Si es diseño no necesita explicación».



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-discurso-y-el-preciosismo-del-diseno>

