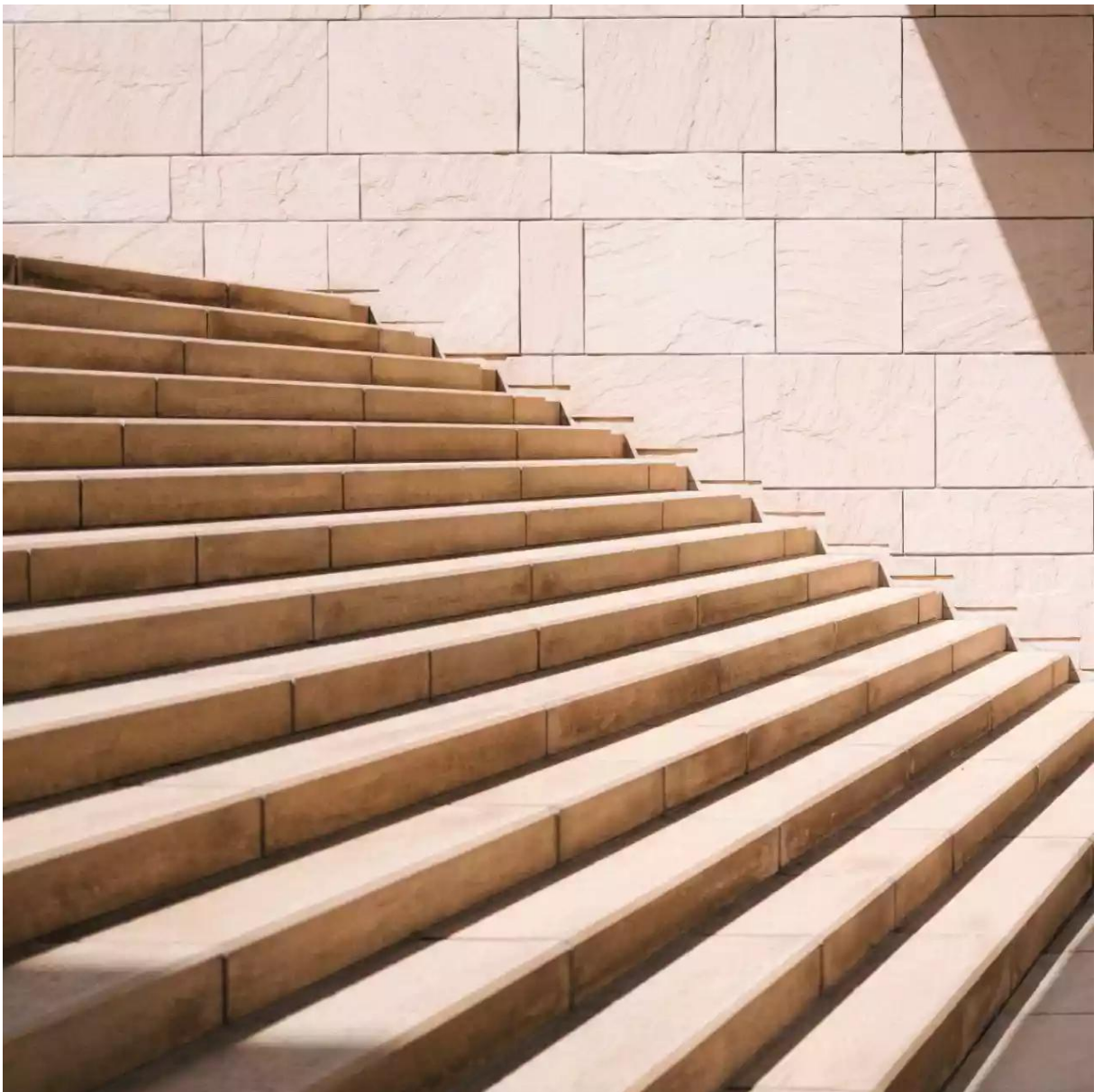


El problema del concepto como texto pragmático en el diseño

Por Nico Del Real

Lo que parece ser una nueva forma de ver el diseño, no es más que una explicitación de los procesos ya existentes entre nosotros. Esto aclara algunas cosas, pero también abre nuevas problemáticas.



En un artículo anterior hemos propuesto que el «concepto» en diseño sea entendido como un

«[texto pragmático](#)»; esto es, un conjunto de información interpretable de acuerdo con la visión particular del mundo de un usuario. Lo primero que salta a la vista es que el texto pragmático no lo formula el diseñador, a lo sumo podrá «imponerlo», según Papanek.¹ El texto, al estar dado por el mero existir del usuario en un entorno, es anterior a la demanda de diseño. Es decir, fue producido antes de que el diseñador comience su trabajo. Es el usuario quien lo construye y modifica a cada instante en su interacción con el mundo. La tarea del diseñador consiste en encontrar ese conjunto de información, hacerla patente y mostrarla a través de un diseño. Sirve de intérprete al usuario. Le muestra, de la mejor manera que puede, aquello que ya conoce. Es, por así decirlo, un mensajero.

Sirva esto de referencia la próxima vez que se intente diseñar algo sin tomar en cuenta de forma amplia al usuario. Cuando el usuario no se toma en cuenta, el trabajo responde a las ocurrencias propias, a una visión personal del mundo. En esos casos, el profesional no hace más que diseñar para sí mismo.

Esto no es un mero capricho o gusto por la especulación del autor. Si queremos que este pequeño ejercicio de pensamiento sea tomado en cuenta de forma seria más adelante, tenemos que llevar hasta las últimas consecuencias todo aquello que podamos deducir de los resultados obtenidos. Entonces... ¿qué más podemos deducir, pues, del hecho de que el concepto en diseño sea un conjunto de información interpretable según la visión del mundo de un usuario?

Ya dedujimos que el concepto no lo crea el diseñador, sino el usuario. Si el diseñador trabaja con información preexistente, si no pone nada de su lado más que la interpretación más cercana posible de lo que un usuario conoce según los estándares de la sociedad y cultura en la que este radica, el diseñador no puede ser agente de cambio social.

Esta segunda conclusión puede sonar dura para los diseñadores con perfil «revolucionario» o innovador; ya que, para algunos, la característica más llamativa del diseño es su supuesta capacidad de generar impacto positivo en la sociedad: de ser agente de cambio. Sin embargo casos de impacto positivo para referir hay muchos: carteles que empoderaban al obrero en los años 40 y que más adelante servirían para empoderar a la mujer, cucharas diseñadas para que un usuario con enfermedad de Parkinson pueda comer sin problemas, casas sustentables que aprovechan al máximo los recursos. Sea diseñador gráfico, industrial, de modas, etc., el impacto de su trabajo es evidente. Sin embargo, hay que hacer notar que el profesional no hace más que producir lo que el usuario ya necesitaba. Cualquier otra cosa que proyecte el diseñador, si no respondiera a algo que requiere previamente la sociedad en la que se contratan el servicio de diseño, generará rechazo.

La cuestión quizá sea ¿hasta qué punto el trabajo del diseñador ayuda a generar un cambio positivo o negativo en la sociedad? La propaganda nazi fue bien aceptada por un sector de población más o menos amplio durante el Tercer Reich. Hay publicidad antigua en la que se habla del tabaco como si fuese saludable. Hay señales que distinguen a personas por su origen étnico.

Se nos podría objetar que esos ejemplos fueron «malentendidos del pasado», pero analicemos el quehacer del diseñador actual en casos más recientes. ¿Qué podemos decir de

los diseñadores que crean símbolos y gráfica para marchas de odio? ¿Cuál es su responsabilidad en cuestiones políticas? ¿Y del diseñador que diseña carteles de corridas de toros o de peleas de gallos?

La responsabilidad moral del diseñador es clara, sea o no agente de cambio social. El diseñador, al igual que el usuario, tiene una visión del mundo particular, y es a su vez un usuario todo el tiempo. ¿Qué debe hacer cuando le toca diseñar algo que va en contra de su visión particular del mundo?

Si el texto pragmático es un conjunto de información interpretable según la visión particular del mundo de un usuario y el diseñador, a su vez, es un usuario que genera con su existencia un conjunto de información interpretable según su propia visión del mundo, en ocasiones este necesariamente tendrá que trabajar con textos pragmáticos que no encajen del todo con su propia visión.

¿Tiene el diseñador la obligación de cumplir con su trabajo cuando se le solicite difundir ideas, símbolos o creencias que el mismo no aprueba? ¿Y si no? ¿Existe una visión del mundo totalmente válida para todos, la cual tendríamos que seguir y respetar los diseñadores?

Afirmar o negar una u otra pregunta parece bastante complicado, por no decir, atrevido. Y, honestamente, no puedo generar a partir de lo construido aquí una respuesta satisfactoria. La pregunta queda abierta.

La cuestión final deriva de los puntos anteriores. Al trabajar con conjuntos de información ya dados, los cuales no podrá modificar para ir en su contra, a lo sumo cuestionarlos, el diseñador se ve encerrado dentro los límites de la demanda.

¿Se puede llamar diseñador a un profesional que trabaja en contra de lo que se le pide lograr? Trabajar en contra de los intereses de quien solicita el diseño sería como rebelarse contra la propia disciplina del diseño. ¿Cómo deberíamos llamar al diseñador rebelde? Cuando el diseñador responde a sus propios intereses ¿quizá se convierta en artista? Cuando decide buscar y transformar algo de la naturaleza, con lo cual su sociedad se verá afectada, para bien o para mal, ¿quién se asemeje más al científico? Cuando lo que busca es comprender más a fondo las creencias mismas, los conceptos fundamentales, ¿le correspondería el título de filósofo?

En cualquier caso hemos encontrado conclusiones interesantes a partir de entender el concepto como texto pragmático. Para bien o para mal hemos propuesto algo que nos permite tener más claridad.

Si resultase inconsistente el razonamiento, ya nos lo hará ver el filósofo, o esperemos, el diseñador. Si por el contrario, en lo dicho reside algo de verdad, valdrá la pena analizarlo más en detalle y resaltar con más exactitud los errores del razonamiento. Quizá así llegue el día en que podamos construir un marco teórico sólido que nos permita entender el «concepto» de forma tan clara que podamos mirar atrás y sonreír ante la embarazosa situación en la que nos encontramos hoy en día.

Publicado el 01/06/2023

1. PAPANEK, Victor. *Design for the real world* (1985, p. 4)

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-problema-del-concepto-como-texto-pragmatico-en-el-diseno>

