

Expresión y significación en diseño de objetos

Por Silvia Podestá

El tomar conciencia de la dimensión cultural que tienen los objetos de uso nos obliga a buscar diseños y herramientas de proyecto que mejoren las propiedades de mediación que estos tienen hoy en día.

¿Los diseñadores nos preocupamos por estar más en sintonía con los nuevos modos de ser que tienen los objetos de uso de hoy? ¿Cómo se abordan estos nuevos aspectos desde la enseñanza del diseño? ¿Cómo se promueve el desarrollo de nuevas capacidades en los alumnos de las carreras de diseño para potenciarlos como diseñadores responsables y al mismo tiempo más creativos, más pro-activos en relación a la cultura actual de los objetos?

Creo en principio que esto se logra inculcando una actitud reflexiva constante en ellos para que como profesionales del diseño sean críticos y autocríticos en todo lo que proponen y tomen conciencia de que sus respuestas tienen siempre, en mayor o en menor medida, impacto cultural.

Ahora bien, el “diseño” se asocia con la apariencia de los objetos, pero su aplicación es mucho más profunda. Es el responsable de dar el máximo valor al producto. Cualquier profesional del diseño industrial sabe que un “diseño” no es un “objeto con valor agregado”, como muchas veces se enuncia desde el marketing; sino que éste, si ha sido realmente “diseñado”, ha sido propuesto con un “sentido”, con una intención, tiene valor en sí mismo.

Existe en los objetos de uso una dimensión amplia que les da razón de ser que es, por obvia que parezca, la dimensión cultural. La diversidad de necesidades y problemas que un diseñador de objetos debe solucionar en un proyecto plantea múltiples requisitos (económicos, tecnológicos, productivos, de comercialización, de utilización, de significación, de identidad, de goce estético, ambientales, por enumerar solo algunos). No se puede pensar en diseño sin aporte, sin novedad, sin un beneficio real a las personas, a la sociedad y a la cultura. Es una comprensión holística del problema la que nos permite responder adecuadamente entendiendo que el diseño interactúa con diversos factores y actores. Así el diseño industrial define nuevos conceptos y resuelve de modo original distintas necesidades.

Desde lo teórico se ha dicho tradicionalmente que “El diseño industrial es la actividad que consiste en proyectar la **forma** de los objetos de uso producidos industrialmente con el fin de mejorar la calidad de vida del ser humano”. Creo que esta definición es hoy en día demasiado simplista y no implica sustancialmente los procesos de comunicación que intervienen.

Personalmente me gusta más la palabra “expresión” que la palabra “forma”, en el sentido de que “expresión” es la parte perceptible de un “signo”, elemento indispensable en cualquier proceso de comunicación. Es un concepto que incluye o abarca el de “forma” en sentido estricto. Si entendemos que todo objeto de uso tiene un sentido, este es sin dudas un signo.

Su “expresión” es TODA su manifestación perceptible.

Los objetos se manifiestan y se relacionan con las personas a través de diversos modos de percepción que entran en juego en la interrelación objeto-usuario: visual, auditivo, táctil, olfativo, gustativo. Aunque no siempre intervienen todos de manera explícita, el diseñador no debe dejar de tenerlos en cuenta. Por ejemplo características como la temperatura, la dureza, el olor o el sabor son muy importantes para lograr una buena mediación en juguetes didácticos, elementos de rehabilitación o de estimulación. El sonido del agua hirviendo en una tetera es parte de su expresión cuando esta cumple su función (hervir). Los distintos sonidos utilizados para comunicar que quedaron las luces encendidas en el auto o que no nos colocamos el cinturón de seguridad están diseñados con una “forma” auditiva intencional de “advertencia”. Hoy en día una “interactividad” bien o mal planteada desde el diseño puede mejorar o desmejorar la experiencia de uso y por lo tanto beneficiar en mayor o en menor grado a las personas que utilizan los objetos. Muchas características de los objetos no son ni estáticas ni permanentes; se desarrollan y manifiestan en cronologías, en situaciones, en escenarios diversos. Finalmente, existen en todos los objetos, por el sólo hecho de ser creaciones de una cultura, un modo de ser interpretados y una manera de ser “significados”.

Es por todo esto que me animo a decir entonces que el diseñador de hoy en día debe ser, entre otras cosas, un especialista en la **expresión** y en la **significación** de los objetos de uso. Hasta podría llegar a decir también, con cierto cuidado, un especialista en la “conducta” de los objetos de uso. En este sentido ya hay hace tiempo experiencias y desarrollos concretos en el diseño (por ejemplo el diseño de interfaces virtuales, o los objetos interactivos o “amigables” de diseñadores como Denis Santachiara, entre otros). Sin dudas son importantísimos los aportes desde la psicología cognitiva hechos por estudiosos como Donald Norman, en relación a la conducta de los usuarios o “personas” como prefiere llamar este autor.

Lamentablemente no tengo mucha información respecto al desarrollo académico, desde la enseñanza del diseño industrial, de herramientas y metodologías de trabajo para proyectar la expresión, la significación y la interactividad. Esto nos está exigiendo valorizar mucho más, tanto en la práctica como en la enseñanza, todos los canales de expresión mencionados, el manejo conciente de los procesos de significación que se plasman en los objetos, y el conocimiento profundo de los procesos de interacción objeto-usuario. Conceptos como interfaz, interactividad, usabilidad y funcionalidad, no son privativos del área del diseño de interfaces digitales. Se sustentan en acciones de los usuarios, en esquemas de pensamiento y de significación en relación al mundo de objetos que nos rodea y que tiene determinadas cronologías, aprendizajes, y conductas que pueden ser construidas también desde el diseño de objetos de uso.

Muchas veces demasiada inercia en el manejo teórico del diseño industrial, ya sea en cuanto a metodologías de proyecto o a contenidos conceptuales, nos aleja de una comprensión coherente de la situación específica en que las personas (“quienes usan los objetos”) interactúan con los objetos (“mediadores culturales”). Nos olvidamos de la realidad concreta, temporal, en la que median los diseños que proponemos. Estos tienen un “modo de ser”, un modo de interpretarse y de vivenciarse, en un contexto del que no pueden prescindir. Los objetos “son” en un escenario cultural en el que se expresan e impactan. Más que

“instrumentos” son “mediadores”.

El concepto que define a un diseño es también un mensaje para el usuario, es un contenido. Es una promesa que hace el producto para resolver una necesidad no cubierta. Estos contenidos se relacionan directamente con el “valor del producto” y lo que es más, si un objeto tiene valor para el usuario también tendrá valor para otros actores, como por ejemplo el empresario que lo fabrica y comercializa, en el sentido de que “un buen diseño es un buen negocio”. Si la comunicación es un aspecto clave en el binomio “objeto-usuario”, la solvencia con que un diseñador la comprenda y maneje es hoy en día fundamental.

Sería muy productivo el intercambio de experiencias, tanto en lo que a investigación se refiere como en cuanto a prácticas concretas, en las que se especule en diseñar la expresión, la significación y la interactividad en los objetos de uso. Esto implica ampliar los conceptos relacionados con lo espacial, lo estético, lo funcional, lo útil y lo usable, entre otros. Extiende el área de contenidos pertinentes al diseño y le da un campo de especulación y de acción más amplio: no centrado tan sólo en “los objetos” sino en “la relación de uso”. Así el diseño da “forma” a lo visual, lo tactilocinestésico, los sonidos, los olores, los sabores; integra concientemente todos los “sentidos” que intervienen en conjunto y se manifiestan en un escenario cultural determinado, e incorpora todo un mundo de significaciones en éste implícito.

Mi intención al compartir esta reflexión es llamar a los diseñadores y a los docentes del diseño de objetos, a que superemos los esquemas tradicionales que se centran en lo “formal-espacial-visual” tratando de desarrollar más contenidos y propuestas que integren todos los canales de percepción (del usuario hacia el objeto), la expresión (del objeto hacia el usuario), y también la problemática de la significación (pensar en el “sentido” de los objetos de uso).

En los escenarios actuales lo “virtual” se incorpora a lo “real”, las relaciones en red rompen con las estructuras lineales, la mediación de los objetos se enriquece en lo interactivo y en la optimización de las interfaces y cobra importancia una cuarta dimensión (el tiempo) que también interviene en el diseño. Se necesita por lo tanto el desarrollo de más contenidos y nuevas metodologías, tanto pedagógicas como de proyecto, que incorporen todos estos aspectos de una manera más efectiva y renueven la manera de pensar el diseño.

Publicado el 06/09/2011



FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/expresion-y-significacion-en-diseno-de-objetos>

