

Tres modelos para el juicio del diseño: texto, función, institución

Javier González Solas

Profesor de Comunicación Audiovisual y Diseño

Facultad de Ciencias de la Información

Universidad Complutense

Los tres modelos propuestos son casuales, no únicos, pero ejemplificadotes de una forma de abordar la apreciación y la valoración de una manera amplia y compleja. Es una primera y sencilla aproximación a la expansión del objeto de diseño como objeto de juicio, que pretende ante todo llevar desde la consideración de los productos singulares hacia las situaciones y condiciones de producción material y simbólica, a las circunstancias que establecen el objeto de diseño como objeto de valor. En el punto de mira está, además de las metodologías, la situación empírica actual del diseño, cuya valoración se ve caracterizada por al menos tres circunstancias. Ante todo, unos criterios de valoración estrechos, centrados en el objeto como abstracción, y que dependen de una forma de entender o definir el diseño. Por otro lado esos criterios son reducidos por ser generalmente dependientes de intereses e de instancias que imposibilitan un juicio libre. Por fin, el ejercicio de la apreciación o juicio del diseño suele ser esporádico, sin soporte sistemático, y rara vez contrastado en un diálogo público.

16

Varias premisas, tres modelos y ninguna conclusión

Las líneas que siguen intentarán por un lado exponer el marco más bien empírico que teórico al que harán referencia las siguientes consideraciones.

El conjunto adoptará la forma de dos premisas, dos modelos y ninguna conclusión. Las premisas intentaran delimitar el territorio en el que nos moveremos, ya que el

concepto de diseño es tan plurívoco que al menos habrá que delimitar el campo de los juegos del lenguaje.

Los modelos serán dos de los seis que se esperan desarrollar a lo largo de este encuentro para marcar espacios desde los que emitir juicios más completos sobre el diseño. El programa no espera ninguna conclusión, como no sea la de expandir los criterios de valoración, ya que el formato de estas jornadas no permiten (y quizás ni se deba ni se pueda) una totalización, sino una vía a completar, en otros cursos, o cada uno por su cuenta.

Antes de entrar en la proposición de modelos para el juicio conviene sentar varios presupuestos o premisas que se orientan a integrar en el campo de estudio algunos conceptos, entre otros posibles, que pueden servir para señalar qué dimensiones puede tener el campo del diseño que va a ser el objeto de juicio o valoración del que nos vamos a ocupar. No se trata de una descripción sistemática y completa del campo del diseño. Pero parece necesario al menos evitar de entrada equívocos y desengaños sobre el objeto en cuestión. Para ello se proponen algunas pinceladas y conceptos que marquen distancias con el imaginario más corriente.

Juicio

Ante todo conviene cierta aclaración terminológica. Cuando hablamos de apreciación nos referimos al sentido modal, afectivo, del término, que tras la analogía con la degustación, desembocará en el concepto de gusto. No tiene que ver con el precio sino en el sentido antiguo de aprecio. De ningún modo confunde, como el necio, valor y precio, pero se aprecia lo que tiene valor. El proceso de valorar, de atribución de valor, está ya próximo al juicio. Y juzgar es etimológicamente lo mismo que criticar (de krino). La apreciación parece caer más del lado privado del receptor, mientras que la crítica tiene más carácter emisor y público. Por lo tanto, y aunque debería ser innecesario decirlo, la crítica no es un posición desabrida, intransigente o resentida, y mucho menos pesimista. El juicio, la valoración positiva o negativa, provendrá de los hechos juzgados y no de un prejuicio ni de la animadversión del sujeto crítico. No hay crítica constructiva, sino crítica sin más, buena o mala, fundada o caprichosa.

Interfaz

Como referencia para las distintas intervenciones habrá que proponer una definición, aunque sea provisional, del diseño. Éste es considerado como interfaz, es decir, un lugar de mediación en que entran en relación, física o simbólica, los objetos y el hombre. Esto excluiría por un lado el invento y por otro la ingeniería: ninguno de los dos tienen una superficie externa de contacto por no entrar en su competencia específica resolver la forma (entendida no como apariencia sino como resultado final del proceso de mediación).

Espacio público

También conviene advertir que el campo del diseño no sólo es aquél que habitual y acriticamente se considera, de la mano de la “corriente principal”. Sin llegar a describirlo exhaustivamente baste advertir que no se trata sólo del espacio comercial sino también del espacio de utilidad pública, en el que, por ejemplo, se considerase diseño, y por lo tanto “publicitable” y “premiable” –según los cánones de los hábitos y convenciones del diseño, que luego se analizarán– incluso una factura o un impreso de banco, algo que indefectiblemente todo el mundo usa. En el mismo sentido se puede señalar la oposición entre individual-privado y colectivo-público, aunque habitualmente predomine el primer polo y hasta resulte natural o incluso “científico”.

No-diseño

Junto con lo anterior habría de considerarse, también como ejemplo de la extensión que se quiere abarcar, el no-diseño, procedente de una forma de aplicación de la hermenéutica negativa, según la cual no sólo juzgamos los objetos producidos sino también la razón de su existencia, lo que obliga a plantearse su contingencia, la génesis de la que procede, y, por ello mismo, su posibilidad de no existencia.

Norma

Una variante de esta perspectiva sería el diseño normativo, que soluciona por procedimientos de interés general casos que habitualmente se dejan al azar de las intervenciones individuales y mercantiles (¿el intervencionismo estigmatizado?), como por ejemplo muchas de las actuaciones relativas a la contaminación o la sostenibilidad (plásticos, iluminación), a los códigos de color de artículos de consumo diario (leche), a las homologaciones de elementos de seguridad del automóvil (mandos), al interfaz de mandos electrónicos cotidianos (tv, móviles)...

Necesidad

Y, para concluir con estas pistas dispersas, estos planteamientos desembocan en un análisis o revisión de las teorías de las necesidades, que admitirían incluso las teorías económicas del decrecimiento (¿otro anatema?), y sin cuya presencia in mente los juicios y valoraciones sobre el diseño vendrían muchas veces inconscientemente preconstruidos.

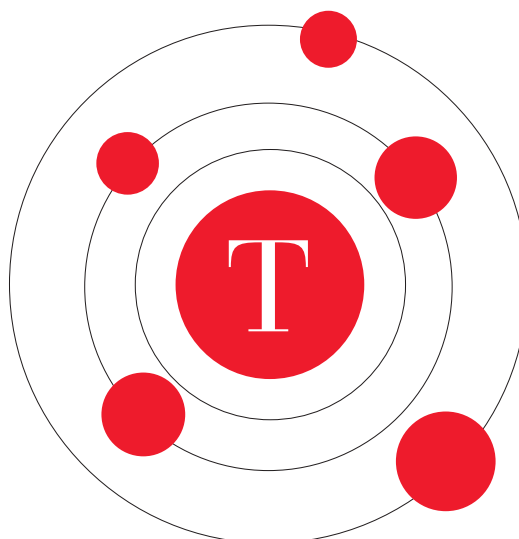
1. El modelo textual

De entre los posible modelos para afrontar la comprensión, valoración o juicio sobre el diseño y sus producciones, se han elegido tres, cada uno de ellos enfrentado a lo que se consideran vicios bastante generalizados en la apreciación del diseño. La elección tiene un manifiesto propósito polémico.



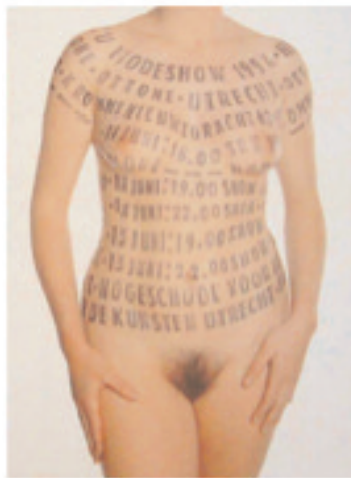
Texto material

En primer lugar, el diseño puede ser considerado como un texto, metodología de carácter semiótico aplicable a cualquier existente en estado del mundo actual. Esta perspectiva aporta una expansión del objeto de diseño, que va del objeto material estricto a las circunstancias que posibilitan su interpretación (lo que Peirce llamaba interpretantes). Un objeto no es en sí mismo, sino que se constituye por diversos acercamientos formales. El objeto como texto tampoco se manifiesta a sí mismo, —lo que supondría la accesibilidad y conocimiento inmediato del mundo material sin intermediación— sino que su interpretación depende de su situación relacional. Las posiciones pragmáticas tienden a entender que la significación más acertada de esos textos es más lo que “hacen” que lo que “significan”. Se encuentran entre el diccionario y la enciclopedia, es decir, entre un entendimiento instrumental y operativo, pero reductivo, y una comprensión que proviene de un conjunto infinito y confuso, pero con reglas que lo anclan a las situaciones inmediatas. Es lo que se puede llamar genéricamente contexto, expandido en círculos concéntricos en sus diversas modalidades (intertexto, paratexto, hipertexto, architexto, metatexto), círculos concéntricos de expansión que modifican la comprensión del texto material estricto: es bastante comprensible que esta expansión faculte para una mejor comprensión, y consiguiente juicio, del objeto. Un efecto importante de esta expansión es el desplazamiento del interés, primero del objeto simple a los objetos complejos (series, conjuntos, identidades...), y luego hacia los hechos de diseño frente a los objetos de diseño.



Contextos

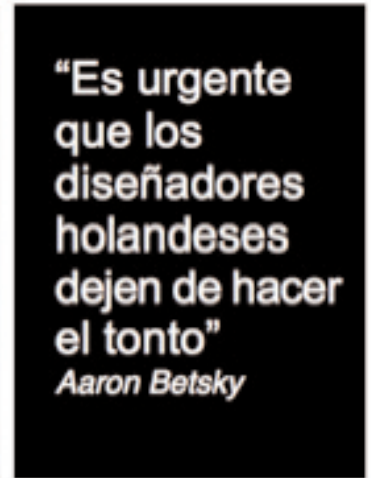
El conjunto de las propuestas integradas en el presente programa de apreciación y crítica del diseño son otros tantos contextos que pretenden expandir los criterios de juicio del diseño.



Imagen

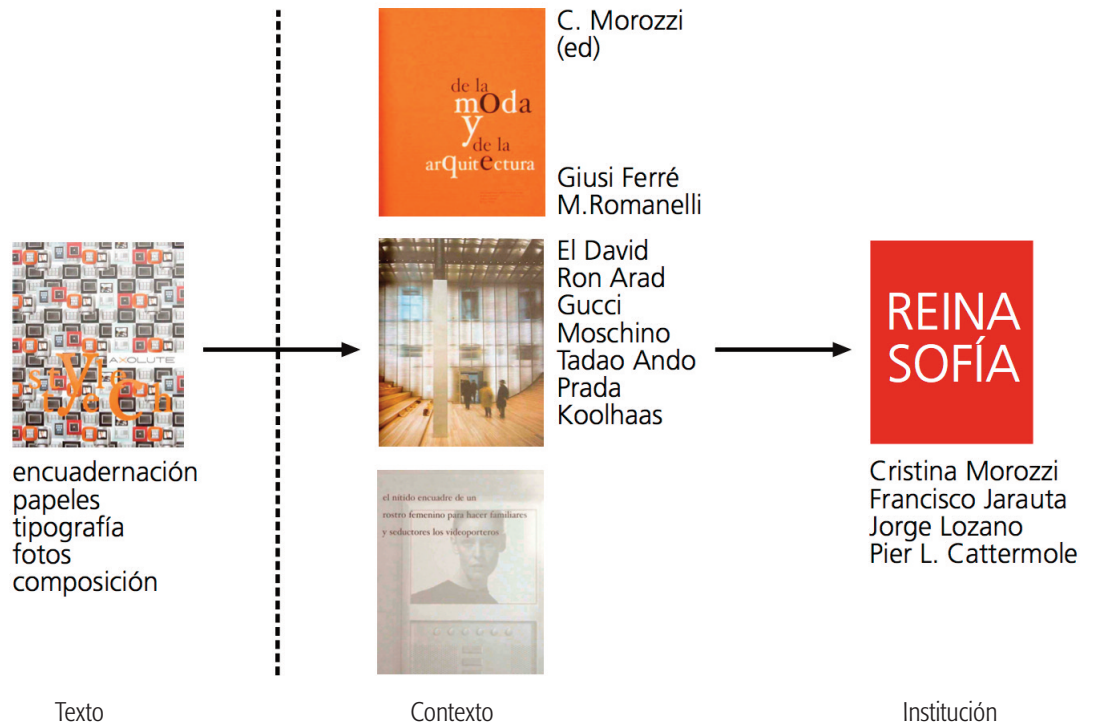


Imagen



Texto literario

A veces, cuando en una revista se “leen” sólo las imágenes (y ya se conoce el proverbio “los diseñadores no leen”...) se puede llegar a distintos resultados que cuando se leen los textos escritos. En este ejemplo se han enfrentado deliberada y simultáneamente ambos sistemas.

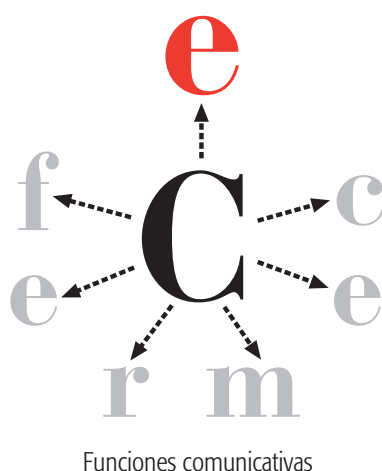


El análisis de un objeto (catálogo de producto) termina en la línea de puntos. Pero el contexto inmediato (contenidos texto-icónicos del catálogo, firmas convocadas...) y situacional (presentación en un museo, presentadores convocados) aportan datos para un juicio más productivo y pertinente.

2. El modelo funcional

Frente a la extendida consideración monofuncional de la estética se propone un modelo plurifuncional de la lengua y de la comunicación. Frente al subjetivismo e individualismo como modelo extendido del juicio del diseño se propone el modelo institucionalista, empírico y distanciador.

El modelo funcional lingüístico es el conocido y formulado por Jakobson. Con su elección no se pretende optar por el funcionalismo ni entrar en la discusión de cada una de sus versiones (lingüística, antropológica, sociológica, arquitectónica, etc.), sino utilizarlo como metodología diversificadora. El modelo funcional aporta además una perspectiva orgánica del diseño, frente a la dispersión y aislamiento de visiones parciales.



Plurifuncionalidad

Las seis funciones de Jakobson (fática, expresiva, referencial, metalingüística, poético-estética y conativa) a la que Greimas añade la espectacular, lo primero que manifiestan es que la función estética es una entre otras, y uno precisamente la única que debería regir las consideraciones de valor, ni en el diseño ni en cualquier otro texto. Con lo que también se propone el diseño como un texto, sometido a sus reglas y susceptible de las diversas aportaciones desde las teorías de texto y del discurso.

Jerarquización

Otra de las derivaciones del modelo consiste en advertir de la posibilidad de una jerarquía entre funciones, prescrita por el objetivo de la comunicación, lo que lleva de nuevo a considerar la génesis de los productos, las supuestas necesidades de que derivan. Cada producto, hecho, actuación de diseño marca una organización de las funciones y la prevalencia de alguna de ellas. Pero esa prevalencia puede estar injustificada o ser claramente (u oscura y opacamente) perversa.

Prescriptores

Por eso hay que considerar también quiénes son los señores del lenguaje, los prescriptores de las jerarquías y necesidades. Y aquí se filtran las consideraciones sobre democracia y distribución del poder. Y de nuevo pueden intuirse las ausencias ocultas por el objeto mismo cuando éste se considera sólo desde una dimensión, generalmente la estética.

Gusto

La hegemonía inducida de la función estética plantea directamente la cuestión del gusto, palabra fatídica cuyo contenido va vinculado generalmente a esa función. Se trata de un gusto o juicio individual, a cuyo análisis se renuncia como un axioma aceptado universalmente. Sin embargo convendría conocer todo aquello escrito sobre el tema (obviado interesadamente por el dicho popular sobre los gustos), desde Kant y su aportación sobre la intersubjetividad, hasta Hume, Della Volpe, Bozal y sus consideraciones sobre gustos no individuales sino de época, sociales, y sobre todo Bourdieu, con su crítica a la construcción social del gusto. Esta construcción social es la que se analizará más detenidamente en su formalización institucional.

Funcionalismo

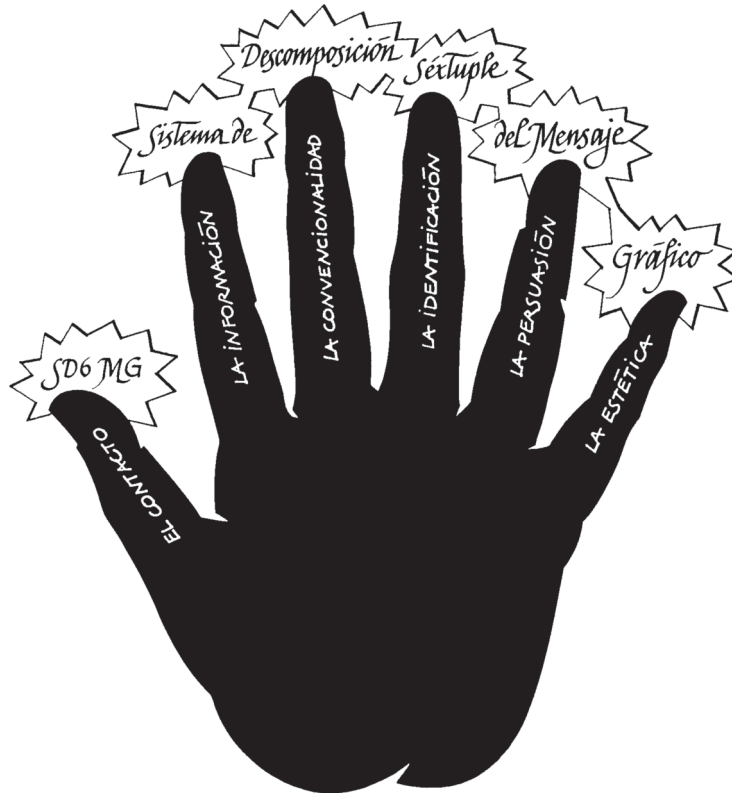
Generalmente las funciones se han reducido a dos polos:

ORDENAR ↔ ADORNAR

ORDENAR /ADORNAR , que sintetizan dos polarizaciones de la idea de diseño, atribuidas a dos etapas históricas de su desarrollo, necesitadas, sin duda, de revisión crítica).

La cuestión del funcionalismo, calificado como tendencia y sustituido por el emocionalismo realza esa oposición trasladándola a un campo más ideológico, en el que se integran tanto el problema de lo moderno/postmoderno como la interesada aniquilación de la función por la decoración.

La polémica del funcionalismo en diseño ha opuesto la función referencial-de uso a las función estética y de placer, y de una manera que ha tomado el aspecto no sólo de oposición sino de evolución y progreso histórico. Desmontar este sofisma es una tarea para lograr un equilibrio en la valoración y juicio del diseño.



N. Chaves realizó este didáctico esquema aplicando las funciones del lenguaje al cartel. No da pie a pensar si el cumplimiento de las funciones avala por sí mismo la acción comunicativa, ni aborda la jerarquía de las funciones.

3. El modelo institucional

“La función social de la cultura, en cuanto esquema significativo constitutivo de ‘realidad’ (significados), y se observa la naturaleza propia de la formas determinadas de mediación simbólica en las que el sistema social encuentra su objetivación...”

(Crespi, en Vattimo, 357)

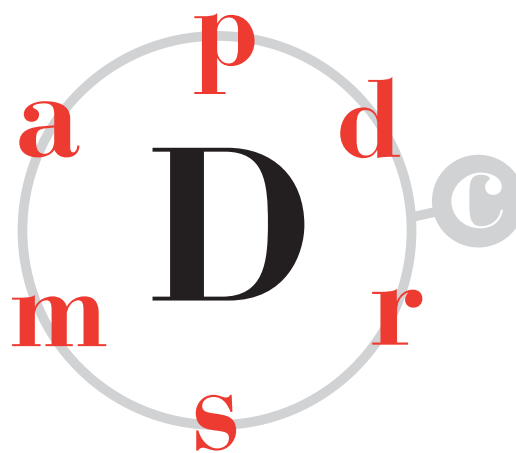
Las formas mediadoras a que alude Crespi son las instituciones, que son “objetivas”, sin sujeto individual. Y el término “institucional” tomado para este modelo remite a George Dickie, a quien se atribuye la teoría institucional del arte, cuyo enunciado más clamoroso y provocativo es el de que “es arte lo que consideramos arte”. Su elaboración proviene de otro concepto, el de “mundo del arte”, acuñado por Arthur Danto en una conferencia de 1964. Ambos teóricos se mueven en la corriente empírica, positivista, de marca norteamericana y de tradición tanto peirceana como wittgensteiniana. En síntesis, el mundo del arte es el que define el arte, y aparece como una versión postmoderna de los árbitros del gusto romanos, de los uomini di giudizio del Renacimiento o del habitus de Bourdieu.

La trampa-sorpresa del lema citado proviene del plural del sujeto definidor del arte, que revierte por un lado a la citada subjetividad kantiana y por otro a los problemas de la identidad filosófica entre ser y lenguaje, dirigido por las corrientes analíticas hacia objetos empíricos que condensan preocupaciones y soluciones de tipo societario. Esos constructos son las instituciones: cristalizaciones sociales por las que una sociedad se dota de soluciones estables frente a problemas permanentes y comunes.

La traslación del sistema del arte al del diseño tiene la ventaja de la descongestión de la subjetividad y del solipsismo del gusto individual, no siempre formado ni educado, o educado socialmente pero no percibido como tal, o, incluso, no percibido como una construcción social interesada en que parezca individual. La corrientes publicitarias y de marketing del consumo aprovechan eficazmente estas situaciones.

La comparación con las instituciones artísticas tiene también la ventaja de seguir un modelo de amplia tradición y completo en su desarrollo, y relativamente más próximo al diseño que otros campos, como para percibir semejanzas y diferencias metodológicas.

Sin embargo en esa comparación se perciben también las clamorosas diferencias, constatables institucionalmente.



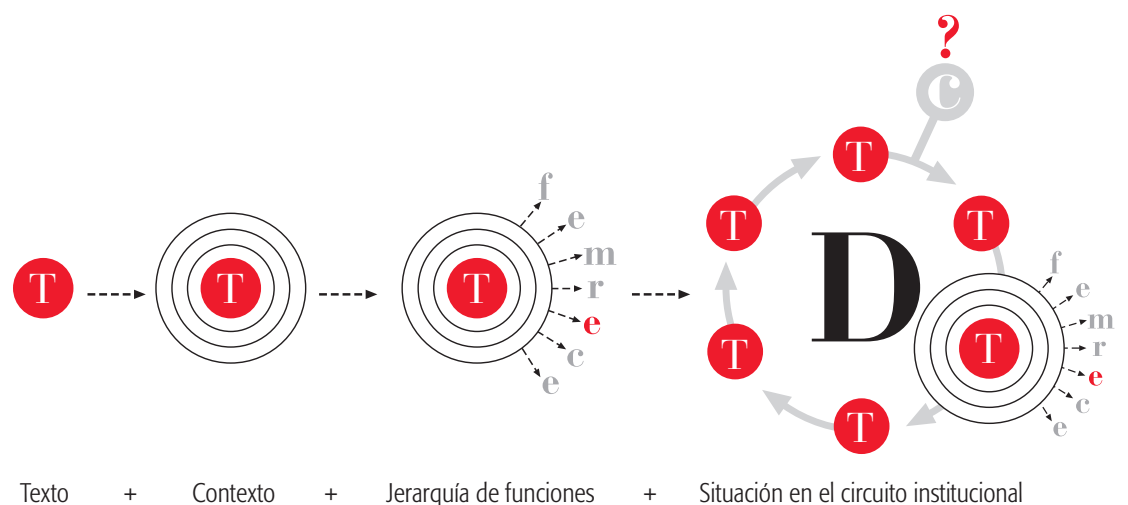
El circuito institucional

El modelo propuesto relaciona las diversas instituciones el nombre de "circuito del diseño". Dicho nombre expresa tanto la secuencialidad de los componentes como sus sistematicidad. Es decir: por un lado existe una lógica temporal en su generación, y por otro la solidez y debilidad de algún elemento repercute en la constitución de los demás.

Centrándonos en el diseño podemos decir que los componentes institucionales comenzarían por una estructura no exclusiva suyas, pero definidora de sus funciones y contenidos específicos: la Academia. Como en el resto de las formaciones sociales, la enseñanza es el lugar de socialización de competencias para fines preseleccionados,

y sanciona y protege tales competencias. Tras la socialización iniciática existen varias instancias que difunden el conocimiento o la apreciación del diseño, y aunque el orden de enumeración siguiente no es rígido, se pueden señalar la producción y distribución (industrial, comercial) la difusión (editorial, la prensa, las revistas, especializadas o no, las exposiciones), la organización profesional (con sus códigos y colectivos asociativos), sanciones (premios) y la reserva ejemplarizante (museos). En el circuito del arte (y de manera más palpable en la arquitectura, a caballo entre el arte y el diseño) se encuentra el eslabón de los controles del circuito (crítica, análisis, comités de sabios), un sector del circuito ausente en el diseño, y que, por tano, vicia todo el sistema, pues no tiene elementos de regulación propios sino heterónomos. Esto sitúa al diseño en una situación de debilidad, puesto que un campo no autocontrolado puede ser presa de controles externos más eficientes, y deja de constituir un entramado institucional para ser un apéndice de sistemas productivos, de industrias culturales de masas o simple complemento legitimatorio de otras instancias.

El modelo del circuito propone sobre todo el rendimiento de la consideración sistémica del diseño, y cómo la ausencia de una parte esencial del mismo tiñe todo el sistema con caracteres difícilmente defendibles desde análisis serios y complejos. De este déficit sólo puede derivar una apreciación y valoración de bajo perfil.



Aunque el propósito de generar una expansión de los criterios de análisis, apreciación, valoración y juicio del diseño no tiene conclusión, y por eso continuaremos con otros tipos de aproximaciones, sí cabe este mínimo resumen visual de los posibles efectos de los modelos anteriormente propuestos. Todos ellos tienden a proponer un objeto de juicio complejo, relacional, plurifuncional, y una autoconsciencia frente a las posibles simplificaciones y ausencias críticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, Pierre: La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Madrid, Altea-Taurus-Alfaguara, 1991.
- "¿Quién crea a los creadores?", en Cuestiones de sociología. Madrid, Istmo, 2000.
- BOZAL, Valeriano: - El gusto. Madrid, Visor, 1999.
- BUCHANAN, Richard: "Education and Profesional Practice in Design", en Design Issues, vol. 14, nº 2, 1998.
- CHAVES, Norberto: "Pequeña teoría del cartel", Tipográfica nº 7, Buenos Aires, 1989, pp. 6-7, y nº 8, 1989, pp. 4-7.
- CRESPI, F: "Ausencia de fundamento y proyecto social", VATTIMO, Gianni- ROVATTI, Pier Aldo (1988): El pensamiento débil, Cátedra, Madrid, 356.
- DANTO, Arthur: Después del fin del arte. Barcelona, Paidós, 1999.
- DELLA VOLPE, Galvano: Historia del gusto, Madrid, Visor, 1978.
- DICKIE, George: El círculo del arte. Una teoría del arte. Barcelona, Paidós Ibérica, 2005.
- DOYAL, Len - GOUGH, Ian: Teoría de las necesidades humanas. Icaria, Barcelona, 1994.
- GENETTE, Gérard: Palimpsestes : la littérature au second degré. Paris, Éditions du Seuil, 1992.
- GONZÁLEZ SOLAS, Javier: "La ideología en los pies", Área Abierta Nº 19, 2008, pp. 1-8.
- "Usted está aquí". Dos paradigmas para la crítica del diseño: lo público y lo privado". Trípodis, nº extra, 2006, 217-226.
- "Utopías y distopías del lujo. Estructura del lujo y crítica de sus funciones", III Jornadas de Diseño y Comunicación, 2007, en GONZÁLEZ SOLAS, J. (ed) Diseño y Comunicación (en preparación).
- GREIMAS, A.J.: En torno al sentido. Ensayos semióticos. Fragua, Madrid, 1973.
- GREIMAS, A.J. - COURTÉS, J.: Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Madrid, Gredos, 1982.
- HAUG, Wolfgang Fritz: Publicidad y consumo. Crítica de la estética de mercancías. México, Fondo de Cultura Económica, 1989.
- HELLER, Agnes: Una revisión de la teoría de las necesidades, Paidós Ibérica. Barcelona, 1996.
- HOLZ, Hans Heinz: De la obra de arte como mercancía. Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- HORKHEIMER, Max - ADORNO, Theodor W.: Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos. Madrid, Trotta, 1994.
- HUME, David: La norma del gusto y otros escritos sobre estética. Valencia, Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat (MuVIM), 2008.
- JAKOBSON, Roman: Ensayos de lingüística general. Seix Barral, Barcelona, 1981.
- KANT, Immanuel: Crítica del discernimiento. A. Machado Libros, Madrid 2003.

KLEIN, Robert: La forma y lo inteligible: Escritos sobre el Renacimiento y el arte moderno. Taurus. Madrid, 1982.

VERÓN, Eliseo: La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires, Gedisa, 1987.