

Usuario vs. diseñador

Por Jesús M^a Pineda-Patrón

Cuando el objeto se lee connotativamente, se le despoja «simbólicamente» del poder que le ha otorgado el diseñador al crearlo. Así, se enriquece la realidad y el ego del diseñador queda «vencido».



Empezaré diciendo que Labov y Voloshinov dicen que el conocimiento compartido es la idea que se asocia a una observación cuando es la misma para todos, y se le denomina sentido

común. Asimismo, según Mac Canell, «Puede llamarse signo a cualquier relación idea-observación independientemente de la estrechez o la amplitud del círculo social de su significado». Entonces y como consecuencia de la observación y de las ideas que tenemos de los objetos que nos rodean, hemos, como colectivo humano e histórico social, acordado –por sentido común- nombrar los objetos con palabras que portan significados y los hemos distinguido como signos por sus conceptos e imágenes siguiendo el pensamiento saussureano de signo. Es decir, un objeto de diseño es un signo porque cuando se observa, genera una imagen que a su vez remite a una idea. Idea que se comparte en la comunidad social que se habita.

Un ejemplo de ello es lo que significa una silla, la cual es un objeto, además de que sirve para sentarse, también sirve para comunicar estatus, categoría o poder según la ubicación de quien la use. El ejemplo entre un estudiante y un docente es ideal para dar cuenta de que ambos sujetos utilizan sillas en un aula, pero se ubican diferentemente ya que el docente está adelante y el estudiante enfrente, y esta distinción en la disposición espacial en el uso, genera una comunicación –si se quiere– incorrectamente política en el aula de clase, pues se erige la relación dominado-dominador en la arena intelectual –por lo menos en una educación tradicional—. Asimismo, la silla en otro contexto, sirve funcionalmente para que cuando se sube de pie sobre ella, funcione como si fuera una versión de escalera espontánea; es la idea de «escalera» que sirve para colocar un bombillo que está en el techo o sobre una pared alta de una habitación.

Hay innumerables objetos con numerosas funciones secundarias en sus significaciones. Que además ofrecen y realizan asistencias inimaginables y servicios que sólo el sujeto que interactúa puede ver. ¿Sólo es el sujeto? ¿Es el objeto, o es el diseñador, o es la materia prima, o es «algo» desconocido que proviene de la mente del diseñador, o es el ojo necesitado del usuario que funda estos nuevos y ocultos servicios en los objetos del creador de diseño?

Es posible que se halle la respuesta en la dupla denotación y connotación. Estas categorías dicen que lo real y físicamente visible y tangible le corresponde al campo denotativo: es una silla y ¡punto! Contrariamente, lo segundo es cuando la cosa, o «lo real», se vuelve polisemántico o –si se quiere– polifuncional, pues el objeto –como la escalera, o mejor la silla (resulta no ser) aunque sea por un momento–, se convierte en otro objeto «conceptual» pero guardando las proporciones físicas y tangibles de lo denotado, que es lo literal: sigue siendo silla.

La silla no deja de ser silla, persigue lo que ella es, pero su función cambia y no sigue siendo silla sino que ahora es escalera, o sitio de poder en el aula, como se dijo antes. Entonces ¿qué es lo que pasa cuando una pieza revela otras funciones? ¿Cómo se procesan los datos de lo que se esconde o cómo se develan «esas» significaciones o nuevas funciones, que inclusive terminan sorprendiendo a la marca, al diseñador, al público consumidor? Y culminan en un sorprendente aprendizaje de los objetos hablándose de funciones *plus* en el objeto, ¡wow!

Parece ser que la creatividad juega un papel primordial en el usuario, pues es él quien a través del dominio que ejerce con el lenguaje, reconoce potenciales funciones en los objetos y los examina en el contexto. Reconoce el lenguaje del objeto o su conformación, sus componentes materiales y los cambios socioculturales, pues es posible gozar una posibilidad de mutación y transformación de lo real. Además, usa estas «nuevas» funciones inventivas a

sus necesidades, pues muchas veces no cuenta con el objeto preciso o ideal en un momento determinado, entonces se siente obligado a crear maneras alternativas de usar los objetos. Crea nuevos servicios para superar dificultades, para quizá ayudar a un grupo impedido a resolver problemáticas o, impresionar a su contexto humano. El lenguaje es cambio y novedad, pero también mecanismo de solución.

¿Qué función del lenguaje participa otorgándole creativamente nuevos usos a las cosas de la realidad? La función apelativa. En el lenguaje verbal no solo aplica en lo real —nombrando al amigo, como pana, llave, compañero—, sino que cada vez que lo hace distintamente está subrayando un afecto, una emocionalidad desigual. Usar la palabra «llave» para referirse a «amigo» es considerar a éste como una «cerradura» es decir, nombrarlo y considerarlo una persona que le puede guardar un secreto. ¡Es una clave! Y cuando se dice «pana» considera al amigo «nacional», «patriota», de «confianza» pues esta forma denominativa es típica del pana-meño y se utiliza en el universo del Caribe muy vitalmente. En consecuencia, una forma distinta induce la identidad nacional canalera que la construye mediante una invención nominal. Por tanto, poner máscaras parece entonces una respuesta alterna a lo planteado en un principio.

Estas formas apelativas que son visibles en la lengua, participan también, en la pieza gráfica y tridimensional, en la experiencia, en el mundo de lo digital, y en los lenguajes del diseño. Advierten de la vivencia de funciones ocultas que los usuarios en completa complicidad con el diseñador, con los materiales y componentes en que está elaborado el producto, propician en el contexto social riquezas expresivas y comunicativas.

«Pienso en el lenguaje como algo que «va» en el mundo, en un mundo que puede ser organizado o abordado en una infinita cantidad de maneras. El lenguaje es el fenómeno que nos permite nombrar y manipular en conjunto con otros o bien, sólo nuestras formas propias. Ambas son producidas en la comunicación». (Harré)

Pero ¿cómo utiliza el diseñador en sus productos la función apelativa? ¿Cómo los usa de forma que lo material del diseño se pueda observar? ¿Existe una jerga no-verbal? Es decir, ¿podemos nombrar unas variaciones bidimensionales o tridimensionales del lenguaje como jergas o desvíos tal como lo es la metáfora?

Roland Barthes ha dicho que toda lectura adquiere pleno sentido sólo en la intertextualidad, en la urdimbre de textos que se entretajan con otros textos. Es un diálogo implícito con otras escrituras a las que permanentemente se hace referencia sin nombrar. Hay, en toda lectura, por lo tanto, una correspondencia entre y a través de las figuras retóricas: la analogía, la comparación, la sátira, la transposición, la metáfora.

Lo metafórico del lenguaje nos permite comprender que la pluralidad de nombres en lo verbal —y la polisemia—, son cuestiones de una desviación del lenguaje, en este caso de los conceptos o de los significados. Lo que quiero decir es que la desviación es consecuencia de la sustitución que ocurre en la mente de quien toma el lenguaje para usarlo. La mente anda sustituyendo formas, imágenes, sentidos, etc. La mente humana busca copias en su almacén llamado memoria y después que encuentra algo, con la rapidez más asombrosa, asocia y relaciona, elabora intertextualizaciones, crea textos dizque «nuevos», pero lo que

verdaderamente hace, es apelar a metáforas, apela a las connotaciones, a la imaginación, a la imitación, y en ese sentido, reviste de nuevas funciones al objeto.

Esto parece confirmar, lo que se conoce como el «recipiente simbólico de la comunicación», es decir que nuestro lenguaje está basado en metáforas abstractas. Nuestra comprensión está basada en objetos, tiempo, espacio, intuición, sustitución, relevo, asociación, comparación, y como dijo Umberto Eco, en artificialidades. Remitámonos a la evolución. Por ejemplo: la piedra y al palo tuvieron desde tiempos prehistóricos, un comienzo rítmico de evolución y han terminado en la arquitectura, en el mobiliario, etc.

Lo que pasa es que el lenguaje tiene (como ya se dijo) dos modalidades de comunicación, la denotación (o literal) y la connotación (o imaginativa), o la que uno espera del receptor cuando las cosas se ponen difíciles de intuir, inentendibles, innegociables.

Entonces el diseñador elabora su objeto pero es el lector, sujeto, receptor, usuario o como se lo prefiera llamar, quien lo usa y asume la negociación de la interacción con esa cosa que ha sido diseñada. Es como si el receptor de los objetos se viera en problemas para reiniciar a una relación lógica con el objeto. Mejor dicho, el usuario desea iniciar una relación interpretativa y pragmática, verdadera pero —si se quiere— subjetiva con los objetos, pero de forma diferente; es como si no «aceptara» el enunciado que viene del diseñador.

Dicho de otra forma, el usuario o lector de objetos desea no ser dominado por la imposición categórica del objeto, entonces recurre a plantear otras formas de relacionarse con las cosas. A explorar el objeto. Si utiliza un lenguaje directo para usar-leer-interpretar un objeto, es posible que caiga en el poder comunicativo del diseñador-objeto, pero si usa un lenguaje indirecto, puede desvariar la literalidad en el objeto y logra, al menos, parecer dominante ante los demás. Eso quiere decir que la creatividad de su lectura interpretativa, desoculta o —más terrible es decirlo— descalifica la verdadera intención del diseñador o la apreciación que se tiene fija e irremovible de un objeto cuando se usa de forma distinta.

Por lo tanto, usar un objeto desde sus funciones ocultas es estar en el poder, por lo menos mientras dura la exhibición de un ego imperativo y categórico.

Publicado el 19/01/2012

Bibliografía:

- Labov, W. 1972. FACTORES SOCIALES EN ALGUNAS DIFERENCIAS LINGÜÍSTICAS. Papers, Revista de Sociología.
- Voloshinov, V. 1979. En Peacheaux. Discurso y sujeto en las perspectivas de Pêcheux y Voloshinov.
- Mc Canell, D. 1982. Semiótica. Grados. México.
- Harré, Rom. 1967. Introducción a la lógica de las ciencias. Labor, Barcelona.



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/usuario-vs-disenador>

