

El concepto de lenguaje y los procesos de producción

Actas de Diseño (2012, Julio),
Vol. 13, pp. 233-236. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: julio 2009
Fecha de aceptación: febrero 2012
Versión final: mayo 2012

Guillermo J. Olguin y Lucía Castellano (*)

Resumen: En la relación producción/consumo los objetos cumplen diferentes funciones, prácticas, estéticas y funcionales que, en su conjunto, constituyen el lenguaje del producto que, además de cumplir una función pragmática es también portador de información. La Técnica es la reforma sistemática e intencional que el hombre impone a la Naturaleza para la satisfacción de sus necesidades y, que al incorporar la ciencia moderna deviene en Tecnología. El Lenguaje es la facultad humana de sustituir la realidad por uno o varios sistemas de signos. En la formación del diseñador industrial la enseñanza de la Morfología procura establecer las relaciones indisolubles entre la forma y la técnica.

Palabras clave: Lenguaje - Estética - Función - Tecnología - Símbolo - Responsabilidad Ética

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 235-236]

Entendiendo a la producción como la actividad económica a partir de la cual el hombre, con su ingenio y trabajo obtiene bienes de consumo para satisfacer sus necesidades, nos interesa indagar acerca de las posibilidades formales de la transformación y configuración de los materiales. Producción y consumo son las dos caras de una misma moneda, no puede existir una sin la otra. Esta transformación y configuración a su vez, están íntimamente ligadas al concepto de la técnica. Producción y técnica, a lo largo de la historia de la actividad económica y social, han determinado hasta las denominaciones de diferentes períodos tales como la edad de piedra, de hierro, de bronce, o la era industrial o post-industrial. Éstas hacen obvia referencia a los instrumentos empleados por el hombre para la satisfacción de sus necesidades de bienestar, y son consecuencia de los deseos y demandas prácticas, estéticas y simbólicas de su cultura.

El significado del objeto está determinado a partir de su relación con el hombre, hecho que nos remite al concepto de consumo, como la actividad que tiende a la satisfacción de necesidades del mismo y fundamenta la producción. Las necesidades son entonces la justificación de la existencia de los objetos. Pero estas necesidades no son sólo las básicas, sino que las respuestas de los objetos a las mismas dependen de las distintas valoraciones o peso de funciones prácticas, estéticas, o simbólicas, que se superponen con distintas jerarquías.

Funciones prácticas son todas las relaciones entre un producto y un usuario que se basan en efectos directos orgánicos-corporales, es decir fisiológicos. El lenguaje del producto apenas se ha tenido en cuenta por décadas, porque se centraba la atención sobre las funciones prácticas, es decir el rendimiento técnico de los productos, el diseño de sus elementos de manejo, la cuestión de la satisfacción fisiológica de las necesidades, y la ergonomía, definiendo así la tendencia llamada funcionalismo con su slogan "La forma sigue la función" que fue característica de los productos de diseño basado solamente en las condiciones técnicas e industriales en el período del '30 al '60.

Si las funciones prácticas son importantes para el bienestar fisiológico de las personas, las funciones estéticas lo son para el bienestar psicológico. Esta es la relación entre un producto y un usuario en el proceso de percepción, por lo tanto es el aspecto psicológico de la percepción sensorial durante el uso. Esto significa influir en la configuración de los productos de acuerdo con las condiciones perceptivas del hombre. La práctica estética es considerada un proceso en el que se posibilita la identificación del hombre con el entorno artificial mediante la determinación de la función estética de los productos. La configuración del entorno según criterios estéticos es importante para la relación del hombre con las cosas que lo rodean.

Las funciones simbólicas son el sector más complejo de las funciones comunicativas del producto y sólo en los últimos años ha comenzado a cobrar importancia. No se trata de darle una nueva forma a las antiguas funciones, sino de recapacitar sobre la esencia de estas funciones, de ponerlas en cuestión. A menudo se pone de manifiesto que quizás los productos deberían tener una función completamente distinta para satisfacer estas necesidades, entonces esta nueva función trae consigo una nueva forma.

El diseño debe proyectar para un grupo social, además de cumplir con una función operativa. Debe responder a los sueños del consumidor, que sólo son posibles en tanto haya aprendido a soñar y desear el lenguaje del producto. El diseño se constituye entonces, en el medio a través del cual se produce la planificación y proyección de las formas que modifican y ordenan nuestro entorno. Esta intermediación entre la humanidad y el entorno natural es la que permite la expresión de nuestras intenciones, deseos y esperanzas.

El modo en que la cultura desarrolla conceptual y materialmente esta intermediación, esta apropiación de la espacialidad, es estudiado por la morfología, y es en este modo, en el que comenzamos a leer la relación de la misma con los procesos de transformación de la naturaleza. Los objetos artificiales son expresiones culturales por excelencia. Ya sean estos objetos obras de arte o artefactos,