

**EL LENGUATGE DE LA UTILITAT: UNA ANÀLISI PRAGMÀTICA
DE LES COSES.**

EL DISSENY COM A PLANIFICADOR DE LES RELACIONS COMUNICATI-
VES ENTRE PERSONES I COSES.

Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
Doctorat en Comunicació Social

Director: Manel Palencia-Lefler i Ors
Doctorand: Romualdo Gondomar Miñana
2015

ÍNDEX

AGRAÏMENTS.....	VII
------------------------	------------

INTRODUCCIÓ.	1
--------------------------	----------

1. PROPÒSIT I OBJECTIUS DE LA TESI.	1
---	----------

1.1. Hipòtesi de treball.	3
--------------------------------	---

1.2. Els objectius del treball d'investigació.	4
---	---

1.3. Marc teòric.	5
------------------------	---

1.4. L'estructura del treball.	6
-------------------------------------	---

PART I: EL DISSENY I LA COMUNICACIÓ.....	9
---	----------

2. CONSIDERACIONS PRÈVIES.	9
--	----------

3. LA REALITZACIÓ SOCIAL DEL DISSENY.	17
---	-----------

3.1. Rellevància de les relacions funcionals i formals del disseny.	17
--	----

3.1.1. L'imperatiu formal i funcional de la mecanització.....	17
---	----

3.1.2. Funció i raó de ser del disseny.	19
--	----

3.1.3. Dialèctica productiva entre forma i funció.....	24
--	----

3.2. Les relacions comunicatives del disseny.	28
--	----

3.2.1. El sistema semiològic que configuren les coses.	30
---	----

3.2.2. El disseny com a comunicació: informació i semiòtica.	33
---	----

3.2.3. El component semàntic de les coses.	36
---	----

3.2.4. El component estètic i emocional de les coses.	42
--	----

3.3. La significació social de les coses.	46
--	----

3.3.1. Dimensió pragmàtica de les coses.	47
---	----

3.3.2. Valor d'ús i de bescanvi de les coses.	50
--	----

3.4. L'experiència de les coses.	54
---------------------------------------	----

3.4.1. El disseny centrat en l'usuari.	55
3.4.2. El disseny del comportament.	60
3.4.3. El disseny d'experiències.	62
4. EL LLENGUATGE I LA COMUNICACIÓ DE LES COSES.	67
4.1. La semiòtica de les coses.	67
4.1.1. La dimensió sintàctica.	70
4.1.2. La dimensió semàntica.	71
4.1.3. La dimensió pragmàtica.	73
4.2. Models semiòtics aplicats al disseny de productes.	75
4.2.1. Model estètic i semiòtic de disseny de l'objecte.	75
4.2.2. La teoria del llenguatge del producte.	79
4.2.3. Model dinàmic de la comunicació de l'objecte.	83
4.3. Aportacions teòriques a la percepció i organització conceptual de les coses.	87
4.3.1. La teoria ecològica de la percepció.	87
4.3.2. Categorització dels tipus i models.	93
4.3.3. El sistema conceptual quotidià.	98
PART II: LA PRAGMÀTICA DE LES COSES.	103
5. LA CONCEPCIÓ PRAGMÀTICA DE L'EXPERIÈNCIA.	105
5.1. La comprensió lògica de l'experiència.	105
5.1.1. El procés inferencial.	106
5.1.2. L'hàbit com a regla d'acció.	109
5.1.3. El coneixement pragmàtic.	111
5.2. La semiòtica i l'acció semiòtica.	115
5.2.1. Assignació de sentit.	118
5.2.2. La màxima pragmàtica.	119
5.2.3. La significació com a fenomen comunicatiu.	121
5.3. L'acte interpretatiu.	123
5.3.1. Els principis interpretatius.	125

5.3.2. Les generalitzacions empíriques.....	127
5.4. La socialització dels actes.	129
5.4.1. Les pautes d'interpretació.	129
5.4.2. Selecció i comunicació dels actes.	131
5.5. Concepció pragmàtica de les coses.....	132
5.5.1. Unitat relacional de les coses.....	133
5.5.2. Les coses com plans d'acció.	135
5.5.3. La representació de les coses.	138
5.5.4. El sistema pragmàtic de les coses.	140
5.6. La utilitat de les coses.	141
5.6.1. La valoració pragmàtica.	143
5.6.2. Valor comú.	144
6. LA UTILITAT PRAGMÀTICA I COMUNICATIVA DEL DISSENY.	149
6.1. La utilitat pragmàtica del disseny.....	149
6.2. L'abast cultural i social de les coses.....	152
6.3. La xarxa conceptual comuna.	153
6.4. El model inferencial de comunicació.	158
6.4.1. La rellevància pragmàtica.	160
6.4.2. Estructura pragmàtica.	162
6.4.3. La direccionalitat pragmàtica.	165
6.5. El disseny com acte de comunicació.	166
6.6. El cicle d'assignació de significat a les coses.	169
7. MODEL PRAGMÀTIC DE DISSENY DE LES COSES.....	173
7.1. Concepció del model.	176
7.2. Estructura del model.....	177
7.3. El sentit individual de les coses.....	183
7.4. Concepcions compartides de les coses.	184
7.5. Coneixement de les coses.....	185
7.6. El disseny en el cicle pragmàtic de les coses.	186
7.6.1. Utilitat significativa.....	188

7.6.2. Eficàcia significativa.	190
7.7. Estructura informativa dels components pragmàtics.	191
7.7.1. Identificació dels components significatius.	192
7.7.2. Valoració comunicativa de les accions.	193
7.7.3. Anàlisi del sistema conceptual.	194

PART III: PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ I APLICACIÓ DEL MODEL. 197

8. CONSIDERACIONS PRÈVIES AL PROCÉS D'INVESTIGACIÓ. 198

8.1. La investigació científica del disseny i els tipus d'estudis.	198
8.2. Les metodologies qualitatives i la seva aplicació al disseny.	201
8.3. Dinàmica de grups.	206
8.3.1. Tècniques i organització de les sessions d'investigació: dinàmica de grups.	206
8.3.2. PROMOD: Tècnica d'investigació de grups.	207
8.4. Metodologia d'estudi i aplicació a la investigació del cicle pragmàtic de les coses.	209

9. PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ: INTERVENCIÓ PRAGMÀTICA I RECONeixEMENT CONCEPTUAL DE LES COSES. 215

9.1. La mostra de la investigació.	217
9.2. Recursos i instruments d'anàlisi.	219
9.2.1. Els sistemes conceptuals.	219
9.2.2. Les representacions dels conceptes.	221
9.2.3. Geometries bàsiques de representació.	226
9.3. Desenvolupament de la pràctica d'investigació.	230
9.3.1. Fase 1: introducció general.	230
9.3.2. Fase 2: recollida de dades.	231
9.3.3. Fase 3: intercanvi i valoració de la informació.	233
9.3.4. Fase 4: Anàlisi i síntesi de la imatge.	234
9.3.5. Fase 5: Desenvolupament tridimensional de la proposta.	235
9.3.6. Fase 6: intercanvi i valoració de la informació.	236
9.3.7. Fase 7: Valoració conjunta dels resultats i objectius assolits.	237

9.3.8. Fitxa de la pràctica d'investigació.	238
10. TEMPORITZACIÓ, RESULTATS I VALORACIÓ DE LA PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ.	239
10.1. Qüestionari de seguiment de la pràctica.	247
10.2. Resultats de la pràctica d'investigació.	248
11. APLICACIÓ METODOLÒGICA DEL MODEL PRAGMÀTIC DE LES COSES.	257
11.1. Explicació del model i metodologia d'implementació.	259
11.2. Fases d'investigació i d'anàlisi de dades.	261
11.3. Valoració dels resultats de l'aplicació del model.	267
PART IV: CONCLUSIONS FINALS.	269
12. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES.	277
13. ANNEXOS.	293
13.1. Informe de l'activitat de la practica d'investigació corresponent al grup 5.	293
13.2. Aplicació del model d'anàlisi del cicle pragmàtic de les coses realitzat per G. Gomila, D. Padilla i M. Ricart.	295
13.3. Aplicació del model d'anàlisi del cicle pragmàtic de les coses realitzat per C. González, N. Massanet i P. Ripoll.	312
13.4. Aplicació del model d'anàlisi del cicle pragmàtic de les coses realitzat per M. Bover, P. Godoy i R. Rodríguez.	333
13.5. Aplicació del model d'anàlisi del cicle pragmàtic de les coses realitzat per J. Busquets, P. Ramiro i S. Ribes.	346

AGRAÏMENTS.

M'agradaria començar donant les gràcies al director d'aquesta tesi, Dr. Manel Palencia-Lefler, que ha dipositat la seva confiança en mi i, també, en el tot el procés d'investigació que desenvolupa aquesta tesi. Així mateix, també voldria agrair-li el suport personal que he rebut i les valuoses orientacions acadèmiques i estímuls intel·lectuals que m'han ajudat al llarg de tot el procés de treball.

Voldria dedicar una menció especial al Dr. Jordi Pericot per iniciar-me i encaminar-me cap a la investigació d'àrees de coneixement fins aleshores desconegudes per a mi i per les seves valuoses aportacions teòriques que han constituït la base per recolzar el meu treball d'investigació.

També estic en deute amb un nombrós nombre de col·legues i d'estudiants d'Elisava Escola Superior de Disseny que m'han ajudat en les tasques d'investigació i han col·laborat en el seu desenvolupament. Voldria però destacar al Cap d'estudis del Grau en Disseny, Dr. Albert Fuster, i al Cap d'Àrea de Ciències Socials, Dr. Xavier Camino, per la confiança, disponibilitat i facilitats que m'han donat per tal d'implementar en la programació docent dels estudis l'aplicació pràctica del model que proposa aquest treball. També agrair l'entusiasme i dedicació de Pilar Cases, conductora dels grups dels Tallers de memòria de l'Ajuntament de La Garriga, així com al Dr. Juan Jesús Arrausi, director del Master Universitari en Disseny i Comunicació d'Elisava pel suport constant al llarg d'aquests anys.

Finalment agrair a la família i amics la paciència i encoratjament rebuts, a Annabel Forner per les correccions i suggeriments realitzats i, especialment, a Octavi per acompanyar-me i animar-me permanentment. Dedico aquest treball a la memòria dels meus pares dels qui sempre seré deutor.

INTRODUCCIÓ.

1. PROPÒSIT I OBJECTIUS DE LA TESI.

La interrelació que en les societats actuals es produeix entre l'home i l'entorn, generat per ell mateix per sostenir el propi desenvolupament, no ha estat mai tan intens i tant orientat cap a la comprensió del significat de les coses i de la seva utilitat. La qualitat de vida actual és summament dependent del context, real o virtual, que possibilita la nostra autonomia funcional i que propicia el desenvolupament de les nostres activitats gràcies a la utilització de les coses. El disseny, considerat i concebut com a llenguatge, pot construir i comunicar una xarxa de relacions significatives entre subjectes i objectes fomentant un diàleg que s'insereixi i s'integri fluidament en els contextos comuns i compartits. Una perspectiva del disseny, discursiva i comunicadora, que pot generar i dinamitzar l'intercanvi d'idees, conceptes i significacions entre els tradicionals interlocutors de la disciplina: productors, dissenyadors i usuaris. La realització d'una investigació a l'entorn del que he anomenat llenguatge de la utilitat pot aportar-nos instruments metodològics que el disseny pot emprar per eixamplar els recursos analítics dels que disposa. Recursos que poden facilitar la comprensió de quins tipus de relacions es poden establir entre el disseny i la comunicació de les coses i aquelles propostes d'ús que ens ofereixen, possibiliten o potencien.

Entendre la informació que ens transmeten les coses, albirar les activitats que ens proposen i procedir en conseqüència no determina un procés que hagin de realitzar tots els individus de la mateixa manera. En la interacció dels individus i les coses hi participen un conjunt de variables que dificulten la identificació i definició d'un usuari concret i, per tant, d'un únic model o proposta que relacioni un objecte amb una activitat concreta. S'han de tenir en compte, per tant, la pluralitat d'individus que es relacionen amb un producte, el lloc on es produeix la interacció i el significat del context cultural i social on es desenvolupen els fets. Tot aquest conjunt de variables ens obliga

a cerca quins són els elements que possibiliten una sistematització dels processos en que participa el disseny i que a la vegada el transcendeixin.

Les nostres experiències quotidianes es recolzen en el coneixement de les coses que configuren els nostres entorns habituals i se sostenen gràcies a la implementació contínua d'un conjunt de pautes d'actuació que ens permeten bellugar-nos amb seguretat en el nostre contínuum vivencial. Un sistema d'accions i d'hàbits que hem après a realitzar, que hem conceptualitzat i que hem relacionat significativament amb els instruments que ens faciliten totes aquestes tasques: les coses. Aquesta concepció ens acosta a una perspectiva pragmàtica de l'experiència quotidiana i, per això, cal valorar si una proposta metodològica fonamentada en les aportacions epistemològiques del pragmatisme ens pot oferir estratègies per analitzar els conceptes que intervenen en la significació que les persones assignen a les coses. La comprensió d'aquestes relacions significatives, des d'un punt de vista pragmàtic, és possible que ajudi a sistematitzar i categoritzar el valor que atorguen els individus a les seves experiències. Unes aportacions que poden orientar els esforços del disseny en millorar les capacitats comunicatives de les coses i aconseguir arribar a la xarxa comuna de coneixements que utilitzen els subjectes que cooperen en la configuració d'una cultura i societat determinada. Unes línies directrius que s'haurien de conèixer abans d'iniciar qualsevol projecte de disseny i que podrien guiar i orientar els processos posteriors de formalització i de planificació que principalment desenvolupa la disciplina.

Tradicionalment, en el camp del disseny, el desenvolupament metodològic s'ha relacionat directament amb els processos creatius per tal de donar resposta a una economia de mercat que demana contínuament productes innovadors capaços de dinamitzar el consum. La recerca de propostes de propostes innovadores segueix sent una de les principals preocupacions dels investigadors i dels professionals del disseny sotmesos als imperatius de la producció. Però des de l'àmbit acadèmic manquen propostes interpretatives que incideixin en els processos generals que configuren el coneixement de les coses. Hi ha poques propostes analítiques que facilitin als dissenyadors comprendre el paper que juguen les coses en la conceptualització de les nostres activitats i com s'han d'interpretar els significats i els missatges que

les coses ens trameten. Una informació que, sota el meu punt de vista, s'ha d'incorporar necessàriament al procés de disseny i que s'ha de conèixer amb anterioritat a la planificació i formalització d'objectes.

Aquest treball pretén realitzar una aportació en aquest sentit i contribuir a la recerca i a l'actualització de maneres d'interpretar el comportament i els hàbits d'acció dels individus a través de la utilitat que donen a les coses. Un posicionament que vol valorar les coses per com satisfan les expectatives personals, per l'adequació de les coses a les experiències individuals i que té la voluntat d'orientar el disseny cap al foment de relacions comunicatives entre les persones i les coses. La incorporació de criteris pragmàtics ha de permetre als dissenyadors endinsar-se competentment en l'àmbit comunicatiu de les coses, en adquirir habilitats per treballar a partir del significat de les coses i, per tant, tenir coneixement de les relacions conceptuais i formals que establim els subjectes. En definitiva, saber com inferim possibilitats de fer gràcies a allò que ens mostren les coses.

1.1. HIPÒTESI DE TREBALL.

Treballarem amb la hipòtesi que les coses adquireixen sentit a partir del moment que són utilitzades en les activitats que els individus desenvolupen en un context concret i d'acord amb les interpretacions que les persones en fan a partir dels significats que aquelles presenten. Considerada la relació que s'estableix entre les persones i les coses com un intercanvi comunicatiu, actiu i dialogant, d'interpretacions i de possibilitats podrem analitzar, des d'una perspectiva pragmàtica, com els significats assignats a les qualitats de les coses generen conceptes relacionals que articulen un llenguatge d'utilitat de les coses.

Per tal de verificar les possibilitats que poden oferir els processos de conceptualització que s'originen a partir de les relacions que els individus estableixen entre les coses i seves experiències, posarem especial atenció en la revisió de les aportacions teòriques del pragmatisme, com a corrent de pensament, i de la pragmàtica, com a disciplina comunicativa, per construir un model d'anàlisi que ens permeti certificar la vàlua de la hipòtesi plantejada.

El fet que no s'hagi plantejat amb anterioritat una perspectiva pragmàtica d'anàlisi de les relacions que s'estableixen entre les coses i els individus ens indueix a pensar que no s'ha valorat l'abast real de la importància que representa l'activitat que despleguen els individus alhora de determinar el significat de les coses. Un punt de vista pragmàtic del disseny, com a disciplina comunicadora del valor significatiu que transmeten les coses, pot facilitar l'elaboració de propostes metodològiques que facilitin la comprensió dels processos de conceptualització que deriven directament de la utilització de les coses. Un estudi que ha de servir, també, per a què els futurs dissenyadors adquireixin els coneixements i competències comunicatives necessàries per formalitzar les seves propostes d'acord amb les possibles accions interpretatives d'ús que en determinats contextos facin els destinataris dels seus projectes.

1.2. ELS OBJECTIUS DEL TREBALL D'INVESTIGACIÓ.

L'objectiu general consistirà en identificar, definir i relacionar els components que, a partir del significat del que ens presenten les coses, ens permeten estructurar i jerarquitzar les relacions comunicatives que estableixen les persones i les coses per tal de determinar la intervenció del sistema conceptual en la configuració d'un llenguatge d'utilitat.

Els objectius específics que es consideren necessaris per a la consecució de l'objectiu d'investigació són:

- emprar les aportacions teòriques del pragmatisme per definir el concepte d'utilitat i el concepte de cosa que ha de fer servir el disseny;
- establir un marc teòric adequat per analitzar en profunditat la concepció pragmatista de la realitat i la seva translació a la disciplina del disseny, orientats per l'objectiu de la investigació: el valor o utilitat de les coses;
- construir i fonamentar teòricament un model d'anàlisi que permeti conèixer i comprendre els processos pels quals es generen i es modifiquen les assignacions significatives dels objectes;
- formalitzar i modelitzar les fases d'una proposta metodològica que faciliti la comprensió de la concepció pragmàtica de les coses;

- comprovar la idoneïtat i l'aplicabilitat d'aquest model als processos inicials de tractament i anàlisi dels conceptes que han d'intervenir en la planificació dels projectes de disseny.

1.3. MARC TEÒRIC.

El fet d'haver escollit el concepte de valor o d'utilitat que presenten les coses per vertebrar la investigació que aquí es presenta ens ha portat a referenciar aquest treball en el marc teòric que s'ha desenvolupat sota la tradició del corrent filosòfic anomenat pragmatisme. Nascut als Estats Units a finals del segle XIX de la mà dels filòsofs Charles Sanders Peirce, lògic i matemàtic, i de William James, psicòleg, el corrent evolucionarà fins al present gràcies a les aportacions que varen realitzar pensadors clàssics com John Dewey, George Herbert Mead, Charles Morris i Clarence Irving Lewis, entre d'altres, i de pensadors actuals com Hilary Putnam, Richard Rorty, Donald Davidson i Hans Joas.

La pervivència i definició teòrica que aporten tots aquests autors posa de manifest el valor i l'actualitat del pensament d'aquest corrent filosòfic. Una pervivència que s'ha manifestat en el desenvolupament d'una pragmàtica contemporània com una disciplina viva, activa i que ha desenvolupat un àmbit d'estudi concret de la filosofia del llenguatge i de la comunicació. Per això considerem que corrent filosòfic i disciplina ens ofereixen les eines teòriques i metodològiques necessàries per analitzar les relacions comunicatives entre subjectes i objectes i els resultats obtinguts ens permetran arribar a una millor comprensió de les relacions que generen aquests processos.

D'acord amb la concepció pragmàtica de Morris una perspectiva que ens permet situar-nos més enllà dels fenòmens lingüístics i estudiar, per tant, les oportunitats, possibilitats i capacitats comunicatives de les coses. Seguir, així, els postulats dels models comunicatius per estructurar una anàlisi dels usos i efectes dels conceptes i dels principis interpretatius que regeixen les relacions contextuais dels individus amb les coses. I fixar-nos en quins són els factors que determinen com funcionen els nostres intercanvis comunicatius en els àmbits contextuais concrets de manera semblant a com Pericot analitza pragmàticament la intencionalitat de les imatges "produïdes".

1.4. L'ESTRUCTURA DEL TREBALL.

El treball que es presenta s'ha estructurat en quatre parts per facilitar el seguiment que proposa la línia d'investigació. En la primera part, els capítols segon i tercer revisen com la comunicació i el disseny han coincidit i col·laborat per adaptar-se als canvis històrics i als progressos socials i culturals. L'evolució dels objectius del disseny cap a aspectes d'àmbit social permet copsar com el focus d'atenció de la disciplina es va traslladant cap a la comprensió significativa de les coses i la seva participació en els processos cognitius. El capítol quart analitza tres models d'arrels semiòtiques que han aportat propostes per analitzar la concepció del disseny de productes. Els models presenten diferents visions per abordar la concepció dels productes, però la seva estructuració teòrica coincideix per fonamentar-se en principis que regeixen la percepció i l'organització dels sistemes conceptuals. L'apartat 3 del capítol quart recull les aportacions teòriques més interessants des del posicionament pragmàtic del treball.

La segona part valora la conveniència d'analitzar les relacions comunicatives entre les persones i les coses sota una perspectiva pragmàtica. El capítol cinquè aprofundeix en l'estudi i l'anàlisi de l'experiència i de la concepció de les coses dels principals autors del pragmatisme. Es revisen les propostes teòriques que configuren els processos semiòtics d'assignació de significat a les coses, tant des de la lògica objectiva de Peirce com des de la concepció subjectiva i utilitarista de James. Les bases filosòfiques sobre les que altres pensadors desenvoluparan visions complementàries per elaborar una perspectiva unitària de com els individus experimenten la seva realitat. La pragmàtica conceptualista de Lewis ens facilitarà l'entesa de com participa l'acte interpretatiu en l'assignació de significat, mentre que el posicionament conductista que adopten Morris i Mead ens facilitarà la comprensió de com s'integren les activitats dels subjectes en el sistema normatiu que estableix el coneixement compartit. El desenvolupament teòric que proposen aquestes perspectives pragmatistes socialitza el valor de les experiències i imprimeix un caràcter útil al significat de les coses que es complementa amb la unitat relacional que instrumentalitzen i procuren els objectes sota la perspectiva holista de les coses que adopta Dewey.

El capítol sisè d'aquesta segona part del treball analitza, també, les aportacions de la pragmàtica a la concepció del model inferencial de comunicació i la consideració del disseny com un acte més de comunicació. A partir dels postulats generals que Tomasello aporta a la comunicació es focalitza l'atenció en el concepte de rellevància de Sperber i Wilson i de direccionalitat pragmàtica de Pericot. Finalment el capítol setè integra totes aquestes aportacions teòriques mitjançant una proposta que estructura una ordenació pragmàtica dels nivells i elements que participen en l'assignació de significat de les coses mitjançant les activitats i experiències que els individus duen a terme gràcies a les coses. Així mateix s'especifiquen els fonaments del model, els principis i teories que l'orienten i es defineix les relacions i connexions que es poden establir entre els components que hi participen i els successius nivells que l'estructuren.

La tercera part del treball resumeix, en el capítol vuitè, unes consideracions metodològiques del disseny que donen pas a la descripció de com s'han orientat les línies d'investigació per tal de comprovar la idoneïtat de formular un model pragmàtic per l'anàlisi de la participació del disseny en la transmissió del significat de les coses. Es fonamenta, després, com i perquè s'ha planificat una pràctica d'investigació centrada en l'anàlisi conceptual i la importància de la participació dels conceptes en la identificació i reconeixement del significat de les coses. El capítol novè defineix la metodologia d'aplicació al procés d'investigació, els instruments d'anàlisi seleccionats i la dinàmica de grup aplicada i, d'altra banda, el capítol desè exposa i analitza els principals resultats de la pràctica d'investigació.

La metodologia desenvolupada per l'aplicació i comprovació del model pragmàtic d'anàlisi del significat de les coses s'explica al capítol onzè que recull les dinàmiques i fases de les sessions de treball i l'anàlisi i valoració conjunta dels resultats obtinguts.

La quarta part presenta les conclusions finals, una valoració general del treball i de la investigació realitzada. Els últims apartats referencien la bibliografia emprada i, a l'annex, els treballs d'aplicació del model que proposa aquesta tesi.

PART I: EL DISSENY I LA COMUNICACIÓ.

2. CONSIDERACIONS PRÈVIES.

Podem afirmar que a partir de la dècada dels 80 del segle XX la concepció i la configuració del disseny com disciplina va incorporar plenament les expectatives socials i culturals dels individus. A partir d'aquell moment, les expectatives, com elements d'estudi i com eines de treball del disseny, varen participar en la planificació de les relacions entre els objectes i els usuaris, conjuntament amb els interessos econòmics i productius.

El disseny nascut dels mitjans de producció evoluciona, històricament, impulsat pels seus avenços i, a més, va incorporant progressivament les demandes de les societats industrials. Com a disciplina, eminentment pràctica, al disseny se li demanaven propostes de productes que anessin encaixant en el conjunt de necessitats que manifestaven les seves àrees d'incidència. Havia de conjugar els objectius comercials de les empreses, com les principals impulsores de l'activitat, per una banda, i les expectatives i demandes dels consumidors, per l'altra. Aquestes relacions no foren sempre productives i satisfactòries i ja a meitat del segle XX Giedion (1978) advertia de la presència de disfuncions d'ús en els productes manufacturats. L'autor feia recaure aquestes discordances en la preeminència dels requeriments dels mitjans productius per sobre les capacitats i limitacions d'ús dels individus. Una desconexió entre productes i usuaris que s'accentua a mesura que els avenços tecnològics s'anaven incorporant en el desenvolupament productiu. Un distanciament progressiu que també pot fer-se extensiu al conjunt d'individus que participaven en la concepció i fabricació dels productes i els seus potencials destinataris.

La supeditació als requeriments dels mitjans productius va passar a ser un dels punts crítics de la disciplina que va haver de valorar si aquesta praxi influïa en l'entesa i en les interaccions que es produïen entre usuaris i productes. Giedion apunta la necessitat de canalitzar els mitjans de producció

per restablir l'equilibri perdut entre les capacitats humanes i els medis que té a l'abast: "controlar la mecanización exige una superioridad sin precedentes sobre los instrumentos de producción. Requiere que todo esté subordinado a las necesidades humanas" (1978: 713). En cas contrari, pronostica l'autor, els individus es veuran superats i dominats pels mitjans productius i els seus fruits afectaran, condicionaran i influiran en la concepció general dels diversos àmbits socials i culturals de les pròpies comunitats. Els sistemes de producció han d'evolucionar ampliant les dimensions del producte a tenir en compte i cal que es fonamentin en els propis models conceptuals dels éssers humans més que en models d'elaboració estàtics i inamovibles basats en pràctiques heretades. A més cal capgirar la concepció dels objectes i planificar-los per a què proposin usos i pràctiques valuoses socialment enlloc d'imposar unes determinades maneres de fer¹.

Una perspectiva que implica, segons Sennett, utilitzar els models en funció de les possibilitats i capacitats que presenten, és a dir, com si fossin unes eines o instruments a tenir en compte en la configuració de les coses i dels nostres propis límits. Per això considera que: "culturalmente, seguimos luchando por comprender positivamente nuestros límites, en comparación con la máquina; socialmente, seguimos luchando con el antitecnologismo" (2009: 109). Els individus que hi participen en la projecció d'aquests models han de conèixer, per tant, les capacitats i limitacions productives i les correlatives humanes per conjugar-les. D'aquesta competència i qualificació dependrà, sens dubte, la capacitació adient per aportar valors socials i culturals que s'insereixin fluidament en les seves comunitats.

Però en l'actualitat el disseny ja no planifica les seves propostes únicament a partir dels imperatius que estableixen els sistemes de producció. Els projectes de disseny no es fonamenten tan sols en l'estudi i aplicació dels models mecànics, tècnics i científics alhora de definir i configurar objectes i productes. En les últimes dècades el disseny ha anat eixamplant els recursos d'anàlisi que tenia al seu abast i ha incorporat perspectives de caire social i

¹ McAloone, T. C., i Andreasen, M. M. (2004). Design For Utility, Sustainability And Societal Virtues: Developing Product Service Systems.

cultural per tal de respondre amb efectivitat a les diverses i canviants demandes socials dels potencials consumidors. Aquesta apertura de principis i d'objectius ha permès estendre l'atenció del disseny cap a l'estudi d'aspectes vinculats amb els tipus de relacions que sorgeixen de les pròpies persones.

Una obertura que ha induït a reflexionar sobre el paper del disseny en la societat i la cultura contemporània i sobre la pròpia capacitat de la disciplina per generar i transformar les relacions dels individus, entre si i també amb el seu entorn. Gràcies a aquesta apertura el disseny ha focalitzat una part dels seus interessos en la recerca d'unes dimensions socials i culturals pròpies. Uns marcs teòrics i metodològics fonamentats en el coneixement i relacionats amb la cultura material², la comunicació, la sociologia, l'antropologia i la psicologia, entre d'altres (Barker, 2012). Una ampliació substantiva d'objectius i de finalitats que està buscant el disseny per tal de compartir recursos metodològics i processos analítics desenvolupats per disciplines afins i per nodrir-se de les experiències d'altres camps de coneixement (Boradkar, 2010: 17-20). Un préstec metodològic que ha permès diversificar els instruments conceptuals que originalment emprava la disciplina i que ha vehiculat la incorporació de diferents aportacions epistemològiques al corpus teòric.

Diversos enfocaments que s'han anat introduint progressivament i han configurat un heterogeni conjunt de metodologies aplicables en les que podem entreveure un vincle que sobresurt i les relaciona. Un punt comú que es concreta en diferents maneres d'acostar l'estudi de les relacions de l'individu amb el seu entorn i en com participen i s'interrelacionen els components que estructuraven les activitats que duem a terme:

Desde siempre... vivimos en un ambiente construido en parte por nosotros mismos. Sin embargo, el conocimiento de que tal ambiente

² La cultura material analitza la realitat de les comunitats mitjançant l'estudi de la vida quotidiana d'una societat. Nosaltres considerem adient un punt de vista més ampli com el que recull la definició antropològica de cultura de Malinowski: "el conjunto integral constituido por los utensilios y bienes de los consumidores, por el cuerpo de normas que rige los diversos grupos sociales, por las ideas y artesanías, creencias y costumbres. Ya consideremos una muy simple y primitiva cultura o una extremadamente compleja y desarrollada, estaremos en presencia de un vasto aparato, en parte material, en parte humano y en parte espiritual, con el que el hombre es capaz de superar los concretos, específicos problemas que lo enfrentan" (1984: 56).

existe... un medio físico y sociocultural que hoy definimos como "ambiente humano", constituye, paradójicamente, una conquista más bien reciente (Maldonado, 1972: 13).

Una perspectiva del disseny que ens permet afirmar que la disciplina s'ha anat humanitzant, fent prevaldre l'interès per comprendre la correspondència entre l'activitat dels individus en uns entorns determinats i les subsegüents repercussions i conseqüències que deriven d'aquestes accions. És a dir, s'han reorientat els objectius del disseny per atendre a les motivacions, desitjos i creences que condueixen als individus a interactuar amb les coses i a utilitzar-les per assolir una determinada finalitat. Fruit d'aquest posicionament les propostes generades per la disciplina han intentat concretar com els utensilis poden presentar correctament les seves prestacions, com les característiques dels productes faciliten que els individus puguin identificar i relacionar un ús adient, com la configuració dels objectes pot generar sensacions que concordin amb les expectatives que els subjectes hi dipositen, com les coses adquireixen sentit pels individus si transmeten significats concrets i com es poden evocar correspondències simbòliques a partir de les qualitats de les coses.

Saber que allò que ens ofereixen les coses, allò que ens presenten, pot determinar les interrelacions amb els subjectes condueix al disseny a valorar la seva capacitat comunicativa i, per tant, de participació i d'incidència social i cultural. Aprofundir en el coneixement dels processos de captament de les coses, a nivell individual i general, ens facilita la concepció del disseny com generador de relacions entre els membres d'una comunitat. Si com a disciplina té presents els diferents tipus de relacions que les coses procuren i la seva capacitat d'influència en el comportament cultural, el disseny pot abastar les generalitats dels diversos col·lectius que configuren les societats actuals.

Al recórrer als punts de vista que ens ofereixen les disciplines socials podrem analitzar metodològicament com el disseny és capaç de categoritzar els estadis significatius de les coses i conèixer aquells denominadors comuns que ens permetin avançar en la recerca i establiment d'un equilibri ecològic a partir de les coses. Unes relacions que les coses han d'afavorir gràcies a la

seva participació activa en les interrelacions de l'home i el seu entorn. El disseny ha de ser capaç d'entendre, des d'aquest punt de vista social i cultural, com els individus es posicionen respecte a les coses, quin tipus de respostes actives indueixen les coses que ens envolten i com les coses són interpretades pels subjectes que, tant individualment com col·lectivament, intervenen en aquestes relacions. El disseny ha de ser capaç de realitzar aportacions efectives per tal de donar continuïtat al valor i al significat que atorguem a les activitats que omplen la nostra vida quotidiana. Per tant, considerat com procés participatiu d'interrelacions dotades de sentit, es pot analitzar la seva vessant comunicativa.

Però els estudis realitzats habitualment s'han ocupat més en delimitar els marcs referencials i comparatius per relacionar el disseny i la comunicació que en estructurar i articular la comprensió del procés comunicatiu en que pròpiament participa el disseny (Marcé, 1989). Arfuch en el seu tractament del tema critica aquestes mancances conceptuals de la disciplina: "la falta de teoria, de una reflexió pròpia o pertinentement "apropiada" de certes disciplines afines, la carencia de un aparat crític, la escassa articulació con otros saberes" (1997:10). Per això cal considerar que l'anàlisi del disseny com un fenomen purament comunicatiu s'ha de realitzar des d'un posicionament més general i no limitar-se a perspectives que descriguin uns determinats àmbits concrets i particulars. Emprant un concepte ampli de la comunicació, entesa com una activitat humana que té com principal objectiu informar a algú d'alguna cosa i amb una certa intenció, podem analitzar els components del disseny com un procés comunicatiu. D'acord amb Crilly, Good, Matravers i Clarkson (2008) un posicionament general com aquest facilita l'entesa de la tasca comunicadora del disseny que es caracteritza, principalment, per manifestar-se mitjançant la representació de les coses d'una manera determinada. Pels autors l'exteriorització de les coses, mitjançant aquestes manifestacions, inclou les intencions dels dissenyadors i impliquen les interpretacions dels subjectes. Un procés de comunicació que utilitza els mecanismes de transmissió d'informació i, per tant, en el disseny hi participen els mateixos elements estructurals que configuren la comunicació humana en general. Una comunicació humana caracteritzada i entesa,

d'acord amb Tomasello (2013), per ser una activitat fonamentalment cooperativa que es desenvolupa en un context determinat. On els individus que participen en el procés han de compartir unes referències conceptuals comunes i presentar una predisposició per comunicar-se.

No n'hi haurà prou, per tant, en assimilar el procés de disseny amb el procés comunicatiu sinó que creiem necessari que per entendre el procés comunicatiu del disseny cal prendre com punt de partida, i com a àmbit de reflexió, un model que ens ajudi a descriure els successius estadis que el pensament articula alhora d'atorgar un significat a les coses. Per això, d'acord amb Semprini (1995)³, Buchanan i Margolin (1995), Bürdek (1994)⁴ i Parsons (2009), es fa necessària una perspectiva filosòfica que ens permeti entendre com el pensament estructura, endreça i relaciona les activitats que ens procuren les coses, com les nostres experiències quotidianes nodreixen, continua i constantment, els nostres processos cognitius i com el valor significatiu que finalment atribuïm a les coses acaba configurant una part primordial del nostre coneixement de la realitat. I aquest serà l'objectiu principal que perseguirem a la segona part de la tesi al centrar-nos en l'estudi del pragmatisme com a proposta filosòfica i teòrica.

Els capítols d'aquesta la primera part revisen la confluència històrica entre les disciplines del disseny i la comunicació i el procés d'ampliació de les perspectives d'estudi del disseny a mesura que es va adaptant als canvis que la societat li demana. He intentat destacar la importància que va adquirint la significació i el sentit dels objectes per al disseny i com les perspectives d'anàlisi de la disciplina se reorienten gràcies a les aportacions realitzades des de la sociologia, la semiologia i psicologia. Entendre com el disseny ha anat evolucionant i adaptant-se a la seva realitat social gràcies a la incorporació del significat de les coses com elements de comunicació que progressivament han anat articulant els projectes de disseny.

³ "Il s'agit aussi et surtout d'une problématique théorique, qui touche de près le tournant épistémologique en cours et qui redéfinit radicalement le statut du sujet connaissant, sa relation à l'objet connu et les modalités d'installation et d'analysabilité de cette relation" (1995: 39).

⁴ "Thus the first step in dealing with design theory is to turn one's attention to epistemology. This focus then leads to recognizability, which, in the sense of Ernst Bloch (1980), also means that the world can be changed on the basis of this recognition, and on the basis of the difficult path which humanity has had to travel and which it is far from completing" (1994: 225).

El significat que aporten les coses i la convicció que constitueix un sistema o llenguatge requereix que ens detinguem en les aportacions teòriques que estableixen lligams entre les diverses capacitats humanes per relacionar-se amb l'entorn i aquelles perspectives que han destacat el valor social i cultural de les coses en la construcció dels nostres medis quotidians. Per això a partir del capítol quart s'estudien les aportacions i models semiòtics aplicats al disseny de les coses que he considerat més importants en relació al treball que desenvolupa aquesta tesi. Unes aportacions de diferents àmbits que ens ajudaran a entendre com els objectius teòrics i pràctics del disseny han de transcórrer des dels aspectes formals i funcionals a aquells altres que posin en valor i facin participar els aspectes conceptuals i significatius de les coses. En aquest sentit s'han revisat propostes que incideixen en els aspectes significatius i comunicatius de les coses des de l'àmbit de la percepció, de la categorització i d'estructuració dels sistemes conceptuals.

En la seva reflexió filosòfica sobre la repercussió actual de les arts productives Buchanan afirma que la comunicació és, probablement, un dels temes centrals i recurrent dels estudis del disseny i que aquest aspecte influeix notablement en la nostra comprensió de tots els objectes fets per l'ús humà. Per això considera que els processos creatius del disseny: "represents a blending of modes of communication, a synthesis of images, words, and artifacts, and a blending of actions, environments, and systems of use that are both physical and cultural" (2001: 194). Una concepció relacional del disseny que elabora i transmet un sistema que configura l'activitat humana com un tot significatiu.

3. LA REALITZACIÓ SOCIAL DEL DISSENY.

3.1. RELLEVÀNCIA DE LES RELACIONS FUNCIONALS I FORMALS DEL DISSENY.

3.1.1. L'IMPERATIU FORMAL I FUNCIONAL DE LA MECANITZACIÓ.

Un dels principals efectes que va generar la revolució industrial va ser estendre la idea que gràcies a la fabricació massiva de béns i productes es podria aconseguir una millora de les condicions de vida dels individus i el consegüent progrés social de les comunitats. La fabricació de productes a gran escala va propiciar una generalització del consum. A més, un seguit d'institucions socials varen dipositar les seves esperances i esforços en el desenvolupament productiu i tecnològic alhora de procurar una millora de la qualitat de vida de tota la comunitat (Giedion, 1978; Maldonado, 1993; De Fusco, 2005).

Aquesta concepció dels models productius va capgirar la manera d'entendre el disseny i la seva praxis i va afectar directament a la seva delimitació disciplinària que va quedar circumscrita als requeriments i necessitats de la producció en sèrie. Els dissenyadors de la revolució industrial projectaven models en funció de les demandes dels enginyers i empresaris, anticipant-se a la reproducció industrial d'objectes que ells havien desenvolupat i manufacturat artesanalment. La demanda continua de nous models industrials i les especificitats productives determinaren que els dissenyadors, com responsables de generar els conceptes formals dels productes, es limitaren a copiar estils històrics o a redissenyar models d'èxit. La prevalença dels interessos industrials en la generació de models, per sobre de les pròpies tradicions formals i culturals, i la manca d'entesa i participació dels dissenyadors en el context productiu va generar un reguitzell de productes que, sense tenir en compte els més mínims criteris estètics, varen envair les llars de la primera meitat del segle XIX (Campi, 1987; Heskett, 2005). Les màquines varen substituir, amb les seves possibilitats i requeriments, la pràctica del disseny, distanciant la responsabilitat entre la creació i control d'un producte i la seva fabricació, allò que segons Forty (1986) va contribuir al deteriorament de la

pràctica del disseny i a la consegüent qualitat dels objectes. Malgrat els processos que imposaren aquestes dinàmiques, els dissenyadors van influir directament en l'estètica domèstica de les societats de l'època sense ser-ne conscients i la seva tasca va contribuir activament a definir i configurar la cultura material d'aquest període d'expansió industrial. La crítica del disseny, gràcies a la perspectiva històrica, considera que hi ha una gran diferència entre el que els dissenyadors creien que feien i el que varen fer en realitat.

Un dels primers punts d'inflexió d'aquesta tendència el trobarem a la *Great Exhibition* de Londres de 1851⁵, un gran esdeveniment social que va propiciar la primera gran denúncia dels deplorables efectes estètics que la mecanització estava induint en la producció britànica i en el gust de la societat en general. L'exposició, en la que es varen registrà uns catorze mil expositors i hi acudiren uns sis milions de visitants durant un any, s'ha considerat com la primera gran mostra de la decadència formal del segle XIX (Campi, 1987). Henry Cole, impulsor de la mostra, volia evidenciar la decadència formal de la producció continental i alhora promoure un canvi d'orientació dels criteris estètics i culturals que s'havien erigit com a principis rectoris del disseny industrial. Calia partir d'unes bases no sotmeses als criteris productius i cercar altres punts de vista (Maldonado, 1993). La clau l'aportaren els expositors nord-americans que oferien un conjunt de productes que principalment transmetien confort i adequació als objectius d'ús (Dorfles, 2001). Uns objectes que reflectien, sobretot, les millores industrials introduïdes per l'estandardització de components que, a la vegada, afavoria la implantació de la fabricació seriada de productes. Cole va crear l'expressió *art manufacturer* per referir-se a allò que avui en dia podríem considerar com la tasca específica del dissenyador: promoure objectes senzills per la vida quotidiana. L'autor promovia, a través del *Journal of Design and Manufactures*, la idoneïtat d'aplicar criteris de funcionalitat⁶ alhora de projectar els objectes in-

⁵ El pavelló d'exposicions projectat per Joseph Paxton per l'ocasió, el Crystal Palace, va representar la principal aportació de les possibilitats i avenços industrials. La construcció, de factura funcional, es va erigir en exemple de com alliberar-se del llenguatge historicista de l'època.

⁶ L'interès de H. Cole per la funcionalitat bàsica dels objectes es relaciona conceptualment amb l'utilitarisme filosòfic i econòmic del seu contemporani J. Stuart Mill. Aquesta connexió conceptual constitueix, per De Fusco (2005), un del eixos de partida de la cultura del disseny.

dustrials i aplicant una metodologia que prioritza la simplificació de les coses a través d'una reducció geomètrica de les formes. Una metodologia que De Fusco (2005) defineix com estructuralista per tractar les coses com un sistema de parts coordinades i, també, pel fet d'analitzar les seves variants com a models.

Uns anys més tard el moviment historicista de l'*Arts and Crafts*⁷, amb altres interessos, intenta recuperar el valor estètic en la configuració dels objectes però prioritza els components artesanals per sobre dels mecanitzats. El projecte ideològic que promou el moviment cerca la conciliació del paper de l'artesà i del dissenyador com la manera d'assegurar la qualitat de les coses gràcies a la convergència dels conceptes d'utilitat i bellesa. Per Morris els dissenyadors han de conjugar i unir aquestes vessants generadores de satisfacció i traslladar-les als objectes per compartir-ho amb la resta d'individus i beneficiar a la comunitat (Campi, 1987; Norman, 2005). Des d'aquest punt de vista, la tasca dels dissenyadors no s'ha de limitar a configurar objectes sinó que, atesa la seva repercussió, ha d'estar compromesa socialment i anar més enllà participant activament en la formació cultural dels individus. L'anàlisi que fa Morris de les conseqüències socials derivades de la industrialització estableixen, per a Selle, les bases que articulen una concepció filosòfica i social del disseny i, en concret, considera que en el propi moviment anglès s'assenten els fonaments de: "la historia política de la teoría del diseño" (1975: 70).

3.1.2. FUNCIO I RAÓ DE SER DEL DISSENY.

A principis del segle XX un gran corpus d'idees, nascudes sota principis racionalistes i agrupades sota el terme "funcionalisme", varen articular una concepció del disseny que va permetre integrar la disciplina en l'anomenat Moviment Modern. A finals del segle XIX el concepte de Sullivan⁸ sintetitzat

⁷ Williams Morris fou el màxim representant del moviment anglès d'*Arts and Crafts*, juntament amb Augustus W. Pugin i el teòric de l'art i filòsof John Ruskin. El principis socialitzadors i democratitzadors del moviment varen exercir una gran influència en els cercles intel·lectuals de l'època.

⁸ L'any 1896, en un text titulat "The Tall Office Building Artistically Considered", l'arquitecte nord-americà Louis Sullivan va escriure: "It is the pervading law of all things organic, and inorganic, of all things physical and metaphysical, of all things human and all things super-human, of all true manifestations of the head, of the heart, of the soul, that life is recognisable in its expression, that form ever follows function. This is the law". (Sullivan en Heskett, 2002). La teoria de l'evolució de

per la coneguda màxima "la forma segueix la funció" es va convertir en un dels principis rectors de l'arquitectura i en part essencial del vocabulari del disseny: la funció que havien de desenvolupar les coses constituïa l'eix director per materialitzar-les. La funció, però, va ser interpretada en termes d'utilitat directa, i aquesta limitació conceptual del seu abast va restringir l'aplicació dels principis funcionalistes: les coses havien de fer-se d'acord amb el seu ús final. Una concepció que s'oposava als excessos de l'ornament dels períodes anteriors però que també exclouïa el contingut de l'expressió formal de les coses que gràcies a les associacions significatives i relacionals els individus anaven adoptant culturalment. Per a Bürdek aquesta idea restrictiva de funció no es correspon amb el posicionament més integral de Sullivan qui originalment contemplava la importància de l'aspecte comunicatiu de les coses: "Cada objeto de la naturaleza posee una forma, un aspecto exterior, que nos indica su significado y que lo distingue de nosotros mismos y del resto de los objetos" (Sullivan en Bürdek, 1994: 54-55).

La proliferació de pautes decoratives recarregades, tant característiques del segle XIX, s'estén pel continent i la seva radicalització es manifesta amb el rebuig que fa patent l'article de 1908 "L'ornament i el delictes" d'Adolf Loos⁹. En aquest cèlebre article s'estableixen uns determinats nexes de correspondència entre el progrés de la civilització, la seva evolució cultural i social, i l'eliminació d'ornaments en els articles d'ús quotidià. Idees que situen l'aspecte funcional de les coses com un dels valors que impulsen les civilitzacions modernes. El gust pels guarniments es relega i assigna a nivells socials poc cultivats (Vitta, 1996). Per lluitar contra aquests aspectes classistes de la societat, Muthesius va proposar una racionalització productiva, fonamentalment normativa i tipificada. Les seves tesis contribuïren a fundar la Deutscher Werkbund¹⁰, primera associació d'artistes i empresaris que integrant

Darwin, amb l'èmfasi de la idea que les formes animals havien evolucionat en resposta al seu entorn per millorar la seva supervivència, va capgirar el pensament de l'època.

⁹ "L'ornamentació és una força de treball malversada i, per tant, és salut malgastada. Sempre ha estat així. Però això avui significa també material malgastat i, en definitiva, capital malversat" (Loos en Campi, 1987: 68).

¹⁰ La Werkbund va arribar a comptar fins a tres mil membres i va constituir un centre de confluència i de reflexió entre el món artístic-cultural i el comercial-productiu (Maldonado, 1993).

art i producció procurava la racionalització de les tasques productives orientant-les cap al servei de millora de les condicions socials i culturals de la col·lectivitat (Banham, 1985; Campi, 1987).

Els principis que regien l'associació van propiciar la fructífera relació entre Peter Behrens¹¹ i l'AEG. Relació que ha transcendit històricament per constituir un dels primers casos en què la convergència tècnica i formal en els processos industrials va tenir una ampla difusió social. Des del plantejament de Behrens els nous productes s'havien de recolzar en l'arquitectura i el disseny clàssic però prescindint dels referents decoratius. D'aquesta manera, i en contrast al repertori d'estils del segle XIX, es podien produir formes netes i geomètriques en concordança a la formalització mecànica dels productes. Per tant, el disseny industrial necessitava uns valors expressius i simbòlics que podia obtenir a través de la simplificació i regularització formal dels components constitutius dels productes (De Fusco, 2005). L'ideal de l'època, vinculant tècnica i producció amb una determinada expressió formal, el recull Maldonado amb paraules de Behrens: "La técnica... adquiere valor y significado cuando se la reconoce como el medio más adecuado de una cultura... una cultura madura habla solamente con el lenguaje del arte" (1993: 38).

Durant els primers anys del segle XX les dues tendències, decorativista i funcionalista, emfatitzaran el seu caràcter continuista amb la tradició i s'erigiran, a la vegada, com a representatives de la contemporaneïtat. Però els moviments de les avantguardes artístiques de principis de segle acceleraran les transformacions socials i culturals, facilitant l'emergència d'unes tendències de disseny que, en el període d'entreguerres, es varen caracteritzar per explorar creativament la simplicitat. Com recull i sintetitza Heskett (1985),

¹¹ Peter Behrens ha estat considerat com el primer dissenyador industrial modern. És valorat per ésser pioner en la integració del disseny, tan a nivell tècnic com artístic, en la producció en sèrie, com per la seva concepció holística de la disciplina sent un dels primers en adoptar la unitat estilística productiva (gràfica, publicitat, arquitectura, identitat corporativa...) per posicionar una marca industrial.

intel·lectuals de diferents disciplines com Theo van Doesburg, teòric holandès i membre fundador del grup *De Stijl*¹², Walter Gropius director de l'escola Bauhaus a Alemanya i Le Corbusier arquitecte francès, desenvolupen, des dels seus diversos posicionaments ideològics, un seguit de propostes formals que reivindiquen les estructures geomètriques com les figures més adients per a la mecanització: "Los tres desarrollaron un repertorio de formas geométricas abstractas que eran supuestamente más adecuadas para los procesos de producción industrial estandarizada" (2005: 38). Amb la finalitat comuna de transcendir el passat i amb la intenció de crear una nova cultura material intentaren aprofitar els recursos i avantatges que oferia el progrés industrial per adaptar els productes a les necessitats contextuais de l'home modern. Com, per exemple, la concepció integral de l'entorn humà que desenvolupa la pràctica neoplasticista que mostra la funcionalitat de les coses suprimint els signes superflus. O la capacitat transformadora de la societat que Le Corbusier assigna a la participació del disseny en la indústria, definint la utilitat de les coses com el resultat d'un procés productiu que es va perfeccionant gràcies a la contenció conceptual i formal¹³. Però fou l'avantguarda russa la que es va proposar trencar, realment, amb la tradició burgesa del passat, emprant el disseny com una eina tècnica i productiva que estava al servei de la societat per transformar-la (Giedion, 1978; Banham, 1985). L'abstracció formal que pregonaven els diversos moviments artístics i culturals soviètics es va utilitzar com un llenguatge, nou, que facultava la transformació social. L'experimentació de nous objectes, recolzant-se en les necessitats dels individus, permetia participar activament de la revolució social i cultural mitjançant la formalització de propostes que volien promoure canvis en la manera d'entendre la vida quotidiana (Selle, 1973; Aicher, 1994).

¹² Nom de la revista que difonia les idees d'un grup de dissenyadors, artistes i arquitectes que tenien com a màxima de pensament l'abstracció per crear l'entorn humà. L'estètica del grup, també anomenat neoplasticisme, es caracteritzà per un reduccionisme estilístic basat en l'ús de tonalitats i geometries bàsiques. La simplificació de recursos, aplicació de colors purs i de línies i plans per delimitar volums, definir funcions i assignar espais va permetre i facilitar la coherència creativa que podem reconèixer en els diferents àmbits creatius en que varen intervenir.

¹³ Le Corbusier es refereix a les necessitats utilitàries dels objectes al seu text de 1925 "*L'art decoratif d'aujourd'hui*" en els següents termes: "Con el tiempo, la industria produce objetos de funcionalidad y utilidad perfectas, cuyo auténtico lujo... emana de la elegancia de la concepción, de la simplicidad de la ejecución y de la eficacia de sus prestaciones..." (De Fusco, 2005: 218).

Al mateix temps que les avantguardes continentals exploraven com situar a l'individu en els progressius canvis dels contextos socials i culturals, els avenços graduals de les tècniques de producció en sèrie anaven ampliant i desenvolupant les capacitats representatives de les manufactures. Per a una part important de la indústria de l'època un dels principals valors afegits que oferien els productes era la representativitat formal i estilística d'allò que significaven o havien significat anteriorment les coses. La capacitat industrial per reproduir formes ornamentades i volums, de certa complexitat, va dominar l'estil productiu dels objectes manufacturats que la indústria va posar a l'abast dels diferents estaments socials.

Serà la Bauhaus¹⁴ qui, difonent la capacitat del disseny per transmetre la utilitat social i cultural de les coses, aconseguirà comunicar l'orientació pragmàtica de les produccions visuals, d'objectes i espacials. La concepció programàtica del disseny que la Bauhaus va aplicar li va permetre compartir la concepció social del disseny amb altres corrents contemporànies. Entre els principis que varen orientar la Bauhaus podrem trobar referents que formaren part dels programes de pràcticament totes les tendències avantguardistes de principis del segle XX que reaccionaren a la decadent burgesia noucentista (Whitford, 1991). L'aportació de canvis que podien oferir les coses per transformar les classes socials varen orientar els projectes de l'Escola sota criteris de racionalitat i d'utilitat. A partir de l'anàlisi de les característiques dels materials i de les formes els objectes assolien característiques funcionals gràcies al tractament i ús de la pròpia tècnica (Löbach, 1981; Campi, 1987; Lupton i Miller, 2002). Però la manca d'interrelació significativa entre productes i usuaris va derivar en que només uns pocs dels seus dissenys arribessin a la gent. La majoria de les seves produccions no gaudiren de comprensió social i varen ser tractades amb menyspreu i hostilitat. No obstant, l'aplicació d'un programa racionalitzat es va anar manifestat amb un estil objectiu, orientat cap a l'ús de les coses, que promovia el valor propi i intrínsec de les coses:

¹⁴ D'entre l'extensa bibliografia referent a la Bauhaus cal considerar l'edició castellana de 2000 de l'editorial Könemann que recull acuradament una àmplia informació de l'Escola i, a més, presenta un gran recopilació de material gràfic, parcialment inèdit.

la sencillez, el carácter discreto y la utilidad constituyen las informaciones dominantes de los productos correspondientes a las formas de un standard social al que aspira tanto en el ambiente público como en el privado, y que ya no supone privilegización ni discriminación alguna (Selle, 1973: 127).

Les propostes que, des de la nostra perspectiva, foren més representatives no suposaren, en cap cas, una transformació qualitativa de la producció industrial en el context alemany de l'època. Però si volem comprendre el llegat conceptual i la incidència social i cultural del conjunt de l'obra de la Bauhaus cal situar els seus resultats en el context històric adequat i, com afirma Selle, intentar comprendre'ls com el relat que ens han llegat de l'"aplicación social de un pensamiento figurativo de carácter utópico" (1973: 128).

3.1.3. DIALÈCTICA PRODUCTIVA ENTRE FORMA I FUNCIÓ.

La manera d'enfocar la superació de les crisis bèl·liques del primer terç del segle XX i la reactivació del teixit productiu configuraran uns nous models econòmics, socials i culturals que derivaran en maneres força diferents d'entendre el disseny. Mentre que pels europeus la difusió de la cultura de l'objecte i la seva popularització implicava un compromís de millora de la societat, pels americans era la pròpia societat la que configurava la cultura material i el disseny responia, com activitat productiva, satisfent les demandes de la comunitat (Vitta, 1996; Dorfler, 2001). Al llarg de les dècades dels quaranta i cinquanta la progressiva generalització del consum i la prevalença dels criteris que aquest imposa il·lustrarà molt bé el triomf de la societat de consum nord-americana. Un nou paradigma que incidirà significativament en l'entramat empresarial i en la seva concepció de la rendibilitat de la producció industrialitzada. Aquest model, bàsicament fonamentat en el creixement econòmic, acabarà implementant un sistema que propiciarà el consum generalitzat de productes. Un nou esquema productiu que girarà a l'entorn del mercat i que prendrà embranzida recolzant-se en recursos publicitaris per emfatitzar les capacitats comunicatives dels objectes. El sistema es va estendre amb rapidesa en una societat cada vegada més dependent del progrés industrial i més influenciada per la difusió i a la popularització que d'ella mateixa en feien els mitjans de comunicació. Però les repercussions socials

i culturals d'aquesta implantació varen tornar a propiciar debats intel·lectuals i acadèmics sobre el rol que jugaven les coses i l'aportació significativa que els productes, com a sistema, ofereixen a la societat.

Com hereus de les tradicions racionalistes del disseny prendran força el moviment nord-americà anomenat *good design* i la proposta alemanya, nascuda de l'àmbit pedagògic, anomenada *Die gute Form*. Tots dos s'erigiran com moviments continuadors i representatius del funcionalisme i sorgiran per posicionar-se contra l'*styling* imperant en la societat nord-americana. Un moviment que deriva de la formalització estètica que l'estandardització i el sistema de producció en sèrie varen demanar al disseny de productes.

Els principis rectora *Die gute Form* es varen desenvolupar a la *Hochschule für Gestaltung* d'Ulm¹⁵, hereva de la Bauhaus, i la seva implantació en els processos de disseny varen liderar la cultura formal de la indústria europea en el període d'expansió posterior a la Segona Guerra Mundial. Els objectius generals que havien de regir el disseny, també compartits àmpliament pel *good design* nord-americà, els va definir Max Bill¹⁶ de la següent manera: "formes vinculades a la qualitat i a la funció de l'objecte, formes honestes, no invencions a fi d'incrementar les vendes de productes, de caràcter estable i no sotmeses a la moda" (Bill en Campi, 1987: 135). Per a Maldonado¹⁷ (1977), el programa que orienta la docència d'Ulm constitueix un plantejament dinàmic del disseny fonamentat en la relació significativa entre forma i funció per a què col·laborin mútuament en la definició de les coses. Però tot i ser considerada per la crítica del disseny com una tendència més formalista que no pas transformadora, ateses les seves realitzacions, si que se li atribueix el mèrit d'assignar un paper significatiu a la configuració dels productes i de vincular la seva formalització amb la qualitat i a la funció de les coses.

¹⁵ La *Hochschule für Gestaltung* d'Ulm fou inaugurada oficialment l'any 1955 i va perviure fins l'any 1968. Veure els capítols que Bernhard E. Bürdek (1994) li dedica al seu llibre *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial* o la monografia de Herbert Lindinger, *Ulm design: the morality of objects*.

¹⁶ Max Bill, graduat de la Bauhaus, va ser un dels fundadors de l'Escola i el seu primer director.

¹⁷ Tomás Maldonado, artista, dissenyador, teòric i pedagog del disseny, va substituir a Max Bill, a 1956, com a rector de la Hochschule für Gestaltung d'Ulm. Un any més tard va introduir la semi-òtica en els estudis de disseny.

L'estreta relació de l'Escola amb el teixit industrial alemany va permetre integrar, en l'activitat pràctica de la producció en sèrie, l'aplicació d'un nou llenguatge formal que intentava ser la resposta, adequada, als nous valors socioculturals que impulsava el creixement econòmic (Bonsiepe, 1978; Lindinger, 1990; Bürdek, 1994). Relació, aquesta, que en tot moment l'Escola orientava d'acord amb el seu programari i que estava presidida per la idea, compartida pels moviments avantguardistes del segle XX, d'un exercici del disseny responsable amb les transformacions socials:

la HfG hace suya la tesis según la cual el proyectista, aun trabajando para la industria, ha de continuar asumiendo sus responsabilidades frente a la sociedad. En ninguna circunstancia sus obligaciones para con la industria podrán anteponerse a sus obligaciones con la sociedad (Maldonado, 1977: 70).

A la vegada, els dissenyadors que varen impulsar l'*styling* en la dècada dels anys trenta cercaven una millora efectiva del producte i, com a principals mediadors entre els interessos de la indústria i els del públic, varen centrar els seus objectius en conjugar la funcionalitat dels productes i la seva formalització estètica. Però la informació que guiava a les empreses, orientada per les vendes i les enquestes de mercat, demostrava que els consumidors valoraven molt la imatge que oferien els productes i que, a més, el seu aspecte constituïa una de les principals motivacions de compra. Aquesta serà una de les raons fonamentals que emprarà l'*styling* per acabar imposant l'estetització del disseny dels objectes com el criteri comercial a prioritzar, per sobre dels criteris funcionals de la racionalització¹⁸ (Dorfles, 2001; De Fusco, 2005). Quan Raymond Loewy, un dels màxims exponents de l'*styling*, llença l'eslògan "el lleig no ven" expressava la necessitat d'incorporar valors estètics en el disseny de productes per tal d'atendre a les demandes de la societat i afavorir l'economia productiva.

Una manera de concebre i planificar els objectes per materialitzar-los com un conjunt de convencions formals que emetien missatges que podien ser interpretats i reconeguts pels consumidors.

¹⁸ "No s'ha de creure que el redisseny es limités sempre a un simple maquillatge dels productes, [...] En moltíssims casos [...] s'investigaven aquelles formes que permetien facilitat de muntatge, economia de costos, seguretat per a l'usuari, etc." (Campi, 1987: 123).

Es referencien, d'aquesta manera, les aspiracions, expectatives i desitjos dels usuaris. Ens trobem que per primera vegada es generalitza el consum d'un fenomen productiu pel valor simbòlic que se li assigna, gràcies al qual, els individus llegeixen i reconeixen les coses com els elements conformadors i determinants dels seus estils de vida:

L'styling se convertía así en un instrumento de resemantización del objeto realizada no sólo desde arriba –desde el estudio del diseñador y de la agencia de publicidad-, sino también desde abajo, desde el ánimo del consumidor verificado con métodos de indagación cada vez más afinados (Mena en De Fusco, 2005: 248).

Però la marxa i desenvolupament d'un sistema d'economia de mercat fonamentat en l'estètica dels productes exigia una renovació constant de productes. El disseny va erigir-se com un dels principals actors del sistema, materialitzant els canvis formals demandats als productes, enlloc d'afavorir la millora de les coses mitjançant la incorporació de prestacions. Com reflexiona Maldonado, es va crear un sistema que renovava les coses artificialment, sense cap tipus d'aportació significativa i que no canviava, essencialment, res. Un model d'excessos productius que, sense tenir en compte la utilitat de les coses, va saturar la societat amb una oferta homogènia de productes: "deprimentes i desconcertantes" (1977: 74).

Contemporàniament, el *good design* als Estats Units era entès com una forma d'exercir la projecció d'objectes compromesa, principalment, amb la qualitat de la producció. El moviment se sustentava en les tradicions racionalistes que varen aportar els intel·lectuals europeus foragitats per la Segona Guerra Mundial. Una mateixa matriu teòrica del disseny que es va exercir aplicant criteris semblants als que es varen desenvolupar al continent: simplicitat, mesura i coherència formal per eixamplar la funcionalitat de les coses i dotar-les d'un conjunt de valors intrínsecs transmissors d'unitat (Forty, 1986; Campi, 1987). Alhora de posicionar-se, i establir diferències amb la praxi que domina la professió del moment, el moviment presenta el conjunt d'avantatges que poden afavorir a la indústria si s'adopten aquests criteris: "good industrial design is a silent salesman, an unwritten advertisement, an unspoken radio or television commercial, contributing not

merely increased efficiency and a more pleasing appearance to their products but also assurance and confidence" (Dreyfuss, 2003: 19). Un disseny, de qualitat, que oferia una capacitat d'influència cultural i social que podia aprofitar el teixit empresarial: "producing a good design he is affecting the lives of millions of people. And if he designs enough things in good taste, he brings better living and greater satisfaction" (Dreyfuss, 2003: 25).

Però la dinàmica econòmica i productiva que imposava el moment no va facilitar que el moviment assolís una gran implantació. Els seus principals clients i impulsors, a l'igual que va succeir amb *Die gute Form* europea, foren les elits econòmiques emergents que empraren el valor afegit que aportava el disseny per distingir-se de la generalització que imposaven els productes de consum. Tots dos moviments foren el nucli de l'etiquetat com "estil internacional" que va difondre's gràcies, sobre tot, al desenvolupament de productes de grans empreses europees, com Brau i Ollivetti, i multinacionals americanes com Knoll o IBM.

3.2. LES RELACIONS COMUNICATIVES DEL DISSENY.

A partir de la segona mitat del segle XX es produeix un augment progressiu de la producció industrial que repercuteix en la praxi del disseny, tant en els objectius de la disciplina com en la configuració dels productes. Una evolució que respon a l'adaptació de la disciplina als progressos i novetats que introdueixen les noves tecnologies dels materials. Des de finals dels anys trenta la creació de nous materials, a més de la transformació dels existents, i seva implementació en el teixit productiu va eixamplar les possibilitats de configuració formal dels productes i millorar, a la vegada, les prestacions que oferien les coses.

Paral·lelament els objectius i finalitats del disseny varen sucumbir a l'explosió del fenomen consumista. La difusió i popularització de la idea del *lifestyle*, entre les noves classes mitjanes, arrela a les societats occidentals i impulsa el consum de masses. Com relata Bocoock (1995) l'augment de recursos de les classes acomodades genera un canvi en les seves preocupacions i prioritats i això deriva en un transvasament del consum. El mercat es trasllada dels productes bàsics, tradicionalment lligats a satisfer les necessitats, a una

forma de consum relacionada amb l'estatus i el significat simbòlic del producte. El consum, el propi fet de comprar, evoluciona des d'una activitat purament "estructural" de la vida quotidiana a una activitat d'espectre significatiu amb incidència social i cultural (Dorfles, 1962) . Una nova manera de satisfer les nostres necessitats a través de les utilitats significatives dels productes. Com ja recull Walter Benjamin a *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, de 1936:

acercar espacial y humanamente las cosas es una aspiración de las masas actuales tan apasionada como su tendencia a superar la singularidad de cada dato acogiendo su reproducción. Cada día cobra una vigencia más irrecusable la necesidad de adueñarse de los objetos en la más próxima de las cercanías, en la imagen, más bien en la copia, en la reproducción (Benjamin, 1973: 24).

El consum afectarà de ple al desenvolupament de la cultura moderna i propiciarà una revolució¹⁹ que modificarà tant les tradicionals maneres de relacionar-se socialment com les perspectives individuals de valoració de les coses. A l'activitat de comprar, el consum afegeix l'abast significatiu de les coses com: "una manera de describir la utilización de productos (tanto bienes materiales como servicios) para satisfacer nuestros deseos y necesidades" (Press i Cooper, 2009:26).

La interrelació entre el fenomen del consum i la comunicació i la repercussió en l'anomenada cultura de masses²⁰ despertarà, a partir de la dècada dels seixanta, l'interès de la sociologia i l'antropologia. Aquesta mateixa interrelació, presidida per aspectes comunicatius, dotarà al disseny de la capacitat de transformació i modificació d'hàbits socials i de pautes culturals. Paradoxalment, aquesta capacitat advindrà de la seva participació activa en la

¹⁹ Com ja recollia Benjamin a l'assaig *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*: "la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones pone su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepetible. Y confiere actualidad a lo reproducido al permitirle salir, desde su situación respectiva, al encuentro de cada destinatario. Ambos procesos conducen a una fuerte conmoción de lo transmitido, a una conmoción de la tradición, que es el reverso de la actual crisis y de la renovación de la humanidad" (1973:22).

²⁰ Des dels posicionaments desenvolupats a l'Escola de Frankfurt, Adorno i Horkheimer critiquen els aspectes uniformitzadors i alienadors de la cultura de masses, on els productes es banalitzen per tal d'arribar al màxim de consumidors possibles i on els individus assumeixen el paper de receptors passius. Veure capítol "La Industria Cultural: la Ilustración como engaño de las masas", al text *Dialéctica de la Ilustración*.

construcció d'una societat, fonamentada en principis consumistes, individuals i col·lectius, totalment oposats als objectius que, per les avantguardes, havia de procurar i perseguir el disseny:

L'iperbole del consumo diede finalmente al design lo statuto sociale richiesto dalle avanguardie. Ma il successo fu pagato a caro prezzo: l'emancipazione delle masse dalla penuria non ne ha elevato il livello culturale; al contrario, ne ha intorbidato la coscienza e prodotto l'asservimento (Vitta, 1996: 123).

3.2.1. EL SISTEMA SEMIOLÒGIC QUE CONFIGUREN LES COSES.

Els sociòlegs francesos, Roland Barthes i Jean Baudrillard, varen iniciar les seves investigacions al voltant de les relacions entre la comunicació i el consum de masses utilitzant metodologies estructuralistes²¹. Un dels aspectes centrals de la seva anàlisi fou determinar la capacitat d'influència i transformació social i cultural del producte a través de la significació. Barthes a *Mythologies*, de 1957, va analitzar els fenòmens que estimulen les activitats consumistes de les societats occidentals, el significat que els productes van assolint en la configuració de la cultura de masses i el paper que en aquest entramat exerceixen els mitjans de comunicació i la publicitat. Sota la consideració general que aquests fenòmens impliquen i contenen un significat, concep l'entramat d'activitats humanes com un conjunt de diferents sistemes de comunicació transmissors de missatges: "El mito es un habla... Por eso todos los materiales del mito, sean representativos o gráficos, presuponen una conciencia significativa que puede razonar sobre ellos independientemente de su materia." (1980: 118-119). Aquest posicionament li permet fer extensiu a tot element significatiu el corresponent valor informatiu. Les coses, imatges i comportaments que configuren i s'esdevenen en la nostra vida quotidiana ens poden aportar, per tant, informació contextual per entendre els elements constitutius de la societat i de la cultura.

Barthes considera important distingir el que comuniquen les coses del seu significat: "significar quiere decir que los objetos no transmiten solamente informaciones, sino también sistemas estructurados de signos, es decir,

²¹ Fonamentades principalment en el "Cours de linguistique générale" de F. de Saussure, de 1916. Les metodologies estructuralistes s'emmarquen en la corrent generativa de la semiòtica que juntament amb les aportacions de Saussure han desenvolupat, principalment, Hjelmslev i Greimas.

esencialmente sistemas de diferencias, oposiciones y contrastes" (1993: 246). A més, no sols els objectes i les imatges que formen el món que ens envolta tenen una significació bàsica, predeterminada o per configurar, sinó que també contenen un significat que va més enllà de la seva presentació i que complementa la funció psicològica i social dels objectes: "el objeto sirve efectivamente para alguna cosa, pero sirve también para comunicar informaciones; todo esto podríamos resumirlo en una frase diciendo que siempre hay un sentido que desborda el uso del objeto" (1993: 247-248).

Barthes va aplicar el model semiològic²² estructuralista per analitzar la significació de les coses perquè considerava que, sent una ciència de les formes lingüístiques, ens brindava la possibilitat d'estudiar les significacions de les coses amb independència del seu contingut i, perquè, com altres ciències que analitzen el sentit dels valors formals, no és limitava a "encontrar el hecho sino que lo definen y lo exploran como un *equivalente a*" (1980: 119). Per a l'autor la diferència entre el llenguatge comú i aquell que deriva d'un sistema semiològic consisteix en el diferent nombre d'elements que participen en el contingut significatiu. En la formalització i representació del signe s'hi troba el conjunt significatiu del propi sistema com a llenguatge, és a dir, la correlació entre significat i significat que representa el signe pels individus. Per tant, els objectes, considerats com un llenguatge, constitueixen una unitat dialèctica en que els elements i característiques distintives formen un sistema sintagmàtic, un conjunt de signes que adquireixen plenament el seu sentit en funció del context.

Sota aquesta perspectiva, la funció comunicativa dels objectes, entesa com una unitat explicativa, ve determinada pels múltiples i constants processos d'interrelació en que aquests participen²³. Per tant, la competència de la seva significació es fa extensiva a la concepció, producció i consum social del producte. L'objecte passa de desenvolupar un rol anecdòtic i passiu en la nostra vida per adquirir un paper actiu en la transformació del nostre

²² En aquesta primera part utilitzarem la divisió acadèmica tradicional que assigna a la semiologia un origen lingüístic i a la semiòtica unes arrels pragmatistes.

²³ Veure "Palillos" a *El imperio de los signos*. Barthes (2007).

entorn. Les coses s'erigeixen com fenòmens que intervenen en la transfiguració dels models socials i presideixen i coordinen les accions dels individus i les seves estratègies vivencials (Baudrillard, 1984).

Seguint els plantejaments metodològics de la teoria semiològica, Baudrillard realitza una anàlisi sociològica del consum considerant-lo com una entitat amb capacitat manipuladora. En la seva tesi doctoral, *El sistema de los objetos*, Baudrillard ens presenta el consum com una pràctica d'abast general i sense limitacions que, depassant els seus elements constitutius, envaeix comunicativament la societat. Per a ell, és aquest tipus de relació consumista la que vincula l'articulació de la nostra vida quotidiana a partir del valor significatiu de: "todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente"(2010a: 210). Per tant, el consum genera un sistema significatiu, un sistema interdependent i integrat per les relacions que s'estableixen entre individus i objectes. Sistema en el que l'autor diferencia, en una primera ordenació, entre el valor simbòlic i el valor sígnic dels objectes. El valor simbòlic relacionat directament amb el valor d'ús de les coses, considerant que aquestes actuen com a orientadores dels fets i de les activitats que habitualment adopten els individus, és a dir, un valor simbòlic que és representatiu d'un valor d'ús de les coses (Muñoz, 2005). I un valor sígnic que adquireix el seu contingut en el moment en que s'integra sígnicament en el propi sistema i que, segons Baudrillard (2010b)²⁴, ens proporciona informació d'una relació de consum, essencialment arbitrària, al no presentar-nos una correspondència concreta amb una relació i/o activitat humana.

El disseny participa en la construcció dels diferents entorns socials a través de la seva integració en el sistema productiu que impulsa el consum i defineix el valor sígnic de les coses. És el productor de missatges i d'interrelacions entre l'individu i l'objecte en un entorn dominat per un procés comunicatiu. Serà el consum, concebut per Veblen com una institució regida per la significació i estratificació jeràrquica de societat, qui relacionarà el valor sígnic amb el valor de canvi de l'objecte:

²⁴ Baudrillard realitza una anàlisi del signe, immers en les relacions consumistes, emprant la distinció marxista del valor d'ús i de intercanvi dels productes.

el diseño y las disciplinas del medio pueden ser considerados como una de las ramas de la comunicación colectiva... El diseño es la imposición a todos los niveles de los modelos y prácticas operacionales de este valor de cambio signo (2010: 246-247).

El valor significatiu que les coses tenen pels individus és, per a l'autor, el resultat d'un complex joc d'interferències entre les diferents xarxes de missatges que emeten els sistemes comunicatius. És per això que l'ús de l'objecte queda afectat per les valoracions i atribucions adjectives assignades culturalment i amb les quals se'l caracteritza dins de la societat. La seva utilitat o valor significatiu no quedarà restringida únicament al seu valor objectiu sinó que, amb el temps, s'eixamplarà fins a la totalitat dels efectes pràctics i concrets de l'objecte.

3.2.2. EL DISSENY COM A COMUNICACIÓ: INFORMACIÓ I SEMIÒTICA.

Podríem considerar que el disseny i la comunicació conflueixen d'una manera natural, a partir de la segona meitat del segle XX, gràcies a la pròpia concepció que de la disciplina van adquirint els dissenyadors. Sobretot, a mesura que van adonant-se de la interrelació entre la disciplina i el conjunt de canvis socials i culturals que es produeixen. La pràctica del disseny va ser capaç d'entendre, ja des dels primers moments, la importància de les capacitats comunicatives dels productes. Per això va incorporar ràpidament les aportacions teòriques i conceptuals de la semiòtica i de la teoria de la informació per complementar i ampliar les àrees d'investigació i acostar-se als diversos àmbits socials afectats.

Fou Moholy-Nagy, exiliat als Estats Units, qui alhora de fundar la New Bauhaus de Xicago²⁵, va fer un primer pas per incorporar la semiòtica a la programació docent de l'Escola al convidar al filòsof Charles W. Morris²⁶ a participar-hi. Seguint el model docent de la Universitat de Xicago, tots dos varen programar un conjunt de matèries que cercaven integrar l'art, la ciència

²⁵ La New Bauhaus de Chicago va ser la primera escola de disseny industrial dels Estats Units. El seu director, el constructivista hongarès László Moholy-Nagy fou professor de la forma a la Bauhaus a l'etapa en que la va dirigir Walter Gropius.

²⁶ El plantejament filosòfic de Morris s'emmarca en el pragmatisme, corrent de pensament de finals del segle XIX fundada per Charles S. Peirce i William James i està influït notablement pel positivisme lògic i pel conductisme.

i la tecnologia en la pràctica del disseny. Aquests objectius es varen plasmar en un pla d'estudis que incorporava matèries i metodologies de ciències físiques i biològiques i de les ciències socials i humanitats. A més, emprant com a base teòrica els *Fundamentos de la teoria de los signos*, de Morris, es varen planificar els cursos per a què els estudiants de disseny poguessin ampliar, sota una perspectiva filosòfica, la comprensió de l'activitat humana i els canvis que aportava contínuament la ciència. Com a pragmatista²⁷, Morris és conegut per la seva divisió analítica de la semiòtica en tres branques: la sintaxi, la semàntica i la pragmàtica. En la praxi docent de la New Bauhaus, Morris va destacar la significació de l'anàlisi de la dimensió pragmàtica de les coses i, sobretot, en la importància de tenir en compte a l'interpret de l'objecte o a la interpretació social i cultural que dels productes en fa la comunitat.

A l'altra banda de l'Atlàntic, a l'Escola alemanya d'Ulm, es formaven dissenyadors amb competències comunicatives per tal de dotar-los d'eines relacionals pel traspàs d'informació. L'observació dels canvis socials i culturals que s'estaven produint va despertar l'interès acadèmic per la comunicació i la teoria de la informació. Aquesta especial atenció va conduir a què Gui Bonsiepe i Tomás Maldonado incorporassin l'ensenyament de la semiòtica per proporcionar coneixements teòrics i conceptuals als dissenyadors, i dotar-los de metodologies per analitzar i avaluar correctament les imatges i els productes. Maldonado (1972) va ser el primer en crear un espai per l'estudi de la significació de les coses. Cercava aprofundir en la formació general dels estudiants i augmentar la validesa empírica de les creacions de productes aplicant metodologies que integraven solucions tècniques i formals de disseny. Bonsiepe (1975), per altra banda, va focalitzar les seves investigacions en les anàlisis semiòtiques de les característiques comunicatives dels productes. Sota una concepció unitària de la teoria del disseny, l'autor plantejava un món d'objectes i de signes que compartien una mateixa estructuració conceptual. A més, l'Escola contava amb un departament que intentava transferir els plantejaments de la teoria de la informació a la pràctica

²⁷ El filòsof i físic nord-americà Charles Sanders Peirce, contemporani de Saussure, està considerat com un dels pares de la semiòtica. La seva obra es diferencia de la de Saussure en què no s'ocupa tant del funcionament de llengua, sinó d'aspectes més generals, de com l'home coneix la realitat.

del disseny. Les anàlisis sobre estètica de Max Bense i la teoria de la informació d'Abraham A. Moles varen constituir les aportacions més significatives.

Bense, desenvoluparà, una teoria estètica "exacta" que relaciona matemàticament els conceptes d'ordre i de complexitat per fonamentar una anàlisi semiòtica de les coses. L'autor conjuga la teoria de la informació i l'estètica dels productes emprant les categories morrísianes i la divisió triàdica dels signes de Peirce per sistematitzar un model relacional entre el món i la consciència (Bense, 1971b). A partir d'aquest esquema va formular un posicionament estètic que havia de constituir el principal argument orientador del disseny: "la creació formal es la producció del orden" (Bürdek, 1994: 182). Mentre que Moles (1968), desenvolupa una teoria de la informació que relaciona estètica i comunicació. A través de l'anàlisi de la percepció va proposar una comunicació orientada cap a un ésser humà ubicat en un entorn determinat que també ofereix informació mitjançant els diversos elements comunicatius que el componen.

El principi ordenador de la teoria de la informació, de Moles (1968), vehicula la configuració de missatges precisos emprant un determinat llenguatge. Un conjunt d'elements codificats que faciliten la transmissió directa entre un emissor i un receptor, de la mateixa manera com un dissenyador pot enviar un missatge a l'usuari d'un producte. Un missatge que també podrà ser objectivament concret i unívoc i comunicat per qualsevol mitjà d'expressió. Aquests missatges poden transmetre informació de dos tipus, informació semàntica i informació estètica en relació a l'entorn del receptor:

Semantic information, having a universal logic, structured, articulable, translatable into a foreign language, serves in the behaviorist conception to prepare actions, (b) Instead of to a universal repertoire, esthetic information, which is untranslatable, refers to the repertoire of knowledge common to the particular transmitter and particular receptor (1968: 129).

La manera com es relacionen aquest dos tipus d'informació, tant en funció dels mitjans emprats per comunicar com per les circumstàncies que comparteixen el receptor i emissor en un context determinat, estableixen un

llenguatge, un sistema estructurat de símbols que defineix el significat. Aquesta conclusió portarà a Moles (1974) a establir una taxonomia de sistemes d'objectes que es fonamenta en una classificació relacional dels individus amb les coses.

Com recull Buchanan, es tractava d'afrontar el repte intel·lectual d'integrar les diverses corrents contemporànies de pensament en la pràctica i la teoria del disseny (Margolin, 1989). Aquesta disposició pel coneixement va permetre que la concepció relacional del disseny, de Herbert Simon²⁸, influís en la reforma del pla d'estudis de la Carnegie Mellon University. Simon va observar que el pensament del disseny pivotava al voltant d'un conjunt de coneixements que el transformaven en una disciplina específicament habilitada per concebre i planificar tot allò que és artificial. La comunicació, la construcció, la presa de decisions i la sistematització s'havien d'incorporar als estudis de disseny. Per tant, calia estructurar i dotar acadèmicament a la disciplina del disseny del coneixement dels processos de pensament dels individus i fonamentalment d'aquells que condueixen a la creació, valoració, decisió i elecció. La programació dels cursos va incorporar l'estudi de les relacions entre el comportament i l'abast social dels productes. Com disciplina generadora d'informació, de mitjans relacionals per l'individu, el disseny havia d'adaptar el seu exercici, la seva manera de projectar i produir informació, als constants canvis tecnològics, socials i culturals. Si el disseny desitjava acostar-se al gran públic i plaure als individus havia de conèixer les mateixes normes que estructuraven la naturalesa de les activitats humanes.

3.2.3. EL COMPONENT SEMÀNTIC DE LES COSES.

A partir dels anys setanta sorgeix un moviment crític amb el disseny "bo" i "racionalitzat". A partir dels mateixos ideals que professaven els moviments de protesta, que demanaven transformacions socials sota el respecte pels

²⁸ En el text *La ciencia de lo artificial* s'estableixen les relacions, que necessàriament han d'existir per a l'autor, entre els fenòmens naturals i els sistemes artificials generats per l'home. Simon es fonamenta en una retòrica i poètiques aristotèliques per establir aquests tipus de relacions, sota una perspectiva neopositivista i empirista.

individus, els grups italians del corrent anomenat Counter Design²⁹, qüestionen el tipus de disseny que s'havia anat institucionalitzant. Els estudis d'arquitectes, artistes i dissenyadors promotors del corrent censuraven els plantejaments productius que oferia el sistema consumista i defugien les pressions econòmiques i institucionals en les seves propostes. Alessandro Mendini, considerat com el principal teòric i impulsor d'aquests moviments, va promoure un alliberament estilístic dels objectes per tal de superar les restriccions que imposaren els mitjans de producció: "therefore, it can use every expressive means. The higher its level of expressiveness and philosophical and ideological awareness, the greater will be the informational message it conveys about its acting and being" (Ambasz, 1972: 387)³⁰.

Mendini i Sottsass, des d'Alchimia, desenvoluparen projectes experimentals i expressius, de caire conceptual, que cercaren una interpretació diferenciada de les coses. Emprant aspectes semiòtics, amb l'objectiu contestatari de qüestionar la cultura del moment, van posar en crisi els objectes mateixos, els seus orígens i finalitats. Una visió crítica de la concepció general de l'home que desenvolupa les seves activitats, socialitzades, a través de la pròpia utilitat de les coses: "In design what endures is man's curiosity towards existence, and the drive to give a metaphoric image to it" (Sottsass a Hiesinger, Marcus i Bill, 1983: 3). Per això, a través del disseny d'objectes van prioritzar l'aspecte comunicatiu dels productes de consum per transmetre missatges concrets. Tots dos autors consideraren que la interpretació de les coses sempre depèn de l'individu i que no existeix ús predeterminat i establert.

Aquest alliberament comunicatiu va constituir l'origen del moviment post-modern del disseny i va potenciar el valor semàntic de les coses alhora de comunicar un determinat significat. La utilització flexible d'un sistema de significats que proporcionava recursos semàntics per formalitzar els objectes que projectava el disseny. Aquesta formalització creativa va facilitar l'eixamplament de les potencialitats expressives de les coses alhora de materialitzar

²⁹ Terme genèric per anomenar els moviments avantguardistes italians que promovien estudis de dissenys com Archizoom, Superestudio i Ufo entre d'altres.

³⁰ Veure l'article "The Land of Good Design" que Mendini publica per l'exposició del MOMA de Nova York, *Italy: The new domestic landscape. Achievements and problems of Italian design*. Ambasz, 1972.

objectes amb una empremta nova. Es van crear productes capaços de capgirar les concepcions tradicionals gràcies a la formalització de missatges que varen influir en les accions i decisions dels individus. Per aconseguir-ho varen combinar autonomia estilística i l'apertura a contextos culturals diversos: "Se buscaba una nueva sensualidad que, dada su arbitrariedad, pudiera representar a cualquier continente, y por este motivo Memphis fue declarado también como el *nuevo estilo internacional*" (Bürdek, 1994: 101).

A principis dels vuitanta, Sottsass lidera els projectes milanesos desenvolupats a Memphis³¹ que, sota el lema "ara tot és possible" cercava separar-se clarament de les limitacions funcionalistes i del valor d'ús que anteriorment s'havien assignat als objectes. Els seus projectes es van centrar en dotar d'un nou aspecte als productes domèstics per transformar la percepció que d'ells tenien els individus. Es buscava el valor diferencial a través de missatges de caire irònic, lúdic i colorista que es desvincuessin de la concepció habitual i funcional de les coses. Les seves propostes definien el contingut estètic dels objectes emfatitzant aspectes simbòlics com a components principals. El ràpid èxit comercial dels dissenys de Memphis, i la seva visibilitat a nivell mundial, varen determinar la capacitat d'influència del moviment com a transformador cultural de les societats dels vuitanta. Els contracorrents del disseny ja no consideraren que l'aspecte pràctic i racional del disseny de producte fora suficient per acomplir totes les expectatives que demanen els individus i, per tant, el disseny havia d'anar més enllà incorporant aspectes més propers a l'existència de l'home:

... all'ordine rationale imposti alle cose dal Movimento Moderno, essa ha sostituito la disomogeneità, la ridondanza linguistica, la moltiplicazione dei segnali, l'allegria del disordine, l'intreccio delle linee, la morbidezza dei contorni. All'austerità di un disegno industriale giudicato «calvinista» e «maschile», ha contrapposto il «progetto molle» o «caldo», l'ironia, l'affettività, il gioco. In pratica, ha fatto del oggetto un dolce e protettivo interlocutore del soggetto (Vitta, 1996: 138).

³¹ Els teòrics i practicants d'aquest nou disseny italià estaven integrats en una xarxa familiar de tallers neoartesans que van establir vincles entre la visió semàntica del disseny i la seva materialització en forma de productes: a l'igual que el llenguatge es flexible, també ho pot ser la seva fabricació. El considerat com a màxim representant del moviment es Ettore Sottsass.

Lipovetsky (1988 i 1991) opina que no deixar de ser un pas de volta més d'una societat orientada productivament i que finalment serà arrossegada a consumir a gran escala aquests nous símbols, expressius i representatius. Una societat on els individus, amb l'interès de compartir aquest nou "ethos"³² i cercant també una satisfacció directa, adoptaran valors que comuniquen els missatges irònics, divertits i feliços que content les coses. Bürdek (1994), a més, anota que hi ha altres raons que fonamenten l'expansió de la semàntica a l'àmbit del disseny: en primer lloc l'individualisme que emergeix com un fenomen social d'importància a partir dels anys seixanta, i, en segon lloc, la proliferació de productes que va generar la necessitat de diferenciar i oferir productes pensats.

En realitat el terme semàntica aplicat a la disciplina del disseny apareix per primera vegada a la revista *Innovation*³³ de 1984, on Reinhart Butter i Klaus Krippendorff la definien com l'estudi de les qualitats simbòliques de les formes artificials en el propi context d'ús, i com l'aplicació d'aquest coneixement al disseny industrial. Els mateixos autors varen compartir amb la comunitat acadèmica i científica les seves propostes teòriques, concretament a l'Acadèmia d'Art de Cranbrook d'Illinois, per explorar a fons el potencial de la semàntica del producte.

Anys més tard, al 1989, Krippendorff i Butter varen editar un doble volum de *Design Issues* que recollia les aportacions de diversos investigadors i que, a falta d'un corpus teòric estable, s'ha convertit en referència fonamental de la literatura de la semàntica del producte. En aquest volum es defineix el disseny com l'activitat dotadora de sentit a les coses i la semàntica del producte com l'eina metodològica per millorar les qualitats simbòliques i culturals dels productes. Una metodologia que proporciona eines conceptuals per investigar com les persones atribueixen significats als objectes i de com interactuen amb ells.

³² Un "ethos" que pot erigir-se com l'element captivador de les masses i que per a Buchanan actua en el disseny com mitjancer entre els fonaments tecnològics i les emocions. Buchanan determina que de les interrelacions qualitatives de les coses deriven la substància i la forma que el disseny ha de comunicar.

³³ "Product semantics: Exploring the symbolic qualities of form". *Innovation*, 3(2), 4-9. Revista publicada per la Societat de Dissenyadors Industrials d'Amèrica.

Per a Krippendorff (2006), la forma d'un objecte informa, en primer lloc, d'alguna cosa sobre sí mateix i, en segon lloc, explica el seu context d'ús. Per tant, gràcies a la interacció entre l'individu i l'objecte es produeix una connexió conceptual que es pot traslladar als processos de generació de significats alhora de projectar productes (Krippendorff, 2006). Aquest posicionament s'allunya de la semiòtica tradicional que localitza els significats en els signes, com referents objectius, o en la forma, mitjançant unes característiques objectivament descriptibles (Cid, 2002). Per la semàntica del producte les qualitats simbòliques dels objectes poden tenir diferents significats pels usuaris i la seva anàlisi s'ha de fonamentar en el sentit que les persones donen a la seva experiència de les coses, identificant-les per una banda i tenint en compte en quin context es poden utilitzar. Aquesta és la raó per la qual:

Such objects can hardly be viewed as substitutes for something else, as traditional semiotics may have it, but they do reveal, communicate, or present themselves in the experiences of people. This is true for the whole spectrum of everyday things, from industrially produced consumer products to highly individualized works of art. To be of use to someone, things must be capable of this kind of presentation (1989: 11).

Tanmateix, la forma del producte, la seva presentació pot generar dificultats relacionals, sobretot, si no transmet i s'adequa el missatge dels productes a l'entorn d'ús. Això implica que necessàriament s'han d'intentar comprendre els diversos nivells contextuals dels productes per transmetre de manera adient les seves qualitats simbòliques. Aquest enfocament anava dirigit, principalment, a proporcionar eines conceptuals i metodològiques als dissenyadors per poder analitzar i millorar les qualitats simbòliques dels objectes. Però el procés real d'implementació ha desembocat, en alguns casos, en processos de comercialització de productes de força èxit, que s'allunyen dels propòsits principals de la semàntica del producte. Philips, al seu centre de disseny corporatiu dels Països Baixos, es va convertir en el centre europeu receptor d'aquestes propostes i va explotar comercialment la producció simbòlica de productes, com també va fer-ho Alessi, empresa italiana d'objectes per la cuina. L'èxit comercial que va generar l'aplicació de la semàntica al disseny també va evidenciar els reptes a superar en el tractament de les

funcions simbòliques de les coses. Per una banda, tenir en compte la valoració i reaccions, positives o negatives, que un mercat de masses podia fer d'unes determinades característiques expressives dels productes. En segon lloc, la incidència dels propis hàbits dels usuaris, les seves variacions i canvis més o menys regulars comportava tenir-ne un coneixement previ que possibilités adoptar solucions el més objectives possibles des d'un punt de vista semàntic. Per tant, en un mercat globalitzat s'haurien de tenir en compte els llenguatges expressius dels diferents contextos socioculturals (Verganti, 2003).

A la dècada dels noranta Susann Vihma, de la UIAH³⁴, proposa dissociar l'examen significatiu dels productes per facilitar la interpretació de les possibilitats significatives que ofereix el disseny de producte. Per aconseguir-ho va proposar l'anàlisi semiòtica de les funcions representatives de les coses com si fossin signes i una valoració semàntica dels missatges estètics que transmeten les coses. Aquest punt de partida, més concret, li permet referenciar els signes i les seves representacions en base als plantejaments semiòtics de Peirce. Una perspectiva semiòtica que es refereix a la representació de les coses com una experiència holista. Una unitat que considera impossible dissociar la forma del contingut, on tot el que hi ha representa i significa, de manera que no és possible una materialització sense significat.

La investigació de Vihma (1995) sembla indicar que l'anàlisi semiòtica del signe pot constituir una eina conceptual interessant per interpretar les qualitats representatives dels productes. Un examen de les qualitats de representació de les coses en relació a l'entorn humà, i per tant, extensible a l'àmbit del disseny i de la cultura visual. Per fer-ho, l'autora, destria l'índex i la icona com elements estructurals de la representació i la seva implicació en la interacció entre persones i objectes. Mentre que relaciona l'element simbòlic amb el valor estètic de la representació i el reserva per l'anàlisi semàntica (Guldborg, 2010, 2012).

Un posicionament en què és fonamental comptar amb els mitjans de transmissió dels missatges i com intervenen directament en la configuració del

³⁴ University of Art and Design Helsinki

llenguatge de les coses. Per això cal considerar les qualitats de representació d'un producte de disseny en funció de les relacions que presenta amb el seu material constitutiu. Una relació intrínseca, important significativament, que presenta diferències entre el llenguatge emprat pel disseny de producte i els altres sistemes de comunicació, sobretot, perquè una paraula no presenta limitacions materials, de la mateixa manera que una composició visual no s'articula seguint estructures gramaticals. Mentre que els diversos models semiòtics que s'han anat desenvolupant s'han aplicat principalment al llenguatge verbal i a diferents tipus d'anàlisi de text. Quan l'objecte d'estudi és un objecte físic, un producte de disseny que presenta un llenguatge diferenciat, no es poden aplicar les estructures gramaticals en la seva anàlisi. L'anàlisi de la significació de les coses, l'aplicació del signe, s'ha de realitzar emprant perspectives més generals com les que proporcionen els principis de la psicologia i de la percepció: "A product's visual composition also differs from the structure of a sentence... Therefore, linguistic methods and means of analyzing text cannot be directly applied to the study of design products" (Vihma, 1995: 180).

3.2.4. EL COMPONENT ESTÈTIC I EMOCIONAL DE LES COSES.

La semàntica del producte focalitza la seva atenció en els missatges que transmeten els objectes a través de les emocions, els records i desitjos que els individus relacionen a través de la formalització significativa. El llenguatge de les coses es fa patent mitjançant una interrelació comunicativa que evidencia les expectatives dels individus. Per a Vihma, si en la interpretació d'un objecte combinem els aspectes estètics i semàntics estem captant la funció estètica del signe. Aquest significat estètic deriva de la percepció i interpretació d'alguna cosa a través de: "sense impressions, emotions and knowledge of the object" (1995: 156). Els principis orientadors del disseny es regiran pel contingut semàntic que ens transmeten les coses en lloc de per les prestacions funcionals que ens ofereixen. I és en aquest sentit que podem afirmar que la participació de les emocions en la utilització dels objectes deriva del propi plantejament de la significació de les coses, d'allò que es pretén que acabin comunicant. Les coses fan veure que serveixen, encara que tenen un altre sentit, com diu Pericot: "un sentit que prové més

dels intangibles comunicatius de l'objecte, que de la seva producció manufacturera o utilitària" (2006).

Aquesta visió, prèviament recollida pel psicòleg i teòric de la informació Donald A. Norman al text *La psicología de los objetos cotidianos*, de 1990, s'emfatitza i desenvolupa sota el genèric de disseny emocional. En el text s'afirma que el component emocional participa tant alhora de dissenyar un producte com alhora de fer-lo servir, de manera que cal fer coincidir en l'objecte el que l'autor anomena model mental del dissenyador i model mental de l'usuari. Un plantejament que implica, per una banda, considerar a l'objecte com a mitjà conductor o vehicle transmissor d'informació i, per altra, tenir coneixement dels altres individus com pas previ per compartir conceptes, maneres de fer i emocions. Un coneixement compartit que nodrirà els dos models esmentats i on participaran les emocions que els individus invoquen alhora d'utilitzar les coses i la significació final atorgada. Per tant, els elements que ha de tenir en compte el disseny, la informació i les dades que ha d'examinar, provenen de diferents branques del coneixement i això determina un enfocament multidisciplinar. Des de l'àmbit de la psicologia cognitiva, Norman (1990) distingeix tres dimensions emocionals que participen directament en la nostra interacció amb les coses:

- la dimensió que ens prepara per l'acció. En aquest cas les emocions sorgeixen com respostes automàtiques de l'organisme als estímuls de l'entorn. Aquests tipus de respostes no demanen un control de la situació i depenen de les aparences de les coses.
- la dimensió que delimita el comportament segons la corresponent satisfacció i efectivitat de les coses. Aquí les emocions influeixen en la manera d'absorbir la informació i assimilar els resultats obtinguts a l'emprar els objectes.
- la dimensió intel·lectual que ens permet racionalitzar les coses i contextualitzar-les en els nostres processos d'interacció social.

Dimensions visceral, conductual i reflexiva, per a Norman (2005), que, enllaçades pel desig d'obtenir alguna cosa, participen en la xarxa que enllaça emocions i cognició i, per tant, unes dimensions presents en tot disseny. Perquè, com també afirma Vallverdú (2007), els processos racionals estan

l·ligats íntimament amb els processos emocionals. La concepció d'emoció que utilitza l'autor és aquella que jutja l'entorn, com una derivada del sistema afectiu que ens ofereix informació del nostre món, identificant i en correspondència a les nostres experiències. Mentre que el sistema cognitiu és aquell que interpreta i dona sentit a aquestes experiències (Damazio, Dal Bianco, Lima i Menezes, 2009). Afecte i emoció apareixen l·ligats directament a través del comportament i preparen de forma adequada per a les accions de les situacions concretes: "Las emociones... cambian el modo en que la mente humana resuelve los problemas: el sistema emocional es capaz de cambiar la modalidad operativa del sistema cognitivo" (Norman, 2005: 34).

Aquest procés constitueix una experiència estètica que involucra directament a l'individu (Lacruz, 2002) i intervé directament en la nostra valoració de l'aparença de les coses: "los objetos atractivos hacen que nos sintamos bien, lo cual a su vez redundo en hacer que pensemos de un modo más creativo" (Norman, 2005: 35). Com acte perceptiu depèn de les vivències acumulades i l'actitud de l'individu envers l'objecte determina una conducta que impulsa, segons Davidson, una acció única de tipus emocional: "Cualquier acción de un conjunto indefinidamente grande satisfaría el deseo y podría considerarse igualmente elegible como su objeto. A menudo el querer y el desear se dirigen a objetos físicos" (1995: 20). Però en tota experiència estètica també hi ha present un acte de reconeixement de l'objecte, que estructura el procés d'identificació de l'objecte i la seva ubicació contextual (Moles i Rohmer, 1983).

Les emocions s'insereixen en les nostres experiències, participant en associacions significatives que, a més, poden recollir records i memòries personals. Contribueixen activament de la dimensió intel·lectual que compren el que comuniquen les coses, el seu significat i allò que hi reconeixem (Crilly, Moultrie i Clarkson, 2004).

El significat ens permet copsar la informació que ens ofereixen les coses alhora de comprendre les situacions i les interaccions que hem de dur a terme. El reconeixement actua de senyal d'identitat, recollint la memòria de les nostres emocions i determinant les nostres relacions amb el passat i el

futur, determina perquè per a nosaltres les coses arriben a adquirir un significat (Dewey, 1948; Scolari, 2004; Norman, 2010). Aquest valor identitari d'unes emocions que provenen del desig i de la necessitat ja va ser referenciat per a Moles (1974) quan va relacionar-lo directament amb la capacitat d'elecció dels individus alhora de fer seus els significats de les coses. Una identificació reafirmada en la utilització d'aquests significats per distingir-se socialment, en un procés de transferència del significat dels objectes de l'univers col·lectiu a l'esfera privada.

Les metodologies relacionades amb els valors emocionals dels productes s'han anat desenvolupant a partir de diversos posicionaments, però els més emprats en l'àmbit acadèmic són el diferencial semàntic i l'enginyeria Kansei. Sota el nom de diferencial semàntic Osgood, Suci i Tannenbaum (1976) varen analitzar el significat connotatiu i afectiu de les paraules i les corresponents implicacions i reaccions emocionals. Una valoració semàntica que no genera informació sobre el significat concret de l'objecte sinó sobre les emocions relacionals que els individus consideren que intervenen. La seva aplicació als objectes és possible perquè mitjançant les paraules amb significat emocional llegim, entenem i interactuem amb els objectes (Mondragon, 2011). La valoració es realitza a partir de dos descriptors, adjectius, prèviament seleccionats i, normalment, antònims³⁵. Es considera que la tècnica realitza aportacions valuoses en certes dimensions d'avaluació (bo, dolent), de poder (fort o dèbil) i d'activitat (ràpid, lent).

L'altra aportació significativa per l'aplicació del disseny emocional es va desenvolupar al Japó a la dècada dels vuitanta i va ser formalitzada i estructurada per Mitsuo Nagamachi al 1995. Sota el nom d'enginyeria Kansei³⁶ s'aplica una metodologia sistemàtica que cerca categoritzar les valoracions ergonòmiques i psicològiques que els usuaris fan dels objectes. S'estableixen relacions entre les característiques dels productes i els sentiments que envers els productes projecten els individus. L'objectiu de la metodologia consisteix en captar les necessitats emocionals dels individus per elaborar

³⁵ Recorda el plantejament que G. Rodari (1983) fa del binomi fantàstic.

³⁶ El terme japonès *Kansei* s'assimila al significat de *feeling* anglès però originalment compren significats tan diversos com: sensibilitat, sentit, sentiment, estètica, emoció, afecte i intuïció. Aquests termes estan associats per ser respostes mentals als estímuls externs.

uns models de predicció matemàtics que ajudin a sistematitzar les relacions trobades (Vergara i Mondragon, 2008). Unes dades que s'utilitzen per analitzar dissenys realitzats i que s'incorporen en la planificació del desenvolupament de futurs productes.

3.3. LA SIGNIFICACIÓ SOCIAL DE LES COSES.

Gràcies a un extens estudi de camp, sota perspectives sociològiques i antropològiques, Mihaly Csikszentmihalyi i Eugene Rochberg-Halton varen publicar, l'any 1981, *The meaning of things: Domestic symbols and the self*. Un estudi sobre les implicacions socials i culturals del significat de les coses quotidianes, és a dir, de tot el conjunt d'estris, eines, instruments, utensilis, objectes i aparells que ens envolten al llarg de les nostres vides. L'anàlisi constata la participació del significat que presenten les coses alhora de definir els particulars contextos personals, col·lectius i socials dels individus. Allunyant-se del tradicional posicionament antropològic, que analitzava les característiques simbòliques de les coses a través de la seva participació en activitats rituals, els autors posen l'accent amb les característiques sígniques de les coses i les estudien com a formes objectivades psicològicament (Norman, 2005).

L'estudi posa de manifest que les coses tenen un paper decisiu en el procés de socialització dels éssers humans perquè una de les funcions més importants que ens proporcionen els nostres objectes domèstics és la capacitat de proveir-nos de "tangible, enduring, and vitalized signs that can communicate the continuity of one's experiences, relationships, and values" (1981: 224). Els individus som capaços d'atribuir un significat a les coses que s'estén des de les nostres experiències personals a allò que compartim com a grup. Per tant, les coses poden aplegar les referències subjectives, fruit d'expectatives personals, i els components objectius i compartits de caire social i cultural. Sobretot perquè les coses adquireixen un significat particular gràcies, també, a què aquesta significació s'integra en una cultura compartida: "The objects that people use, despite their incredible diversity and sometimes contradictory usage, appear to be signs on a blueprint that represent the relation of man to himself, to his fellows, and to the universe" (1981: 38).

Els individus poden escollir les coses que utilitzaran en el seu entorn, en la seva vida diària, no només per fer-les servir sinó també per comunicar la seva identitat i referenciar-la: "we found that each home contained a symbolic ecology, a network of objects that referred to meanings that gave sense to the lives of those who dwelt there" (Csikszentmihalyi, 1991: 27). Els objectes que consumim reflecteixen i contribueixen a definir el que som perquè considerem aquestes possessions com a parts de nosaltres mateixos. Les nostres coses contenen un significat personal i, per tant, seguint a Dittmar (2008) podem dir que l'elecció d'un producte en concret delimita una transferència significativa envers l'objecte que acaba expressant les nostres expectatives, actituds i valors personals. Una informació que ens distingeix com individus i que ens singularitza respecte als altres (Csikszentmihalyi i Rochberg-Halton, 1981). Els valors constitutius d'una societat o les preferències culturals imperants poden tenir molt a veure amb l'acceptació de les singularitats estilístiques de certs productes per part dels diversos col·lectius o grups que els conformen. Unes preferències que demostren les condicions socials i culturals que afecten als individus i que poden relacionar directament la forma d'un producte amb les respostes psicològiques i de comportament dels consumidors (Bloch, 1995).

3.3.1. DIMENSIÓ PRAGMÀTICA DE LES COSES.

Per tal de desenvolupar l'estudi sobre el valor de les coses, atenent als diferents registres significatius que deriven dels diferents contextos i situacions de la interrelació amb els individus, Csikszentmihalyi i Rochberg-Halton (1981) optaren pel pragmatisme filosòfic i per la teoria semiòtica de Peirce. Per als autors, a diferència de la metodologia estructuralista i de les teories cognitives, l'enfocament pragmàtic permet una anàlisi més amplia de la significació de les coses. Un posicionament que centra l'atenció en l'objecte físic com l'element essencial del procés interpretatiu generador de significat i que facilita la concepció de les coses, no només com objectes pràctics sinó també com unitats d'informació.

Des d'una perspectiva semiòtica les coses constitueixen elements significatius que formen part integrant del sistema social i constitueixen un marc de

referència, convencional, per a les nostres experiències (Cid, 2002). Els nostres entorns físics es formalitzen gràcies als missatges que comuniquen les coses, amb signes que revelen i posen de manifest, gràcies a la utilització de diversos sistemes codificats convencionalment, la idiosincràsia dels seus habitants i els seus contextos culturals. És en aquest sentit que el procés d'assignació de significat a les coses constitueix per si mateix un acte comunicatiu participat per les coses: "We continually personalize and humanize the given environment as a way of both adapting to it and creating order and significance" (1981: 122). Els autors creuen que els productes són signes que contenen molts significats de diferents nivells: personal, cultural i social. Les coses, considerades com unitats d'informació, poden ser enteses i reconegudes per la consciència.

Les coses contribueixen a les nostres identitats quan col·laboren en l'estructuració de la nostra consciència tant a nivell personal i comunitari com alhora de definir patrons que podem reconèixer. Per tant, els productes són missatges que poden ser emprats per comunicar-nos i la seva formalització pot transmetre i expressar diferents tipus de significats que poden ser entesos pels individus que conformen els diversos sectors de la societat. Per això considera Forlizzi que actualment els individus ens definim a nosaltres mateixos a través dels objectes de consum que envien missatges del que som i de quines són les nostres intencions: "A thing is a sign standing for something else that is intimately related to a person's character and past experience" (1997: 16). En sentit similar Dittmar (2008), distingeix les qualitats simbòliques associades als productes de consum, d'acord amb l'anàlisi de Csikszentmihalyi i Rochberg-Halton, en significats d'autoafirmació i atributius. El simbolisme dels significats d'autoafirmació permeten expressar els aspectes propis de la personalitat dels individus. Mentre que l'atribució simbòlica de significat associada als productes permet expressar la pertinença al grup i la relativa posició o estatus social (Jung, 1995).

Però en els diferents registres significatius que presenten les coses s'ha de tenir en compte la intencionalitat humana. Per a Csikszentmihalyi i Robinson (1990) les coses elaborades pels individus depenen també de l'atenció i de la intenció dels seus creadors. Una doble relació que incideix en el disseny

de les coses: com materialitzar l'objecte i com promoure una determinada interpretació a través de l'experiència del subjecte. Alhora de comunicar significats a través de les coses, emprades com a mitjans comunicatius, els dissenyadors han de compartir les convencions simbòliques que estructuraven els coneixements culturals i socials. Per tant, per ser eficaços alhora de comunicar significats amb les propostes de disseny, les seves aplicacions han de ser capaces de generar objectes que continguin informació reconeixible pels individus. Un contingut significatiu en harmonia amb els hàbits socials i culturals del subjecte i que faciliti l'establiment d'una interrelació simbòlica:

Good design is a visual statement that maximizes the life goals of the people in a given culture (or, more realistically, the goals of a certain sub-set of people in the culture) that draws on a shared symbolic expression for the ordering of such goals. If the system of symbols is relatively universal, then the design will also be judged good across time and cultures (Csikszentmihalyi, 1991: 33-34).

Per a l'autor, tot i que la creació de sentits en la vida quotidiana està farcida d'una banalització dels símbols, la nostra continuïtat existencial està establerta pel significat que transmeten les formes reconeixibles i acceptades convencionalment. La creativitat prové de la sinergia de moltes fonts i no només de la ment d'una persona: "es el resultado de la interacción de un sistema compuesto por tres elementos: una cultura que contiene reglas simbólicas, una persona que aporta novedad al campo simbólico y un ámbito de expertos que reconocen y validan la innovación" (Csikszentmihalyi, 1998: 21). Per això la majoria de la gent crea el seu propi conjunt de referències contextuals particularitzant aquelles coses que consideren que donen ordre i sentit a les seves experiències. Com també afirma Pericot, en la seva anàlisi pragmàtica de la imatge: "La significación pertenece al uso social y concreto que cada uno hace de los elementos perceptibles que conforman un discurso y no es atribuible a la especificidad de los significados que convencionalmente lo conforman" (2002: 31). Per tant podem fer extensiva aquesta idea a la significació que les coses tenen per a nosaltres.

Els individus determinem el sentit de les coses en funció de l'experiència que ens permeten du a terme, en un espai i temps concrets. Una experiència que és fruit d'allò que som capaços de percebre de les coses en funció dels

nostres coneixements i del nostre bagatge cultural i social. Una experiència personal que depèn també del significat col·lectiu que socialment i culturalment se li atribueixen a les coses i que determina un hàbit individual i social (Julier, 2006). Un conjunt d'activitats configurades socialment que estructurin les experiències dels individus a partir de pràctiques convingudes col·lectivament i que estableixen un conjunt de procediments que arrelen en la pròpia evolució històrica de la vida social de les coses.

3.3.2. VALOR D'ÚS I DE BSCANVI DE LES COSES.

D'entre els treballs que han estudiat els canvis de significat de les coses al llarg del temps podem destacar les aportacions d'Appadurai (1991), Kopytoff (1991) i Haug (1989). Les anàlisis sociològiques i antropològiques desenvolupades pels autors presenten com a punt de partida comú el concepte de mercaderia que desenvolupa Karl Marx a *El Capital*. Qualsevol objecte presenta un valor de bescanvi en el mercat que és independent de la pròpia configuració particular de l'objecte perquè es diferencia de la seva utilitat que s'identifica amb les qualitats físiques de l'objecte que determinen el seu valor d'ús. Els objectes, llençats al mercat, van adquirint un valor i un significat aliens a la voluntat dels seus productors i s'erigeixen com a veritables vehicles de comunicació de les relacions socials que s'estableixen entre els membres d'una comunitat. A partir del moment en què una mercaderia es distancia de la seva plataforma productiva i s'incorpora al circuit del consum queda contextualitzada culturalment. Un objecte que, navegant pel mercat, va adquirint un seguit de valors que poden anar evolucionant en l'espai i el temps:

El consumo de bienes o servicios puede pasar por diferentes etapas... puede implicar diversas actividades sensoriales a lo largo de un continuum temporal y de varias localizaciones. El propio objeto está sujeto, por tanto, a sufrir una transformación gradual aunque sostenida en cuanto a su significado, al pasar de ser un deseo futuro a una adquisición presente, o un recuerdo pasado (Julier, 2010: 88).

A partir de l'anàlisi de les relacions econòmiques que possibiliten la creació d'objectes dissenyats, Selle conclou que alhora de produir un objecte es té

en compte el seu valor d'ús en la mesura que és necessari per tal que l'objecte tingui valor de bescanvi. Un imperatiu productiu que condiona el valor comercial de l'objecte al seu valor d'ús. Mentre que el veritable valor d'ús d'un objecte: "es conferido a través del lenguaje de los objetos; es un valor sensible y estético que se redime tras el acto de la compra" (1975: 159). Idea que comparteix Haug (1989) al formular el que anomena "lleis fonamentals de l'estètica de les mercaderies", una norma que estructura i facilita el bescanvi o la compra d'un objecte mostrant el seu valor d'ús. Les coses han de semblar útils inclús abans de poder ser-ho. Una estètica de les mercaderies que consisteix en la promesa del valor d'ús que ofereixen les coses. Han de representar objectivament un ús que no hi és present. És en el valor objectiu d'ús de l'objecte on Haug hi troba les referències significatives que forneixen l'aparença dels objectes de característiques sígniques.

L'abstracció del valor d'ús de les coses, mitjançant els recursos estètics dels propis productes, genera una semantització de l'objecte. Un valor d'ús transformat en una forma estètica que busca acomplir les expectatives dels consumidors que, il·lusionats per les promeses que presenten els objectes, queden sotmesos a un "lenguaje de los deseos" (Haug, 1989: 17). La preeminència significativa de l'aparença dels objectes influeixen en la sensibilitat subjectiva dels usuaris i dona lloc a una tecnocràcia de la sensibilitat que s'utilitza com un valor de canvi més influent que el propi valor d'ús de l'objecte (Klein, 2001)³⁷. Per a Haug, les tècniques emprades pel sistema productiu per difondre les qualitats d'ús dels seus productes té com objectiu influir directament en els desitjos i expectatives dels consumidors i repercuteix, per tant, en el significat social de les coses: "el poder sobre los hombres ejercido a través del dominio sobre el material estético y la sensibilidad subjetiva" (1989: 8). Les coses, per tant i sota aquesta anàlisi, no són només seleccionades per les lectures subjectives dels individus orientades per les funcions d'ús sinó que en la seva adquisició juga un paper determinant el significat simbòlic que l'aparença dels objectes presenten per acomplir les expectatives dels individus.

³⁷ "si las marcas descansan en un "significado" y no en los atributos de los productos, su gran hazaña consiste en ofrecer a los consumidores no sólo la oportunidad de comprar, sino de experimentar el significado de la marca" (2001: 168).

Kopytoff (1991) considera que les coses mercantilitzades presenten sempre un valor de canvi tot i que se les extregui del circuit de bescanvi. Només en el cas en que es produeixi una desmercantilització del producte es podrà produir una revisió del seu valor significatiu a nivell col·lectiu per poder ser redefinit i singularitzat pel subjecte. Els sistemes culturals reflecteixen l'estructura i els recursos de les societats que els conformen i els objectes, considerats com mercaderies o com possessions individuals, reflecteixen de forma similar els sistemes culturals en que estan immersos. El posicionament antropològic de l'autor vehicula el procés de construcció del sentit que progressivament van adquirint les coses al llarg del seu transcórrer pels diferents contextos socials i culturals, perquè com també afirma Marenko: "Objects are always saturated with cultural signification" (2009: 240).

A més, Kopytoff (1991) pensa que a l'igual que les societats determinen les identitats dels individus i les corresponents regles culturals conformen les idiosincràsies de les persones, es pot plantejar l'elaboració de la biografia d'una cosa formulant-se les mateixes qüestions que es plantejarien alhora de construir la d'una persona:

la biografía memorable de una cosa se convierte en la historia de las diversas singularizaciones experimentadas por ella, de las clasificaciones y reclasificaciones a las cuales ha estado sujeta en un mundo incierto de categorías cuya importancia varía con cada modificación menor del contexto (1991: 119-120).

La biografia d'una cosa ens pot explicar, per tant, el procés d'adopció d'uns determinats significats i, també, com es van redefinint culturalment les possibles accepcions a mesura que es van posant en pràctica i valorant dins d'un sistema social³⁸. Un sistema social, orientat pel model consumista, en el qual els interessos productius, tecnològics i econòmics contribueixen activament en la interpretació col·lectiva de les coses. Una interpretació cultural que majoritàriament està integrada pels esdeveniments que succeeixen en un entorn determinat i que elabora biografies parcials de les coses en funció de la perspectiva que s'adopti. Però en tot cas una biografia recull el

³⁸ Morin (1971) desenvolupa també el concepte de biografia de l'objecte però en aquest cas analitzat sota la perspectiva d'una interrelació constant i continua amb l'usuari. Aquesta relació "simbiòtica", configura la biografia que li assigna l'usuari a l'objecte.

relat temporal d'una cosa a través dels significats que els propis esdeveniments li han atorgat. Unes valoracions, d'origen cultural i social, que han singularitzat les coses amb significats diversos en funció de les relacions que elles mateixes han anat proposant i de la manera en que han estat compreses. Però també per les activitats físiques i reaccions mentals que han desencadenat i per les associacions conceptuals que han generat i, sempre, contextualitzades en un interval de temps i en un espai concret d'interrelació.

Una vida social de les coses que per a Appadurai (1991) indica el seu compromís alhora d'aportar significats a les realitats culturals i socials en que conviuen. Un significat i sentit que participen simbòlicament en el procés que l'autor anomena de bescanvi de valors. Un valor que depèn de com es fan servir i es consumeixen les coses en els diferents contextos. El significat de les coses depèn, principalment, de l'opinió que les hi assignen els consumidors (Dant, 1999; Attfield, 2000; Julier, 2010). Una existència social que retrata el fruit de les associacions entre les coses i els éssers humans que determinen un valor, històric i polític, al llarg del temps.

Queda configurat així un relat històric que expressa el valor social de les coses a través de la seva presència, exhibint els usos rellevants del passat i dels contextos culturals que els han dotat de significat. Una descripció del significat acumulat per les coses en el seu deambular per un món d'interaccions amb les persones. Aquest posicionament implica una concepció de les coses com un complex entramat significatiu que es va definint al llarg del temps, des del mateix moment en que els productes són elaborats i en funció, també, dels participants i de les situacions.

Appadurai focalitza la seva atenció en els béns de luxe: "como bienes cuya utilización principal es retórica y social, bienes que simplemente son signos encarnados. La necesidad a la que ellos responden es fundamentalmente política" (1991: 56). Una dimensió política referenciada en maneres de fer i determinada per una manera concreta de donar valor a les coses i a les seves possibilitats de bescanvi que acaben per estructurar un determinat tipus de coneixement al seu voltant. L'autor extreu d'aquesta anàlisi dos

tipus de sabers: un coneixement relacionat amb l'itinerari històric del producte i un altre que es refereix al paper que juga el consum dels productes en l'estructuració dels diferents estaments socials. Dos tipus de trajectòries diferents però que un mateix producte pot recórrer simultàniament. Serà, per tant, important i útil considerar aquestes dues vessants d'informació per abastar la distribució de coneixement que realitzen els productes al llarg d'aquests camins diferents, com a entitats socialment significatives. Per a Vinyets (2008) aquests vessants configuren una història de vida particular de l'objecte i una història social d'un tipus o classe d'objecte. Mentre que la història de vida ens ofereix informació del coneixement tecnològic, estètic i social de la cultura que va generar el producte, la història social ens informa del valor retòric que els objectes han anat adquirit mitjançant el dinamisme de les interrelacions socials. Un coneixement heterogeni de les coses fruit de la conjunció dels diversos processos de canvi de sentit i de transformació de significat que suporten les coses i que ens transmeten com a mitjans de comunicació socialitzats. Un significat que: "es localitza en les diferents accions socials dels usuaris" (Vinyets, 2008: 416).

3.4. L'EXPERIÈNCIA DE LES COSES.

L'adaptació a la manera de pensar de la cultura moderna, la mobilitat i els constants canvis que imposa la realitat es manifesten també en els esforços per reposicionar la disciplina del disseny. La importància del producte, amb tot allò que l'envolta i el posiciona, es focalitza en aspectes relacionats amb activitats sociològiques de consum. El consum de productes es transforma d'una activitat buida de contingut a una experiència sensitiva que articula la significació general que les empreses volen transmetre a través del producte. Com afirmen Lipovetsky i Serroy: "El objetivo es al mismo tiempo mejorar el confort de las sensaciones percibidas por el consumidor, crear una firma sensorial del producto, reforzar la impresión de calidad de la marca" (2015: 211).

En les dues darreres dècades s'han formulat perspectives que han traslladat els objectius del disseny d'una dimensió visual, més restrictiva, a una dimensió sensitiva general per tal d'abastar el màxim de qualitats involucrades

en la percepció de les coses. L'eix vertebrador dels projectes buscarà afavorir unes relacions satisfactòries entre els individus i els productes i abastar tots aquells aspectes dels objectes que contribueixin a facilitar unes experiències gratificants. D'entre les aportacions realitzades en destacarem aquelles que, des d'una perspectiva acadèmica, incorporen una visió del disseny com activitat processal que implica la comprensió de les interrelacions de les coses, individus i situacions, una mena de flux orgànic de l'experiència (Buchanan, 1992). L'objectiu central consisteix en investigar la vida quotidiana per conèixer com s'estructuren les accions per tal que les experiències de les persones siguin més satisfactòries, significatives i intel·ligents. Però també destaca la importància del disseny en la configuració de sistemes, entorns, idees i valors. Com recull Julier (2010) això implica que es trasllada el debat original del disseny de la forma material als processos immaterials, del disseny com a proveïdor d'objectes al disseny com a modelador de relacions i estructures. Un disseny que focalitza l'atenció en les connexions i conseqüències de les accions que realitzen els individus amb el concurs de les coses, en situacions concretes, per contribuir i materialitzar aportacions a les experiències dels subjectes. En cadascuna de les perspectives següents veurem diferències de posicionament, d'anàlisi i d'objectius però si que trobarem una finalitat comuna, la voluntat d'aconseguir l'aquiescència i la satisfacció de l'usuari.

3.4.1. EL DISSENY CENTRAT EN L'USUARI.

Les arrels d'aquest enfocament del disseny s'han de cercar en la praxi que un petit grup de dissenyadors varen desenvolupar aplicant els principis del *good design* nord-americà. Integrant els avenços tecnològics que progressivament s'anaven introduint en els processos productius, Bel Geddes, Nelson, Eames i Dreyfuss³⁹ varen aportar solucions que mostraven una gran preocupació per adaptar-se als requeriments i necessitats dels usuaris. Aquest interès pels *human factors* fou el reflex de concebre el disseny com un procés d'implicacions contínues entre la formalització, la percepció i l'ús dels productes. Per abastar tots els components que afectaven al projecte de

³⁹ Norman Bel Geddes, Henry Dreyfuss, George Nelson o Charles y Ray Eames varen formar part de l'elit de dissenyadors i arquitectes que, amb les seves propostes, donaren continuïtat i visibilitat al *good design* i la seva internacionalització.

disseny, sobretot aspectes com la forma, mesures, proporcions i colors, va ser necessari incorporar a la investigació matèries com l'antropometria, l'ergonomia i la biomecànica (Dreyfuss, 2003). Els dissenyadors varen trobar en aquestes disciplines els instruments adients per adaptar amb fiabilitat les solucions tecnològiques que demandaven els productes amb les característiques i requeriments de les persones. Com afirmen Hassan-Montero i Ortega:

Esas capacidad para ofrecer visiones de futuro e ir más allá de la funcionalidad les abrió las puertas a una nueva manera de enfocar el diseño, donde la utilidad no estaba reñida con el placer de uso, y la necesidad se convertía en el contrapunto para ofrecer nuevas técnicas y métodos de trabajo (2009: 39).

Aquesta manera d'entendre el disseny i la seva pràctica pren embranzida a partir de la dècada dels vuitanta quan s'incorpora el model de Norman (v. § 3.2.4.) al disseny d'interfícies per a ordinadors. El desenvolupament del concepte d'usabilitat, aplicat principalment a la interacció entre persona i ordinador, desemboca en unes metodologies que situen les necessitats i les característiques dels potencials usuaris en el procés de desenvolupament dels productes. Jacob Nielsen (2000), un dels experts en la matèria, enumera quins poden ser els mesuradors emprats per avaluar la usabilitat: facilitat d'aprenentatge, eficiència d'ús, facilitat de memorització, detecció d'errors i satisfacció⁴⁰. L'autor considera que en un moment en que la humanitat ha perdut el domini de les seves eines no s'ha de deixar oprimir per la tecnologia de la informació. El disseny pot jugar aquest paper fonamental d'acostar les noves tecnologies a les persones, respectant les maneres de fer dels individus i creant un futur en el que el domini de les coses torni a ser propietat dels humans. El canvi de paradigma que implica aquesta visió del disseny determina la importància de dirigir el procés d'investigació, planificació i avaluació dels productes a través de la informació obtinguda dels propis usuaris, i sobretot, de les valoracions que els individus realitzen a través de

⁴⁰ La norma ISO 9241-11, de 1998, defineix la usabilitat com: "el grado por el cual un producto puede ser usado por unos usuarios específicos para alcanzar ciertas metas especificadas con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso especificado".

la interacció amb el producte. Un enfocament que vincula el producte amb el propi context d'ús i en funció de les expectatives dels individus.

Per a Sanders (2002) el procés de disseny centrat en l'usuari focalitza la seva atenció en l'objecte a dissenyar i cerca maneres per assegurar-se que el resultat compleixi les necessitats de l'usuari. Una concepció ampla de les fonts que nodreixen conceptualment el procés de disseny i que comporta la necessària incorporació d'investigadors d'altres disciplines. L'investigador social, com un participant més del procés, recull les dades i utilitza fonts d'informació per aprendre quines necessitats tenen els usuaris per a després interpretar-les amb criteris de disseny. El dissenyador, per la seva banda, interpreta aquests criteris gràcies a les eines que domina i elabora un projecte per desenvolupar el producte. L'investigador desenvolupa una activitat de mediació entre l'usuari i el dissenyador que participen en el procés amb tasques diferents però interdependents. Una vegada s'ha materialitzat l'objecte tant l'investigador com l'usuari poden o no participar en les proves d'usabilitat i, per tant, no queda assegurada la connexió entre usuari i dissenyador. L'usuari no forma part realment de l'equip de disseny i les seves aportacions són traduïdes al disseny per la informació que l'investigador transmet al dissenyador. Però l'adaptació d'aquestes tècniques als temps actuals, entendre les activitats socials com a xarxes de relacions i no d'estructures jeràrquiques, implica noves maneres d'entendre el disseny. Els usuaris amb la seva participació a través de les interfícies i dels sistemes de comunicació en xarxa s'han adonat de la seva capacitat d'influència com a col·lectiu i l'estan utilitzant per aconseguir el que volen, quan ho volen i com ho volen. La gent vol expressar-se i participar directament i activament en el procés de desenvolupament del disseny.

L'element d'anàlisi fonamental en el procés d'investigació i d'aplicació del disseny centrat en l'usuari, és la iteració, gràcies a la qual els participants col·laboren activament traslladant informació al procés. Un procés de reestructuració contínua per valorar alternatives que ofereixin resultats adaptats a les expectatives dels individus. La configuració cíclica del procés possibilita dissenyar les coses de manera progressiva i amb la participació dels destinataris finals. Un procés que prioritza l'anàlisi de resultats en totes les fases

de desenvolupament i d'implementació del projecte i que promou la seva evolució en funció de les directrius que marquen els usuaris implementant, gradualment, les millores adequades per facilitar l'ús dels objectes.

Per a Wilson (2002) la usabilitat en sentit estricte no constitueix un atribut del producte, sinó que consisteix en la relació entre el producte i l'usuari mitjançant les tasques que aquest pot realitzar. Aquest caràcter dinàmic de la usabilitat és allò que segons l'autor fa difícil la seva avaluació i comprensió per al disseny. La disciplina ha de tenir en compte si l'ús real del producte es correspon amb l'ús previst, si la utilització del producte ajuda als usuaris a aconseguir les seves tasques i, finalment, si cal conèixer també qui són els usuaris i quin tipus de relació tenen amb el producte. Per tant, la usabilitat es relaciona amb la capacitat dels individus per dur a terme la funcionalitat del producte. Però tot i que Wilson fa servir una accepció restringida d'utilitat, aquella que té a veure amb el que producte pot fer, no considera que el disseny s'encarregui únicament de la materialitat, de les característiques físiques de les coses. Per això, en la concepció d'un producte, s'ha de tenir en compte, ja des d'un primer moment, les necessitats reals dels potencials usuaris (Hassan-Montero i Ortega, 2009).

En aquesta línia argumental cal destacar les aportacions que formula Keino-nen (2010) sobre el concepte de necessitat aplicat al disseny. Aportacions que qüestionen les praxis que utilitzen el concepte d'usuari per desenvolupar aplicacions de disseny. L'autor equilibra les relacions entre l'usuari i el dissenyador a partir d'una perspectiva holística de les interaccions que es generen amb els objectes perquè considera que el disseny centrat en l'usuari utilitza una gamma reduïda de potencials usuaris que desvirtuen les propostes realitzades. Uns models d'usuaris estandarditzats, sota paràmetres antropomètrics i ergonòmics que són representats en els manuals de referència com a guies d'aplicació. Un usuari concebut com un component més del disseny que apareix descontextualitzat, socialment i culturalment, i que posa en qüestió l'aplicació d'uns criteris basats en uns models que s'allunyen de la realitat. El disseny s'ha d'alliberar de les restriccions esmentades i tenir una visió ampliada i completa de l'usuari: "An augmented lead user is a highly competent individual, alive and present, situated in environments and

practices, social and networked, active in learning, criticizing, communicating interpretations and ideas, and creative in design" (Keinonen, 2010: 23).

Les crítiques de Friess (2010) al disseny centrat en l'usuari van en el mateix sentit, al considerar que la sobrevaloració de les dades empíriques acaba per convertir-se en un inconvenient a superar. L'autor es fa ressò de la valoració que respecte al tractament analític de les dades feia el dissenyador de Google, Douglas Bowman, en el moment d'abandonar la companyia: "a crutch for every decision, paralyzing the company and preventing it from making any daring decisions" (2010: 40). Per això, cal anar més enllà d'una aplicació estricta de les dades empíriques i adoptar un enfocament més harmònic i integral que superi les limitacions que l'ús de les dades imposen al disseny. Tot i que considera que inherentment no hi ha res erroni en el plantejament del disseny centrat en l'usuari considera que cal complementar-lo amb els recursos que ens ofereixen disciplines com la retòrica. Friess (2010) aporta una visió retòrica del disseny, com a ciència que s'ocupa de les interseccions comunicatives dels subjectes, permetria incorporar la capacitat de persuasió dels dissenyadors a partir de les seves pròpies intuïcions, preveure quina serà l'experiència de l'usuari i aprofitar les dades de l'usuari per oferir solucions mitjançant el producte.

Mentre que per a Taylor (2013) la investigació de les pràctiques de consum, terminologia que utilitza al referir-se al disseny centrat en l'usuari, ens ha de proporcionar informació rellevant sobre quin ha de ser el paper del dissenyador. Una visió del disseny que dona valor a com es percep, atreu i s'utilitza el producte. Una orientació cap al consum que participa en la comprensió de la naturalesa del disseny i que capgira la seva orientació cap a l'anàlisi de la formació d'experiències. El disseny inicia així el mateix recorregut que les coses sempre ens han ofert, aquell que va de la materialitat als sentits, i que utilitza les coses com elements essencials per conformar i construir la nostra realitat. Això implica que cada vegada més se li demani al dissenyador tenir una gamma més ampla de competències, sobre tot d'aquelles que relacionin la comprensió del comportament dels consumidors i els seus processos cognitius. Per tant, dissenyar passa de ser una activitat

l·ligada i dependent de l'objectivitat dels sistemes productius per dirigir-se cap a la subjectivitat de la naturalesa humana: "This means that to design use is inevitably to be involved, to some extent, in the design of human subjectivity itself" (Taylor, 2013: 58).

3.4.2. EL DISSENY DEL COMPORTAMENT.

La responsabilitat social del disseny també s'ha traslladat a l'àmbit de la sostenibilitat de l'entorn. En els seus inicis el disseny sostenible s'ocupava de prioritzar propostes ecològicament responsables. L'aplicació de metodologies per racionalitzar els recursos econòmics i energètics que utilitzen els productes al llarg del seu cicle de vida orientava els processos de disseny, des de la producció fins al reciclatge. Però l'enfocament actual es dirigeix cap a uns altres objectius. La millora de les qualitats ambientals del nostre entorn ha posicionat el focus d'atenció en la capacitat d'influir que disposen els dissenyadors per conduir el comportament dels individus. Una capacitat d'influència i de direcció de les activitats que duen a terme els individus guiant-los, gràcies a propostes de disseny, cap a la realització d'actuacions sostenibles.

Per a Akrich (1992) tot disseny està destinat a influir en el comportament de l'usuari, en el sentit que els objectes que ens envolten contenen una mena de guions que afavoreixen unes determinades activitats en detriment d'unes altres⁴¹. No obstant, aquesta capacitat d'influir en el comportament dels individus, amb sistemes expressament dissenyats per al cas, no deixen de ser propostes intencionals i decisives en determinades circumstàncies i estan generalment associades a situacions preestablertes. Tot i transmetre un missatge clar i intencional, els dissenys que indueixen a uns determinats procediments concrets, segueixen deixant oberts altres significats que complementen les possibilitats d'acció dels subjectes. Per tant cal també valorar els tipus d'activitats derivades de les pròpies intencions dels usuaris com dels diferents contextos i de les experiències prèviament conegudes (Buchanan, 1985; Mead, 1993).

⁴¹ El concepte de guió va ser introduït per Akrich per descriure els productes com "manuals implícits". Veure l'article "The De-Scriptio of Technical Objects".

Tromp, Hekkert i Verbeek (2011) consideren que les ciències del comportament poden aportar al disseny nous enfocaments per resoldre qüestions d'ús dels productes. Apel·len, sobretot, a la capacitat d'innovació dels dissenyadors per proposar productes sostenibles i promoure uns comportaments dels usuaris socialment responsables. Emprant l'anàlisi sociològica de Latour (1992), respecte a les implicacions socials de les coses i dels diferents rols que hi juguen alhora d'influir en el comportament dels individus⁴², els autors utilitzen el que exposen les coses com guions esquemàtics i proposicionals que contenen tota la informació necessària i pertinent per influir en el comportament dels individus. Una capacitat d'influència que presenten les coses determinant per a què el disseny desenvolupi amb eficàcia la tasca d'intervenir en les experiències dels usuaris.

Les dues dimensions d'influència que analitzen, la prominència i la força, estan basades en les experiències dels usuaris i s'extrauen de les relacions entre la conjunció dels interessos individuals i col·lectius. Aquestes dues dimensions els hi permeten distingir quatre tipus diferents d'influència: coercitiva, persuasiva, seductora, i decisiva. La selecció de cadascuna d'aquestes tipologies d'influència ve determinada per l'anàlisi de l'experiència de l'usuari de qui obtenen la informació per decidir quin tipus aplicable és més adient. La metodologia que proposen Tromp, Hekkert i Verbeek (2011), presenta un marc referencial que explica la relació entre el producte i el comportament humà. A més, el procés analític s'acompanya d'un conjunt d'estratègies d'aplicació als casos concrets per entendre la implicació del comportament de les persones.

Una altra vessant que desenvolupa el disseny del comportament es fonamenta en l'anomenada psicologia ambiental i ecològica per generar i provocar un tipus d'activitat concreta en els usuaris. Una conducta guiada que encamina als subjectes cap a l'assoliment d'uns objectius. La perspectiva de disseny emprada per aquest posicionament s'utilitza per formular propostes

⁴² Latour (1992) utilitza la capacitat narrativa de les coses per determinar les relacions entre els usuaris, els productes i els dissenyadors. A "Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts" estableix una tipologia d'objectes a partir d'allò que prescriuen. Latour distingeix les "inscripcions", que es refereixen als efectes sobre les accions d'usuaris previstos pel dissenyador, de "receptes" que es refereixen a les accions que un producte permet a l'usuari, i "subscripcions", que explica com els usuaris interpreten aquestes prescripcions.

que condueixin als usuaris cap a unes accions concretes que generin comportaments satisfactoris. Una visió del disseny semblant a la que Herbert Simon plantejava en la seva anàlisi de la creació de les coses: "Everyone designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones" (1996: 111). Aquesta perspectiva del disseny es trasllada a la pràctica mitjançant el Mètode d'Intenció proposat per Lockton, Harrison i Stanton (2010)⁴³, que articulen propostes per influir en el comportament de l'usuari amb la intenció de reduir l'impacte mediambiental dels productes que consumeixen recursos durant el seu ús. Amb l'objectiu d'ajudar les persones a utilitzar els productes i els sistemes de manera més eficient, els autors parteixen de la consideració que el comportament i les decisions operatives dels usuaris poden contribuir de manera significativa a minvar els impactes ambientals. La metodologia que utilitzen estableix un tipus de relació unívoca entre uns objectes i les possibles activitats que generalment promouen. S'incideix amb aquesta correspondència significativa per expressar les relacions coincidents amb significats que els usuaris són capaços de relacionar gràcies a la descripció que en fan els objectes. Aquest posicionament considera que els objectes que ens envolten construeixen una mena de guions socials que determinen el tipus d'accions i de comportaments que han de dur a terme els usuaris. Una manera d'evitar possibles errors o incidències. Entre les tècniques més emprades destaquen l'èmfasi de la voluntat d'intervenir activament en la descripció dels tipus de comportament més adients i la prioritització dels mecanismes per representar els elements que guien apropiadament a l'individu gràcies a la captació de la seva atenció.

3.4.3. EL DISSENY D'EXPERIÈNCIES.

El comportament i observació de les activitats que realitzen els individus de manera habitual ha passat a constituir el centre de les propostes d'investigació de la disciplina. Unes investigacions que intenten comprendre els patrons significatius que regeixen els comportaments de les persones per uti-

⁴³ Veure l'article "The Design with Intent Method: A Design Tool for Influencing User Behaviour" publicat el 2010 a la revista *Applied Ergonomics*, 41.

litzar aquesta informació com eina d'innovació en el disseny i que es fonamenta en l'observació i anàlisi dels canvis en els comportaments dels individus d'acord a paràmetres socials i culturals (Norman i Verganti, 2014).

Les propostes metodològiques de disseny centrades en l'usuari han anat incorporat recursos etnogràfics per desenvolupar investigacions més acurades alhora d'entendre l'experiència del subjecte. De fet la incorporació del concepte d'experiència suposa un canvi de posicionament del disseny que conjuga usabilitat i comportament per intentar comprendre millor la utilitat del producte, els usos i les sensacions que aquest pot generar. A més, l'aparició de materials, d'altres prestacions, els avenços científics i en tecnologia informàtica han contribuït a l'expansió del concepte d'experiència en el disseny. I, sobretot, la irrupció i implementació progressiva del món virtual ha generat una revisió del concepte d'experiència. La concepció de les vivències s'ha traslladat als aspectes sensorials que ens ofereixen les coses en un món creixent d'intangibles que avança cap a una aparença de la vida quotidiana: "tal es la ironía de la época: cuanto más se desmaterializa y virtualiza nuestro mundo, más vemos difundirse una cultura que valora la sensualización, la erotización, la hedonización de la existencia" (Lipovetsky i Serroy, 2015: 341).

El disseny basat en l'experiència té els seus orígens en l'àmbit del màrqueting on neix com eina d'innovació i com una proposta per desenvolupar productes que recullin, equilibradament, els requeriments empresarials i les necessitats derivades de la vida quotidiana (Brown i Katz, 2009). Un procés de disseny basat en la concepció que la investigació de les actituds, percepcions i pautes de comportament que incorpora dades rellevants en la realització dels objectes. El tractament d'aquesta informació permet assegurar-se que els productes compleixen amb les necessites i desitjos expressats pels individus a través de les seves pròpies experiències. Cain (1998) serà un dels primers en adoptar recursos etnogràfics per analitzar l'experiència dels usuaris en el marc d'uns contextos particulars i implementarà una metodologia

per identificar oportunitats de negoci a desenvolupar pel disseny, i d'acord amb els objectius corporatius de les empreses⁴⁴.

Des d'una altra perspectiva, la interacció comporta entendre el disseny d'experiències com una unitat física, sensorial, cognitiva, emocional i estètica. Visió que aporta una concepció holística que relaciona les coses, les persones i el context social i cultural (Fallman, 2008). El disseny d'interacció estructura les relacions entre les persones, els mètodes, els processos i els artefactes i des d'aquesta vessant s'intenta entendre com els éssers humans construeixen i organitzen les seves activitats. S'estudien els artefactes des del punt de vista del dissenyador per saber com es produeixen, presenten i signifiquen, i també, des del punt de vista de la participació interactiva dels objectes per conèixer com fan la seva feina i com treballen. A més, per tenir realment una visió integral d'aquesta construcció de l'activitat cal ubicar-la en un lloc, cal comprendre els contextos dels artefactes. Per tant, cal tractar la relació entre forma, funció i contingut de manera semblant per establir una millor comprensió de com integrar en els sistemes de disseny d'interacció els conceptes "difusos" que també intervenen en les experiències dels usuaris (Fallman, 2008). Es tracta de fixar-se en tot el sistema conceptual que sosté les activitats particulars per descriure i comprendre el que succeeix en lloc de crear i canviar la pròpia experiència.

Per tant, l'experiència de les coses resultarà adequada i satisfactòria quan contempli la diversitat i riquesa vivencial dels individus, és a dir, quan s'incloguin el conjunt d'activitats que participen en les experiències de la vida real. Mitjançant metodologies estructurades a partir de tècniques qualitatives i d'anàlisi de comportament s'han dut a terme anàlisis de la vàlua de les experiències de productes amb l'objectiu de no sobrevalorar les aparences de les coses, com en els estudis realitzats per Hassenzahl i Roto (2007). Un interès que el disseny d'experiències ha d'incorporar si vol anar més enllà de la superficialitat de les coses i de les seves capacitats d'entreteniment i comprendre a l'usuari i la naturalesa de l'ús de les coses (Fokkinga i Desmet, 2012).

⁴⁴ Cain, J. (1998). Experience-Based Design: Toward a Science of Artful Business Innovation. *Design Management Journal (former Series)*, 9, 4, 10-16.

L'experiència del producte ha de comprendre tot el conjunt d'efectes que sorgeixen de l'activitat relacional entre un individu i un objecte. Una perspectiva que vehicula la inclusió de les experiències estètiques, en funció del grau de satisfacció que ens transmeten les nostres percepcions, les experiències de sentit, en funció dels significats que atribuïm a un producte, i les experiències emocionals, en funció dels sentiments i emocions que ens susciten els productes (Hekkert, 2006). D'aquesta manera es posa de relleu que en la configuració del significat de les coses hi participen processos cognitius, com la interpretació, la recuperació de la memòria, i les associacions. Uns processos que ens permeten anar més enllà del propi significat, transcendint l'activitat cognitiva, per reconèixer i atribuir característiques expressives i figuratives a les coses a partir del que determinen les nostres pròpies activitats (Van Rompay, Hekkert, Saakes, i Russo, 2005).

4. EL LLENGUATGE I LA COMUNICACIÓ DE LES COSES.

La civilización humana depende de los signos y de los sistemas de signos, y al propio tiempo la mente humana es inseparable del funcionamiento de los signos, si es que, en verdad, la mentalidad misma no debe identificarse con ese funcionamiento (Morris, 1985: 23).

4.1. LA SEMIÒTICA DE LES COSES.

Sota una perspectiva conductista Morris considera que la semiòtica com a disciplina proporciona la base per comprendre les principals formes de l'activitat humana i la seva interrelació i la utilitza per desenvolupar unes bases d'aplicació que li permetin abastar tot tipus de llenguatges. La semiòtica proporciona els fonaments que s'articulen a l'entorn dels missatges que vehiculen la participació dels signes en el conjunt de relacions i activitats dels individus. Uns sistemes que són analitzats com a llenguatges que s'han anat diferenciant en funció de l'activitat humana i que s'han desenvolupat per assolir de la millor manera possible uns determinats propòsits o finalitats, és a dir, una concepció del llenguatge com un sistema formal, axiomàtic, que relaciona signes amb conceptes i que s'utilitza per comunicar. Una concepció que s'estén a la comunicació com un tipus d'activitat, d'origen i naturalesa social, gràcies a la qual els individus que configuren un grup cooperen compartint informació per vehicular les necessitats individuals i comunes de manera consensuada.

Per a Morris: "Los lenguajes pueden tener varios grados de riqueza en la complejidad de su estructura, en la gama de cosas que designan, y en los propósitos para los que resultan idóneos" (1985: 38). Una concepció del llenguatge com a vehicle de comunicació que s'estructura a partir de dos elements essencials i constitutius: la pluralitat de signes i el seus significats. Per això considera que la semiòtica, com a ciència que s'estructura a partir dels signes i del seu significat, brinda els mitjans necessaris per a l'anàlisi dels llenguatges que s'han desenvolupat per concretar el sentit i les referències conceptuals de les diverses dimensions de les activitats humanes. Els llenguatges, els sistemes conceptuals que articulen, configuren i organitzen el motor d'activitats dels individus. Els signes, com elements constitutius d'un determinat llenguatge, son emprats com a medis de comunicació i el

contingut, que es fa comú i es comparteix, és la significació que es vol transmetre. Per assolir, per tant, una comunicació efectiva han de consensuar-se un conjunt de signes que presentin un grau de reconeixement significatiu per part dels diferents membres de la comunitat. Per tant, l'activitat comunicativa hauria de fixar-se i emprar aquest conjunt de signes amb habilitats suficients com per ser capaços de transmetre uns significats concrets en situacions específiques.

Dewey (1948) anota que, tot i que es poden utilitzar signes amb l'únic objectiu d'establir comunicació, és més habitual comunicar-se per assolir algun propòsit o finalitat. Una comunicació que busca, generalment, algun tipus de resposta del destinatari del missatge. L'ús dels signes es focalitzarà en l'objectiu d'induir en el destinatari una conducta semiòtica que estigui en concordança en la manera de significar el contingut de la comunicació. Però a més, com preveu el posicionament pragmàtic que adopta l'autor, la comunicació d'un llenguatge depèn de la situació. Un context que ja conté una gran diversitat d'informació i que cal complementar amb el coneixement oportú per orientar-se cap a l'assoliment dels objectius. La intervenció del comunicador, coneixedor d'aquesta informació, només ha d'afegir les indicacions necessàries per al destinatari, com per exemple, com identificar mitjançant un signe l'objecte o com prescriure una determinada reacció però sense manifestar cap a quin objecte projectar-la.

Es tracta d'una exploració dels components essencials d'una situació per comunicar satisfactòriament el missatge als demés. Els signes per tal de ser útils han d'orientar als individus, en l'espai i en el temps, i promoure unes activitats que estiguin en concordança amb el context corresponent. Aquí rau la importància dels signes per a Morris, en la seva unió i combinació per significar: "el modo identificativo de significar con un signo en algún otro modo de significar" (1962: 86). Aquestes possibilitats combinatòries ens ofereixen la possibilitat d'estructurar diferents sistemes de comunicació que es codifiquen emprant els signes d'una manera determinada.

Amb la finalitat d'establir convencionalment el contingut de cada llenguatge, és a dir, de determinar els significats adients i les referències simbòliques predominants en cada sistema, es realitzen les oportunes classificacions i

categoritzacions de les coses. Es normalitzen d'aquesta manera uns sistemes de comunicació que s'utilitzen per transmetre els signes que formen part d'aquesta estructura codificada, coneguda i compartida: "La comunicación es final tanto como instrumental. Es un medio de instituir la cooperación, la dominación y el orden. Compartir la experiencia es el mayor de los bienes humanos" (Dewey: 1948: 168). Els llenguatges no serveixen només per adquirir coneixement sinó també per transmetre'l amb la finalitat d'aconseguir uns determinats objectius.

La societat humana depèn dels sistemes de significació que s'originen: "siempre que un grupo humano decide usar una cosa como vehículo de cualquier otra" (Eco, 2000: 36). Per tant, la semiòtica s'ocupa d'estudiar els sistemes de significació, els processos culturals entesos com a processos de comunicació, que estableixen el conjunt de signes significants constitutius dels llenguatges:

Porque el lenguaje en que habla la gente, los ritos que realizan, los monumentos que levantan, las obras de arte que crean, los recursos que utilizan para indicar el prestigio social, son todos fenómenos culturales y todos fenómenos de signo. Por tal razón es posible y probatorio el interpretar muchos de los datos de quienes estudian la sociedad desde un punto de vista semiótico (Morris, 1962: 227).

La concepció de les coses com un sistema significatiu estructurat, culturalment i socialment, ens pot servir per transmetre informació tant des del seu àmbit de producció com des del seu context de valoració (Eco, 1976). Però la majoria d'anàlisis semiòtiques de l'objecte s'han estructurat buscant un equilibri entre les diverses dimensions relacionals generadores de significat a partir de la classificació dimensional de Morris: la dimensió sintàctica que s'ocuparia de la descripció dels elements significatius, de l'organització espacial i de la geometria dels objectes; la dimensió semàntica s'encarregaria d'organitzar els significats visuals, simbòlics i emocionals que presenten els objectes i una dimensió pragmàtica que proposaria els usos i prestacions dels objectes (Mondragón, 2011). Per tant, cal valorar el seu abast dimensional a través del significat que ofereixen les coses.

4.1.1. LA DIMENSIÓ SINTÀCTICA.

La dimensió sintàctica d'un objecte s'ha referit tradicionalment als components i elements estructurals. Les anàlisis sintàctiques s'han ocupat tant dels detalls constructius, les tècniques emprades, distribució volumètrica dels components, etc., com de la configuració tridimensional i visual del producte, resultats formals, textures, gràfics, colors, etc. Tot un conjunt d'elements que contribueixen a donar significat als productes en la mesura que els diferents components que els structuren es formalitzin, s'ordenin i s'interrelacionen per llançar diferents missatges. Seran les composicions volumètriques i les consegüents relacions relatives de posició les que acabaran determinant els tipus de missatges a comunicar, així com les característiques que mostren els objectes considerats com composicions visuals que descriuen un conjunt d'informacions (Broadbent, Bunt i Jencks, 1984; Vihma, 1995; Boradkar, 2010).

A més de considerar l'objecte amb el seu conjunt tridimensional la dimensió sintàctica també ha tingut cura d'analitzar els elements i detalls que composen visualment cadascun dels objectes i conceptes relatius a la forma i la seva ordenació. De fet l'extensió de conceptes com la simplicitat i la complexitat de la forma general, la simetria, l'equilibri i la dinàmica i ritme compostiu han estat emprats per analitzar tridimensionalment els objectes (Mameda, 2007). De manera semblant a com un color afecta a un altre color en una determinada composició també s'ha examinat com mides i volums dels objectes afecten a la seva percepció global i com els detalls influeixen en les impressions dels components adjacents i també en la percepció de la forma en general (Dondis, 1976).

L'estructura sintàctica dels objectes s'ha estudiat amb l'objectiu d'esbrinar com compondre un determinat missatge a través, principalment, de com s'expressen les seves qualitats semàntiques. Una anàlisi sintàctica del missatge de l'objecte que resseguint i emprant els propis processos semiòsics en que s'insereixen s'ha ocupat dels diversos nivells d'informació en els que el missatge poden intervenir:

- una informació general de l'objecte, com unitat, que permet identificar i ubicar l'objecte en un context concret i amb unes determinades prestacions;
- una estructura compositiva que estableix la informació seqüencial del conjunt de missatges que ens proporciona l'objecte;
- informació de com i quin tipus de relacions immediates és poden efectuar entre cadascuna de les parts entre sí, i amb el conjunt de l'objecte i els significats que impliquen aquestes relacions;
- informació de les interrelacions compositives i dinàmiques de l'objecte, posicions referencials i relatives en els casos en els que possibilitin accions diferenciades (Givón, 1989; Teixidó, 1995; Muller, 2001; Green i Jordan, 2002; Sánchez, 2009).

4.1.2. LA DIMENSIÓ SEMÀNTICA.

Des d'un punt de vista ampli la dimensió semàntica d'una cosa s'ocupa d'analitzar la finalitat dels objectes, és a dir quina missió els hi correspon i amb quins objectius. Però des d'un posicionament més restrictiu, relacionat sobretot amb la informació que transmeten les coses, una de les principals preocupacions de la semàntica del producte ha estat la relació significativa entre l'expressivitat qualitativa i la representació de les característiques de les coses (Krippendorff i Butter, 1984). La dimensió semàntica afegeix l'anàlisi dels aspectes representatius de la sintaxi en referència a les qualitats de les coses que som capaços de percebre. Teixido (1995) relaciona característiques qualitatives dels productes amb la determinació del context i el destí d'utilització. Es dona un valor semàntic al material com un dels principals elements significatius dels productes per comunicar informacions d'ús i d'accions possibles. Un posicionament que analitza la informació requerida per vehicular les accions pertinents amb els productes, acostant-se més a una correlació entre finalitats semàntiques i la funció pràctica dels productes.

Una perspectiva semiòtica la semàntica del producte tractaria, en primer lloc, el significat de l'objecte com a signe, per després analitzar les relacions entre aquest significat per finalitzar en l'expressió formal de l'objecte. El significat que presenten els productes i com es representa aquest significat

(figura 1) constitueixen dos nivells d'informació indestriables i complementaris del producte que es tradueixen en el missatge de l'objecte com a part i com a totalitat (Sánchez, 2009). Un missatge representat per la forma del producte com una sola estructura i, per altra banda, cadascun dels elements morfològics que configuren el producte. Uns elements que participen activament en la representació d'un conjunt de significats que interrelacionats conformen un missatge formal.

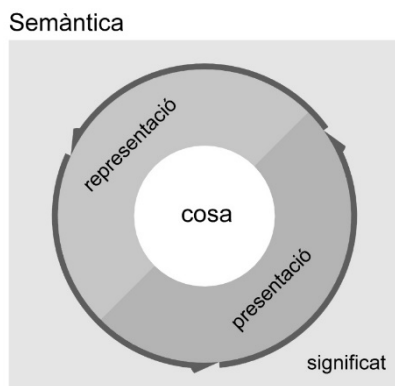


Figura 1. Components semàntics del significat d'una cosa⁴⁵.

Font: Elaboració pròpia.

Els elements constitutius dels productes poden ser entesos com la unitat mínima d'informació que pot expressar-se formalment. Una quantitat de significació concreta, des de l'òptica lingüística, que té relació amb el missatge que transmet l'objecte com a totalitat i en relació a si mateix. El missatge transmès per la totalitat d'una sola estructura queda establert per la manera en com s'han formalitzat cadascun dels elements constitutius i les seves relacions espacials, entre les que podem considerar el volum general, les relacions i contribucions relatives de totes les parts i el pes visual de l'objecte, a tall d'exemple. Això determina que els components significatius representen dues intencions semàntiques alhora, la general, relacionada amb

⁴⁵ Les propostes gràfiques que presenta el treball pretenen clarificar i sintetitzar les relacions conceptuals que s'expliquen al text. S'han emprat recursos gràfics per representar el procés actiu i voluntari del pensament (la direcció de les fletxes en sentit contrari al temporal) i la distinció dels processos cognitius que cerquen la claredat (de tonalitats fosques a més clares) com es veurà més endavant. El procés del contínuum de la quotidianitat queda representat pel l'esquema circular.

allò que procura el producte i les particulars que contribueixen a dotar de contingut adequat als productes.

4.1.3. LA DIMENSIÓ PRAGMÀTICA.

En un sentit ampli, la dimensió pragmàtica inclou tot el cicle de vida de l'objecte, des del moment de la seva planificació, producció, comercialització i fins a la destrucció o reciclatge. Per tant, l'àmbit de coneixement que hauria de comprendre la dimensió pragmàtica inclou a tots els participants del procés de creació, materialització i difusió dels productes: el dissenyador, el fabricant, els venedors, els consumidors, etc. En un sentit restrictiu s'ha considerat que la dimensió pragmàtica de l'objecte només es refereix a la seva utilització pràctica, és a dir, a l'ús concret del producte i a la funcionalitat que ofereix per l'individu.

Des d'una perspectiva estrictament semiòtica, la dimensió pragmàtica d'un objecte analitza com incideixen les relacions dels signes i del seu ús en les activitats que realitzen els individus. Aquesta relació estreta amb els subjectes ha comportat que els estudis pragmàtics s'hagin apropiat a disciplines directament relacionades amb l'activitat humana. Des d'un punt ergonòmic s'ha relacionat la finalitat pragmàtica de qui utilitza l'objecte, per a quina tasca concreta, de quin material està fet l'objecte per tal de garantir un ús correcte i adient de l'eina, etc; o des d'un punt de vista sociològic que s'ha utilitzat per posicionar pragmàticament l'activitat relacional entre l'objecte i el subjecte, en quin tipus de situacions es generen les interaccions, el context habitual d'ús de l'objecte i, finalment, la pròpia utilització de l'objecte, tant si s'utilitza correctament com si es fa servir per usos diferents dels inicialment previstos.

En gran part dels projectes de disseny només s'analitzen els components semàntics dels productes, obviant la importància que tenen les altres dues dimensions alhora de formular amb eficàcia els missatges. Els crítics de la semàntica del producte consideren que la llegibilitat dels objectes presenta una dependència estructural com qualsevol altre llenguatge. El producte, com a missatge, depèn d'una estructura significativa que faciliti la seva transmissió i comprensió, de la mateixa manera que succeeix amb els altres

llenguatges. Una llista de paraules, sense ordre entre elles, no pot constituir mai un missatge i un conjunt de paraules no codificades no transmeten cap tipus de sentit. D'aquí la importància de relacionar sistemàticament les tres dimensions que componen els missatges dels objectes:

Es también cierto que una persona que estudia alguna dimensión de la semiosis usa términos que tienen tres dimensiones y emplea los resultados del estudio de las otras dimensiones. Las reglas que gobiernan los vehículos sígnicos del lenguaje objeto de estudio han de ser comprendidas, y «comprensión» és un término pragmático (Morris, 1985: 100).

El mateix Morris afirma que les regles per combinar i transformar els signes han de poder actuar com a signes per si mateixes. En la dimensió sintàctica han d'existir signes per denotar les morfologies que s'estudien, de la mateixa manera que semànticament s'han d'estudiar les relacions i combinacions sígniques denotatives. La pragmàtica haurà de considerar les estructures formals per establir els corresponents correlats significatius entre signes i hàbits d'ús. Una pragmàtica del disseny per valorar com intervenen els codis significatius que els objectes poden transmetre a partir de la interrelació de l'ordre sintàctic i els elements semàntics. Una estructuració pragmàtica de l'objecte, del seu significat, que s'ha de fonamentar en l'anàlisi dels arquetips, com a sistemes codificats, i de les seqüències d'ús dels objectes en funció d'una determinada contextualització (Selle, 1975; Broadbent, Bunt i Jencks, 1984; Dant, 1999) (veure figura 2).

Des d'aquest punt de vista l'anàlisi pragmàtica no ha de fonamentar-se només en utilitzar els significats codificats i convencionalitzats com ha vehicles comunicatius de provada eficàcia, sinó també hauria de ser capaç d'incorporar la variabilitat de significativa que l'objecte pot generar en el subjecte quan s'infereixen usos diferents dels inicialment previstos⁴⁶. Cal tenir en compte que la previsibilitat d'un objecte, obtinguda mitjançant la seva anàlisi pragmàtica, no ha de limitar que un individu assigni altres significats i, per tant, usos a un mateix producte, però sí que pot emprar-se per comunicar i definir quin és l'objectiu principal per al qual ha estat dissenyat un

⁴⁶ Podríem remetre'ns a la distinció entre models de comunicació codificats i inferencials que analitzen Sperber i Wilson alhora de definir la rellevància significativa dels llenguatges.

producte. Per això la dimensió pragmàtica ha de tenir en compte la relació que s'estableix entre l'objecte i el seu context natural. Un nivell de significació pragmàtica que facilita la classificació dels objectes d'acord amb l'entorn d'ús habitual, el seu posicionament relatiu respecte als altres objectes i per les repercussions relacionals, tant siguin de neutralitat com de domini contextual (Moles, 1974; Forlizzi i Ford, 2000) (figura 3).

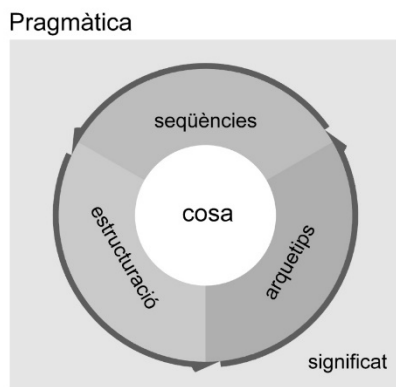


Figura 2. Components pragmàtics del significat d'una cosa.
Font: Elaboració pròpia.

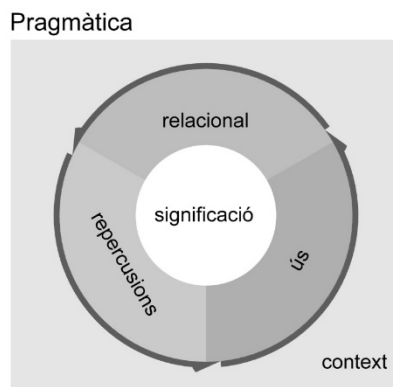


Figura 3. Components pragmàtics de la significació contextual.
Font: Elaboració pròpia.

La pragmàtica, com a disciplina, investiga les inquietuds, preocupacions i finalitats dels individus a través de la informació que proporcionen els propis processos semiòtics de producció conceptual i d'assignació de sentit que realitzen els intèrprets o usuaris (Morris, 1985). Una visió integral que enllaça doctrina i pràctica, significats i representacions, conceptes i accions: "la dimensió que la perspectiva pragmàtica pretende il·luminar es el enllace entre el lenguaje y la vida humana en general" (Verschueren, 2002: 41).

4.2. MODELS SEMIÒTICS APLICATS AL DISSENY DE PRODUCTES.

4.2.1. MODEL ESTÈTIC I SEMIÒTIC DE DISSENY DE L'OBJECTE.

Max Bense i Abraham Moles, des d'Ulm, varen proposar uns models fonamentats en la teoria semiòtica per aplicar-los al disseny de productes. Bense a partir de la formulació de la teoria de l'estètica abstracta i Moles des del

marc de caire comunicatiu i generalista que li oferiria la teoria de la informació.

Basant-se divisió dimensional de Morris, Bense estructura aquest model a partir de sistemes semiòtics originals que tractarà d'enriquir mitjançant la teoria de la informació i de la comunicació orientant les seves anàlisis cap a vessants epistemològiques. Tot i considerar que Morris redueix la divisió triàdica del signe de Peirce a un model bàsicament conductista que es recolza en un esquema diàdic d'estímul i resposta, Bense considera el signe com un element de mediació. Recupera d'aquesta manera la idea original del pragmatisme de Peirce que atorga al signe el paper d'element relacional entre la consciència i el món. A més, generalitza la importància del procés semiòtic com constituent principal en l'estructuració del model integral de les dimensions sígniques de les coses, incorporant així el valor significatiu de les interrelacions funcionals que produeixen les activitats i que gradualment vehiculen el desenvolupament propi del procés.

Bense proposarà un tractament semiòtic de la materialitat a través de la distinció entre el significat intrínsec i el seu abast semàntic que li permetrà proposar una teoria aplicable al disseny. Analitzarà en profunditat les funcions de l'esquema sígnic que va enunciar Pierce⁴⁷ per establir una classificació descriptiva que recollia la variabilitat de les classes de signes i supersignes que el propi procés semiòtic relaciona. Però tot i recolzar-se en la materialitat de les coses el model de Bense no queda circumscrit únicament al significat derivat dels suports físics i pot referir-se a tots els components de les coses. Per això trobem una gran diferenciació entre la dimensió comunicativa de l'objecte i una dimensió tècnica o procedimental. Una dimensió comunicativa que depèn del significat del propi objecte, el material que el configura i la seva funció i una altra dimensió que organitza la utilització de les diferents classes de signes i les seves funcions per articular els significats a transmetre. La interpretació dels significats corresponents, el resultat interpretatiu de l'objecte, fruit de la composició triàdica d'aquest esquema significatiu considerat com unitat, configura una dimensió general que recull,

⁴⁷ A *Zeichen und Design: semiotische Ästhetik*, de 1971, analitza en profunditat les relacions entre les diferents funcions de les classes de signes proposat per Peirce i les seves interrelacions amb les dimensions semiòtiques establertes per Morris.

simultàniament i a través de la pròpia interpretació de l'objecte, les relacions i dependències humanes (Bense, 1971a).

El seguiment de l'esquema triàdic del signe es manifesta en cadascuna de les dimensions que defineix Bense a partir de les classes de signes i del conjunt d'implicacions significatives que determinen la dimensió pragmàtica de l'objecte, integrada per les altres tres:

- la dimensió hilètica o de materialitat tècnica, inclou l'anàlisi de condicions materials com a fenòmens perceptibles. Aquesta dimensió reuneix les qualitats que presenten els objectes, és a dir, els elements físics o propietats i els elements temàtics o conceptuals d'un objecte⁴⁸;
- la dimensió morfètica inclou la forma del producte i reuneix tots els elements formals que configuren el nivell semàntic dels productes. Considerada com la dimensió fonamental del disseny de productes pel seu caràcter configuratiu i informatiu del significat dels productes⁴⁹;
- la dimensió sintètica engloba la realització tècnica i el funcionament d'un producte. Regula les dependències i relacions que permeten definir i estructurar sintàcticament les funcions dels objectes⁵⁰.

La concepció pragmàtica de Bense es fonamenta en els estats estètics o maneres de presentar-se un sistema material (figura 4). Sota aquesta perspectiva, per ser objectiva, la teoria ha de començar per entendre i descriure allò que presenta l'objecte abans d'analitzar la seva interpretació: "Neste sentido, a "estética objetiva" é uma estética "material". Trata-se, pois, de considerar a "fonte", o "emissor", o "remetente" das "sensações estéticas" e não estas em si mesmas" (1971b: 50). Els processos estètics conjuguen, per l'autor, processos creatius o distributius i comunicatius o relacionals. Els processos creatius o de distribució de materials, de configuració de les coses, determinen una selecció de la informació disponible per tal d'endregar-la i assolir uns objectius comunicatius. Mentre que els processos de comunicació

⁴⁸ Dimensió significativa generada pel concurs interpretatiu del qualisigne, la icona i el rema.

⁴⁹ La dimensió morfètica determina el significat de les qualitats dels objectes gràcies a l'experiència que facilita a l'individu. Aquest significat es fruit de la participació del sinsigne, de l'índex i del dicent.

⁵⁰ Una sintàctica establerta per les convencions que regula o argumenta simbòlicament el legisigne.

determinaran les característiques dels productes dissenyats a partir de les semiosis relacionals que vehiculen els objectes com a signes (Bense, 1969).

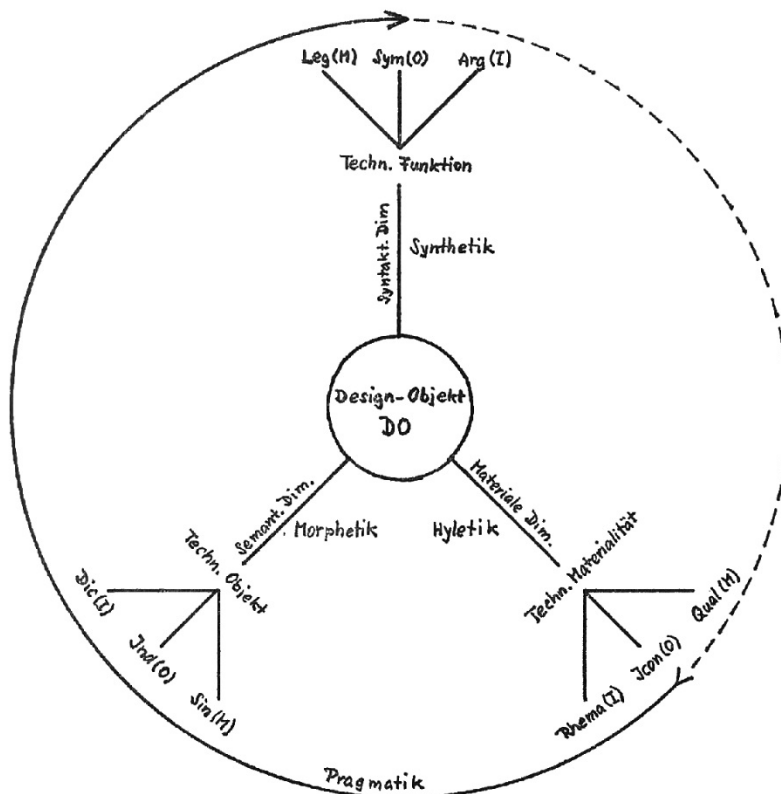


Figura 4. Esquema de les quatre dimensions semiòtiques del disseny de producte de Bense (1971a: 81).

El lema que recull Bürdek: "la creació formal és la producció de orden" (1994: 182) orientava la proposta estètica del disseny d'objectes de Bense i fonamentava l'aplicació teòrica de les tres branques principals. Una teoria semiòtica o sígnica, una altra de numèrica o de tipus informatiu i una altra anomenada generativa d'arrels matemàtiques i tecnològiques. Una "estètica informacional" que utilitza la semiòtica i la matemàtica per analitzar les característiques estètiques de les coses en general: "observáveis em objetos da natureza, objetos artísticos, obras de arte ou design, através de valores" (1971b: 45). Però cal tenir en compte que aquest tractament estètic de la informació, des d'un posicionament pragmàtic es fonamenta i es construeix

a partir de les característiques materials de les coses i per tant, de les seves qualitats o característiques perceptibles.

4.2.2. LA TEORIA DEL LLENGUATGE DEL PRODUCTE.

A principis dels vuitanta, a la Hochschule für Gestaltung d'Offenbach, Alemanya, Jochen Gros, Richard Fischer i Siegfried Maser formulen la teoria comunicativa del llenguatge del producte amb l'objectiu de focalitzar els debats teòrics del disseny al voltant del coneixement de les funcions comunicatives del producte. La *Grundlagen einer Theorie der Produktsprache* té com objectiu principal ajudar als dissenyadors a conèixer el llenguatge que utilitzen, integrar-lo a l'exercici professional i aplicar-lo als seus projectes de disseny. Els orígens dels plantejaments que aporta aquesta teoria els trobarem en els moviments reivindicatius de la dècada dels setanta. El discurs del disseny d'aquells moments estava fortament condicionat per la ciència i aquests lligams van originar una reacció als rígids principis del funcionalisme que van dominar el disseny de productes a l'Alemanya dels anys cinquanta i seixanta. Gros va impulsar una proposta dialèctica del disseny que cercava situar el treball del dissenyador entre el funcionalisme i l'emotivitat. L'any 1975 va publicar una teoria de les funcions sensibles, sota el títol de *Theorie der sinnlichen Funktion*, que proposa alliberar-se del racionalisme imperant en el disseny i incorporar mètodes de caire humanista, específicament, aquells més relacionats amb la cognició i la psicologia.

La proposta teòrica del llenguatge del producte ofereix una visió ampliada del funcionalisme practicat fins aleshores i estructura les característiques funcionals i pràctiques dels objectes a partir de les capacitats comunicatives dels productes. Per assolir aquest objectiu s'incorporen aspectes relacionats amb la psicologia de la percepció que permeten estudiar les característiques dels productes, les qualitats formals, en un lloc preeminent d'anàlisi i conceptualització. Unes qualitats que relacionen al producte amb l'usuari comunicant aspectes tan fonamentals com l'ús previst de l'objecte i com ha de ser entès. Per tant, unes qualitats que es presenten com a signes que contenen un determinat significat. Muller (2001) considera que Gros, emprant el concepte alemany *sinnlich* (sensorial/sensat) per articular les nostres relacions amb les coses, va aportar la idea, intencionadament o no, que una

experiència ens oferia informació sensorial suficient per arribar a interpretar l'ús previst del producte.

La proposta teòrica recull i relaciona la divisió semiòtica de Morris i la semiàtica estètica de Susanne Langer i es fonamenta en l'anàlisi conceptual emprant els principis formulats per la Gestalt i per la psicologia de la percepció. Les manifestacions culturals de l'home com expressions simbòliques de la vida i la concepció de l'art com un procés semiòtic s'incorporaran als fonaments de la teoria del llenguatge del producte. Les aportacions semiòtiques de Langer s'empraran, principalment, per diferenciar el valor significatiu dels senyals i dels símbols com instruments de les manifestacions culturals humanes:

- el senyal és concebut com un signe directe que fa referència tant a la situació com a l'objecte i que a la vegada actua com a mitjà per convidar al subjecte a l'exercici d'una acció sobre l'objecte;
- el símbol és un signe indirecte que fa referència a idees i conceptes transformats en convencions pels grups socials. Unes idees que són fruit dels acords i construccions de les manifestacions culturals dels pobles. Uns símbols que van més enllà de l'objecte i són emprats pel pensament com instruments conceptuals (Bürdek, 1994).

El plantejament teòric es basarà en aquesta dicotomia signífica per diferenciar les funcions de l'objecte, atenent a les possibles relacions entre l'usuari i el producte i dependent d'aquesta interacció. Per tant, en la formalització dels objectes distingien les funcions pràctiques, inherents a l'ús previst de l'objecte i les funcions comunicatives que influïen en el tipus de comportament. Per a Muller (2001) la interacció i la influència mútua, entre usuari i producte, és indicativa de la capacitat real de comunicació de l'objecte i deriva de l'aplicació en el producte de les propostes previstes pels dissenyadors. Una capacitat d'influència que relaciona la forma dels productes amb les respostes dels usuaris. En l'esquema funcional del producte s'identifiquen els aspectes comunicatius amb les característiques formals, enteses com a signes que analitzades semiòticament queden diferenciades a partir de les funcions estètiques. Gros (1983) també distingeix les funcions indicatives i les simbòliques entre les funcions semiòtiques del producte:

- les funcions d'índex estan directament relacionades amb el producte i fan que el producte sigui comprensible. Ens comuniquen la funció principal del producte i ens ajuden a distingir entre les diferents subfuncions. Els productes, si és que es poden utilitzar de diferents maneres, necessiten indicacions clares d'aquestes possibilitats, sobre tot respecte on i com manipular-los. Per a Verbeek (2005) aquestes funcions poden assimilar-se clarament amb la funció denotativa dels productes.
- les funcions simbòliques podrien expressar la condició social o de pertinença a un grup i es basaven en les convencions culturals, socials i les tradicions. Per exemple, els símbols d'un producte ens mostren com una persona es pot veure a si mateix i com li agradaria ser vista pels altres. L'experiència i el coneixement de les normes culturals que presideixen un grup social són necessàries per entendre els signes que ens transmeten els productes i la incorporació d'aquests símbols en els productes poden generar la percepció que els objectes són més atractius. Les funcions connotatives dels símbols no tenen el mateix significat en tots els temps i en totes les cultures i, per tant, cal tenir cura d'on i quan els fem i amb quina finalitat (Verbeek, 2005).

Finalment les funcions estètiques i formals fan referència a aspectes que són independents del contingut del missatge. Les funcions sígniques es poden considerar com el contingut de la llengua, mentre que el conjunt de les funcions estètiques i formals configuren l'estructura de la llengua del producte. Com analitza Steffen (2000, 2009) tant l'estructura de la forma com el concepte de forma són importants en aquesta proposta teòrica. L'estructura de la forma es refereix a l'ordre o la complexitat que ens presenta el producte, mentre que el concepte de forma es refereix a la composició estructural de l'objecte (veure figura 5).

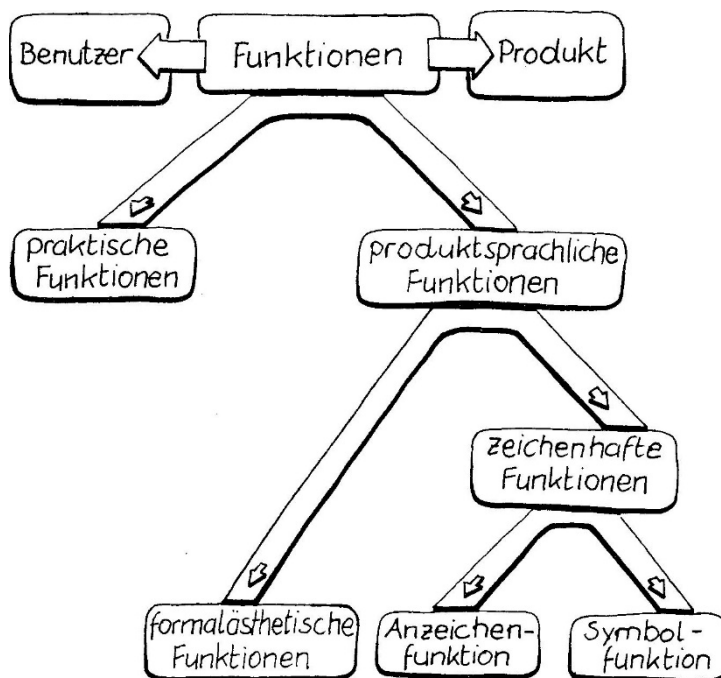


Figura 5. Esquema de les funcions del producte d'acord amb la Teoria del llenguatge del producte de Gros (1983: 70).

La principal objecció que cal fer a la teoria del llenguatge del producte, segons Krippendorff (2006), és que concep el llenguatge com un mitjà de representació que cerca referències en un món físic, no lingüístic, a partir d'un sistema de signes i símbols. Unes referències conceptuals basades en les qualitats dels productes que per a l'autor no poden expressar-se com una llengua de la mateixa manera que ho fan els éssers humans i, per tant, l'adopció de la teoria del llenguatge desvia l'atenció de l'ús humà del llenguatge cap a les propietats dels productes. Considera que l'enfocament adoptat per la teoria del llenguatge del producte sorgeix de la mateixa insatisfacció que va originar la semàntica del producte. Una coincidència en tots dos casos que recau en l'oposició al principi de "la forma segueix la funció" i per donar autoritat a la capacitat significativa de les coses.

Però l'aportació que la teoria del llenguatge del producte fa a la disciplina del disseny se centra en la capacitat dels productes de transmetre informació. En com es vehiculen les relacions comunicatives entre l'home i l'objecte

a través dels signes com a principal manifestació dels recursos conceptuals que disposa el pensament (Gros, 1983, 1987). A més, gràcies a la distinció teòrica de les diferents funcions comunicatives de l'objecte, es mostra una possible via per estructurar i ordenar el contingut significatiu dels objectes i classificar els diversos tipus d'informació que transmeten. Una anàlisi que pot emprar-se per anar més enllà i generalitzar propostes taxonòmiques de les funcions comunicatives dels productes.

L'aportació més important de la teoria és que el producte és capaç d'explicar-se per si mateix. Una autoexplicació que apunta directament a les funcions expressives del producte que juguen un paper important en àrees com el reconeixement i la usabilitat (Bürdek i Gros, 2000). Es refereix sobre tot als casos en que l'usuari no és capaç d'operar correctament amb un producte per unes funcions d'indicació insuficients. Per a Steffen (2006) l'enfocament disciplinari i humanista desenvolupat per la teoria del llenguatge va ser un punt d'inflexió i va generar d'un canvi de paradigma de la disciplina del disseny. Sobre tot en allò referent a la capacitat comunicativa dels objectes en relació a la idea que la composició del producte pot ser planificada per explicar ordenadament un seguit de missatges. Una premissa teòrica que fent-la extensiva a tot el conjunt de missatges que ens presenten els productes, poden referir-se a les fases de producció, al seu propòsit d'ús i la seva ubicació temporal en la societat.

4.2.3. MODEL DINÀMIC DE LA COMUNICACIÓ DE L'OBJECTE.

Des de mitjans de la passada dècada, Darras i Belkhamza, de la Universitat Paris 1, estan col·laborant en el desenvolupament d'un model dinàmic de la comunicació de l'objecte. El procés d'investigació que estan duent a terme es fonamenta en una perspectiva pragmàtica de les relacions entre els dissenyadors els objectes i els usuaris. Realitzen estudis fonamentats en la pragmàtica considerant que és l'àmbit d'investigació més adient per l'estudi contextual del producte. I, a més, utilitzen els processos semiòtics per descriure les connexions que es produeixen entre els recursos i instruments que disposen els dissenyadors i els hàbits que regeixen les activitats que realitzen els usuaris. Una anàlisi que observa el procés de l'acció i l'examina com un

procés semiòsic d'interacció. Pels autors aquest és un dels millors enfocaments per arribar a conceptualitzar un model explicatiu de la comunicació dels objectes.

L'aparell teòric que fonamenta el model que proposen Darras i Belkhamsa adopta la vessant pragmàtica de la teoria semiòtica de Peirce i es complementa amb aportacions conceptuals de la teoria de l'acció i de branques de la psicologia cognitiva i ecològica. De la pragmàtica recullen la concepció de l'objecte com un portador de significats que mitjançant un acte específic d'experiència, d'una interacció de l'objecte amb un individu en un ambient determinat, adquireix un significat per l'usuari. Una perspectiva participativa en l'assignació de significat, entre un usuari que coopera amb l'objecte portador. Proposen un model per analitzar la informació qualitativa que l'experiència dels objectes fa emergir i, per això, consideren les percepcions qualitatives com a blocs de sensacions i les assimilen a les relacions gestàltiques: "Tout l'art de l'assemblage des formes et des couleurs du designer vise à constituer des gestalt capables de s'imposer au destinataire qui les traitera comme des entités globales" (2009: 173). Els recursos pragmàtics del model es complementen amb el concepte factitiu o causatiu de l'objecte que Greimas definia com un fer-fer i que Deni recupera com el caràcter inductiu de les relacions entre l'objecte i el subjecte: "ciò significa che l'oggetto d'uso (livello pragmatico) attraverso alcune caratteristiche morfologiche (forma, colore, ecc.) induce l'utente a capire come utilizzarlo (livello cognitivo)" (2002: 27). A més, Deni complementa el caràcter factitiu de les relacions entre l'objecte i el subjecte amb quatre dimensions relacionals: la manipuladora, l'accionadora, la interrogativa i la intersubjectiva⁵¹.

El model dinàmic de la comunicació de l'objecte que proposen Darras i Belkhamsa estableix una àrea d'experiència en la que conflueixen dos processos simultàniament. L'experiència del producte derivada del que anomenen flux de producció i que es focalitza en la interacció amb els components que conformen l'objecte i l'experiència de l'usuari, anomenada flux de recepció, que està determinada per les qualitats de l'objecte. Aquesta distinció

⁵¹ Veure classificació desenvolupada per Deni (2002), p. 33-43.

factitives per proposar representacions que predisposin a les corresponents reaccions d'experiència. Les qualitats dels objectes són captades intuïtivament (*affordances*) pels usuaris a través de l'experiència i en funció de les pràctiques culturals que s'identifiquen en unes representacions que impliquen uns determinats hàbits d'acció. Per tant, les representacions descriuen un conjunt de significats que a través de la percepció connecten el món real amb les accions de l'usuari.

Pels autors l'enfocament pragmàtic del significat suposa una de les aportacions centrals del model que proposen ja que consideren que conjuga semiòtica i significat. Una convergència que es manifesta en que cada funció de l'individu suposa activar el vehicle sígnic corresponent que queda validat per l'acció de l'usuari. El flux de recepció analitza les relacions entre l'usuari i l'objecte mitjançant la comprensió de les qualitats que presenta el producte:

En termes sémiotiques, pragmatiques et systémiqes, nous dirons que dans un milieu constitue par un agir spécifique (une expérience), l'objet est un "porteur de significations" qui s'actualisent lors d'une interaction avec des compléments incorpores par "l'utilisateur de la signification". Porteur de signification et utilisateur de la signification ayant une histoire de co-détermination (2009: 176).

Una perspectiva de confluència de totes les operacions de disseny realitzades i concebudes de forma participativa. En el model hi juga un rol fonamental la retroalimentació entre dissenyadors, productors i usuaris que han de deixar fluir i circular la informació entre ells i permetre que els resultats finals de la interacció intervinguin en la identificació dels estats inicials i en les seves causes. Per això qualsevol anàlisi d'una experiència d'interacció amb un objecte s'ha de realitzar de manera exhaustiva per a cada fase d'experiència i per a cada flux d'esdeveniments. D'aquesta manera, es confirma el significat de l'experiència quan es valida mitjançant una acció previsible i habitual. Quan no es produeix aquesta validació l'experiència genera una modificació de la dinàmica semiòtica que demana, per tant, un procés de readaptació i d'aprenentatge. Aquest tipus d'anàlisi es pot extrapolar a les diferents fases que els autors estableixen per examinar les interaccions amb els objectes: el disseny, la producció, la difusió i l'ús de l'objecte.

Per tant, s'elabora un model al servei i per l'estudi de qualsevol tipus d'artefacte. Un model dinàmic que va evolucionant a mesura que s'estudia la informació generada per cadascuna de les fases d'interacció. Les relacions entre els individus i els productes, normalment identificades amb els hàbits d'acció, són concebudes com a fluxos d'intercanvi d'informació que contribueixen al procés semiòsic d'assignació de significat. Les dimensions del model, tot i estar establertes, demanen seguir realitzant assajos i estudis per continuar ajustant la proposta a la realitat de les experiències com reconeix el mateix Darras (2013).

4.3. APORTACIONS TEÒRIQUES A LA PERCEPCIÓ I ORGANITZACIÓ CONCEPTUAL DE LES COSES.

El llenguatge de les coses com sistema de comunicació necessita de la participació de productes, processos i persones per desenvolupar una epistemologia del disseny. Tots tres components constitueixen les fonts d'informació imprescindibles per desenvolupar una praxeologia que estudi les practiques i processos de disseny i una fenomenologia per analitzar la forma i la configuració dels productes (Cassirer, 1967; Cross, 1999). La comunicació de les coses serà rellevant i efectiva si utilitzem un llenguatge que comparteixi el mateix sistema conceptual i si es fonamenta en el coneixement de les pautes socials i culturals de la comunitat en que cadascun de nosaltres vivim immersos. Per això, l'ordenació que fem del nostre àmbit més proper, l'estructura conceptual que ens facilita la comprensió de les coses, hauria de fonamentar-se en la percepció i la captació de la realitat a través del propi entorn, valorat com a font inicial i principal d'informació.

4.3.1. LA TEORIA ECO LòGICA DE LA PERCEPCIÓ.

La proposta teòrica de la percepció visual, desenvolupada pel psicòleg nord-americà James J. Gibson (1974), ha tingut una ampla acceptació en el camp del disseny. Considerar als individus com els principals actors d'un món amb sentit ha estat un dels principals arguments de valoració. Segons Gibson, els individus, gràcies a la nostra interacció amb l'entorn, com observadors actius i conscients, som capaços de percebre i conceptualitzar la informació

que el món ens ofereix. Una font d'informació que neix de la percepció entesa com aquella activitat que té per objectiu desenvolupar una consciència específica sobre el medi i sobre un mateix en relació al medi:

El problema de cómo percibimos el mundo visual puede ser dividido en dos problemas que se examinarán separadamente: en primer lugar, la percepción del mundo sustancial o espacial y, en segundo lugar, la percepción del mundo de cosas útiles y significativas al que por lo común prestamos atención. El primero es el mundo de colores, texturas, superficies, bordes, pendientes, formas e intersticios. El segundo es el mundo más familiar con el que por lo común estamos relacionados: un mundo de objetos, lugares, personas, señales y símbolos escritos (1974: 24).

L'entorn, en la seva concepció, implica parlar de comptar amb el lloc, els objectes i substàncies que el defineixen i els objectes que hi són. Un escenari que constitueix el fonament estable on succeeixen els esdeveniments i esdevé el nucli permanent de la nostra atenció. La seva permanència i estabilitat estructura les bases que utilitzem per referenciar i articular el flux constant de les nostres experiències. Però Gibson va més enllà en la seva concepció de l'entorn i la seva anàlisi quan afirma que: "Color, form, location, space, time, and motion—these are the chapter headings that have been handed down through the centuries, but they are not what is perceived" (1986: 240). Concepció, per tant, un entorn que determina les condicions de suport com individus actius, una mena de nínxol ambiental que ens ofereix els recursos i les condicions necessàries per desenvolupar les nostres activitats. Una perspectiva contextual de la percepció que l'autor va anomenar ecològica. Adonar-se'n de les coses consisteix, per tant, en percebre allò que ens ofereix l'entorn i allò que ens prepara a actuar, com si fos un encaix entre cos i medi, un escenari que vehicula i dona suport a l'esdeveniment considerat en la seva totalitat. Les activitats dels individus s'han d'examinar, per tant, com el conjunt de fets que modifiquen i canvien les relacions entre les coses que configuren aquest entorn.

A *The ecological approach to visual perception*, Gibson investiga els fenòmens perceptius que propicien les accions a partir de l'estructura de les condicions naturals de l'entorn. El medi, la substància i la superfície són els

components que els subjectes utilitzen com indicis perceptius per comprendre i formar el seu coneixement. Una percepció que és entesa com a selectiva per la necessitat humana d'esquematitzar i conceptualitzar el món que ens envolta per arribar a la comprensió. Per a Gibson el món de les coses significatives és massa complex per a què parem atenció a la totalitat del que ens envolta i gràcies al procés de selecció que apliquem a la realitat fem emergir el nostre conjunt de trets significatius: "Those features of a thing are noticed which distinguish it from other things that it is not—but not all the features that distinguish it from everything that it is not" (1986: 135).

La percepció, assenyala, està intrínsecament lligada al subjecte i a les seves possibilitats d'acció i són sempre anteriors a les conseqüències que se'n puguin derivar de les seves accions. En aquest context, la teoria ecològica de la percepció visual defineix el concepte d'*affordance*⁵² com: "l'oportunitat per a la interacció proporcionada per les coses en el medi ambient en relació amb les capacitats motores i sensorials d'un organisme específic" (Muller, 2001: 307). Una possibilitat concreta d'actuació que pot ser percebuda immediatament i que contempla un procés d'interacció a partir d'una combinació específica de les característiques de les coses.

L'*affordance* compendia, alhora, propietats objectives i propietats subjectives, superant la dicotomia tradicional. Es recolza en el caràcter físic del medi i el psíquic de l'individu per comprendre el comportament dels subjectes i, per això considera que les *affordances* són unes oportunitats d'acció. Unes possibilitats d'acció que amb independència de les capacitats individuals per copsar-les són objectivament mesurables i dependents de les capacitats de l'actor (Binder, 2011). Des del posicionament psicològic de l'autor l'*affordance* representa pel subjecte una unitat perceptiva que informa directament d'unes oportunitats d'acció gràcies a la relació que s'estableix entre el

⁵² Tot i que no existeix una traducció exacta, o generalment acceptada del significat d'aquest concepte, alguns autors li han donat significats diversos. Donald Norman utilitza el terme "presenciacions", altres investigadors interpreten el significat del concepte com "permissivitat", "habilitació", "oportunitats ambientals", "invitacions a l'ús" o en el cas de Margolin creu que és tracta d'una "captació intuïtiva".

sentit, el significat i l'acció. Per a Norman (1990) una definició que és referent a la percepció del significat mitjançant la combinació de la funció i el sentit d'un objecte que informa directament del seu ús.

Però si seguim a Gibson ens adonarem que l'*affordance* té una extensió més general. És aplicable al món substancial o espacial i al de les coses útils i significatives. Les relacions que habitualment els individus estableixen amb el medi ambient estan orientades per les *affordances* de les coses i no per les formes i colors que presenten les superfícies dels objectes com a tals: "no constituyen nada más que puntos particulares de referencia en una dimensión continua de variación. Se trata de normas o cánones de referencia para la forma y no de entidades de forma" (1974: 262). Per això identifica la significació dels objectes en les oportunitats d'acció que ofereixen més que en la seva configuració. Per tant, una percepció d'oportunitats d'acció que no podem assimilar a la percepció de les qualitats que fan Norman (1990) i Scolari (2004) en la seva interpretació del concepte d'*affordance*. Gibson considera que les persones no perceben les formes de les coses mitjançant l'anàlisi de les seves característiques sinó per les potencialitats qualitatives que ofereixen per actuar:

The meaning is observed before the substance and surface, the color and form, are seen as such. An affordance is an invariant combination of variables, and one might guess that it is easier to perceive such an invariant unit than it is to perceive all the variables separately. It is never necessary to distinguish all the features of an object and, in fact, it would be impossible to do so (1986: 134-135).

Gibson concep l'*affordance* com un senyal dels hàbits de l'ésser humà en el seu entorn. Vihma (1995) identifica aquest senyal amb la percepció del significat dels productes mitjançant la seva representació funcional, és a dir, una combinació de funció i de significat. Per tant, el significat d'un producte seria allò que el producte ofereix perquè la gent veu l'*affordance* de l'objecte al veure la seva forma. En aquest sentit, Kripendorff (2006) considera que una de les tasques dels dissenyadors consisteix en configurar, físicament i materialment, unes interfícies significatives per comunicar als potencials usuaris les possibilitats d'acció que brinda un objecte. D'aquesta manera, els subjectes en general, podran relacionar amb els productes els sentits,

significats i accions habituals que estan acostumats a fer. Krippendorff classifica i diferencia els tipus d'*affordance* que ens poden oferir els objectes en funció del contingut significatiu que som capaços de copsar-hi:

- directes: fan referència a una previsió d'acció i comporten una percepció generadora de confiança. Impliquen el reconeixement d'un determinat comportament en un context de significats coneguts.
- dirigides: ens proposen unes determinades accions però suposen un desafiament als significats convencionalment establerts i coneguts. Aquest tipus d'*affordances* no poden recolzar-se en el context i impliquen un procés d'aprenentatge que es veu progressivament confirmat i reforçat per la intervenció de les *affordances* directes.
- construïdes: fan referència al desenvolupament de models conceptuals d'objectes a partir de les *affordances* directes que permetin inferir quines seran les prestacions que ofereixen els productes.

El valor comú de les *affordances* també és important des del punt de vista cultural i social. Gibson mateix s'hi refereix quan afirma: "We can only understand the present in terms of the past" (1986: 254). Les relacions referencials que establim amb el nostre entorn es fonamenten en la comprensió del món, una percepció que implica la recollida de les invariants que determinen el sentit de les coses amb independència dels punts d'observació i dels individus. Parar esment d'allò que hi ha de permanent i de regular en les accions que realitzen els individus permet iniciar el conjunt de processos de tractament de la informació que els subjectes duen a terme mitjançant la sistematització, l'aprenentatge i la memòria. L'*affordance* és compren perquè les accions que procura han estat adquirides naturalment a través dels processos d'aprenentatge i de memòria que consoliden i socialitzen els hàbits i el coneixement: "Only when each child perceives the values of things for others as well as for herself does she begin to be socialized" (1986:141). Un coneixement i una experiència adquirida que són fonamentals alhora de valorar individualment els significats dels components culturals i socials d'un objecte que ens ofereix una oportunitat contextualitzada per interactuar.

En relació a les interpretacions individuals de les coses, condicionades per les vivències, circumstàncies personals i contextos particulars, les *affordances* no queden definides ni limitades per les característiques dels objectes sinó que depenen de les biografies dels individus (Ruecker, 2003). La capacitat de les coses per recollir, a través de les seves presentacions, les expectatives contextuais de l'individu permeten identificar un tipus d'*affordance*, social, que fonamentada en el procés reflexiu de l'individu associa identitats concretes amb presentacions dels objectes:

we can conceive consumption as a performative accomplishment, where social actors draw upon narratives, codes and symbols to continuously enact their identity and give meaning to material possessions. There is a dual quality to this relationship between social action, things and words (Woodward, 2007: 152).

Les *affordances* han de considerar-se com capacitats per percebre directament, sense esforç i sense pensar (Krippendorff, 2006). Una mena de senyals relativament estandarditzats d'ús que configuren un sistema informatiu o de llenguatge que podem emprar per comunicar les oportunitats d'acció de les coses i que depassa, com el mateix Gibson reconeix, l'àmbit de la percepció: "The assumption that information can be transmitted and the assumption that it can be stored are appropriate for the theory of communication, not for the theory of perception" (1986: 242). Una informació, basada en invariants, que ha de ser analitzada a partir de dades sistematitzades i categoritzades per tal de ser transmeses i comunicades eficaçment (Mohan, 2010). Emprant el concepte d'aire de família de Wittgenstein⁵³, Gibson considera que no és necessari especificar totes les característiques qualitatives de les coses per categoritzar-les ni assumir l'existència d'unes tipologies fixes definides per un conjunt de trets comuns. La seva proposta teòrica considera que el significat rau en la unitat de sentit que presenten les coses com una combinació de variables i no en una assignació prèviament determinada. Els noms que donem a les coses són arbitraris i fruit de les convencions i no poden ser significativament referencials per la percepció. Per això considera que si s'ha aprehès experimentalment que es pot fer amb

⁵³ Wittgenstein (1999) proposa el concepte d'aire de família per referir-se al conjunt d'elements que, relacionats entre sí, són capaços de reconèixer qualitativament i conceptualment en els diferents sistemes que utilitzem per comunicar-nos.

un objecte, de quina manera pot ser utilitzat, li assignarem un significat en relació al que ens ofereix i al qual podem recórrer quan vulguem.

Recordem, però, que l'*affordance* depèn de les possibilitats d'acció que ens ofereixen les coses, d'allò que els individus poden fer amb el seu cos, de les capacitats humanes, motores i sensibles. Aquesta consideració relaciona el concepte tant amb la capacitat de percebre i identificar la utilitat de les coses com a la seva adequació respecte a les activitats que hàbilment poden dur a terme els individus. Una conceptualització que ordenada i sistematitzada podrà ser utilitzada pels individus per reconèixer les coses i explorar el món que els envolta. De manera que les persones podran dirigir les seves accions amb rapidesa i seguretat cap a l'assoliment dels objectius i finalitats que en cada moment es puguin plantejar (Ruecker, 2003).

4.3.2. CATEGORITZACIÓ DELS TIPUS I MODELS.

Una de les funcions essencials que els éssers humans duem a terme per comprendre el món que ens envolta consisteix en fragmentar i discriminar els diferents estímuls que ens arribem de l'entorn. Mitjançant la percepció intentem comprendre la informació que els nostres sentits són capaços de copsar i els consegüents processos cognitius ens permeten classificar aquests estímuls en funció de les seves similituds. Això és possible perquè, com diu Rosch (1976), nosaltres estructurem el món que ens envolta a partir de l'experimentació i del coneixement, tots dos dependents de les relacions entre els atributs contextuals. Però com en els esdeveniments els atributs reals no es produeixen uns amb independència dels altres i, a més, les combinacions que manifesten no són uniformes cal establir una categorització que contribueixi a estructurar el nostre sistema conceptual. Gran part dels conceptes o imatges mentals que utilitzem corresponen a generalitzacions cognitives que ens permeten entendre tot allò que percebem. Els individus emmagatzemem aquestes generalitzacions en la nostra memòria i les utilitzem com a recursos i instruments per actuar amb desimboltura en la nostra quotidianitat. És en aquest sentit que Kleiber afirma que la: "categorització y categorías son elementos fundamentales, la mayoría de las veces inconscientes, de nuestra organización de la experiencia" (1995: 17).

Un dels estudis de referència sobre com els éssers humans formem les categories es fonamenta en els experiments desenvolupats per Eleanor Rosch a partir de la dècada dels setanta. Rosch va realitzar un seguit d'investigacions emprant metodologies "experencialistes" que buscaven concretar unes possibles categories per tipificar les coses a partir de la realitat de les relacions organitzatives i funcionals que s'establien. Rebutjava, per tant, el posicionament positivista que dividia el món en grups d'objectes amb unes qualitats constitutives, necessàries i suficients i que classificava les propietats objectives de les coses a partir de propietats comunes i de trets idèntics.

Per a Rosch i Lloyd les qualitats son percebudes pels individus com a feixos qualitatius que no son ni conjunts de propietats preexistents en la realitat ni tampoc combinacions objectives fruit de l'atzar. Aquests feixos qualitatius es formen per la interacció dels subjectes amb el seu entorn i no depenen intrínsecament dels objectes sinó de com els éssers humans afronten la realitat: "It should be emphasized that we are talking about the perceived world and not a metaphysical world without a knower" (1978: 29). D'aquí el seu principi general que considera, en termes generals, que les persones classifiquen els objectes d'acord amb unes categories naturals.

Les categories es refereixen a un conjunt o sèrie d'objectes que es poden considerar com anàlegs i constitueixen els elements que configuren un sistema, taxonòmic, que permet relacionar-les entre sí, a partir de generalitzacions i d'abstraccions conceptuals comunes. Les categories bàsiques són les que aporten la majoria de la informació, segons Rosch, i les que posseeixen més valor referencial. Per tant, són les que permeten establir més diferències entre elles. Però com les categories que els éssers humans estableixen, a partir de la realitat, no són arbitràries sinó molt determinades, Rosch i Lloyd (1978) proposen dos principis generals i bàsics per a la formació de les categories:

- el primer, basat en l'economia del pensament, considera que categoritzar i sistematitzar consisteix en proporcionar la màxima informació amb el menor esforç cognitiu possible;

- el segon principi té a veure amb la manera en que es proporciona i s'estructura la informació. Aquest principi afirma que percebem el món mitjançant informació estructurada enlloc de copsar atributs impredecibles i arbitraris.

Tots dos principis tenen implicacions culturals tant respecte a l'abstracció i formació de categories com en l'estructuració interna de les categories una vegada formalitzades. Això permet distingir un sistema que transcorre en dues dimensions: la vertical que es refereix als paràmetres d'integració de la categoria i la dimensió horitzontal que fa referència als paràmetres de segmentació d'un mateix nivell d'integració. L'aplicabilitat dels dos principis descrits determina, per a les autores, que en la dimensió vertical s'estableixin els nivells més bàsics de categorització ja que faciliten la integració dels atributs percebuts en el món. Mentre que l'aplicabilitat dels principis en la dimensió horitzontal augmenta i flexibilitza el caràcter distintiu de les categories ja que es fixa en els atributs representatius que determinen si una cosa forma part o no de la categoria. En el primer cas, la dimensió vertical defineix el que anomenen objectes bàsics i, en el segon cas, la dimensió horitzontal contribueix a distingir els prototips.

Generalment es considera que el tipus bàsic d'una categoria és una construcció cognitiva en la que estan absents tots els accidents i les característiques irrelevantes. Per tant, els tipus ideals es caracteritzen per no tenir detalls superflus, és a dir, són simples i presenten l'estructura o l'essència d'alguna cosa (Gros, 1983, 1987). Per altra banda la representativitat dels atributs d'una categoria bàsica és el principi mitjançant el qual es poden distingir els objectes en la dimensió horitzontal. De fet, Rosch i Lloyd, consideren que els processos de formació de categories en aquesta dimensió tampoc és arbitraria i que obeeix al fet: "that both representativeness within a category and distinctiveness from contrast categories are correlated with prototypicality in real categories" (1978: 12).

Per a Rosch els objectes bàsics, com a categoria més general i inclusiva, demostren que poden constituir i configurar un concepte o imatge per classificar les percepcions del món real:

objects can be readily identified by shape, and at which classes can be imaged. Basic objects should generally be the most useful level of classification. Universally, basic object categories should be the basic classifications made during perception, the first learned and first named by children, and the most codable, most coded, and most necessary in the language of any people (1976: 435).

Tots els components de la categoria comparteixen un nombre significatiu d'atributs en comú, determinen un tipus d'interacció similars entre sí, presenten formes similars, es poden identificar per la seva tipologia formal i poden ser constitutius de les abstraccions mitjançant les quals ens representem imaginàriament les coses. Kleiber (1995) resumeix les àrees d'incidència i de rellevància significativa que implica la categorització d'aquest nivell bàsic d'objectes:

- en l'àmbit sensitiu mitjançant la percepció d'una forma general, la representació d'una imatge mental de la categoria i facilitant una ràpida identificació;
- en l'àmbit funcional mitjançant el desenvolupament d'accions i processos físics semblants;
- en l'àmbit comunicatiu mitjançant la utilització de codis simples, d'ampli abast i difusió.

Els prototips són, segons Rosch i Mervis, els membres de la categoria que més reflecteixen les coincidències estructurals de la pròpia categoria com un tot. El membre prototípic d'una categoria serà, per tant, aquell que més atributs presenti en comú amb els altres membres de la categoria i menys atributs en comú amb les altres categories. És a dir: "categories form to maximize the information-rich clusters of attributes in the environment and, thus, the cue validity of the attributes of categories" (1975: 602). Aquesta definició de les categories prototípiques explicita, segons Kleiber, la conjunció d'estabilitat estructural i d'adaptabilitat del concepte. Per una banda l'estabilitat estructural indica la capacitat dinàmica dels prototips per adequar-se materialment i cognitivament als possibles canvis que es puguin esdevenir en el món real. Per altra, la possibilitat de connectar i compartir atributs amb altres categories constitueix un reflex de la seva adaptabilitat i reforça la capacitat de perviure com entitat que forma part d'un sistema. Les autores

consideren, a més, que el concepte d'aire de família de Wittgenstein complementa i reforça la seva proposta de formació de categories prototípiques mitjançant la valoració dels feixos qualitatius: "when prototypes of categories form by means of the principle of family resemblance, they maximize such clusters and such cue validity still further within categories" (1975:602). Kleiber, ampliant la versió de Rosch, considera que en l'origen de la constitució de les categories i dels tipus ideals es troben uns models cognitius idealitzats en els quals intervenen les imatges mentals, els processos metafòrics i els metonímics i que, per tant, tenen cabuda dins d'una mateixa categoria aquells objectes que presentin una semblança de família, des dels exemplars més idonis fins als exemplars menys apropiats.

Per a Athavankar el procés de categorització: "is one of the ways by which the mind develops order out of the chaotic variations that occur in everyday life" (1989: 102). La ment humana crea categories i les agrupa i classifica abstractament mitjançant conceptes i identificadors visuals que utilitza per ajudar-se en la tasca de reconeixement d'objectes. Athavankar (1989) també assenyala que els paràmetres per establir les categories de productes estan regides per regles que ordenen les coses a partir d'unes formes bàsiques comunes i no per definicions taxonòmicament preestablertes. Els individus reconeixen els objectes per la seva tipicitat, per com s'assemblen al tipus ideal d'una categoria. Però com hem vist sota la perspectiva de l'experiència els objectes no formen classes homogènies, sinó que ens trobem amb un tipus bàsic, general, i un conjunt de gradacions d'objectes dintre d'una mateixa categoria però en dues direccions oposades. El que si és cert que els objectes es poden reconèixer amb claredat, sempre que siguin prop del tipus ideal, però quan menys típics siguin més incerta serà la seva classificació en categories i més probablement es podran donar interpretacions errònies. Així la pertinença a una categoria típica d'un gran nombre d'objectes només ens indica les possibilitats del grau de pertinença d'aquests objectes a una categoria, que ha d'estar presidida pel seu tipus ideal.

En certa manera una categoria prototípica es converteix en un senyal identitari per a tots els productes que pertanyen a la mateixa tipologia (Athavankar, 1990). L'assignació de les característiques distintives als objectes

són sempre relatives a allò habitual o típic i, per això, quan els subjectes cerquen alguna cosa, ho fan fixant-se precisament amb aquests senyals identitaris que defineixen un determinat tipus ideal. A partir del moment en que es troben aquests senyals es poden establir i destriar les coses i començar a adornar-nos-en de les diferències i desviacions compositives i estructurals que presenten les coses.

El reconeixement és motivat per una necessitat o interès i es basa en comparar amb un sistema conceptual de categories que reflecteixen una història de la participació amb coses similars a les reconegudes. El reconeixement suposa adonar-se que un objecte és aquella cosa coneguda d'abans i que la memòria humana sembla emmagatzemar aquests senyals mitjançant imatges mentals o abstraccions. Això implica, per tant, identificar alguna cosa per la seva estructura formal i compositiva, relacionar-la amb el seu nom genèric i definició conceptual associada i parar esment de l'ús que se li pot donar. En el moment de prendre consciència de les diferències observades és quan podem arribar a reconèixer una categoria.

4.3.3. EL SISTEMA CONCEPTUAL QUOTIDIÀ.

La manera més habitual d'expressar el sentit que els individus donem a les nostres experiències a través del llenguatge. Els conceptes que utilitzem constitueixen els elements bàsics amb els que articulem els diferents sistemes de comunicació que utilitzem habitualment. De tot el conjunt de conceptes que maneguem habitualment n'hi ha uns que ens permeten referir-nos a les generalitats i d'altres que es refereixen i perfilen els detalls que ens ofereix la realitat. Generalitat i concreció conceptual que col·laboren mútuament, amb interdependència, alhora de fer-nos entendre el nostre entorn.

Alhora de definir els conceptes que s'utilitzen s'hauria de tenir en compte com intervenen en l'estructuració del sistema que s'utilitza en cadascuna de les àrees de coneixement. Tot i que sempre hem de tenir presents les referències conceptuais que utilitzem a partir dels sistemes lingüístics hem d'intentar conèixer els conceptes que estructuraven el sistema de codificat de cada disciplina. Lakoff i Johnson, en aquest sentit, consideren que allò que és

important en la definició dels conceptes respon a com els humans capten les característiques de les coses i les conceptualitzen, és a dir, com l'entenen i funcionen amb aquest concepte. Un procés cognitiu en el que intervenen la percepció i el pensament, tots dos considerats en la seva màxima extensió i capacitats: "Thus, to understand reason we must understand the details of our visual system, our motor system, and the general mechanisms of neural binding" (1999: 4). Per això entenen que s'ha d'utilitzar un concepte de definició diferent de l'estàndard per comprendre la manera en que els humans ens adaptem a les nostres experiències. Bàsicament, perquè el nostre sistema conceptual és un producte més de la nostra pròpia humanitat, de la manera en que interaccionem amb les coses i amb els nostres entorns, físics, culturals i socials i constitueixen un reflex del com som en realitat i de com copsem la realitat.

Pels autors les definicions estàndards dels conceptes recullen, objectivament, les propietats de les coses i el sentit de les nostres experiències a través de l'assignació significativa que atribuïm a les característiques dels objectes. Per tant, en el procés de conceptualització dels atributs de les coses intervenen, simultàniament, la definició estandarditzada i els significats que inferim del procés d'interacció. Lakoff i Johnson consideren que la comprensió de les coses resideix en el que denominen "gestalts experiencials", una dimensió bàsica que estructura les nostres activitats habituals i quotidianes. Les gestalts experiencials: "representan organizaciones coherentes de nuestras experiencias en términos de dimensiones naturales (partes, niveles, causas, etc.). Los dominios de la experiencia que están organizados como gestalts en términos de tales dimensiones naturales nos parecen tipos naturales de experiencias" (1986: 158).

El domini d'aquestes experiències resideix en la pròpia naturalesa humana perquè són fruit de les nostres capacitats físiques i intel·lectuals, de la interacció amb l'entorn i de les relacions socials i culturals que establim amb la resta d'individus que configuren les nostres societats. Sota aquesta perspectiva els conceptes no únicament defineixen propietats inherents, sinó que principalment es refereixen a propietat d'interacció amb les quals establim

un conjunt de regularitats que estructuraven el nostre sistema conceptual (Davidson, 1990). Aquestes regularitats són les que defineixen els conceptes generals i oberts que estructuraven i doten de coherència a les relacions que emergeixen de l'experiència.

Per a Lakoff i Johnson la clau per entendre la unitat vivencial resideix en la comprensió conjunta de les diverses dimensions implicades i participants que anomenen *gestalts experiencials multidimensionals*. Els conceptes que sorgeixen d'aquestes dimensions i les correlacions que es poden establir entre els diferents significats dimensionals configuren un tot gestàltic significatiu. Les relacions conceptuais i la seva interdependència és la que ens permet estructurar el sistema bàsic que utilitzem per interaccionar amb el nostre medi físic i cultural. Aquesta relació conceptual s'estableix i es fonamenta en un conjunt de conceptes bàsics que segons els autors relacionem sistemàticament i metafòricament a través de les experiències. Aquest sistema conceptual emprat metafòricament és el que ens permet entendre i relacionar les semblances entre els diversos conceptes i avançar progressivament cap a la comprensió.

Lakoff i Johnson (1986) destaquen que les metàfores serveixen per estructurar les relacions del sistema conceptual i, per tant, del pensament i distingeixen, en la seva proposta teòrica, les metàfores estructurals, d'un concepte en referència a un altre, les metàfores orientatives, que es fonamenten en les nostres experiències espacials siguin físiques com culturals i les ontològiques que neixen de les nostres experiències amb els objectes físics i són aquelles que utilitzem per entendre els esdeveniments, les accions i les activitats que duem a terme. Tanmateix, l'experiència amb els objectes físics és la que ens proporciona la formació de relacions conceptuais metonímiques, aquelles que ens possibiliten la comprensió mitjançant les referències entre entitats: "Los conceptos metonímicos surgen de las correlaciones en nuestra experiencia entre dos entidades físicas (por ejemplo, la parte por el todo, el objeto por el usuario), o entre una entidad física y algo conceptualizado metafóricamente como una entidad física" (1986: 99). Unes relacions interpretatives entre entitats o referenciades a objectes (Hjelm, 2002; Esqueda, 2005).

Una de les principals afirmacions que fan els autors és que el nostre sistema conceptual s'estructura en aspectes contextuais, físics, sobre els que recolzem tot tipus d'experiència i que utilitzem per estructurar metafòricament la realitat (figura 7). De fet, els tres tipus de dominis d'experiència que estableixen, l'espacial, el cultural i social, i l'emocional son considerats com a bàsics per estructurar el sistema conceptual:

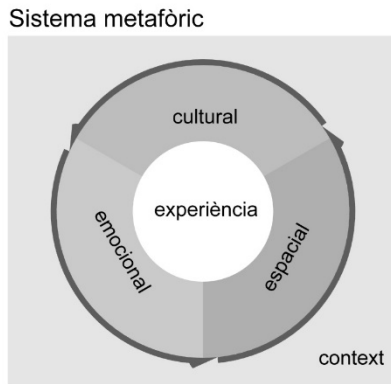


Figura 7. Components que configuren la concepció metafòrica de l'experiència.
Font: Elaboració pròpia.

- l'estructura conceptual espacial estableix els conceptes més fonamentals de les nostres existències. Fruit de la nostra interacció amb l'entorn físic i perceptiu ens fa ser conscients de l'espai, dels objectes i de nosaltres mateixos. Permet experimentar-nos a nosaltres mateixos com entitats separades de la resta de coses que ens envolten;
- una experiència emocional que està lligada, intrínsecament, a una experiència perceptiva i que pels autors estableix uns correlats sistemàtics entre les nostres emocions i les nostres experiències sensorials i motores;
- tota experiència té lloc dins d'un context cultural i social que implica un determinat conjunt de valors i hàbits culturals i socials que actuen com a base conceptual, establerta convencionalment, per estructurar les nostres experiències.

Per comprendre les raons d'aquesta concepció metafòrica que ens fa distingir com entitats separades ment, cos i entorn els autors estableix quines són les tres tipus fonamentals d'experiències que ens fa ser conscients, a partir de les nostres pròpies experiències, d'aquesta separació: la manipulació d'objectes físics en un determinat context familiar en funció de com ho fem tots els individus. Unes experiències primàries que són bàsiques i fonamentals alhora d'estructurar la nostra vida diària:

1. The correlation between body control and the control of physical objects.
2. The correlation between being in one's normal surroundings and being able to readily control the physical objects in one's surroundings.
3. The correlation between how those around us evaluate our actions and the actions of others and how we evaluate our own actions (1999: 562).

És important tenir en compte que el nostre entorn no és aliè a nosaltres mateixos i que la concepció metafòrica de les nostres experiències expressa la manera comuna que tenim de percebre'ns a nosaltres mateixos, als altres i a l'entorn que ens envolta: "La metáfora funciona como un agente modelador de la percepción, guiando las acciones" (Scolari, 2004: 82). Una estructuració conceptual bàsica que també ens ajuda a entendre als objectes a partir de l'esquematzació i abstracció de les seves característiques (Rompay, Hekkert, Saakes i Russo, 2005; Edelman, 2006). Nubiola considera que una de les principals aportacions que fan Johnson i Lakoff consisteix en mostrar que: "el estudio de la metáfora es una vía particularmente fructífera para abordar las cuestiones lógicas, epistemológicas y ontológicas que resultan centrales para ofrecer una adecuada comprensión de lo que és la experiencia humana" (2000: 83).

PART II: LA PRAGMÀTICA DE LES COSES.

Les aportacions teòriques al disseny des de l'àmbit de la comunicació han consistit, bàsicament, en estudiar i analitzar els missatges i les informacions que les coses són capaces de transmetre. Uns continguts que s'han avaluat a partir dels processos comunicatius protagonitzats pels subjectes, entesos com a participants i integrants dels discursos contextuals. Uns posicionaments, d'arrels semiòsiques, que han estructurat les investigacions en l'àmbit del disseny tenint en compte com l'individu, l'objecte i l'entorn participen en el procés relacional que procura el disseny com si fos un acte comunicatiu. A més, hem vist com els objectius teòrics del disseny s'han orientat cap a la comprensió de les relacions comunicatives que les persones estableixen amb les coses a través de les seves experiències. Unes relacions que s'han analitzat gràcies i a través de l'estudi del significat que presenten les coses, concebudes i sistematitzades com a llenguatge. El disseny i la comunicació són disciplines que comparteixen objectius en l'entesa de la realitat i, també, recursos per emetre i estructurar l'efectivitat dels missatges i dels significats que volen compartir. Per això cal tenir en compte que utilitzar els instruments conceptuals que fan servir totes dues, i fer-ho de manera semblant, pot suposar una apertura teòrica que faciliti una revisió dels objectius de la disciplina.

En aquesta segona part s'analitzarà l'entesa dels esdeveniments de la realitat gràcies a la concepció de l'experiència que ens ofereix el pragmatisme com a corrent filosòfic i, també, de la construcció i de la configuració del significat que procura l'acció pragmàtica. Un estudi que es fonamenta en el pensament dels principals autors del pragmatisme i en la revisió de les aportacions teòriques que recull el capítol cinquè: l'acció semiòsica, l'acte interpretatiu i la socialització dels significats que determinen aquestes activitats. Entendre l'abast social de les possibilitats comunicatives de les coses implica compartir la interpretació de les vivències comunes, on els individus, com usuaris i actors, canalitzen les seves activitats a través de les coses, orientant-les d'acord als seus propòsits i expectatives. Una manera d'examinar la

variabilitat significativa que presenten les coses i d'estudiar la corresponen assignació de sentit que els hi atorguen els subjectes.

Per als objectius del treball ha estat important definir i delimitar el concepte de cosa i el capítol cinquè ho fa sota una perspectiva pragmàtica que facilita l'entesa dels objectes com a guies d'activitat i com "plans d'acció". El fet d'assignar significat a les coses gràcies a la participació i determinació de les activitats dels individus ens ha permet relacionar el valor pragmàtic de les coses amb la seva utilitat pragmàtica, conjugant relacions instrumentals, emocionals i estètiques amb el valor comú i compartit per tots els subjectes que formen part d'un grup social i cultural. El coneixement pragmàtic de la realitat descriu, per a Habermas, un sistema de regles que són fonamentals alhora de comprendre el nostre entorn i d'establir quines experiències són possibles: "en el trato práctico con las cosas y los sucesos en el mundo" (2002: 31). A mesura que els individus superen les diferents situacions que els hi planteja la realitat es van conformant unes regles d'acció, rellevants instrumentalment, que determinen un contingut i valor epistemològic que estructura una xarxa relacional d'activitats. La veritable dimensió pragmàtica de les coses integra la totalitat de les pràctiques vivencials que les persones realitzen gràcies a la guia que proporciona la utilització del saber normatiu de la realitat (Ricoeur, 1988).

La comprensió dels principis orientadors dels processos d'assignació de significat sota una perspectiva pragmàtica, així com les relacions conceptuals que s'estableixen en base a una xarxa conceptual comuna, permet integrar els elements cabdals dels processos inferencials de comunicació. L'anàlisi de la rellevància i de la direccionalitat pragmàtica del capítol sisè ha facilitat la comprensió de les interrelacions pragmàtiques entre els processos de disseny i els de comunicació gràcies a la seva participació en la configuració conceptual de la realitat social i cultural dels individus. Enteses les pràctiques com aquell tipus d'acció que determina el significat de les coses, analitzar les estructures profundes que fonamenten la pròpia vivència dels individus que Habermas identifica amb: "las prácticas y rendimientos de los sujetos capaces de lenguaje y de acción" (2002: 21). Els plantejaments teòrics

aportats pel pragmatisme en la seva valoració de les experiències, la concepció pragmàtica el significat de les coses i el model inferencial de comunicació que aquesta disciplina ens proporciona han estat determinats per definir i estructurar un model pragmàtic que focalitza la seva atenció en la concepció de les coses i que distingeix els diversos nivells d'incidència en la configuració del significat. Un model que s'explica i detalla en el capítol setè i que té la voluntat d'evidenciar els processos comuns entre el disseny i la comunicació i de proposar un instrument analític i metodològic per entendre el paper significatiu que desenvolupen les coses en les nostres activitats quotidianes.

5. LA CONCEPCIÓ PRAGMÀTICA DE L'EXPERIÈNCIA.

5.1. LA COMPRESIÓ LÒGICA DE L'EXPERIÈNCIA.

El pragmatisme estableix una concepció filosòfica que estudia la realitat cercant d'esbrinar com raó i praxis convergeixen alhora de generar coneixement. És per això que des dels mateixos orígens filosòfics el pragmatisme⁵⁴ defuig de la dissociació entre un món ideal, fruit del pensament, i un món físic i experimental. Els pragmatistes estaran interessats en cercar connexions entre pensaments i accions examinant les activitats dels individus immersos en el medi i analitzaran l'activitat humana en el lloc on es produeix. Una perspectiva que procura superar els dualismes tradicionals entre acció i sentit i cerca treure profit de la immediatesa per entendre la permanència. Una concepció pragmàtica de la realitat que contribueix a l'enteniment, usual i comú, de la finalitat de les coses a partir de les seves possibles utilitats (Pérez de Tudela, 2007; Di Gregori i Hebrard, 2009).

El pragmatisme de Peirce⁵⁵, considerat un dels pares d'aquest corrent filosòfic, situa l'entesa de la realitat en el propi escenari on els individus realitzen els fets (Castillo, 1995; Faerna, 1996; Rorty, 1996). Des dels inicis del

⁵⁴ En aquest estudi ens centrarem en la corrent filosòfica americana desenvolupada inicialment per Peirce i James.

⁵⁵ Per l'estudi del pragmatisme s'han emprat textos de Peirce traduïts al castellà com la versió original dels *Collected Papers*, en la seva versió electrònica.

seu plantejament filosòfic, l'autor utilitzarà eines conceptuals per trobar respostes als problemes relacionals que planteja la comprensió de l'experiència i estableix els principis bàsics del seu pensament a partir de la teoria del significat que anomena semiòtica. Fonamentant-se en els mètodes de la lògica formalitza una teoria que li permetrà establir una conceptualització dels signes emprats en la producció i transmissió dels significats. Els signes configuraran la realitat lògica que Peirce utilitzarà per entendre el món i estructurar el seu pensament i seran els elements cognitius determinants dels conceptes i dels seus significats.

La lògica entesa per Peirce com a mètode bàsic de raonament i per extensió, com assenyala Faerna (1996), com a mètode generador i comunicador dels significats, ens ha de permetre analitzar l'evolució de l'home com a ésser simbòlic. Sota aquesta premissa, la lògica és per a Peirce un plantejament que permet interrelacionar el pensament i les accions dels individus. La lògica condueix les relacions entre el món del raonament, construït amb estructures significatives abstractes i el món concret i real dels subjectes capaçs de crear i de manipular aquestes estructures conceptuals. L'objectiu principal de les tècniques lògiques es dirigeix, per tant, a l'assimilació i la comprensió de la pràctica real. Per això, des de diferents posicionaments i disciplines s'ha considerat que la lògica articula l'estudi de l'home i de la seva evolució canalitzant la comprensió del seu comportament. La pròpia experiència humana determina les relacions amb l'entorn a través dels significats que els individus elaboren amb els recursos conceptuals que tenen al seu abast (Polanyi, 1966a; Cassirer, 1968; Habermas, 1980, Bernstein, 2013).

5.1.1. EL PROCÉS INFERÈNCIAL.

Per desenvolupar aquestes anàlisis, fonamentades en la lògica, els pragmatistes utilitzen esquemes metodològics de tipus inferencial per estructurar el raonament (Pérez de Tudela, 2007). Peirce considera que la inferència és el procés raonador que amb més fidelitat ressegueix els fets reals i que condueix cap a les associacions cognitives necessàries per generar coneixement. Aquest plantejament pragmàtic de la inferència permet que els indi-

vidus arribin, en circumstàncies adients, a conclusions que consideren certes, fruit de les relacions establertes pel raonament amb el fet empíric o real. Per a l'autor, els subjectes en les seves experiències utilitzen com a punt de partida unes proposicions provades i les seves actuacions es fonamenten en aquestes premisses acceptades com a veritables. Unes certeses que Peirce anomena *creences* i que són fruit del significat inferencial que deriva de les accions (Faerna, 1996; Kalpokas, 2005; Vargas 2009).

Aquestes certeses o creences constituïran els elements de partida que orientaran, amb un cert grau de fiabilitat, les accions que els subjectes volen dur a terme i assoliran validesa quan ajudin als individus a establir una relació satisfactòria amb les seves vivències. La validesa recolza les accions, actuals i futures, que condueixin a una experiència satisfactòria de l'individu. Davidson considera que és possible argumentar a partir de premisses que derivin de "la creencia y la actitud de la razón primaria de una acción, y de las cuales se sigue que la acción tiene alguna característica de deseabilidad" (1995: 24). Una causalitat que justifica les relacions de raonabilitat que James emprarà mitjançant el concepte d'utilitat per establir una vinculació lògica entre certesa i satisfacció:

"Verdadero" es el nombre para cualquier idea que inicia el proceso de verificación, "útil" es el nombre para su función ya completada en la experiencia. Las ideas verdaderas nunca habrían sido singularizadas como tales, no habrían adquirido nunca un nombre colectivo, tanto menos un nombre que sugiere valor, de no haber sido útiles de esta manera ya desde el principio (1985: 133).

Per tant, els individus, recolzant-se en certeses prèvies, adoptaran noves idees quan aquestes satisfacin les seves expectatives personals. La realitat nodreix de significats els nostres fets habituals i procura significats que ens fan descobrir noves certeses: "pues las creencias, son, en sí mismas, partes de la suma total de la experiencia del mundo y llegan a ser, por lo tanto, la materia sobre la que se asientan o fundan para las operaciones del día siguiente" (James, 1985: 143). Els individus, conjugant les vessants sensitiva i intel·lectual, mitjançant l'observació de les coses i l'acció amb les coses, engeguen el procés mental que proveeix significats i que participa activament en la concepció de la realitat. Una acció completament intel·lectual, tal

com James concep l'experiència de les persones, que integra les impressions que és despleguen al llarg de l'activitat d'un subjecte i unes interpretacions conscients de vivències de la realitat.

Pels pragmatistes els processos inferencials són l'eina metodològica adient per generar coneixement a partir de la realitat i l'aplicació de les tècniques pragmàtiques ha de facilitar la descripció, comprensió i interpretació del conjunt d'experiències desenvolupades pels individus (Castillo, 1995; Jensen, 1997) (figura 8).

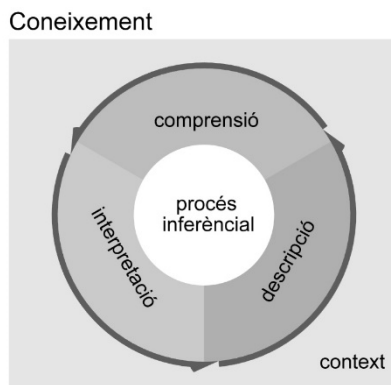


Figura 8. Components que estructuren el procés inferencial de coneixement.
Font: Elaboració pròpia.

L'anàlisi del propi procés inferencial facilita que Peirce diferenciï tres mètodes, lògics, que condueixen al coneixement: l'abducció, la inducció i la deducció. Tot i que aquests mètodes presenten diferències entre si, cal tenir en compte que el procés es caracteritza per la seva unitat, una de les principals característiques pragmàtiques, i el pensament sorgeix de la combinació dels mètodes de raonament entre si (Faerna, 1996, Barrena, 2007). La consideració lògica de l'abducció, com el procés de correlacionar els fets immersos en un sistema en el que troben el seu significat, integrant-los en un sistema de coneixement, és una de les aportacions de Peirce per conjugar el pensament lògic i pensament instintiu:

Abduction is the process of forming an explanatory hypothesis. It is the only logical operation which introduces any new idea; for induction does

nothing but determine a value, and deduction merely evolves the necessary consequences of a pure hypothesis. Deduction proves that something must be; Induction shows that something actually is operative; Abduction merely suggests that something may be (Peirce, 1994: 5.171).

Una lògica abductiva que pot guiar les hipòtesis que formulin els subjectes valorant la totalitat de les seves experiències com accions fal·libles i creatives que poden repercutir en qualsevol àmbit del coneixement (Givón, 1989; Barrera, 2007). Peirce integra la metodologia abductiva en la generació de coneixement a partir de possibilitats d'acció que s'han de verificar. Mentre que el mètode deductiu genera coneixement a partir de models idealitzats de la pròpia realitat i la metodologia inductiva extreu conclusions a partir de les generalitats de l'experiència.

5.1.2. L'HÀBIT COM A REGLA D'ACCIÓ.

L'experiència real de les persones està conformada per tot un conjunt d'agents que dinamitzen i estimulen la percepció. Uns estímuls (Peirce els anomena "irritacions") que generen una mena de respostes pràctiques a les demandes contextuals, que els subjectes seleccionen i associen, d'entre el ventall de possibilitats, per respondre amb concordança a un objectiu determinat. Una relació entre estímuls i reaccions que només transcendirà si el subjecte és capaç d'engagar, adequadament, els processos cognitius de simbolització que permeten codificar les experiències de forma significativa. El pensament fixarà aquesta interpretació emprant les eines simbòliques per conceptualitzar els signes que assoliran l'estatus de creences en el moment en que es consolidin com a pautes estables de conducta.

Peirce (1988) concep el signe com un instrument que estructura el pensament per apropar-nos a la realitat i, per tant, vehicula i ens facilita el coneixement. Sota aquest posicionament la funció essencial del signe consistirà en comunicar eficaçment les relacions que ell mateix procura, establint generalitats que l'individu aplicarà quan sigui oportú. Els individus exerceixen alhora, de forma intel·lectual i activa, la facultat de determinar lliurement els actes a realitzar perquè valoren una activitat determinada com la res-

posta més adient a l'experiència sensible. Una voluntat que no queda circumscrita únicament a l'exercici d'uns determinats actes físics sinó que també implica al pensament. Per tant, raonament i acció configuren conjuntament allò que ens orienta i que Peirce anomena *creences* (1994: 5.375)⁵⁶.

El pensament, per donar resposta a allò que l'experiència ens demana i ens imposa, cerca els procediments més eficaços per fixar unes creences que condicionaran i determinaran un tipus de comportament que s'aniran establint per l'ús⁵⁷. Com interpretació lliure de l'experiència, la creença queda establerta, per tant, gràcies als individus que destrien els hàbits més efectius en cada cas, assumits pels individus com un *modus operandi*.

L'objectiu pragmàtic del procés inferencial no rau només en relacionar proposicions provades mitjançant experiències particulars sinó en extraure conclusions raonables per arribar a l'adopció d'una regla d'inferència o, en els termes pragmàtics emprats per Peirce, d'un hàbit. El raonament és conduït a l'acció estimulat pel dubte i, aquest procés cognitiu finalitza quan s'arriba a la creença, és a dir, una vegada que l'hàbit de conducta (figura 9) queda configurat com un hàbit mental lògic (figura 10).

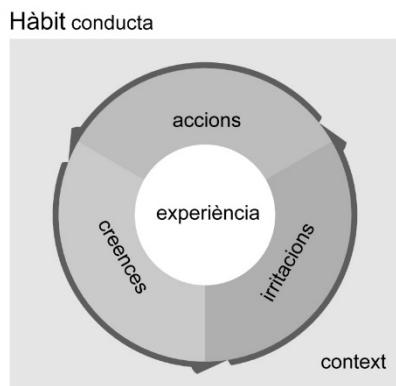


Figura 9. Components de l'experiència que determinen l'hàbit de conducta.
Font: Elaboració pròpia.

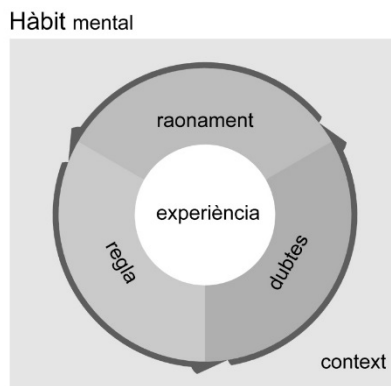


Figura 10. Components cognitius que estructuren l'hàbit mental.
Font: Elaboració pròpia.

⁵⁶ Les referències es realitzen d'acord a la tradició acadèmica en el que el primer dígit indica el volum i el següents el paràgraf corresponent.

⁵⁷ Veure l'article de 1877, *The fixation of belief*, recollit al volum 5è dels *Collected Papers*.

Peirce (1987) considera l'hàbit com la generalització d'un instrument conceptual que constitueix una regla d'acció, estructurada a partir de components lògics que són fruit d'un perllongat procés de selecció. Un instrument que depèn de les circumstàncies i de les intencions que condueixen al subjecte a actuar de manera usual i concreta quan es presenten certes circumstàncies generals. Per tant, l'hàbit, considerat com general i condicional, representa més aviat un punt de partida i, fins i tot, parlant pròpiament en terminologia peirciana, un principi d'acció que orienta i guia a l'individu cap a una transformació física del món (Deledalle, 1996).

Els éssers humans es caracteritzen per desenvolupar un seguit d'activitats que cerquen transformar i dominar creativament les seves experiències. Una voluntat cognitiva que integra les intencions i les finalitats dels individus orientant-los cap a l'obtenció d'una satisfacció del procés experimental i que dirigeix encamina i endreça l'acció en curs. Totes dues, intencions i finalitats, responen a la necessitat de satisfer les experiències. Les intencions orienten els actes motrius com a resposta dels organismes per adaptar-se a les condicions presents en l'entorn. Les finalitats dirigeixen l'acció humana envers l'experiència que d'acord amb unes necessitats i expectatives cerquen nodrir-la de sentit. Unes finalitats en perspectiva (*ends-in-view* les anomena Dewey) que sorgeixen del mateix procés d'experimentar i actuar. No poden, per tant, concretar-se ni determinar-se sense haver-se atès abans el que l'experiència ofereix, i, per tant, s'ha de fonamentar amb allò que la pròpia experiència ens ofereix com resultat de l'activitat dels individus (Dewey, 1938). Això determina que les finalitats en perspectiva siguin quelcom dinàmic, processal i temptatiu que depèn de l'acció i de l'experiència (Faerna, 1996, Bernstein, 2013).

5.1.3. EL CONEIXEMENT PRAGMÀTIC.

El posicionament humanista de James⁵⁸ també es recolza en la lògica que determina l'actitud orientadora de les accions dels individus, com actors i com intèrprets de la realitat, alhora d'experimentar les coses. Per a James hi ha dues maneres de conèixer el món que ens envolta, una immediata o

⁵⁸ La tradició acadèmica considera a William James el co-fundador del pragmatisme.

intuïtiva i l'altra conceptual o representativa. L'experiència, com acció i com recurs mental de l'individu, configura dos sistemes comprensius que estableixen relacions amb les coses del nostre entorn. Els fets experimentats s'erigeixen, per tant, com principal nexa d'unió entre aquests dos tipus de coneixement: el directe i el conceptual (figura 11).

El coneixement immediat o intuïtiu de les coses consisteix en l'aprehensió mental de tot allò que tenim al davant. Una aprehensió que es realitza a partir de les dades qualitatives que configuren la substància de les coses. Aquest tipus de coneixement conté, segons James, la cosa i la seva percepció, la dada i la seva comprensió: "Conocer inmediata o intuitivamente es, pues, para el contenido mental y el objeto, ser idéntico" (1957: 79). Un procés caracteritzat per una vivència i aprehensió dels fets que facilita la comprensió de les coses i permet dotar de significat als conceptes. Conèixer per mitjà dels sentits impulsa el nostre pensament i aquest, recíprocament, nodreix les nostres capacitats perceptives, una unitat experimental indivisible del propi procés cognitiu.

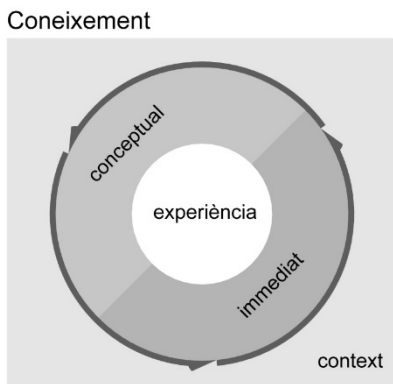


Figura 11. Tipus de coneixement pragmàtic que ens proporciona l'experiència.
Font: Elaboració pròpia.

Des d'un punt de vista epistemològic els estats de consciència es nodreixen de les experiències perceptives per arribar a un món ontològic, conegut i comprés pels individus però separat de l'ordre real que regeix les coses, que constitueix la referència de partida del pensament. Això implica que les per-

sones fan convergir a la vegada el coneixement aprehès i l'experiència immediata alhora de prendre decisions que determinen la seva conducta en relació a les coses (Mead, 1993). Allò que copsem de les coses és singular i concret, varia constantment i no torna a repetir-se i, per tant, les nostres percepcions aporten novetat a les nostres experiències. El coneixement s'abasteix dels processos organitzatius de les accions que duen a terme els individus per obtenir la corresponent confirmació de les seves conductes. Confirmació que verifiquen mitjançant les respostes que preveuen i esperen de les coses amb les que interactuen. Per tant, des d'aquest posicionament, no s'ha d'identificar: "el conocimiento con la mera presencia en la conciencia de contenidos de la experiencia. Ninguna actitud de la conciencia es de por sí cognitiva" (Mead, 2008: 253). El coneixement és inferencial i es basa en les dades que pertanyen al món real. És independent de la percepció i del pensament però tots dos intervenen en el procés reflexiu que orienta les inferències. El coneixement directe de les coses és efímer i momentani mentre que el coneixement conceptual configura el sistema referencial i estable de les sensacions. Tots dos es complementen per superar les mancances que separadament presenten (James, 1911).

Els individus afronten les seves experiències amb la finalitat de resoldre-les i adaptar-les als propis requeriments i, per això, es veuen abocats a modificar i recompondre el llegat del seu coneixement per satisfer les seves pròpies expectatives. La realitat, des de la perspectiva instrumentalista de Dewey, és un mapa que es va traçant en el procés de la investigació: "For things exist as objects for us only as they have been previously determined as outcomes of inquiries" (1938: 119). La concepció pragmàtica del coneixement és dinàmica i activa i per això les certeses s'han de posar a prova i s'ha d'acabar verificant. Aquesta voluntat d'entendre implica activar els mecanismes per comprovar la significació de les coses, duent a terme una acció i analitzant els resultats conseqüents. Aquest caràcter prospectiu implica tenir en compte la variabilitat canviant de l'experiència per aplicar les correccions oportunes en funció dels fets observats i els efectes que se'n puguin derivar. Els esdeveniments són presents, operatius, i el que ens ha d'interessar són les seves significacions en relació a les possibilitats que ens brinden, expressades en forma d'expectatives, creences o inferències:

Los acontecimientos tienen efectos o consecuencias en toda forma, y como significación es lo mismo que percatarse de estas consecuencias antes de que se produzcan realmente, la indagación reflexiva que convierte un acontecimiento en un objeto es la misma cosa que descubrir una significación que el acontecimiento ya posee por atribución (Dewey, 1948: 266).

El pensament, conscient de la situació, planifica els actes a fer i les mesures que s'han de prendre. Cerca la significació dels actes possibles en correspondència a la participació efectiva que les coses determinen. Gràcies al coneixement el subjecte es posiciona en un moment concret i determinat, espacial i temporal, en un conjunt de circumstàncies que determinen un estat concret, davant del conjunt qualitatiu que ens ofereixen les coses i al que aplica el dipòsit de recursos disponibles, prèviament verificats, per comprendre com ha de dirigir les seves activitats. Els individus escullen aquelles accions que són adients, és a dir menys arbitràries i més significatives, gràcies a què el coneixement ens aporta la capacitat d'administrar intel·ligentment els elements d'acció disponibles: "el hombre sólo aprecia naturalmente el conocimiento en razón de la influencia de éste sobre el éxito y el fracaso en la consecución de los bienes y la evitación de los males" (Dewey, 1948: 48). Per a Faerna (1996) només hi ha pensament com part d'un context molt més ampli, des de i per la situació.

Dewey concep el coneixement com un procés d'interacció que estableix un mètode de raonament operatiu mitjançant el qual els subjectes poden destriar d'entre les accions possibles a realitzar d'acord amb el sentit que els hi atorguen i, d'aquesta manera: "relacionar causas con medios y efectos con consecuencias" (1948: 353). En aquest escenari les coses no se'ns presenten, per tant, com entitats absolutament estables i immutables, ja que de ser-ho quedarien fora de l'abast de la pròpia experiència i dels principis d'acció i de reacció que l'articulen. Analitzem les nostres experiències dividint i compartimentant cadascun dels components per tal d'entendre-les. D'aquesta manera el coneixement de la realitat es construeix a partir de l'entesa de les particularitats existencials i amb el concurs conceptual de tipus i universals comuns. Les idees, articulant el pensament, ens condueix d'una experiència a una altra enllaçant les coses, establint una continuïtat de reco-

neixement en el seguit de fenòmens vivencials. Emprant idees podem moure'ns amb seguretat entre les diverses experiències amb les coses, estalviant-nos processos i reiteracions. Aquesta categorització facilita l'endrega del flux perceptiu en diferents parts que, tot i que sigui de manera provisional, ens permet bellugar-nos amb cert grau de seguretat entre els fets quotidians (figura 12).

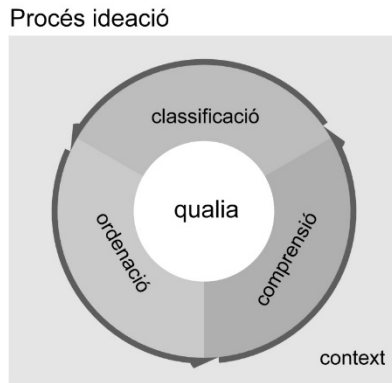


Figura 12. Procés d'ideació fonamentat en els *qualia*.

Font: Elaboració pròpia.

James atorga importància a aquest tipus de coneixement assignant-li una facultat representativa, gràcies reconeixement dels elements que componen les diverses experiències, i pràctica, gràcies al suport que prové dels esdeveniments del passat: "Conocer un objeto es aquí dirigirse hacia él a través de una conexión que proporciona el mundo" (1957: 77).

5.2. LA SEMIÒTICA I L'ACCIÓ SEMIÒSICA.

El pragmatisme intenta aplicar els procediments lògics per determinar el significat dels objectes, termes o proposicions integrant el pensament i l'acció. Això implica entendre el pensament com una activitat capaç de generar els principis directrius o normes que regulen el funcionament de la realitat (Faerna, 1996). Per tant, per descriure, explicar i aprehendre els fenòmens contextuals s'ha de comptar amb recursos teòrics que facilitin l'anàlisi i comprensió del significat que els esdeveniments ofereixen als individus. La semiòtica, en el marc pragmàtic de Peirce (1994), és la disciplina que opera

amb signes i analitza els fenòmens que nodreixen els diversos i diferents processos significatius per establir relacions entre ells. Un mètode generador de significats que abasta les relacions sígniques, abstractes o conceptuals, de les coses i les accions concretes del món real (Pericot, 1987; Elizondo, 2003; Barrena, 2007).

La semiòtica de Peirce estructura la comprensió de la realitat a partir de tres categories que articulen i endrecen l'anàlisi de la continuïtat vivencial de l'home, és a dir, permeten analitzar fenomenològicament l'experiència. Les anomenades categories faneroscòpiques⁵⁹ peircianes estableixen una jerarquia de la realitat humana (figura 13): la primeritat és la categoria del possible, del *quale* o qualitat, de la sensibilitat; la secunditat és la categoria del fet concret i de l'actualitat i la terceritat és la categoria de la continuïtat, de la regla o norma (Deledalle, 1996; Queiroz i Merrell, 2009).

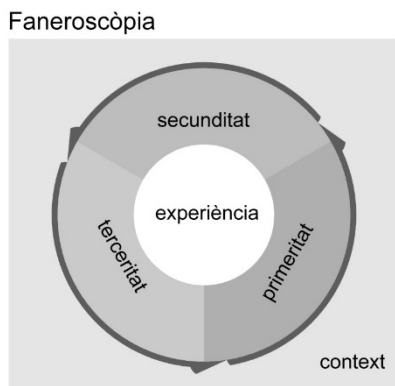


Figura 13. Estructuració dels nivells significatius de l'experiència de Peirce.

Font: Elaboració pròpia.

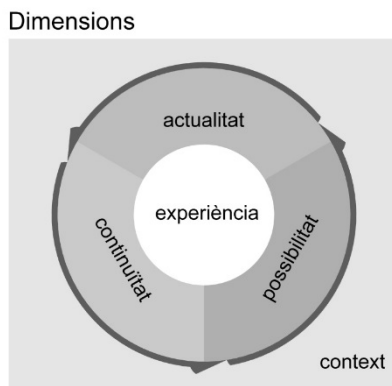


Figura 14. Dimensions faneroscòpiques del contínuum vivencial.

Font: Elaboració pròpia.

En la continuïtat de l'experiència (figura 14) la primeritat ens ofereix un marc referencial de possibilitats, unes oportunitats de fer; la secunditat ens mostra l'existència simple del fet concret, indicant la manera de ser de les coses; mentre que la terceritat estableix una generalització hipotètica que assolix l'estatus de norma donades unes determinades condicions (Deleda-

⁵⁹ Peirce crea el neologisme *faneron* emprant el terme grec *phaneron* amb el significat de mostra o aparent i com sinònim de fenomen.

lle, 1996). El flux de relacions que determina aquesta concepció tridimensional de l'experiència es tradueix en una continuïtat d'accions que els subjectes realitzen en un entorn concret per tal d'entendre els significats que deriven de les seves experiències vitals. Aquests processos, anomenats per Peirce semiòtics⁶⁰, es fonamenten en el coneixement dels subjectes i en les qualitats percebudes en les coses alhora de valorar i normalitzar el significat de les experiències (figura 15).

La semiosi s'ha d'entendre com un procés dinàmic, actiu i voluntari que engageuen els individus en el qual intervenen tots els components que participen en les experiències dels subjectes (Jensen, 1997; Elizondo, 2003). L'acció semiòtica posa en marxa un procés en el qual un estímul, percepció o irritació, en termes peircians, adquireix una funció significant per algú i, per tant, es transforma en un signe (figura 16). D'aquesta manera podríem concretar que l'objecte que estudia la investigació semiòtica és l'acció del signe en l'acció de les coses (Elizondo, 2003). Per a Peirce la semiosi és el procés en el que alguna cosa es torna signe per a un organisme. Al focalitzar la seva atenció en l'acció del signe o en les seves funcions sígniques, conclou que més que el signe en si mateix és fonamental la seva participació en el propi sistema de significació.

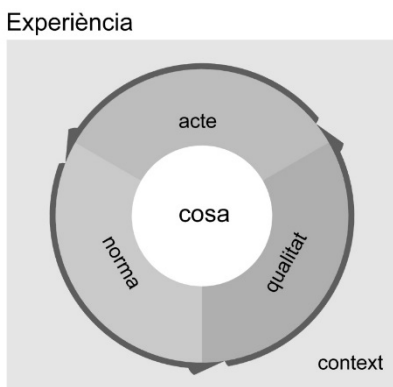


Figura 15. Components significatius en l'experiència de les coses.
Font: Elaboració pròpia.

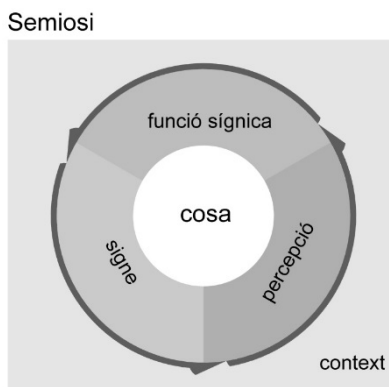


Figura 16. Components de l'acció semiòtica.
Font: Elaboració pròpia.

⁶⁰ Peirce adopta el terme grec *semeiosis* que Filodemo de Gadara, filòsof epicuri del segle I a.C., va utilitzar en el sentit d'inferència sígnica.

Des d'un punt de vista estrictament semiòtic un signe no pot considerar-se aïlladament, ni tampoc separat del procés semiòtic entès en el seu conjunt. Per definir un signe s'ha de tenir en compte el seu ús en relació a unes dimensions concretes que faciliten l'anàlisi de les regles d'utilització dels signes en la totalitat de l'experiència. Les dimensions semiòtiques establertes per Morris (v. § 4.1.) delimiten un conjunt de normes que relacionen els signes constitutius dels llenguatges que sintàcticament designen algun aspecte del procés significatiu, que semànticament adopten una estructura formal i que presenten un aspecte pragmàtic per tal de ser compresos i utilitzats (figura 17).

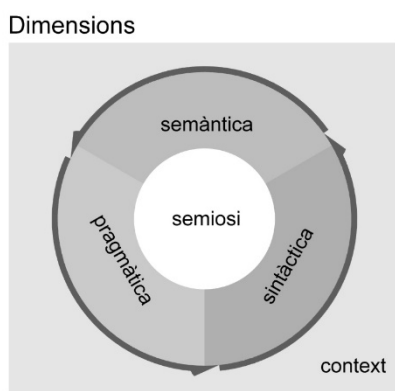


Figura 17. Dimensions que estructuraven la divisió semiòtica de Morris.
Font: Elaboració pròpia.

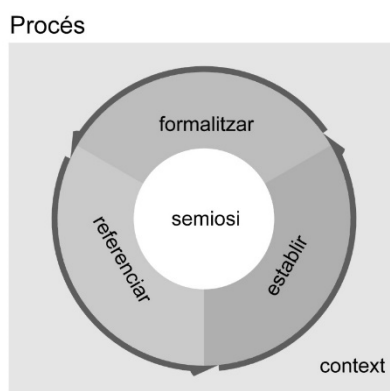


Figura 18. Processos semiòtics d'assignació de sentit.
Font: Elaboració pròpia.

Una sintàctica que estableix una estructura per combinar els signes que la semàntica relacionarà formalment d'una determinada manera, mitjançant l'aplicació d'unes pautes, que la pragmàtica utilitzarà per referenciar l'ús corresponent (figura 18). Totes tres, conjuntament, contribueixen i condueixen el procés d'assignació de sentit de les coses considerat com un tot. Una unitat de significat en la que participen i s'interrelacionen entre si a través de la cosa mateixa.

5.2.1. ASSIGNACIÓ DE SENTIT.

En una relació semiòtica el significat va de signes a signes i no de signes a coses de la mateixa manera que el mètode pragmàtic proposat per Peirce

uns conceptes es relacionen amb uns altres (Faerna, 1996; Elizondo, 2003). Per això l'assignació de sentit depèn de la semiosi: allò que actua com a signe es refereix a alguna cosa que produeix en l'individu un determinat efecte que determina el significat del signe. Un sentit que s'estén a totes i cadascuna de les fases del propi procés semiòsic i que determina que Morris (1962) opti per un posicionament conductista de la semiosi per destriar els principals factors que intervenen en les interrelacions d'un subjecte en un ambient determinat: el designatiu, que serveix per establir el context on opera l'organisme, l'apreciatiu, com expressió de la idoneïtat contextual segons les necessitats de l'organisme i, finalment, el prescriptiu, com la forma d'actuar de l'organisme sobre el context per satisfer les seves necessitats. Aquests són, per a Morris, els propòsits principals que orienten la generació de signes, ser emprats com instruments per guiar la conducta pròpia i la dels altres. L'adequació del signe respecte de la finalitat dependrà de si assoleix l'objectiu per al que s'ha utilitzat, és a dir, si s'ha ajustat al cas concret o si en general permet arribar a assolir aquella finalitat. Aquesta valoració dicotòmica coincideix amb la que també fa Dewey quan distingeix entre allò que procuren els signes com a medis i com a finalitat.

La mediació dels signes i l'ús que se'n faci establirà diferències en la determinació del significat entre els individus, inclús entre aquells que formen part del mateix grup social. Això dificulta la classificació dels usos dels signes ja que podem trobar una correspondència entre les necessitats dels individus i els diferents signes que utilitzen per satisfer aquestes necessitats. Però qualsevol classificació que poguéssim establir no nodriria de sentit als processos semiòsics sinó entenguéssim i compartíssim els usos als que poden respondre els signes gràcies a: "La comprensión de las especies de adecuación que reconocen los signos" (Morris, 1962: 107).

5.2.2. LA MÀXIMA PRAGMÀTICA.

La concepció dinàmica de la semiosi permet prioritzar l'anàlisi de les relacions que podem establir entre les diferents funcions sígniques més que en les qualitats sígniques per si mateix. Fonamenta, per tant, l'acció envers les coses en tots els comportaments possibles que aquestes coses procuren

(Castillo, 1995). Aquest posicionament connecta directament el coneixement de les qualitats de les coses amb la seqüència d'esdeveniments que elles mateixes poden induir, és a dir, focalitza l'atenció en el conjunt de relacions que possibiliten l'acció de les coses. D'aquesta manera arribem a la coneguda màxima pragmàtica: "Consider what effects, that might conceivably have practical bearings, we conceive the object of our conception to have. Then, our conception of these effects is the whole of our conception of the object" (Peirce, 1994: 5.402)⁶¹.

D'acord amb la màxima, la concepció d'una cosa no consisteix en les característiques que experimentem d'ella, sinó en les que experimentariem en tot tipus de possibles situacions, tant la present com altres que puguin ser diferents de l'actual. És més, concebre alguna cosa consisteix en anticipar, hipotèticament, la seva repercussió sobre l'experiència dels individus sota totes les diferents i possibles circumstàncies. Per tant, la màxima ens pot ajudar a concebre una cosa i ens pot guiar per definir els aspectes rellevants que dirigeixen les accions presents i futures. La idea central que ofereix la màxima és reafirmar la naturalesa pragmàtica de tota concepció humana. Són els interessos d'un individu, que processa conceptualment la seva experiència, el que crea la diferència entre la concepció d'una cosa, corresponent i adient, i una altra que no ho és (Faerna, 1996; Queiroz i Merrell, 2006).

Com explicita la màxima pragmàtica, el procés d'adquisició de significat no s'ha de concebre orientat linealment sinó com un procés dinàmic que proporciona un circuit de relacions conceptuals. Mitjançant aquests processos de significació es connecten conceptes amb coses assenyalant les possibilitats d'acció que podem inferir de les coses gràcies a associacions de relacions prèviament establertes. La màxima pragmàtica subsumeix les tres categories peircianes plantejant el coneixement com fruit d'un procés semiòsic, on un context qualitatiu possibilita una interpretació de la variabilitat d'experiències per dur a terme (primeritat), que ens permeten comprovar i

⁶¹ El text original correspon a l'article de 1878, *How to make our ideas clear*, recollit al volum 5è dels *Collected Papers*.

contrastar la informació que les coses ens transmeten (secunditat), per arribar a establir i acordar una perspectiva global que abasti totes les circumstàncies possibles (terceritat).

La perspectiva de James amplia la màxima pragmàtica original de Peirce, fent-la extensiva al conjunt d'activitats conscients i sensorials dels individus incorporant aspectes subjectius. La idea d'una cosa, el compendi significatiu, és el resultat de les particulars sensacions dels individus i de les seves accions personalitzades. James fa recaure la concepció de les coses en les sensacions i en els comportaments que duen a terme les persones com a reacció a aquestes sensacions, focalitzant l'atenció en els efectes pràctics que generen i que podem inferir-hi. El concepte d'una cosa, la seva significació, és per nosaltres la conseqüència dels efectes intuïts i previsibles que cospa la nostra ment i de les limitacions i restriccions que el pensament d'una cosa introdueix en l'experiència de cadascun:

necesitamos sólo considerar qué efectos concebibles de orden práctico puede implicar el objeto; qué sensaciones podemos esperar de él y qué reacciones habremos de preparar. Nuestra concepción de tales efectos, sean inmediatos o remotos, es, pues, para nosotros, todo nuestro concepto del objeto (1985: 47).

El pensament d'una cosa és validat en el moment que ens ajuda a establir una relació satisfactòria amb altres parts de les nostres experiències, actuals o passades, vehiculant una successió de fets adient en l'entramat de fenòmens particulars. Gràcies a la simplificació que ens aporta la conceptualització podem verificar aquestes idees, instrumentalitzant-les, a través del significat que atorguem a la seva capacitat d'actuació. Per a James, idees i coses son dos fenòmens diferenciats però connectats per la relació remissòria que ens proporciona el coneixement conceptual. Aquella facultat que poseïm els subjectes per delimitar les coses que ens ofereix la realitat i per destriar-les com un conjunt de proposicions.

5.2.3. LA SIGNIFICACIÓ COM A FENOMEN COMUNICATIU.

La proposta de la màxima s'acosta al posicionament antropològic de Cassirer (1968) que considera que l'home s'interrelaciona amb les coses i l'entorn no

directament, sinó mitjançant les múltiples i diverses formes que adopten les construccions conceptuals que el mateix subjecte ha estructurat per entendre el món real. Uns components que determinen un món simbòlic que configura i nodreix la riquesa i diversitat cultural i social (Goodman, 1976).

L'experiència d'una mateixa cosa s'estén entre els individus a partir del reconeixement, directe i conceptual, que deriva d'experiències comunes a partir de les personals. Una funció del concepte o idea que relaciona significativament una part abstracta i conceptualitzada de l'experiència que configura una plataforma de suport que s'actualitza gràcies a les aportacions dinàmiques dels esdeveniments. Seguint l'argument de James (1911), la projecció del pensament envers les coses, a partir de les connexions que ens proporcionen, posseeix un element comú, "una mateixa substància", que copsem mentalment a partir de les nostres vivències. El coneixement d'una cosa, traslladada a la realitat, gràcies a les connexions que el mateix fenomen ens proporciona, configura mentalment la seva representació externa i, per tant, les característiques comunes reconegudes d'una cosa. Si no fóssim capaços de reconèixer les semblances de les coses no seriem capaços de raonar des de les experiències passades per aplicar-les a les experiències futures. James entén l'existència d'aquesta capacitat per establir una significació genèrica de les coses a partir dels seus atributs configura la unitat d'un sistema pragmàtic de les coses (1985: 95-96).

La semiòtica entén els processos culturals: "como procesos de comunicación, pero subrayándose que debajo de éstos se encuentra un sistema de significación con un código autónomo" (Muñoz, 2005: 350). Un sistema compartit pels individus que determina les pautes d'interpretació de les característiques socials i culturals en les que aquests estan immersos:

Merced a tales signos interpersonales, los miembros de una sociedad se hallan ligados en sus afirmaciones, apreciaciones y prescripciones, y ligados así respecto de su conducta. Ello permite al grupo utilizar los servicios de sus miembros individuales dentro de actos sociales complejos, determinar sus objetivos, aliviar sus ansiedades, celebrar sus conquistas e incitarse a la acción (Morris, 1962: 228).

Uns signes que com elements participants d'una acció comunicativa poden ser utilitzats, com hem vist en els tipus relacionals de comunicació, per informar a l'individu d'alguna cosa, per transmetre el valor d'un objecte, per indicar un tipus específic de resposta i per endreçar aquestes relacions en el propi sistema de significats. El signes, constituïts de sistemes de significació, poden inserir-se en els processos culturals a través d'una determinació convencional i consensuada que configurarà la seva plataforma de difusió. Perquè cal tenir present que no podem considerar que una cosa té sentit si no és comunicable. Deledalle (1996) considera que serà en la pròpia semiòtica on podrem trobar la relació entre significació i comunicabilitat. La representació, considerada com a primera, mostra el signe com a tal en la seva variabilitat contextual. La comunicació, com a segona, és un acte individual, real i concret, un esdeveniment d'ús de l'entramat comunicatiu. La significació, com a tercera, és una regla d'acció que defineix el sentit de tot acte en un sistema de signes donat per la pròpia societat en la que estan immersos els individus, i per tant, constitueix una norma de comunicació que pot variar el sentit dels signes en la seu d'una determinada comunitat (figura 19).

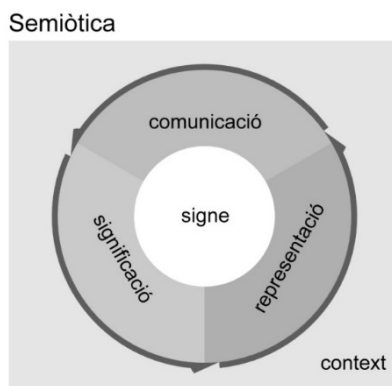


Figura 19. Funcions del signe en la teoria semiòtica.

Font: Elaboració pròpia.

5.3. L'ACTE INTERPRETATIU.

L'individu, enfront del que es presenta, reacciona d'una determinada manera, interpretant allò que configura l'especificitat de la seva experiència.

Seguint el plantejament pragmatista que atorga valor a l'experiència com a signe Lewis (1946) estableix que el coneixement de la realitat, com unitat vivencial, s'estructura a partir de tres elements que són inseparables pel pensament i que només es poden distingir mitjançant l'anàlisi: les dades que ens proporcionen els sentits a partir del que mostren les coses en la seva immediatesa, els conceptes i l'acte interpretatiu. L'acte activa la cadena semiològica que condueix cap al procés cíclic i continu que estimula la generació de coneixement i que representa l'activitat cognitiva que relaciona les coses amb els conceptes (Peirce, 1987).

Lewis, a l'igual que Peirce, situa l'acte interpretatiu en el lloc cabdal per esbrinar les conseqüències pràctiques que ens brinda l'experiència. Gràcies a l'acte interpretatiu els conceptes representen l'aportació que fa el pensament a la pròpia experiència: "perception already involves analysis and relation in recognition" (1926: 216). Per tant, allò que ens ofereixen les coses representa l'altra banda no afectada pel pensament, la realitat objectiva formada per uns components reals que no varien en funció dels interessos, propòsits o coneixements previs dels subjectes. Un acte interpretatiu que representa aquella activitat que ens facilita ajustar-nos als requeriments del nostre entorn en funció d'allò que ens presenten les coses i que s'ha de contrastar. El procés es desenvolupa aplicant conceptes a les nostres vivències emprant un seguit de models o patrons extrets d'altres relacions temporals que hem experimentat. Per això el coneixement implica un procés cognitiu, una comprovació o un procés de verificació d'alguna cosa que no és exactament igual a allò que se'ns presenta (Lewis, 1926; Faerna, 1996).

En el mateix acte interpretatiu la consciència porta, momentàniament al present, relacions i significats extrets d'experiències passades. Relacionem conceptualment amb les nostres experiències les conclusions interpretatives d'esdeveniments concrets que experimentem en la vida real. Relacions, classificacions i trets referencials que s'han definit prèviament i que s'han adoptat socialment i culturalment per la comunitat com pautes adequades d'acció. Una base comuna interpretativa, un fons acumulat d'interpretació, segons Faerna (1996), que alimenta la diversitat de les particularitats individuals i de circumstàncies vivencials. Sota aquesta concepció, els subjectes

emprem instrumentalment aquest conjunt referencial, sistematitzat i mutu, per definir el contingut de les experiències presents.

La interpretació activa que realitza el pensament, per establir la relació entre els conceptes i d'allò que ens informen les coses és l'element que configura el nostre coneixement del món exterior. Una activitat que desenvolupa una funció eminentment pràctica, verificant mitjançant l'assaig, l'adequació als criteris que els subjectes estableixen en funció dels seus interessos (Davidson, 1992). Per això afirma Lewis que l'experiència és la instigadora de les nostres actituds d'interpretació i que el contingut del conjunt de conceptes rau, en general, en el propòsit o l'interès que els va fer sorgir, en el seu origen pragmàtic:

Knowledge arises when we can frame the data of sense in a set of concepts which serve as guides for action, just as knowledge of space arises when we can fit a geometrical interpretation upon our direct perception of the spatial. The given experience does not produce the concepts in our minds. (Lewis, 1926: 222-223).

La interpretació de les dades que ens faciliten les coses, fonamentada en els conceptes escollits, vehicula les nostres accions possibles i activa la configuració de la seva significació adaptant-se als esdeveniments per procurar-nos una estructura interpretativa (Goodman, 1977, 1990). Serà d'aquesta manera com Lewis concep la possibilitat d'abordar i generar novetats experimentals ja que des d'un posicionament pragmàtic els conceptes, vells i nous, es poden aplicar i utilitzar en funció de les novetats que ens ofereix l'experiència:

Wherever such criteria as comprehensiveness and simplicity, or serviceability for the control of nature, or conformity to human bent and human ways of acting, play their part in the determination of such conceptual instruments, there is a pragmatic element in knowledge (1926: 227).

5.3.1. ELS PRINCIPIS INTERPRETATIUS.

Per a Lewis (1956), com per a Dewey (2000), les coses són relatives a la seva forma de conceptualització i la seva significació depèn, a la vegada, de la interacció que els individus materialitzen en la seva pràctica real. Allò a

considerar com significatiu, per comprendre i poder comunicar, no és la qualitat com a tal, sinó les pautes estables que aquestes mostres ens ofereixen en relació a les experiències. El coneixement de les coses i de les seves propietats es resol, d'aquesta manera, emprant un tipus de clàusules que adopten la forma lògica de "si..., llavors" amb l'objectiu principal d'orientar la recerca sobre la realitat cap a l'anticipació experiències futures (Faerna, 1996).

L'anàlisi inferencial i la utilització en el procés d'aquestes cadenes condicionals lògiques, referides a les qualitats experimentades, facilita la connexió significativa entre les hipòtesis que es planteja l'individu davant de noves experiències i les operacions i activitats que du a terme. Per a Lewis, aquestes relacions interpretatives són les que poden assolir els caràcters objectius de la conceptualització de les coses i constitueixen el *a priori pragmàtic*: els principis interpretatius que configuren el coneixement. Són, per tant, aquestes relacions, fruit de les accions intencionals dels individus, que creen l'entramat ordenador del flux qualitatiu de l'experiència, ajustant-s'hi progressivament per vehicular l'adopció d'una acció amb sentit. La intel·ligibilitat de l'experiència consisteix en comprendre el cert grau de correlació estable que hi ha entre el que se'ns presenta i les possibles experiències.

El coneixement com experiència intel·ligible es fonamenta en l'element conceptual, referenciat al que les coses ofereixen. Per tant, podríem afirmar que el sentit i les finalitats de les nostres accions i el significat que atribuïm als nostres intents per conèixer estan determinats pel valor que atorguem a les experiències i en relació a les qualitats que percebem en les coses. Així que: "the quality is due to the relations and the relational pattern is due to the quality. Such stable correlation is not a universally discovered fact, all-pervasive in experience" (Lewis, 1956: 144).

Gràcies a la correlació que estableix la ment individual entre les qualitats i els conceptes podem subsumir en determinades experiències els significats que ens indiquen els *qualia* presentats. Si cadascun de nosaltres a partir de les pròpies experiències no poguéssim relacionar conceptes amb sentiments identificables no hi hauria possibilitat d'obtenir coneixement de les coses, és a dir, sense la correlació de concepte i *qualia* cap experiència podria verificar

res. La relació interpretativa de les qualitats específiques del que se'ns presenta constitueix l'element formal mentre que la mostra constitueix el contingut o element material. Una correlació estable regulada per la correspondència entre la qualitat i el patró contextual de possibles experiències (Lewis, 1956; Goodman, 1990).

5.3.2. LES GENERALITZACIONS EMPÍRIQUES.

L'articulació pragmàtica que Lewis atorga a aquest procés interpretatiu li permet considerar-ho com un tipus de generalització conceptual fruit d'un procés progressiu d'aprenentatge. Gràcies a la concepció d'aquestes generalitzacions el nostre coneixement relaciona i integra en la interpretació corresponent alguns dels caràcters presents en les coses que adquireixen a partir de qualitats significatives i referencials de vivències passades.

Els individus necessiten indicadors que transcendeixen les situacions concretes en les que experimenten l'ofert. Uns senyals que els haurien de conduir, en funció de les seves intencions, cap als objectius que s'han proposat aconseguir. Serien uns indicadors que nosaltres podem identificar en l'experiència actual gràcies a la incorporació d'un conjunt de significats que ens varen presentar anteriorment i que reconeixem (figura 20).

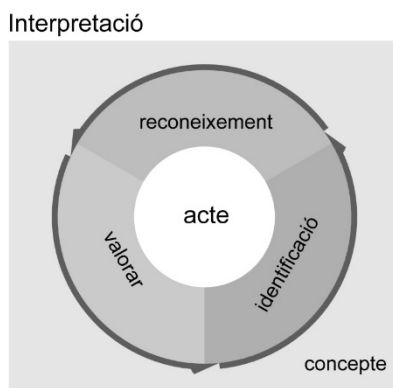


Figura 20. Processos interpretatius que procura l'acte.

Font: Elaboració pròpia.

Aquesta interpretació marca el caràcter significatiu de la correlació senyalètica que els individus assoleixen entre un cert tipus de comportament i la pràctica de les seves decisions. Això implica que el que denoten les qualitats ha de tenir una extensió temporal que va més enllà del present (Goodman, 1990b; Murphey, 2005). La seva capacitat vehicular i significativa no pot referir-se a la qualitat presentada momentàniament, sinó a la connexió pre-establerta i ordenada que la seva aplicació permet constatar i verificar. Si tenim en compte els resultats de les experiències de cada subjecte en funció de la informació que deriva de la immediatesa dels fets, es presentarà un àmbit coincident que es pot generalitzar. Si anem més enllà transcendent el fet concret, espacial i temporalment, ens adonarem de l'existència d'uns trets estables i permanents que regulen i condicionen les nostres accions (Mead 2008).

La recerca pragmàtica de la significació dels esdeveniments aglutina els possibles actes en funció de com participen les coses en la transformació de la realitat. Els resultats d'aquesta anàlisi determina les particularitats qualitatives, assigna significats i estableix relacions constants amb les coses que fonamenten les generalitzacions conceptuals de les experiències. Una vegada li haguem atribuït significat relacional la seva utilització implicarà ser conscients de les conseqüències que se'n derivaran (Dewey, 2008a). Aquests caràcters estables i significatius que copsem i que son fruit dels processos interpretatius, tot i no configurar una certesa definitiva, generen el que Lewis anomena generalitzacions empíriques. Els trets generals col·laboren de manera cabdal alhora de configurar la permanència necessària per preveure les nostres accions futures. A més, com qualitats identificades, ens ajuden a subsumir les presentacions de les coses en aquells conceptes que prèviament ja hem definit i que conjuntament amb les generalitzacions configuren, com hem vist, l'anomenat *a priori pragmàtic*. Aquestes generalitzacions depenen, alhora de formalitzar-se i en tot cas, de l'experiència i poden ser confirmades o refutades per ella. Amb aquest plantejament Lewis assigna a les generalitzacions el rol fonamental d'assegurar una base estable d'aplicació a l'experiència dels principis interpretatius i categorials *a priori* que donaran pas subsegüent a les accions particulars que els individus desenvolupen en la seva relació amb l'entorn (Lewis, 1926).

Per tant, l'anàlisi pragmàtica d'aquest procés d'adquisició de significat facilitarà la distinció d'aquelles qualitats que referint-se al passat ens mostrin el que ens possibilita l'actualitat i ens anunciïn el futur. La funció de la ment consisteix en copsar aquests indicis i comprendre'ls com vehicles conceptuals que relacionen la cosa present o actual amb l'acte interpretatiu amb que el queda lligat i establert com a signe (Dewey, 1938; Mead, 1938; Lewis, 1990).

5.4. LA SOCIALITZACIÓ DELS ACTES.

5.4.1. LES PAUTES D'INTERPRETACIÓ.

Les experiències dels individus, analitzades aïlladament, no són significatives per si mateixes sinó es contemplen com vivències dels membres components d'una societat. Les experiències personals s'han d'examinar com a parts del conjunt d'activitats d'una comunitat i com afecten a la concepció del nostre món comú per arribar a consolidar-se. Per tant, el coneixement i el significat que donem a les coses són, a la vegada, qüestions individuals i col·lectives (Dewey, 2008a).

Tot i que individualment podem copsar les coses de manera diferent i dur a terme activitats conduents per verificar la certesa dels nostres plantejaments cal també tenir en compte que els altres subjectes poden identificar circumstàncies i materialitzar fets de la mateixa manera. El comportament dels individus, alhora d'ajustar la seva conducta a les demandes de l'experiència, seran comparables si coneixem les divergències i concordances que configuren els nostres propòsits principals: "we are "like creatures" and capable of understanding one another if, regardless of the sense-quality of what we intuite, we make the major discriminations and relations concerned by the adjustment of behavior to environment in comparable ways" (Lewis, 1990: 111). És essencial tenir present aquesta realitat comuna per tal d'entendre'ns entre nosaltres i adonar-se'n que la seva extensió col·lectiva constitueix un dels pilars bàsics de la nostra estructuració social.

El cúmul d'experiències passades tenen un pes molt significatiu en les accions que volen dur a terme els individus i hi són presents alhora d'entendre

les coses i de prendre les decisions respecte a les activitats possibles o realitzables (Castillo, 1995; Mead, 2008). En els processos configuradors de la realitat comuna es determinen i es potencien aquells aspectes que conceptualitzen relacions i diferències compartides que se sobreposen a les dissonàncies particulars que els individus poden constatar davant d'una mateixa situació. La concertació social determina la necessitat d'establir una relació ordenada i fixa de paràmetres de comportament i de delimitar les divergències per arribar als consensos que exigeix el normal desenvolupament de la vida en comú. Per a Lewis n'hi ha suficient en fonamentar-se en els nostres hàbits socials i en un conjunt de conceptes relacionals i recíprocs per tal de sostenir un enteniment mutu respecte a la realitat. Aquests elements constitueixen la base de partida per elaborar i desenvolupar l'enteniment comú i sostinguts per:

the exigencies of common life, the need of cooperation, the tendency to imitation in behavior, and the enormously developed institution of human education... all go to enforce just this sort of elaboration and extension of any initial mutuality of human understanding (1990: 96).

Els individus se socialitzen mitjançant la incorporació de les pautes establertes per la comunitat a la seva pròpia conducta. La necessitat de cooperar sempre estarà present i s'estructura a partir de la intencionalitat col·lectiva o compartida que configuren els patrons relacionals que sostenen i ens orienten en el desenvolupament de les nostres activitats (Tomasello, 2013). La conceptualització d'aquesta conducta en signes constitueix un dels propòsits principals que orienten la generació de signes per configurar uns models conceptuals que puguin ser utilitzats com instruments orientadors de la conducta pròpia i la dels altres (Morris, 1962, Mead, 2008). El significat pragmàtic de les coses o objectes, des d'aquest punt de vista, és que serveixen per socialitzar i influir en la conducta cap a certs fins o objectius:

Mead, like Marx, emphasizes the fact that when the agent interacts with the peculiar physical characteristics of an object, his or her unique personal traits will emerge. Both also agree on the socializing function of a thing; its ability to reveal social goals and expectations through its use (Csikszentmihalyi i Rochberg-Halton, 1981: 51).

Aquests patrons o hàbits d'acció comuns han de concordar amb les reaccions que tenen tots el membres de la comunitat, sinó no podria sentir-se ni considerar-se membre de la comunitat. Però l'individu, particularment i com a membre de la col·lectivitat, reacciona constantment a aquesta comunitat organitzada expressant-se per si mateix, participant en el procés cooperatiu d'assignació de significats i aportant noves pautes que contribueixen a modificar les existents: "El hecho de que tengan que actuar de cierta manera común, no les priva de originalidad" (Mead, 1993: 223).

5.4.2. SELECCIÓ I COMUNICACIÓ DELS ACTES.

Cadascun de nosaltres tenim una consciència particular del món que ens envolta, un posicionament experimental que difereix de qualsevol altre subjecte, però a la vegada, seleccionem els esdeveniments sota la perspectiva social i cultural de la comunitat: "El hecho de que toda una comunidad seleccione el mismo conjunto congruente no hace que la selección sea en menor grado la que corresponde a la actitud de cada uno de sus miembros" (Mead, 2008: 361). L'existència d'aquestes característiques comunes configuren una gradació de continguts comuns que adopten un valor social compartit, en la mesura en que les coses participen dels actes d'intercanvi entre els individus.

Mead considera que en les experiències individuals el component social de les coses ha de ser present, integrant en el propi acte les respostes dels altres, no per generar una resposta pròpia sinó per correspondre's amb la resposta vivencials dels altres: "Se trataría de un acto tal que las diferentes partes del mismo que pertenecen a individuos diferentes aparecerían en el acto de cada individuo" (2008: 364). El significat social dels actes tindrà una correspondència tant amb els estímuls particulars que alliberen les coses com amb els incentius que determinen les respostes de tots els subjectes que participen socialment de l'acte (Joas, 2013).

Des de la perspectiva social que adopta Mead, les coses com objectes socials responen a les conductes dels diferents individus com parts integrants d'un acte socialitzat, mitjançant intercanvi o comunicació, on convergeixen les significacions de les actituds individuals i col·lectives. Per això considera que

la socialització dels actes afecta als processos vitals del grup anat més enllà de la significació particular dels individus per separat. El subjecte interpreta les activitats dels altres com a parts integrants d'un procés comú del que ell mateix participa. El reconeixement social dels esdeveniments, vivències comunes i compartides, determinen la configuració de la voluntat i activitats dels individus. L'adopció de les actituds dels altres envers les coses fa viables les relacions d'intercanvi i de transmissió de significats i, per tant, de la comunicació: "la matriz de la comunicación és la estimulación que producimos en nosotros mismos para actuar como lo harán aquellos hacia quienes estamos actuando" (2008: 316). Una significació social de les coses, dinàmica, entesa com la incorporació en la conducta individual del conjunt de predisposicions d'acció dels altres (Joas, 2013).

Els components socials de les coses es corresponen amb actes significatius compostos i coordinats per la participació dels individus que transcendeix la subjectivitat. Per això concep Mead la comunicació com un procés social que neix de les activitats cooperatives dels individus. La comunicació de l'acte que tu a terme un subjecte exerceix un paper d'estímul significatiu per als altres, generant en aquests el mateix tipus de resposta que realitzaria el propi subjecte: " Surge en aquellas etapas primitivas de la comunicación en las que el organismo origina en sí mismo la actitud del otro dirigiéndose de ese modo hacia sí y convirtiéndose en un objeto para sí mismo (2008: 345). La fiabilitat i eficàcia de la comunicació resideix en la corresponsabilitat de les accions. El desenvolupament de les capacitats comunicatives i de les activitats pragmàtiques pot infondre noves fites a assolir en el procés de coneixement de com les qualitats de les coses influeix en el procés adaptació i de creació que duem a terme en la nostra vida quotidiana (Verón, 1987).

5.5. CONCEPCIÓ PRAGMÀTICA DE LES COSES.

La concepció d'una cosa recull la interpretació que se'n fa i denota, bàsicament, les possibles connexions que podem establir amb les percepcions i sensacions que experimentem en els fets quotidians. Emprant conceptes, i l'amplitud de les possibles connexions que ens ofereixen, podrem arribar a comprendre el flux perceptiu immediat i eixamplar la perspectiva mental de

la realitat. Aquesta forma de conceptualitzar les coses constitueix, per a James (2009a), un dels mecanismes del pensament humà per transcendir i sobreposar-se als fluxos constants i continus de les sensacions i percepcions. James considera que alhora de determinar conceptes, a partir d'allò que percebem, estem elaborant un esquema relacional substitutiu d'allò que copsem de la realitat. És l'experiència la que ens permet establir les associacions mentals necessàries per abstraure els conceptes possibles d'entre allò que ens ofereix l'entorn i, per això afirma James (1985) que la concepció de les coses és adquirida.

Els conceptes ens permeten entendre millor les percepcions i, al saber que són, al ser-hi conscients del seu significat, podem verificar-les i establir relacions entre aquestes i els conceptes. Aquí rau, per a James, l'origen pràctic de la intel·ligència humana: "The intellectual life of man consists almost wholly in his substitution of a conceptual order for the perceptual order in which his experience originally comes" (1911: 51). Els individus prenem consciència de les nostres sensacions i les substituïm per conceptes amb la finalitat d'utilitzar-los per allò que sabem que serveixen. Una provisió instrumental per donar resposta a qüestions futures. James aplica el mètode pragmàtic, prenent com punt de partida la concepció de les coses, per fer quelcom d'acord amb les nostres intencions. Per tant, en funció dels nostres propòsits i de les aportacions interpretatives que afegim a la successió de fets que experimentem. D'acord amb James cal tenir en compte totes les possibilitats que ens ofereix la realitat experimentable sempre que en puguem deduir conseqüències útils per a les nostres accions (Mill, 2005; Bernstein, 2013). El concepte jamesià d'utilitat és ampli i integrador perquè recau sobre la satisfacció d'expectatives humanes, unes relacions que determinaran l'assignació de significat i de sentit a la realitat.

5.5.1. UNITAT RELACIONAL DE LES COSES.

El caràcter pragmàtic del significat faculta, per a Dewey, l'operativitat dels individus, endreçant tota l'activitat vivencial en una unitat coherent que proporciona vies d'actuació. Una concepció unitària i pragmàtica dels esdeveniments que determinarà les nostres actituds i conductes envers les coses. El

propòsit general del pensament rau, segons Dewey, en cercar la unitat significativa de l'experiència. La percepció de les coses és una forma més de consciència i, allò que ens presenten, configura un conjunt de qualitats integrades en una unitat experimental (Bernstein, 2013).

El concepte d'una cosa quedarà definit, per tant, pel conjunt dels propis components, tant quantitius com qualitius, que intervenen simultàniament, activant i entrelaçant les diferents parts constitutives de les coses en una xarxa de relacions (Mead, 1938). En el fons de cadascuna de les experiències hi ha una situació que, d'acord amb Dewey, s'ha d'analitzar com una unitat d'acció o de comportament que, organitzada dinàmicament, deriva d'una experiència integral:

La existencia de esta unidad está constituida por una *cualidad determinada* que impregna la experiencia entera a pesar de la variación de sus partes constituyentes. Esta unidad no es ni emocional, ni práctica, ni intelectual, porque estos términos denominan distinciones que la reflexión puede hacer dentro de ella (2008a: 43).

En el conjunt de característiques comunes de les coses, com unitat relacional, també trobarem els trets divergents que representen la seva nombrosa heterogeneïtat. Per això, afirma James, que no existeix, des del punt de vista físic, ni una absoluta unitat ni una absoluta multiplicitat, sinó que apareixen de forma coordinada en el món natural. La preeminència d'unitat o de multiplicitat s'ha de determinar en funció de l'observació i l'anàlisi de cadascuna de les experiències per tal de fer convergir i cohesionar aquests sistemes parcials que ens faciliten la concepció de la nostra realitat. És la cohesió que donem a les parts d'aquests sistemes la que constitueix la unitat dels nostres universos: "son la unidad, pragmàticamente considerada" (James, 1911: 132).

Alhora d'experimentar coses de semblants o de característiques similars podem deduir inferències que podrem aplicar de manera semblant a totes dues. Aquest tipus de conseqüències lògiques ens permet definir les baules de relació entre les coses. Unes connexions que estructuraran una mena de sistema relacional, significatiu, entre els innumerables tipus de connexions que podem establir entre els diferents atributs de les coses (James, 1985).

Un sistema conceptual estable que es contraposa a les relacions dinàmiques que genera el flux perceptiu i que caracteritza la seva discontinuïtat significativa.

Els subjectes s'enfronten a les coses d'acord amb l'establert pel sentit comú que les defineix com una unitat permanent que està dotada d'uns atributs que són intercanviables. És aquest sentit comú el que constitueix un estadi perfectament definit de la nostra comprensió de les coses (James, 1985; Mead, 1993). Gràcies a aquesta concepció d'unitat de les coses es pot establir una categorització pragmàtica de gèneres de coses. Aquesta classificació i distinció ens permet agrupar les coses en funció dels atributs que comparteixen. Si els subjectes no fessin servir aquests tipus de categoritzacions la majoria de fets singular no presentarien cap lògica per nosaltres i, per tant, no seria útil. Una de les missions principals de la lògica consisteix en establir, a partir de les singularitats, allò que és constant i comú per a tot el gènere de coses.

5.5.2. LES COSES COM PLANS D'ACCIÓ.

Les coses són el que són en relació a l'entorn en que estan immersos els individus i són, també, objectes de sentit unitari i lligat a l'entorn. Les qualitats de les coses, els seus sentits, emergeixen de les relacions amb l'entorn mitjançant les conductes que duen a terme els subjectes i de les relacions cognitives que elaboren a través de les seves percepcions. Els individus poden analitzar i definir la relativitat de les dades en funció de les relacions objectives que presenten en el curs dels esdeveniments. Però també contraposant-les a aquells significats que ja han estat prèviament acceptats com estructures relacionals. La valoració anticipada d'allò que pot succeir apareix simbòlicament en la ment de l'individu que aporta i aplica subjectivament les dades conegudes. És en aquest punt on Mead (2001) fa recaure la distinció entre les fases objectiva i subjectiva de l'experiència. El caràcter relatiu i indeterminat de la situació implicarà la concreció d'un nou sistema de relacions que es definirà d'acord amb el seu valor relacional. Aquest mecanisme d'anticipació del futur permet donar continuïtat als esdeveniments del present a partir del passat i perllongar l'estructura de relacions que els subjectes desenvolupen en les seves experiències (Joas, 1998, 2013).

La conducta, com a reacció significativa, sorgeix tant de les percepcions generades a partir de les interaccions vivencials dels individus com del pensament que sistematitza conscientment les sensacions rebudes. Per això afirma Mead que: "Cuando reacciona al significado de sus sensaciones el individuo está a la vez en ambos sistemas" (2008: 184). D'acord amb els propòsits de la nostra conducta seleccionem el conjunt de trets significatius dels esdeveniments que considerem rellevants pel futur. Per això afirma Mead que els esdeveniments s'escauen referenciant-se a les coses: " los objetos existen en la naturaleza como modelos de nuestras acciones" (2008:372). Si com diu Mead les coses configuren els nostres plans d'acció actuals i acaben determinant la nostra conducta futura, en el moment en que prescindim de la seva temporalitat, les coses deixen de constituir esdeveniments concrets per convertir-se en els trets distintius de la continuïtat de les nostres accions.

Els subjectes no objectiven les qualitats de les coses a partir de les seves reaccions sinó que, segons Mead (1993), ho fan en funció de les accions que volen realitzar. Per tant, d'entre les qualitats percebudes defineixen un seguit d'atributs que determinen i seleccionen les característiques més significatives per tal de comprendre i contextualitzar les seves activitats (Goodman, 1990). És en aquest sentit que Mead afirma que les coses constitueixen: "planes de acción contextuales" (1991: 173). Les persones que descobren les possibilitats objectives de les coses a través de la percepció deixen de veure el món estrictament en termes de les seves pròpies necessitats i per tant s'obren a altres possibilitats que ofereixen les coses. Si aquestes noves experiències són satisfactòries les coses implicades guanyaran significat. Es valoraran amb independència dels objectius, materials i finals, que configuren el nostre coneixement social i cultural.

Habitualment, alhora d'avaluar les coses com possibilitats d'acció jutgem per separat els fins que ens mouen dels mitjans disponibles per dur-los a terme, és a dir, fragmentem els components que determinen la nostra intervenció en la realitat. El mateix succeeix amb les potencialitats presents en les coses, les examinem sota el supòsit de si afavoreixen o no les finalitats buscades. Per tant, en el procés que ens porta a determinar les propietats útils

de les coses hem de tenir en compte que representen per nosaltres i com contribueixen en l'assoliment dels nostres objectius. Destriant entre els recursos que són més adients per obtenir allò que desitgem i les oportunitats que ens ofereixen les coses (Lewis, 1956).

La rellevància del significat experimentat s'ha de determinar mitjançant la utilització de la pròpia cosa. Per a Lewis els individus decideixen les seves activitats a partir dels precedents físics i dels mentals. Els esdeveniments s'emparen, d'aquesta manera, en referències qualitatives generalitzades. La regularització del significat d'aquestes qualitats permet, per una banda, donar valor a les coses i, per l'altra, vehicula el reconeixement significatiu de les qualitats presents en les coses com un tot. D'aquesta manera, els membres de la comunitat poden fer extensiva la significació qualitativa al conjunt de coses presents en l'experiència, reconeixent-la en la diversitat contextual i assignant-la als diferents nivells expressius presents en les coses.

Les coses són significatives, per tant, si els inserim en els processos socials de l'experiència i de la conducta dels individus. La concepció de l'experiència queda articulada mitjançant el procés intel·lectual que reconeix o descobreix en les coses allò que és típic, és a dir, unes característiques essencials que permeten distingir-les i, per a Mead, aquest procés de generalització és fonamental per poder establir i transmetre la significació de les coses. Les coses poden ser explicades amb correlació a les sensacions que ens ofereixen, però per comunicar-les a la resta de la comunitat ho hem de fer a partir de les característiques que afecten a tothom. Les relacions contextuais que estableixen deriven en reaccions que són significatives pels subjectes (Joas, 1998). Una perspectiva, inclusiva i socialitzada, de l'acció d'assignació de sentit a les coses que configura la unitat pragmàtica de significat. Els conceptes, elaborats pel pensament, sorgeixen gràcies a la pròpia voluntat dels individus que en les seves experiències es nodreixen de significats. Aquesta voluntat activa permet als subjectes anar adquirint un coneixement progressiu de la realitat que facilita com posicionar-se en relació a les seves pròpies accions, tant a nivell personal com alhora de compartir les estructures socials i culturals que utilitzen la major part dels individus de la comunitat: "la significación como tal surge en la experiencia gracias a que el individuo se

estimula a sí mismo para adoptar la actitud del otro en su reacción hacia el objeto" (Mead, 1993: 126).

5.5.3. LA REPRESENTACIÓ DE LES COSES.

Les propietats que una cosa representa són recognoscibles, en principi, per altres individus atès que tots participem d'unes capacitats sensibles generals que podem considerar comunes. Tot i que cadascun de nosaltres podem estar dotats de determinades particularitats tots posseïm, també, similars mecanismes fisiològics que configuren una manera semblant de percebre el món que ens envolta. Per això un posicionament que tingui en compte els aspectes de representació de l'experiència proporciona una manera objectiva d'analitzar les propietats de les coses. Més concretament la manera com mitjançant una experiència som capaços d'establir una correlació representativa amb una cosa. La manera com aquesta cosa, a través d'allò que representa per nosaltres, podria significar i implicar si comptéssim amb un sistema adient per representar-la. Per a Dretske, una perspectiva que vehicula i guia la definició física dels caràcters qualitatius de l'experiència perceptiva.

Gràcies a la identificació de les qualitats i les relacions que representen per les nostres experiències el pensament utilitza el que les coses presenten de dues maneres:

- fonamenten les bases del coneixement a partir d'experiències subjectives o privades dels aspectes qualitatius de les coses. Això no implica, però, un sistema significatiu que predetermini activitats o conductes concretes.
- Identificant les qualitats amb propietats experimentades, aquestes amb propietats representades i, aquestes últimes, amb propietats dels sentits que proporcionen informació respecte a la situació.

És, per tant, gràcies als processos d'identificació i de reconeixement de les qualitats presentades per les coses com els individus establim la seva ordenació i classificació. Els individus poden, d'aquesta manera, instituir unes representacions conceptuals, fruit de la simplificació classificadora i endregadora de la ment, que es corresponguin amb diversos patrons d'aplicació.

Uns models que els individus utilitzaran en funció del que disposen les propietats de les coses i de les condicions presents en els esdeveniments (Godman, 1976, 1977). Una endreça que ens permet classificar i tipificar les coses, posant l'accent en els aspectes qualitius, significatius per nosaltres, segons el nostre bagatge particular i complert d'experiències reals. Dretske es refereix, fonamentalment, a la constitució de sistemes que prioritzen la relació d'identificació entre la manera en que se suposa que funciona i conhan de desenvolupar les activitats els individus.

Copsant les coses sota l'òptica dels significats i reaccionat subsegüentment a allò que ens permeten fer inserim les coses en els contextos concrets. Els objectes que usa la gent, malgrat la diversitat i la utilització de vegades contradictòria, semblen ser senyals d'un model que representa la relació de l'home amb si mateix, amb els comuns i l'entorn. Per això per a Mead les qualitats i els significats de les coses importades directament de l'experiència són les que determinen com es comportaran socialment les persones. Per a Wittgenstein la representació és un model de la realitat i per això considera que nosaltres formalitzem els fets reproduint la realitat a un altra escala. És en aquest sentit que Bustos (1999) afirma que allò que podria anomenar-se com la teoria semiològica de Wittgenstein distingeix i estableix una correspondència entre estructura, forma i relació figurativa. Una relació figurativa que té sentit per la seva representació de la realitat: " 2.223 Para reconocer si la figura es verdadera o falsa tenemos que compararla con la realidad" (2003: 123). No només una figura s'ha de poder comparar amb la realitat sinó que a més ha d'haver una correspondència representativa: "2.18 Lo que cada figura, cualquiera que sea su forma, tiene que tener en común con la realidad para que, en suma, pueda figurarla -correcta o erróneamente- es la forma lógica, esto es: la forma de la realidad" (2003: 121). La forma lògica és la que estructura conceptualment la realitat, gràcies a la correspondència entre figura i representació, és a dir, entre allò que totes dues presentacions han de tenir en comú.

La relació qualitativa tampoc es presenta com merament intuïtiva sinó que es manifesta i es basa essencialment en el que pot ser dit o captat d'aquesta relació mateixa i, per tant, se'ns mostra com un conjunt de propietats que

ens dirigeixen als paràmetres relacionals que descobrim en les coses. Les relacions qualitatives que puguem establir no neixen només de les possibles hipòtesis a plantejar ni al·ludeix directament i completament a la informació que ens proporciona l'experiència (Lull, 2007). La significació de les coses rau precisament en la capacitat d'un objecte per transmetre significats a través de les seves pròpies qualitats inherents, és a dir, per com ens transmet allò més representatiu.

5.5.4. EL SISTEMA PRAGMÀTIC DE LES COSES.

Els conceptes formen sistemes de relacions que es corresponen amb els sistemes que copsem de la realitat i, per tant, podem emprar-los per substituir activitats, físiques i mentals, que conduirien a determinats resultats: "mediante la experimentación de nuestras ideas de realidad, podemos salvarnos del problema de experimentación de las experiencias reales que a menudo significan" (2004). Possibiliten l'establiment d'un sistema de relacions espacials i temporals on ubicar els fets quotidians. Noves relacions conceptuals connectades mitjançant el raonament que estenen l'experiència cap al futur, recollint del passat i present allò que és semblant i diferent. Es genera així un sistema de distribució conceptual de les coses que ens informa, en cada moment, d'allò que és cada cosa i on està cada cosa, permeten una continua i constant adaptació al nostre entorn (James, 1911).

L'aplicació del sistema conceptual al present constitueix el conjunt referencial de continguts i percepcions, conjugant-los o prioritzant d'uns i altres, que valorarem en funció d'una determinada i concreta experiència. Aquests sistemes relacionals exemplifiquen tipus d'unió singulars on cadascuna de les parts de les coses estan enfilades mitjançant una peculiar classe de relació. Però com a parts d'un sistema poden, a la vegada, aparèixer en la constitució de diferents tipus de relació que establim. El valor pragmàtic de la unitat del món consisteix en ser una xarxa de relacions entre els aspectes particulars i universals presents en les experiències. Tots dos són mútuament dependents i tots dos aspectes són indispensables alhora de vehicular satisfactòriament les nostres vivències (Goodman, 1990b).

L'ús conjunt d'aquesta xarxa relacional de conceptes i qualitats ens permet adaptar-nos constantment a la realitat de les coses que experimentem habitualment. L'ordre conceptual al que traduïm les nostres experiències constitueix un mitjà cabdal d'adaptació pràctica (Bernstein, 2013). La continuïtat que ens proporciona aquest ordre conceptual, recolzant-se en els símbols i signes abstractes de les coses, concreten l'experiència sensorial col·laborant activament a revelar el nivell més profund i complert de la realitat humana de les coses:

Concepts thus play three distinct parts in human life. 1. They steer us practically every day, and provide an immense map of relations among the elements of things, which, though not now, yet on some possible future occasion, may help to steer us practically; 2. They bring new values into our perceptual life, they reanimate our wills, and make our action turn upon new points of emphasis; 3. The map which the mind frames out of them is an object which possesses, when once it has been framed, an independent existence (James, 1911: 73-74).

Però James conclou que totes les coses es troben influïdes d'alguna manera per altres coses. Això li permet afirmar que l'univers existeix pràcticament en forma reticulada o concatenada que fan d'ell alguna cosa continua i integrada (1985: 94). Una variabilitat sistemàtica que col·labora en la superposició d'unes xarxes sobre d'altres i contribueix a integrar les diferents parts de les coses.

5.6. LA UTILITAT DE LES COSES.

Les coses que constitueixen el nostre entorn quotidià són reconegudes i identificades de moltes maneres i des de molts punts de vista diferents. Però atesa la necessitat dels individus de comptar amb un sistema estable, constant i referencial, Lewis adopta un posicionament generalista i enuncia que el valor que els individus assignen a les coses depèn de la potencialitat que les coses presenten alhora d'orientar-los i conduir-los cap a experiències satisfactòries. A més, considera que la identificació particular del valor d'una cosa no implica ni és indicativa que altres individus localitzen també en aquesta mateixa cosa unes possibilitats d'acció semblants que condueixin a una generalització d'aquest valor. Però de vegades s'afirma o es nega el valor d'una cosa prenent com punt referencial les condicions que afecten a

les coses en relació a totes les persones per igual. El nostre posicionament davant les coses determina el significat qualitatiu que aquestes ens transmeten mitjançant la vivència pròpia de les coses. El que marca la diferència significativa en la interpretació d'allò que és tenir una experiència, en l'experimentació de les qualitats de les coses, no rau en les coses en si mateixes, sinó en la pròpia experiència de les coses d'acord amb el nostre punt de vista i en funció de la manera en que les coses estan representades des d'aquest punt de vista.

Els subjectes no cerquen intencionadament una aprehensió de les coses, sinó que estimen com poden participar en l'assoliment dels objectius de les seves vivències i en com aconsegueixen els seus criteris de satisfacció personals. Els individus atribueixen valor a les coses com una potencialitat per conduir a la satisfacció dins d'aquests límits de les seves circumstàncies personals: "To be valuable in that more frequent and more important sense, the thing must have comparative value; must at least be more good than bad, more conducive to satisfaction than to dissatisfaction and thus good on the whole" (1946:528). En aquest sentit Lewis considera el tipus de procés que desenvolupen els subjectes en la seva valoració de les coses, com el més freqüent des d'un posicionament pragmàtic, és el de la seva utilitat. Encaminem la nostra predisposició per estimar el profit que podem obtenir del que les coses ens ofereixen, examinant-les com les principals entitats contributives per assolir la satisfacció de les nostres vivències particulars (Mill, 2005). Aquesta avaluació relativa d'utilitat es formula com una probabilitat que delimita la realitat coneguda i condueix a experiències d'un tipus específic.

En aquest tipus d'anàlisi Lewis prioritza les connexions causals que possibiliten determinades activitats amb les coses, avaluant els objectes en funció de la seva relació amb les possibles experiències concretes. D'aquesta manera connectar les experiències immediates i directes amb el conjunt de les seves relacions vivencials. El valor potencial de les coses queda determinat per la praxi duta a terme, efectivament i en correspondència, a les condicions dels esdeveniments. Per tant, el valor que atorguem a les coses no es-

tarà únicament afectat per les potencialitats que deriven directament de l'existència pròpia dels objectes. Els valors també estan lligats amb l'activitat dels individus, en la mesura que són conscients de la seva capacitat de controlar les condicions reals d'utilització de les coses. Serà gràcies al bagatge capacitatiu que els individus infereixin de les qualitats presents que podran, en condicions adients i favorables, generar una relació eficaç i productiva amb les coses. Per això, dominades unes determinades condicions de fer, els individus tendiran a assignar una valoració satisfactòria d'aquelles coses que vehiculin de manera adient cap a allò que es vol aconseguir (Lewis, 1946; Murphey, 2005).

Lewis considera que les persones apliquen el terme "valuós" a les coses en el sentit d'allò: "capaç de conduir a la satisfacció d'alguna experiència possible" (1948: 414). Això comporta adoptar un concepte dinàmic de valor que implicar una activitat de verificació per part dels subjectes per tal de trobar o no, mitjançant l'assaig directe, un determinat tipus de valor immediat en les coses. Relacionant el valor immediat amb el conjunt qualitatiu que ens presenten les coses l'experiència permetria recollir la versatilitat d'assignació de valor a les coses. Sent la prova directa l'única forma de comprovar el valor d'una cosa, Lewis considera la seva utilitat, com estable o objectiva, si és correspon amb els principis adoptats pels individus per regular la seva l'activitat habitual. Cal reconèixer, per tant, que l'atribució general de valor a una cosa, la seva utilitat, implica la seva potencialitat per satisfer l'experiència.

5.6.1. LA VALORACIÓ PRAGMÀTICA.

Una qualitat, extreta de l'experiència d'una cosa, serà objectiva si conté conceptes referencials adquirits prèviament a través de les pròpies coses, mentre que serà subjectiva si representa per nosaltres una novetat experimental en el nostre sistema significatiu de referència. Semblant a quan som al davant d'una determinada presentació d'una cosa i li assignem una valoració particular fonamentada en raons personals. Podem entendre-la llavors com una afectació subjectiva, mentre que quan la valoració ve determinada per les capacitats d'aprehensió compartides pels éssers humans en general podem entendre-la com objectiva. Qualsevol dada adquirirà valor objectiu

per nosaltres si respon de manera adequada als processos d'aprehensió comuns dels individus, mentre que serà considerada com subjectiva si s'aparta d'aquesta forma general d'aprehensió o implica una impressió dissemblant que determina una significació transitòria per l'individu.

Per tant, una cosa és útil si, provada en condicions adequades, les seves propietats, qualitats objectives verificades, generen els resultats desitjats (Lewis, 1948). Les seves característiques objectives oferiran totes les potencialitats per arribar a satisfer, tan si aquestes capacitats presents s'utilitzen com si no s'usen i queden restringides a una observació directa de l'experiència. Per a Lewis el valor objectiu és essencial i planteja la qüestió de si cal restringir la utilitat d'una cosa només als casos en que aquesta cosa és utilitzable. Ho exemplifica amb el cas d'un individu que compra alguna cosa que mai fa servir de la manera esperada i que posteriorment expressa el penediment de la seva adquisició dient que aquella cosa no té cap utilitat. En aquests casos Lewis considera que la cosa en qüestió presenta les mateixes propietats objectives que la fan potencialment utilitzable i, per tant, contempla les oportunitats d'acció adequades per assolir la satisfacció (Godman 1977, 1990; Mead 1991). La cosa segueix oferint-nos utilitat a través d'unes aptituds qualitatives que són aprofitables. La utilitat com a propietat, abstracta, és la que conduirà les activitats cap a la satisfacció, ja sigui directament a través de les qualitats presents en les coses o com instrument per accedir a altres coses (Dewey, 1948).

5.6.2. VALOR COMÚ.

La identificació de valor per a Lewis acota les condicions que realment afecten a les persones i a les seves capacitats, sigui un subjecte, l'entorn o tothom. Això implica una valoració de les coses en referència a si mateixes i el seu entorn, en relació als fets individuals i tenint en compte com afecten a totes les persones que estan involucrades en la seva identificació o poden estar-ho.

Hem de posar-nos a nosaltres mateixos en el lloc de l'altra persona, adoptant la distància intel·lectual necessària per examinar amb incidència dels fets, i mesurar el valor de les coses per les accions que ha dut a terme altri,

legitimant-ho per les evidències extretes del seu comportament i en relació a les circumstàncies determinades pels esdeveniments. Donar valor a qualsevol efecte que determini una cosa per sobre dels efectes pressuposats que li puguem assignar prèviament, actuant de la mateixa manera que realitzem el procés d'atribució de valor a les coses en la nostra pròpia experiència.

Això no implicà, però, que les nostres conclusions siguin completament certes. Per fer extensiu el caràcter general d'aquesta verificació significativa hem de procurar assignar la mateixa transcendència valorativa al comparar les experiències dels diferents subjectes. Per tant, alhora d'examinar la utilitat que els diferents individus poden atribuir a les coses s'ha d'avaluar com si la seva experiència fos pròpia. Atès, per tant, que la ponderació de les utilitats potencials de les coses s'extreu directament de la seva implicació en el conjunt endreçat del sistema de valors (Mead, 2008). Es contrasten els valors dels altres amb els sorgits de les nostres experiències, com un conjunt únic permet detectar, segons Lewis, com els valors només tenen grau i no són quantitativament mesurables. Un determinat grau de valor en la immediatesa bé determinat pel lloc que ocupa aquest valor en el conjunt del sistema de satisfaccions en general, disposat en un ordre categorial de preferències dels individus. I, tanmateix, per a cadascun dels subjectes la satisfacció derivada de l'objecte augmenta el valor de la cosa de manera proporcional amb el grau de satisfacció que la seva experimentació genera: "For instance, there is the consideration of potentialities for positive value and of disvalue both in the same object, and the problem of collating positive value to some persons with disvalue to others" (1948: 551).

Les semblances experimentals amb els altres també es poden fer extensives a la valoració de coses paregudes. Quan ens trobem al davant de coses similars duem a terme activitats semblants. Generalment les accions que duem a terme ens procuren valoracions anàlogues de les coses com resultats directes de la correspondència que descobrim i concretem experimentalment. De la mateixa manera podrem avaluar, aplicant aquest procediment comparatiu, dos valors qualssevol i, també, aquest dos valors com un únic conjunt amb un tercer i així successivament. Per això considera Lewis

que l'expressió "valor d'una cosa en el seu conjunt" condensa el seu concepte significatiu en termes generals. Sota aquestes premisses Lewis considera que emprant aquests mètodes d'avaluació ens podrem aproximar a la utilitat que la gent assigna, objectivament i generalment, a les coses, és a dir, l'adequació comunament acceptada i valorada com a tal pel major nombre de subjectes, "greatest good of the greatest number" (1946: 551). Per Lewis les deduccions que albirem dels valors realitzats pels altres s'assoleixen per analogia, emprant el raonament inductiu. Com succeeix amb qualsevol judici, aquestes inferències estan subjectes als mateixos riscos que presenten les conclusions inductives amb general. Per aquesta raó afirma que: mentre que és l'experiència de l'altre el que determina la correcció del judici, el problema de jutjar, el millor que puguem, és en el millor dels casos el nostre propi problema⁶².

Aquest plantejament teòric per determinar el valor és el que per a Lewis atorga significació pràctica a la nostra estima pràctica. Tot i considerar que els processos d'estimació i determinació dels valors són essencials però no són suficients per si mateixos. Per a l'autor la manera més important en què valorem les coses esta representada per com habitualment tractem de jutjar el valor social dels objectes. Una visió de conjunt de les coses no és deté en les classificacions particulars dels individus sinó que té en compte tots els valors que deriven de les propietats de les coses per arribar a assignar la utilitat de les coses, basant-se en l'atribució del valor en funció de la seva finalitat pràctica (Murphey, 2005; Dewey, 2008b).

Per obtenir una valoració de les coses en la seva globalitat els resultats i conclusions que puguem extreure del conjunt d'aquestes anàlisis i judicis ens permetran copsar el valor social de la realitat de les coses: "by its place in the whole order of possible values in experience; by the total facts of what we should prefer it to and what we should prefer to it" (1946: 544). Una avaluació social de les coses que estima el conjunt de fets. Qualsevol tipus de valoració de les coses, des de les més específiques a les més amplies, s'ha de fonamentar i referenciar en l'experiència.

⁶² "while it is the *other* person's experience which determines correctness of this judgment, the problem of judging it as best we can is our own problem" (1948: 545).

La valoració és sempre, per a Lewis, una qüestió de coneixement pràctic. I tot i que les nostres estimacions reals i pràctiques, respecte al valor general que tenen les coses en la societat, pugui ser més o menys precisa aquestes estimacions dependran sempre del grau d'aproximació i d'exactitud que poguéssim du a terme en l'avaluació general de les coses (Dewey, 2008b).

6. LA UTILITAT PRAGMÀTICA I COMUNICATIVA DEL DISSENY.

6.1. LA UTILITAT PRAGMÀTICA DEL DISSENY.

Rorty (1996) es mostra convençut que l'eix central del pragmatisme s'ha desenvolupat històricament amb l'objectiu de superar la tradicional dicotomia entre l'aparença i la realitat per atendre fonamentalment a les descripcions més o menys útils de les coses. Per això considera que el pragmatisme no es proposa copsar i representar amb fidelitat la naturalesa intrínseca de les coses i de les seves característiques relacionals sinó que cerca descripcions útils de les coses. La utilitat de Rorty es fonamenta en emprar allò que sia convenient i consistent per fer viable l'assoliment dels nostres propòsits i això el porta a afirmar que la millor manera d'entendre el pragmatisme és aplicar-lo epistemològicament (Bernstein, 2013).

Per a Heidegger (1998) la característica essencial de les coses consisteix en usar-les per allò per al que serveixen, referint-se a les coses o *pragmata* com les entitats que faciliten una manera de fer o d'obrar. Són, per tant, aquelles entitats que habitualment ens permeten actuar i que presenten utilitat pels individus quan les usen amb una finalitat determinada. El concepte d'utilitat de Heidegger és prou ampli com per comprendre tant la capacitat de remissió de les coses, com la identificació i transmissió d'un sentit concret que ens permet interpretar tota aquesta informació per entendre el significat complet de les coses. En la predisposició d'ús de les coses l'autor inclou, també, la seva capacitat referencial per transmetre un significat concret i les comprenen a través de l'ús. Aquestes dues característiques constitueixen per l'autor la pragmàtica de les coses i configuren el concepte d'utilitat que es manifesta tant en la designació d'una finalitat com en una remissió adient d'aquesta. Calvera (2007) reafirma el pensament de l'autor afirmant que les coses adquireixen sentit i valor d'acord a quan i com s'usen i, a més, per a ser realment útils han de tenir un significat. Posicionament extensiu i semblant al que adopta Heskett (2005) que defineix la utilitat com la qualitat de l'adequació en l'ús de les coses, ampliant la tradicional definició de funció incloent-hi també el concepte de significat.

Per a Papanek (1977) el disseny ha de ser significatiu perquè nosaltres, com a individus, responem a tot allò que posseeix significat. La seva argumentació es fonamenta en l'assimilació del procés de disseny i la planificació dels actes. Si considerem que tot acte es produeix i va dirigit cap a la consecució d'uns objectius, desitjats i previsibles incloem l'esforç conscient per establir un ordre significatiu. Per a l'autor el disseny és la base de totes les activitats humanes de manera semblant a com Santiago (2005) fa conorre en la pragmàtica nombroses ciències humanístiques, enlloc de circumscriure-la únicament a l'àmbit lingüístic, fent-la extensiva a l'estudi del sentit real dels elements de comunicació que utilitzem en situacions concretes, és a dir, de la seva significació contextual. Sota aquesta perspectiva el que fem quan dissenyem consisteix bàsicament en planificar actes o activitats per fer amb les coses. Per tant, comunicar la utilitat de les coses hauria de ser un dels principals objectius del disseny per tal d'establir una adient relació de les coses amb els individus i satisfer d'aquesta manera les seves expectatives d'ús.

Saber com comunicar el significat i el simbolisme que transmeten les coses pot contribuir a facilitar l'emissió del valor de les coses. Julier (2010) afirma que els dissenyadors són els responsables que el disseny ens comuniqui, com si fos una exposició, el missatge imprès en l'objecte, utilitzant i instrumentalitzant aquest tipus de llenguatge, per desenvolupar una acció narrativa amb certa capacitat de convicció, fins a arribar a compondre una història que aporti un valor propi i intrínsec a l'objecte, augmentat, així, l'abast i el valor utilitari d'aquest. Fixant-se en l'abast del valor de les coses, Breitenberg (2006) considera que el disseny com disciplina conforma els nostres estils de vida, la nostra manera d'interactuar, els nostres lligams emocionals, les identitats a les que aspirem i fins i tot el nostre passat més o menys immediat. Aquest plantejament, ampli, facilita l'entesa pragmàtica de les coses i la seva anàlisi significativa atès que "el concepto completo de un objeto no es otra cosa que el resultado de todos los posibles efectos producidos por este objeto" (Pericot, 2002: 22). Una concepció holística del disseny que facilita l'entesa de la utilitat de les coses per la manera com aquestes funcionen, les possibilitats que ofereixen i les capacitats individuals que potencien i que contribueix a una concepció pragmàtica de la disciplina que

ha de servir-se d'aquests aspectes que determinen les finalitats dels individus per configurar els objectius pràctics que el disseny ha de perseguir.

Les coses s'erigeixen com aquelles entitats que ens faciliten maneres de fer o d'obrar i, per tant, com entitats que habitualment guien les nostres activitats que són organitzades i planificades en funció dels diversos i múltiples significats que copsem al nostre voltant i que responen a unes finalitats determinades, les nostres. Per tant, en la formalització de les coses s'han de tenir en compte aquestes condicions reals d'ús, perquè els usuaris busquen utilitat en les coses motivats per la capacitat que copsen en elles per resoldre les seves necessitats i desitjos (Hassan-Montero, 2009). De manera que l'atribució de valor a les coses, entesa com profit o benefici que pot generar el seu ús constitueix l'essència útil que els subjectes busquen en els objectes i és, a la vegada, aquesta interactivitat humana la que els hi dóna valor a les qualitats presents i percebudes en les coses.

La utilitat real de les coses l'acaben decidint els individus mitjançant un procés de mediació entre les propostes que ens comuniquen els objectes i les intencions d'ús realitzades pels subjectes. En aquest sentit, el disseny hauria de contribuir a comunicar adequadament la utilitat per assolir la satisfacció de les necessitats i desitjos dels usuaris en totes les possibles interrelacions amb els objectes. Per això cal considerar que una perspectiva pragmàtica del disseny ens pot facilitar els instruments necessaris per investigar la implicació social que determinen les coses, gràcies a la comprensibilitat dels propis continguts significatius. Això suposa acostar els objectius de la disciplina i els significats de les coses i per nosaltres ofereix l'oportunitat d'explorar el significat de les coses derivat de l'ús real que els individus en fan en situacions concretes, de les relacions que poden establir i desenvolupar amb les coses en funció del context operatiu. Per tant focalitza l'atenció de la disciplina en el contingut de les coses i en el context interrelacional en el qual el subjecte es comunica amb l'objecte. Individus, coses i context configuren els components per determinar l'èxit de la transmissió cultural (Winkler, 2002).

6.2. L'ABAST CULTURAL I SOCIAL DE LES COSES.

El posicionament pragmàtic dirigeix la seva atenció al context comú de significats que deriven de la conducta, de les tasques que duem a terme. Un posicionament que ens ajuda a interpretar el sistema de les coses alhora de relacionar-nos amb aquestes mateixes coses. Määttänen (2000) afirma que els mètodes que ens ofereix el pragmatisme permeten analitzar les diferents tipus de comportament habitual dels individus que es generen en les relacions habituals d'ús de les coses i incidir en el caràcter pràctic d'aquesta relació. Un enfocament, el pragmàtic, dependent del context per a l'anàlisi de l'activitat humana en general (Barker, 2012).

Una pragmàtica que metodològicament també es pot entendre en termes de la relació entre el significat i el context: "The meaning of an expression cannot be fully understood without understanding the context in which the expression is used" (Givón, 1989: 2). A més, sempre que ens relacionem amb un objecte o fem en un determinat context de significats socioculturals que ens ajuden i condicionen en la seva interpretació i per això hauríem d'incloure les referències pertinents a determinats hàbits o pràctiques de grups específics. Un posicionament que contempla les diverses definicions que d'unes coses determinades puguin tenir els subjectes d'una mateixa comunitat i facilita la comprensió, el tractament i la inclusió del conjunt de significats que puguem atorgar a les coses.

Com entitats configuradores de l'anomenada cultura material de la societat les coses han esdevingut els elements bàsics del procés de socialització dels éssers humans. Tant per la seva capacitat per incorporar els objectius socials i les expectatives reals de les persones com per les possibilitats d'atorgar significat simbòlic a l'activitat humana. Les coses se'ns presenten com un conjunt estructurat i interrelacionat que configuren i modelen les possibilitats pràctiques dels nostres entorns habituals immediats (Broncano, 2008). Els subjectes duem a terme les nostres activitats regulars i ordinàries en aquests escenaris quotidians, tant a nivell individual com col·lectiu. Uns entorns modelats per l'home orientats a per facilitar les tasques d'acord a les nostres maneres de fer (Polanyi, 1966b). El disseny, des d'un posicionament pragmàtic ha de donar transcendència a la planificació de les coses, tractant-

les com actes comunicatius que estan regits per uns criteris comuns i establerts com a tals. Una concepció pragmàtica de la intel·ligència que, d'acord amb Lewis, podem fer extensiva i aplicable a la projecció de les coses. Selle ja reflexionava sobre l'abast disciplinar d'una pragmàtica del disseny que ajudés a comprendre la seva realitat i funció social:

Una pragmática de carácter científico debería estimular... un análisis sociológico, un análisis psicológico del comportamiento, un análisis psicologicolingüístico y, en fin, un análisis histórico materialista... este aspecto pragmático debería investigar las formas de repercusión social de los objetos de diseño percibidos y comprendidos, es decir, las relaciones entre los usuarios y los objetos y sistemas de su medio ambiente, así como su significado; y, en aquellos casos en que fuera necesario, también debería proponer, en tanto que teoría cognitiva, las tareas de su posible corrección (1975: 189-190).

6.3. LA XARXA CONCEPTUAL COMUNA.

Els nostres conceptes són modelats per les relacions socials a partir d'aquells altres que formalitzen els individus gràcies a la relació que estableixen entre el seu comportament i el seu entorn. Només perquè les nostres pautes de conceptualització són les mateixes, relacionant els termes mitjançant les mateixes definicions i aplicant-les en les mateixes ocasions, podem dir que compartim un coneixement objectiu d'un mateix món: un món que per Lewis no està fet de sensacions i de qualitats, sinó de conceptes i de significats. (Faerna, 1996). Per a Lewis el que hi ha a la meva ment i el que hi ha en la ment del meu interlocutor quan usem el mateix concepte poden ser dues coses molt diferents en termes qualitius, però el concepte és comú i aquí rau el funcionament de la comunicació.

Una concepció d'un món comú definit per significats i per objectius, tot i que al mateix temps cadascú de nosaltres vivim les sensacions qualitatives de les nostres pròpies experiències. Els significats no poden transmetre aquesta qualitat, però si pautes i estructures que els altres subjectes podran reconèixer i aplicar. Per tant, el procés de conceptualització es nodreix d'una base comuna d'experiència que fomenta, mitjançant la cooperació i la imitació de conductes, la seva implantació participativa. Un procés en el que els factors determinants són les interaccions socials que se sobreposen a les

diversitats i particularitats de les experiències subjectives. Cal sobrepassar la barrera de la percepció subjectiva per arribar a les similituds que hi ha entre les experiències dels diferents individus. Un conjunt de semblances que no hauria de ser molt gran per tal d'arribar als necessaris acords que concretin generalitzacions per conceptualitzar i comunicar l'experiència (Lewis, 1956; Goodman, 1995). Un sistema comú de significats que vehicula el conjunt d'activitats que els individus d'un grup poden desplegar. Tant respecte a allò que poder fer respecte a les coses com a les relacions amb els altres subjectes: "Puesto que los sistemas de símbolos-significados implicados en el sentido común se conectan directamente con actividades de la vida cultural y se relacionan entre sí en virtud de esa conexión, los significados concretos allí presentes hacen referencia a las limitadas y concretas condiciones ambientales en las que vive el grupo" (Dewey, 2000: 128). Només aquelles coses de l'entorn que segons els costums i tradicions són rellevants entraran a formar part del sistema de significats. Com hem vist els conceptes que s'acabaran incorporant al sistema com a llenguatge seran aquells que presentin connexions i tinguin conseqüències per la vida comunitària.

Assenyala Lewis (1956) que el coneixement, com sistema, depèn de l'abstracció d'una comunitat de significats avalats per la pràctica. Un coneixement que construeix i participa en el sistema conceptual que utilitzem per relacionar-nos quotidianament amb les coses i constitueix el nostre bagatge organitzador d'activitats. Però la universalitat del coneixement no depèn de les convencions idealitzades de com s'esdevenen els fets, d'uns models bàsics de realització de l'experiència. Els significats no configuren un conjunt blindat i immutable de categories, segons Lewis, sinó una trama de conceptes creats col·lectivament i que poden canviar.

La varietat i complexitat relacional de les coses queda definida i indicada per com identifiquem les coses. En aquest sentit, tant la definició com la representació d'una cosa ens condiciona i ens predisposa a adoptar un tipus d'acció concreta que nosaltres relacionem directament amb la finalitat atribuïda en la pròpia identificació. Per tant, en la mesura que la definició o representació denota la funció d'una cosa recorrem a la categorització per endreçar

la nostra realitat i indicar tipologies d'objectes que tenen unes determinades característiques útils (James, 2009a).

L'entorn on es desenvolupa la complexitat comunicativa constitueix el context compartit pels individus que participen en l'activitat. Sota una perspectiva pragmàtica el context estarà format per tot allò que constitueix físicament el nostre entorn immediat i, a més, tot allò que els individus participants considerin com a pertinent per la interacció social, és a dir, per l'activitat comunicativa que volen dur a terme per assolir una finalitat determinada. Tomasello (2013) considera que aquest terreny conceptual comú compren el coneixement compartit social i culturalment ja que en tots el tipus de comunicació humana la relació que s'estableix entre l'acte comunicatiu i el sistema conceptual compartit és, per a l'autor, complementària. Es refereix sobre tot al conjunt de coneixements compartits entre els que participen en el procés de comunicació, quan més ampli i extens sigui aquest sistema conceptual compartit menys s'haurà de manifestar expressament. De tal manera que si allò compartit en el procés d'intercanvi d'informació és suficient, es podria arribar a eliminar totalment l'expressió manifesta del motiu o referent sense que el missatge es pugues veure afectat.

Per tant, tota activitat comunicativa pot fonamentar-se en aspectes culturals comuns, tot i que no es manifestin explícitament pels participants com recolzar-se en elements reconeguts explícitament per tots els participants en el procés de comunicació: "El terreno común es imprescindible para que el receptor pueda determinar a qué dirige su atención el comunicador (su intención referencial) y por qué lo hace (su intención social)" (2013: 62). Es referma, com ja hem vist en Morris (1985), una concepció pragmàtica de la comunicació com un tipus d'activitat, d'origen i naturalesa social, gràcies a la qual els individus que configuren un grup cooperen per satisfer les necessitats individuals i comuns de manera consensuada.

Alhora de comprendre el coneixement que ens transmeten les coses Lewis considera important manifestar allò que es requereix per a què els subjectes puguin actuar directament. Per això considera que si estructurem el coneixement de les coses a través de la seva percepció pot resultar difícil transmetre mitjançant paraules d'allò que una cosa és o pot arribar a ser. De fet,

aquesta diferència entre el que les paraules transmeten i el que la percepció ens proporciona està tan establert que pot suggerir la distinció de dos tipus de coneixement tal com articulava James: coneixement directe dels objectes (conegut com), obtingut per la presentació en l'experiència i immediatament verificable, i el coneixement proposicional o la generalització (coneixement sobre) a què es refereix Lewis (1956). Un coneixement que requereix d'un exercici de síntesi que permeti establir una distància espacial i una dissociació temporal de la immediatesa dels esdeveniments. Per a Lewis no és la base sensorial com a tal, sinó la possibilitat d'estructurar-la i organitzar-la segons pautes comuns el que facilita l'adquisició d'un mateix llenguatge i una mateixa comprensió conceptual (Faerna, 1996).

El sistema simbòlic que representa el llenguatge recull i organitza, d'acord amb Dewey, un sistema pràctic més que intel·lectual. Un sistema de significats que contenen i expliciten els hàbits culturals d'un grup respecte a la manera de fer ús i fruir de les coses:

Los significados involucrados en este sistema lingüístico común determinan lo que los individuos del grupo pueden y no pueden hacer respecto de los objetos físicos y en sus mutuas relaciones. Regulan qué puede usarse y disfrutarse y cómo tendrá lugar ese uso y ese disfrute (2000: 128).

Per això afirma que només entraran a formar part d'aquest sistema compartit de significats aquelles coses que estiguin connectades amb la vida en comú o si se'n deriven conseqüències. Gràcies a l'atribució d'un cert sentit a un acte concret el sistema simbòlic que compona un determinat llenguatge generalitza el seu significat, conceptualitzant un acord exprés o tàcit entre els individus. Aquest procés de convencionalització delimita, per a Mead (2008), un conjunt de regles que facilita i vehicula la transmissió dels coneixements que progressivament els subjectes han anat adquirint a través de les seves vivències. Emprant el coneixement del sistema simbòlic i el dipòsit d'hàbits adquirits les diverses experiències dels individus es poden transmetre a la comunitat gràcies a un llenguatge que facilita la seva socialització i inserció cultural.

Aplicant criteris lògics Dewey (2000) afirma que el llenguatge organitza aquests sistemes codificats i significatius per transcendir la immediatesa. El nivell d'abstracció dels significats que componen aquest llenguatge permet relacionar-los entre sí amb independència de les referències concretes que varen originar el seu sentit. S'estructura així un llenguatge que recolzant-se en les qualitats de les coses va enriquint progressivament el nivell de coneixements de les societats. Aquest sistema configura un dipòsit significatiu que els individus utilitzen, comunament i convencionalment, com romanent referencial per desplegar les seves activitats en el món que els envolta.

Alhora d'establir quines han de ser les condicions mínimes d'un enteniment comú s'haurien de valorar els efectes i la coincidència de pràctiques i costums: "debemos observar cómo se usan los diferentes lenguajes para ver, a partir de su funcionamiento, los criterios básicos que condicionan la intención, la comprensión comunicativa y los efectos producidos en los propios usuarios" (Pericot, 1987: 156). És en aquest mateix sentit que per a Lewis el llenguatge s'haurà de situar per sobre de les repercussions, cognitives i actives, que puguin valorar-se des de les diverses experiències sensibles. El resultat d'aquest procés és una xarxa de conceptes comuns que no remeten a sensacions o complexos de sensacions específiques, sinó a connexions entre les necessitats i els interessos de l'acció en general.

Un sistema que configura un llenguatge que, segons Faerna (1996), s'acosta a la perspectiva holista d'una "forma de vida" de Wittgenstein i que permet estendre'l com un sistema fonamental per assentar les estructures socials i culturals de les comunitats. La concepció pragmàtica del llenguatge de Wittgenstein (1999) va més enllà d'una concepció sistemàtica i representativa del món per adoptar funcions articuladores i estructuradores del nostre entorn. En la seva anàlisi del caràcter públic que Wittgenstein atorga al llenguatge Muñoz (2009) enquadra el significat de les expressions en el context i en les certeses verificades per la comunitat. Un significat que depèn de l'ús reglat de les coses que en fan les comunitats.

Un sistema significatiu, generalista que recull: "las diferencias que se dan entre las distintas perspectivas desde las que se aprehenden las cosas" (Habermas, 1989: 449). Un llenguatge que permet configurar una xarxa de

significats que ens facilita la interrelació entre signes i sentit. El llenguatge és útil principalment per a Lewis per convenir generalitzacions o altres elements abstractes molt específics de l'experiència. Una normativitat del llenguatge que constitueix, des de l'òptica de Mead, part fonamental i estructuradora de la conducta social. Una socialització del significat de les coses fruit de: "la comunidad de significados que se manifiesta en la comunidad de definiciones sigue siendo una comunidad de usos" (Faerna, 1996: 255). D'aquesta manera es genera un sistema comunicatiu que, com el mateix Mead (2008) afirma, utilitzem per recollir i organitzar l'extens i vast conjunt d'activitats i conductes que deriven de les nostres experiències. Es referma així la naturalesa comunicativa del disseny de les coses com a llenguatge que s'erigeix com l'instrument més adient per conceptualitzar les nostres experiències i planificar les activitats humanes d'indagar i comunicar significats (Rorty, 1993, Bernstein, 2013).

6.4. EL MODEL INFERÈNCIAL DE COMUNICACIÓ.

La comunicació humana és una empresa fonamentalment cooperativa que precisa, per funcionar amb naturalitat i fluïdesa, ubicar-se en el context determinat on es desenvolupa. Un context on es produeix l'acció comunicativa que ha d'estar configurat per un espai conceptual comú i unes motivacions determinades (Tomasello, 2013). Això determina la configuració d'una activitat cooperativa que participa directament en els mecanismes de significació i que, des d'un punt de vista pragmàtic, dona origen als sistemes conceptuals que configuren els llenguatges que donen suport al coneixement.

Faerna (1996) considera que comprendre i comunicar són activitats lligades i que integren l'acció cooperativa, entesa com una forma d'estructuració i configuració social dels sistemes que elaboren el sentit de les coses en forma de comunicació (Habermas, 1992; Luhmann, 2005). Per això afirma Tomasello (2013) que la cooperació humana s'estructura a partir de la intencionalitat col·lectiva o compartida que configura un "nosaltres" d'intencions conjuntes, de coneixements compartits i de creences mútues.

Sota una concepció pragmàtica la construcció de la realitat pel coneixement abasta el conjunt i l'extensió d'activitats d'una comunitat i el procés per intercanviar i compartir aquests processos de conducta consistiria en la fórmula de mediació que vehicula la comunicació. Una activitat que recolliria els aspectes de l'experiència que són rellevants per configurar la realitat de la comunitat i que comunicaria els aspectes que presenten alguna finalitat compartida o que són valorats com a tals per la comunitat. Una comunicació entesa per Mead (2008) com transmissora de significats i conceptes. L'eina adient per referir-se, conceptualment, a les expectatives de conducta, la seva interrelació i possibilitar una activitat participada de situacions reals (Faerna, 1996; Sánchez, 2008).

Ens trobem davant d'una concepció de la comunicació com un dels mecanismes bàsics de la socialització dels individus. Uns models comunicatius humans que es caracteritzen per posar algú al corrent d'alguna cosa, per constituir processos que pretenen informar amb una certa intenció:

Y lo que esto implica es que se despierten en un individuo las actitudes de otros y su respuesta a las respuestas de ellos... resultado es que el individuo pueda verse estimulado, en el proceso que le lleva finalmente a conseguir dar forma a su propia voluntad, a interpretar varias partes del proceso común donde todos están involucrados, y que, por eso mismo, pueda encarar en el mismo proceso los diversos futuros que esos diferentes roles llevan consigo (Mead, 2008: 268).

Ha d'haver voluntat comunicativa per a què la transmissió d'informació es consideri un acte intencional que cerca una determinada finalitat. Un procés que consisteix en oferir precisament aquelles proves directes que volem transmetre amb una determinada intenció. La intencionalitat comunicativa que presideix el procés determina que allò que es vol transmetre en cada activitat impliqui la intervenció dels components pertinents per estimular la inferència significativa corresponent. Aquests components adquiriran rellevància per als individus com a iniciadors del propi procés inferencial: "comprende que la intención del enunciador es que el enunciatario interprete que el enunciado va dirigido a él, y que infiera a qué realidad se está haciendo referencia y con qué objetivo o propósito lo hace" (Pericot, 2002: 188).

6.4.1. LA RELLEVÀNCIA PRAGMÀTICA.

Per a Sperber i Wilson (1994) qualsevol tipus de llenguatge que utilitzem, com a sistema de codis, pot emprar-se informativament de dues maneres: un nivell bàsic que podria referir-se a qualsevol cosa i un altre que incideixi de forma ostensiva en la informació manifestada anteriorment. Un llenguatge que articula i conjuga en els seus missatges una intenció informativa i comunicativa. La utilització d'aquest llenguatge implica una manera de comunicar que defineixen com inferencial pel fet que els destinataris dedueixen les intencions que l'emissor ofereix a partir de proves proporcionades intencionalment amb aquesta finalitat: "La comunicación tiene éxito no cuando los destinatarios⁶³ reconocen el significado lingüístico del enunciado, sino cuando infieren el "significado" que el hablante le atribuye" (1994: 37).

A més, Sperber i Wilson (1994), destrien dues maneres de transmetre informació. Una d'elles ofereix proves directes de la realitat i de la informació que transmet. Aquesta manera de transmetre informació no hauria de considerar-se, segons els autors, com a comunicació pel fet de manca de voluntat o d'intenció. Les coses, com entitats reals, sempre ens presenten mostres directes d'informació. L'altra manera proporciona evidències directes que configuren el nivell bàsic d'informació. La comunicació ostensiva abasta tant el mostrar com expressar quines són les intencions manifestes del nivell bàsic d'informació. Com també afirma Pericot (1987) l'acte de comunicació no pot dependre únicament de l'estructura del missatge i dels efectes que produeix en el destinatari, sinó de la relació establerta entre les intencions recollides i reconegudes en l'enunciat i l'efecte al·lusiu que produeix en els individus.

Un model de comunicació, sistematitzat i endreçat significativament, que es fonamenta en la codificació i descodificació de missatges i un model inferencial que es fonamenta en la producció de proves, mitjançant els estímuls referencials que deriven d'un sistema conceptual. Sperber i Wilson es refereixen a la intenció comunicativa que transmeten ostensivament els components de les coses generant i produint efectes inferencials i ho resumeixen en el principi de rellevància que enuncien així: "todo acto de comunicación

⁶³ Hem emprat destinataris enlloc del terme "oyentes" del text original..

ostensiva comunica la presunción de su propia relevancia óptima” (1994: 198).

La rellevància recau per tant en la relació que els individus estableixen entre el missatge o enunciat i el context. Zecchetto no considera que la rellevància sigui una propietat o característica intrínseca de les coses sinó que depèn de l'intercanvi que genera l'acte comunicatiu. Aquell intercanvi d'informació on se seleccionen els estímuls més rellevants del context on es produeix l'esdeveniment:

El uso del principio de relevancia busca garantizar el logro de la mayor cantidad de efectos contextuales. Para esto hay que entender dicho principio como portador de dos elementos complementarios: el primero es el acto comunicativo ostensivo que, al manifestar una intención informativa, conlleva la presunción de su propia relevancia, precisamente porque es un estímulo ostensivo. En segundo lugar, la presunción de relevancia óptima tiene que ver con el conjunto de supuestos que se desean comunicar con el propósito de obtener efectos contextuales (2003: 145).

La inferència i la rellevància pragmàtica articulen una teoria del significat que es fonamenta en els principis establerts per Grice (1991) alhora d'analitzar els processos de comunicació. Una inferència del missatge que les coses volen mostrar que depèn de la implicació contextual i que deriva de l'anàlisi d'una nova informació en funció del coneixement que posseeixen els individus, creant un supòsit a partir d'un altre. Bàsicament es focalitza l'atenció en com les emissions generen automàticament un conjunt d'expectatives en els destinataris que els dirigeixen cap el significat que intencionadament vol transmetre l'emissor. Una intenció comunicativa que recullen els individus interpretant adequadament les coses en funció de les intencions de l'emissor. Es tracta de comunicar uns significats a compartir fonamentant-se en el reconeixement de la voluntat de participació de tots els implicats en l'acte de comunicació per generar unes expectatives que Grice (1991) fa recaure en la voluntat cooperativa que presideix la comunicació.

6.4.2. ESTRUCTURA PRAGMÀTICA.

La concepció pragmàtica de la comunicació com un tipus d'activitat, d'origen i naturalesa social, facilita, d'acord amb Morris (1985), que els individus que configuren un grup cooperen per satisfer les necessitats individuals i comuns de manera consensuada. Per tant, cal comprendre, reconeixent una estructura i abocant-hi els continguts donats a l'experiència, i cal comunicar, codificant l'experiència pròpia en estructures comprensibles per als altres.

La capacitat d'actuar de forma cooperativa dels altres individus implica tenir en compte les condicions i els elements que participen necessàriament en el comportament col·lectiu. Les aptituds cognitives per formular intencions comunes i motivacions per compartir situacions amb els altres individus són, per Tomasello (2013), els components necessaris per entendre les funcions cooperatives que presideixen la comunicació. Una perspectiva de col·laboració i participació que facilita la construcció d'una xarxa conceptual comuna, necessària per tot comportament col·lectiu, i per tant, com a condició indispensable per l'intercanvi d'informació.

Per a Tomasello: "Si la esencia de la comunicación humana es la intencionalidad, entonces el origen primigenio de su significado es la acción" (2013: 167). Això implica que les activitats comunicatives descansin en una infraestructura fonamentada en l'acció que s'estableix per unes maneres de fer que venen determinades per com es comprenen les accions per sí mateixes i per com s'aprehenen. Alhora de comprendre els actes de comunicació l'autor diferencia tres nivells estructurals del procés: l'indicar, l'oferir o informar i el compartir (figura 21). L'acte de comunicació descansa per l'autor en una infraestructura senyalètica i indiciària que s'ha de recolzar-se en la propensió dels individus a seguir la mirada del demés, a senyalar en una direcció per aconseguir que altres mirin cap a allà i en interpretar les accions dels demés com alguna cosa intencional. Però on és recolza la intencionalitat comunicativa és en el fet d'informar, expressant enunciats ideats per brindar informació útil als demés.

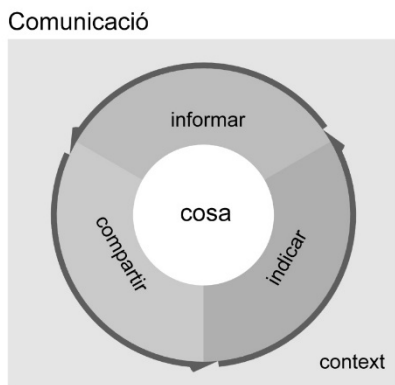


Figura 21. Processos comunicatius que ofereixen les coses.

Font: Elaboració pròpia.

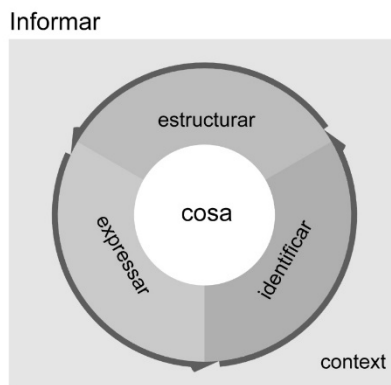


Figura 22. Informacions que han de presentar les coses.

Font: Elaboració pròpia.

L'acte d'informar involucra esdeveniments i participants que no estan ni succeeixen aquí i ara atès que es refereixen a coses desplaçades en el temps i en l'espai. La comunicació d'aquest espectre més ampli d'esdeveniments i objectes (figura 22) implica, per a Tomasello (2013), al menys tres problemes comunicatius nous:

- Identificar els objectes i esdeveniments absents o desconeguts utilitzant procediments per referenciar els diversos elements com si foren un únic constituent, coherent des del punt de vista funcional i, a més, recolzant-se en el terreny conceptual comú;
- Estructurar, implica que ha d'haver tota una jerarquia referencial que depèn del grau en què el referent en qüestió destaca dins del nostre terreny conceptual comú en el moment de la comunicació.
- Expressar, ha de proporcionar orientació perquè el receptor trobi els referents individuals. El comunicador ha de distingir els referents en benefici del receptor i, en general, serà necessari localitzar les coses en l'espai i ubicar els esdeveniments en el temps.

Per les entitats i esdeveniments que no són presents, la majoria de les paraules o signes amb contingut remetran a categories i no podran indicar referents particulars per si mateixes. En aquestes situacions el comunicador senyalarà alguna cosa que està present en la percepció o indicarà una entitat mitjançant un signe ideat per les coses que ja estan presents en l'àmbit

intencional conjunt. La principal aportació de l'acte d'informar, segons Tomasello (2013), recau en l'ús per part del comunicador de recursos estructurals i convencionals per: a) identificar els referents dins del marc atencional conjunt del moment, incloent-hi l'ús de constituents d'elements variis; b) estructurar l'enunciat en la seva totalitat en benefici del receptor indicant-li els diferents rols que desenvolupen els participants de l'esdeveniment i c) expressar convencionalment les motivacions i les actituds.

Una convencionalització del procés de comunicació que transforma els recursos sintàctics significatius emprats cooperativament i que eliminant l'espontaneïtat i la reemplaça per un procés d'aprenentatge compartit. Un aspecte fonamental que articula les convencions comunicatives dels membres d'una comunitat. Les experiències d'aprenentatge comunicatiu deriven d'unes convencions que articulen i cohesionen les activitats de la comunitat. Ricoeur diferencia en els diversos components que participen en els processos de comunicació d'aquestes maneres de fer:

Este decir del hacer puede ser aprehendido en varios niveles: nivel de los conceptos puestos en juego en la descripción de la acción; nivel de las proposiciones donde la propia acción llega a enunciarse; nivel de los argumentos en el que se articula una estrategia de la acción (1988: 11).

El primer nivell desenvoluparia l'anàlisi conceptual per tal de destriar categories significatives que es puguin relacionar directament amb les accions i donar-l'hi sentit. Els conceptes que aplica l'acció. Uns conceptes que per Ricoeur han de referir-se explícitament a l'àmbit de l'experiència i, per tant, nodrir-se significativament de les accions. Unes nocions bàsiques constitutives i procuradores de les funcions que participen directament en les accions: l'observació, l'explicació i la comprensió. El coneixement i la delimitació d'aquests conceptes permetran estructurar les xarxes de relacionals que deriven de les intencions, finalitats, motius, desitjos, preferències, eleccions, etc.

Un segon nivell tractaria d'analitzar com s'estructuren de forma lògica els conceptes que formen els enunciats de l'acció. Ricoeur analitza el sistema de proposicions que procuren les relacions conceptuals i que donen sentit al

llenguatge de l'acció. Aquesta anàlisi proposicional vol fer emergir el procés comunicatiu entre els individus o agents que participen en el sentit de l'acció, informant de i des de l'acció mateixa: "El juego de preguntas y respuestas en el que adquieren sentido los conceptos de intención, etc., no és el juego en el que enunciamos un protocolo de laboratorio" (1988: 16).

El tercer nivell d'anàlisi, construït a partir de la lògica de l'acció, analitzaria el discurs propi de l'acció. Per Ricoeur l'aplicació de la teoria de jocs i de la decisió constitueixen els mecanismes racionals per una argumentació pràctica de l'acció.

6.4.3. LA DIRECCIONALITAT PRAGMÀTICA.

Els actes comunicatius no es produeixen aïlladament uns dels altres sinó que pragmàticament els intèrprets els enllacen i relacionen per entendre les situacions. Pericot (1987) s'hi refereix com la direccionalitat o intencionalitat present en la successió d'actes comunicatius i això suposa valorar comunicativament les coses en la seva unitat pragmàtica d'acció seqüencial:

Esta serie de actos o secuencia obedece a una lógica discursiva interna que nos permite hablar de una «ordenación» lineal en el tiempo y en el espacio, cuyos actos contraen unas relaciones semánticas y pragmáticas. Al igual que en el caso de las secuencias lineales y globales de las imágenes proposicionales, las secuencias de los actos de comunicación también se sujetan a unas condiciones convencionales que dan coherencia a los actos que conforman el discurso como unidad superior o conjunto de actos comunicativos (1987: 233).

De la mateixa manera que Searle (1997) considerava les coses com possibilitats continuades d'activitat, una interacció d'actuacions que configura una unitat, com a cosa, que constitueix un macroacte comunicatiu. Tot i que pragmàticament s'ha de considerar com un conjunt coherent i lineal de fets ha de funcionar, d'acord amb Pericot (2002), com un acte definit i concret. Una cosa que comunicativament ha de respondre a una intencionalitat de conjunt, com si fos una funció que respon a una única intencionalitat pragmàtica. És aquesta direccionalitat pragmàtica la que cohesiona la seqüència del seguit d'actes que componen el macroacte de comunicació. Una funció pragmàtica que hauria de cohesionar de la mateixa manera el discurs a

transmetre per les coses. D'aquesta manera el seguit d'accions a fer amb les coses es podran reconèixer i endreçar en una seqüència coherent. Per a Davidson, l'acció intencional: "encuentra su fundamento en la teoría del significado y de la interpretación" (1992: 35) i això determina el caràcter públic i comú de les relacions que s'estableixen entre les persones i les coses.

Una direccionalitat pragmàtica que procura, per tant, assignar adientment seqüències conceptuals que regularitzen la successió d'actes particulars. Per tant, l'emissor ha de ser competent comunicativament i emprar les estructures adoptades convencionalment per assignar la intencionalitat pragmàtica que busca transmetre i que pel fet d'estar normalitzada podrà ser reconeguda pel destinatari.

6.5. EL DISSENY COM ACTE DE COMUNICACIÓ.

La concepció del disseny com instrument comunicatiu presenta unes estructures similars a aquelles que endrecen l'experiència sota una perspectiva pragmàtica. El disseny incideix directament en els contextos quotidians dels individus i, analitzat com una pràctica social, transmet i comunica significats gràcies a la configuració determinada de les coses. El disseny, sota aquesta perspectiva es pot considerar com una activitat comunicativa que atribueix un seguit de significats a les coses amb la finalitat primordial de facilitar les relacions dels individus entre si i els conjunts de contextos immediats, socials i culturals que configuren el seus entorns vivencials.

Una perspectiva que adopta i contempla l'amplia gama de possibilitats que n'ofereix l'entorn alhora d'experimentar les coses determina un posicionament pragmàtic que facilita l'entesa de les capacitats que exerceixen els éssers humans dotant de significats a les coses. Una concordança entre dos àmbits de coneixement que configura la flexibilitat d'assignació de sentit a les coses i contribueix a configurar la concepció que de les coses tenen els individus. Per a cadascun de nosaltres conceptualitza i representa la nostra relació directa amb les coses, les repercussions pràctiques que se'n deriven d'allò que aquestes potencien i possibiliten en funció de les nostres experiències personals.

Per a Buchanan (1998) el posicionament del disseny com una de les activitats cabdals que desenvolupa l'ésser humà en la cultura contemporània ubica la disciplina en el context de l'acció formalitzadora i comunicadora dels productes. Descansa, per tant, en les competències comunicatives dels dissenyadors, en com aquestes capacitats podran ser utilitzades per referir-se a les coses a partir dels propis significats que elles mateixes aporten. Des del posicionament pragmàtic de Pericot: "como constructor de un discurso, el proceso del diseño ha de poner un especial énfasis en la relación existente entre la información transmitida y su interpretación" (2006:16).

Sota aquesta perspectiva, que reafirma la facultat discursiva del disseny i posiciona als dissenyadors com a ponents principals, es fa palesa la necessitat que aquests adquireixin la capacitat de generar discursos eficients per a determinats contextos. Han d'actuar, per tant, d'acord amb unes determinades competències comunicatives per relacionar amb efectivitat i fluïdesa l'objecte dissenyat amb el seu context social. Afirmar Pericot (2002) que si comunicar és un acte, podem extrapolar l'argumentació alhora d'enunciar, mostrar o realitzar alguna cosa.

Un acte comunicatiu que com activitat complexa compren, a la vegada, tres tipus d'actes diferents: un acte de materialització de les coses, un acte de formalització mitjançant la utilització d'un sistema d'expressió interrelacionat amb uns determinats continguts i finalment un acte referencial que recolliria les intencions de l'emissor en funció d'un sentit determinat i concret, que com diu Pericot (1987), equival a l'accepció filosòfica de significat. Però tenint present la unitat de l'acte, des d'un punt de vista pragmàtic, aquesta distinció tricotòmica de l'acte comunicatiu és més teòrica que conscientment real, ja que com diu Escandell tots tres es realitzen a la vegada i simultàniament: "en cuanto decimos algo lo estamos haciendo en un determinado sentido y estamos produciendo unos determinados efectos" (2006: 60). Però, tot i això, la distinció serveix per estructurar els diversos nivells significatius que poden comprendre les coses.

L'acte comunicatiu, exterioritzat, presenta una certa materialitat, unes característiques físiques que afecten d'alguna manera al comportament dels altres individus. A més, per a què el procés pugui dir-se cooperatiu, l'objectiu

del comunicador ha de ser d'ajudar al receptor o de compartir alguna cosa amb ell d'alguna manera i generar una interrelació comunicativa ajustada a les circumstàncies particulars de cada cas. Per això considera Tomasello (2013) que l'acte comunicatiu comporta una exteriorització dels senyals escollits i produïts pels organismes individuals de manera flexible amb uns objectius estratègics orientats cap a determinades finalitats. Aquests senyals són intencionals en el sentit que l'individu controla la seva utilització amb flexibilitat, amb l'objectiu d'exercir algun tipus d'influència sobre els altres individus.

A més, incidint en la vessant cooperativa de la comunicació, afirma Pericot, el destinatari del macroacte comunicatiu ha de ser comunicativament competent, en el sentit d'ésser capaç de reconèixer el missatge d'acord amb la intencionalitat en que s'ha emès. Només si es comparteix aquest coneixement es podrà assolir la comunicació a través de les coses i determinar una direccionalitat pragmàtica concreta que assoleixi l'èxit gràcies a uns paràmetres comuns d'interpretació. Des d'un posicionament pragmàtic la competència comunicativa ha de contemplar el conjunt de fenòmens que es produeixen, intervenen i incideixen en una situació. Un concepte ampli que ha d'incloure tots els sistemes significatius que hi puguin participar en la formació d'informació i/o que en generin.

L'acte de comunicació immers en un context ampli que depèn d'uns components determinants que deriven de la situació i de les intencions i propòsits de l'individu productor o emissor del missatge. Des d'una dimensió pragmàtica la significació de l'acte de comunicació elaborat sistemàticament variarà en funció del context situacional on succeeixi. Per tant, s'ha d'entendre el significat dels components de l'acte comunicatiu, no a partir de la seva anàlisi, sinó a partir del que signifiquen aquests components per a l'emissor, els referents culturals i socials i la gradació i variabilitat significativa:

La competencia comunicativa, debe, pues, contemplar esta dimensión pragmática o capacidad de servirse con acierto de los sistemas y sub-sistemas de los que depende el grado de aceptabilidad de un enunciado (Pericot, 1997: 161).

Sota aquests paràmetres el paper decisiu correspon al comunicador. Els receptors són simplement individus que tracten d'avaluar la situació i d'imaginar que han de fer. Aquests individus busquen informació pertinent de qualsevol origen, de manera que l'exteriorització comunicativa de l'altre individu no és més que una altra font d'informació, tant en el cas que el mateix comunicador conegui l'existència dels signes que configuren aquesta informació o els ignori. Quan el comunicador pretén influir sobre el comportament o els estats psicològics dels altres individus i amb una intenció concreta ens trobem davant d'una forma de comunicació. Si existeix aquesta intencionalitat i, a més, els receptors són capaços de reconèixer-la en algun grau, podem parlar de tot el procés comunicatiu com intencional, és a dir, fer alguna cosa per a què succeeix alguna cosa que provoqui alguna cosa per haver-ho fet (Tomasello, 2013).

El disseny és la base de totes les activitats humanes ja que sota aquesta perspectiva el que fem quan dissenyem consisteix bàsicament en planificar actes o activitats a fer amb les coses. Si considerem que tot acte es produeix i va dirigit cap a la consecució d'uns objectius, desitjats i previsibles incloem l'esforç conscient per establir un ordre significatiu. Per a Papanek (1977) el disseny ha de ser significatiu perquè nosaltres, com a éssers humans i dissenyadors ens interessa assolir les nostres finalitats i per fer-ho necessitem estar al corrent de la planificació dels actes i, per tant, del procés de disseny de les coses. El futur del disseny ha de reconèixer el rol comunicatiu del disseny, la participació activa dels dissenyadors com a planificadors de les relacions entre els individus i les coses, en un món ple de significats socials i culturals. Una concepció del disseny que també participa de la generació de coneixement, explícit i tàcit, a través de tots els components significatius que contenen les coses (Polanyi, 1966a, 1966b; Schön, 1998).

6.6. EL CICLE D'ASSIGNACIÓ DE SIGNIFICAT A LES COSES.

Mitjançant els processos interpretatius els individus associen sentits a les coses assignant i extraient significats. En aquesta ordenació conceptual de significats participa activament el complex entramat sociocultural que regula i defineix aquest procés de provisió de sentit (Peirce, 1994). La concepció del significat de les coses porta implícits components socials, compartits,

que determinen, vehiculen i defineixen com participen les coses en els processos de comunicació. Una variabilitat i similitud significativa que aporta flexibilitat i fluïdesa a la comprensió pragmàtica de les coses. Cal tenir present la capacitat que presenten les coses per transmetre informació i com l'activitat semiòsica facilita que els individus puguin assignar a les coses un significat particular, en funció de l'evolució constant de la realitat, per arribar a comprendre el món que ens envolta. Una visió integradora del contínuum d'esdeveniments que varien en funció del temps i de l'espai. Això ens fa conscients de la mutabilitat de la realitat, on el significat de les coses queda determinat pel desplegament de les nostres activitats. De manera que els processos significants van relacionant les successives etapes que permeten adonar-se'n de les coses mitjançant una sèrie de fases interpretatives de l'experiència conscient dels individus.

De la mateixa manera, en el disseny podem trobar aquests processos interpretatius en els quals els individus associen sentits a les coses (Sudjic, 2009). S'extreuen significats que sostenen la nostra construcció conceptual de la realitat. Uns processos semiòsics gràcies als quals les formes assumeixen significació d'acord a la seva utilització. Uns mecanismes que exploren el valor de les coses directament en el context per extreure allò que com individus considerem bo, útil o plaent. Un procés de comprensió pragmàtica dels beneficis que les coses ens reporten. (Csikszentmihaly i Rochberg-Halton, 1981).

Per al disseny aquesta perspectiva permet incorporar l'anàlisi de com el significat de les coses es nodreix dels esdeveniments experimentats pel conjunt dels individus que configuren una comunitat. Fa emergir els valors que els individus assignen a les coses en funció dels marcs socials i culturals sobre els que recolzen les seves vivències i, això determina que culturalment i socialment es desenvolupin activitats diferents de manera semblant: "Design is the most vivid domain for this cultural activity in the contemporary world, because it deals with concrete and objective results whose consequences affect us all" (Buchanan, 1998: 20). El disseny ha d'incorporar, per tant, les identitats i finalitats de les relacions humanes i això implica

aprendre a percebre i a comprendre el que és valuós des d'altres perspectives.

A més d'investir les coses d'un significat concret i particular els subjectes han de contemplar en cadascuna de les seves determinacions els patrons de les referències col·lectives. Els trets compartits més amplis esdevenen comuns, assenten les creences culturals i socials i participen en la configuració dels processos comunicatius. Aquestes significacions comunes cohesionen el desenvolupament de les activitats dels individus, les endrecen en els espais compartits i les condueixen al llarg del temps. Basteixen conceptualment l'estructura comunicativa que vehicula el desenvolupament de les activitats que podem du a terme en la nostra quotidianitat. La incorporació del pluralisme de les perspectives individuals és essencial per assolir una generalització que sigui comprensiva de la variabilitat intersubjectiva.

Generalitzades a partir de l'assignació individual de funcions i significacions solen compartir-se, comunicar-se, per transformar-se en representacions dels patrons d'hàbits i rituals. Unes relacions que s'estableixen entre la informació transmesa per les coses, allò que ens proposen participar i les possibles interpretacions que suggereixen a les persones. Una concepció comunicativa del disseny que possibilita l'adopció del mateix conjunt estructurat que utilitzem en qualsevol acte de comunicació.

7. MODEL PRAGMÀTIC DE DISSENY DE LES COSES.

La concepció del disseny de productes com eina relacional entre una realitat i una finalitat és una manera de prioritzar el sentit de la disciplina com mitjà per relacionar la praxi de l'usuari amb el seu entorn. Una vinculació entre els processos de comunicació i d'intercanvi de coneixements a través de la seva presentació que orienta els esforços de la disciplina del disseny cap al fet de mostrar i oferir l'experiència de les coses com a part d'aquell coneixement que ha de ser comunicat i compartit pels individus (Bonsiepe, 2000).

Per donar resposta a la qüestió de com intervé el disseny en la conversió de les dades en informació i com participa el disseny en la transformació d'aquesta informació en coneixement, Bonsiepe (2000) adopta la definició de coneixement de Davenport i Prusak (2001)⁶⁴ que el defineixen com una barreja fluida d'experiències estructurades, informació contextual i valors que proporciona un marc per avaluar i incorporar noves experiències⁶⁵. Un procés de conceptualització que deriva de les accions o del rendiment de les activitats dels individus (Joas, 1998).

Una perspectiva que posa l'accent en la importància que presenten el conjunt de coses que ens envolten com instruments que utilitzem per definir les característiques socials, culturals, econòmiques i polítiques de la societat en què vivim perquè com diu Wittgenstein: "2.014 Los objetos contienen la posibilidad de todas las situaciones" (2003: 113). Una concepció holística que defugi de la rigidesa conceptual que implica una assignació objectiva de sentit i que ens condueix cap a disciplines o posicionaments extensius que ens facilitin la comprensió de les coses a través dels fets i accions que determinen el significat de les coses. Per tant, per entendre l'abast del disseny

⁶⁴ "El conocimiento es una mezcla fluida de experiencia estructurada, valores, información contextual e internalización experta que proporciona un marco para la evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información. Se origina y se aplica en la mente de los conocedores. En las organizaciones, con frecuencia no solo queda arraigado en documentos o bases de datos, sino también en las rutinas, procesos, prácticas y normas institucionales" (Davenport i Prusak, 2001: 6).

⁶⁵ "La importancia de la experiencia y la verdad práctica en el conocimiento es una indicación de la capacidad del conocimiento para tratar la complejidad. El conocimiento no es una estructura rígida que excluye lo que no encaja; puede tratar con la complejidad de una manera compleja. Esta es una fuente esencial de su valor" (Davenport i Prusak, 2001: 10).

cal emprar-lo com una eina fonamental del procés de comunicació que vehiculen les coses i, per tant, cal utilitzar-lo com un instrument més per a transmetre la informació que configura el coneixement. (Bonsiepe, 2000; Pericot, 2002). Atès que per comunicar el coneixement és necessari "presentar-lo", per a què sigui percebut i assimilat, el disseny, com a procés de comunicació, hauria d'erigir-se com la disciplina que interrelaciona el coneixement abstracte i l'experiència quotidiana.

A la disciplina del disseny, generalment, es para una especial atenció a tot un seguit de característiques qualitatives dels objectes que estan relacionades directament amb la forma, figura, colors i textures, aspectes que focalitzen l'atenció primordial del seu àmbit d'estudi, anàlisi i verificació. Molts dels processos que els dissenyadors posen en pràctica alhora de projectar i planificar com han de ser les coses deriven directament o es fonamenten en les metodologies que va definir l'anomenat Moviment Modern a principis del segle XX (v. § 3.1.2.). Però tot i la seva permanència cal reexaminar aquests principis i la seva aplicació per explicar la capacitat, continua i constant, de la cultura i la societat per reescriure el significat de les formes i, per tant, per reinterpretar el missatge que les coses ens transmeten mitjançant el disseny (Lupton i Miller, 2002). Podem, per tant, emprar els principis bàsics del disseny per comprendre inicialment el significat de les formes que presenten les coses, però per anar més enllà i comprendre l'experiència formal cal fer-la extensiva a aquell significat social i cultural que les coses ens mostren i transmeten afegint un enfocament comunicatiu, de caire pragmàtic, que complementi aquella perspectiva dels inicis del disseny. Això ens facilitarà la comprensió de com determinades qualitats de les coses, mitjançant la seva formalització, contribueixen a la formació inferencial dels conceptes i a la seva implantació en la comunitat.

L'aplicació dels principis pragmàtics ens pot oferir la possibilitat d'integrar aquells aspectes més lligats a la significació social i cultural de les coses i entendre la seva utilitat en els diversos contextos on es desenvolupen les activitats dels individus. Podríem dir, recorrent a la màxima pragmàtica, que aquest posicionament ens proporciona una concepció ampla i completa del que les coses poden representar i per tant permet entendre la complexitat

significativa de les coses. Anar més enllà del punt de partida que ens ofereixen els trets objectivables de les coses per incloure l'ampli ventall de significacions subjectives que poden aportar els individus particularment, a més de les altres aportacions que com a col·lectivitat poden afegir i també a través de la seva participació en les convencions comunitàries. És a dir, cal incorporar aquells trets que ens ofereixen les coses i que transcendeixen la pura immediatesa de com les formes se'ns mostren i presenten.

Per altra banda, com s'ha vist en els capítols anteriors, l'enfocament pragmàtic també té molt en compte els contextos on s'interpreten i es valoren les coses i, per tant, possibilita la incorporació de la variabilitat significativa que pot oferir una mateixa cosa experimentada en diferents llocs. L'objectiu principal del pragmatisme consisteix en entendre com els individus viuen, comprenen, entenen i conceptualitzen les seves experiències considerades com un tot contextual que determina de manera natural els processos que regeixen les seves activitats. La forma com es desenvolupa la compressió del nostre entorn està dirigida i regulada pel pensament que ressegueix uns processos cognitius generalitzats que no depenen només dels trets objectivables que ens presenta la realitat. Un posicionament pragmàtic que explora el món en el qual ens trobem analitzant com intervenen i els efectes que generen les creacions humanes en les pròpies vides dels individus:

As viewers and users of the manmade object, we do not change our whole approach to understanding; instead, the senses and mind work just as they would in the presence of a natural object to gather information and conceptualize it in a way suited to thought, understanding and memory (Pile, 1979: 93).

Per a Määttänen (2000) els mètodes aportats pel pragmatisme permeten subratllar el caràcter pràctic d'aquesta interrelació i és, per tant, un punt de partida adequat per a l'anàlisi del paper que juguen els productes de disseny en aquesta interacció d'ús. La participació de l'objecte en la relació pràctica que desenvolupa l'individu en un context determinat es pot analitzar des d'almenys tres punts de vista:

- una valoració de l'objecte des de la perspectiva de la pròpia experiència perceptiva,

- una relació directa entre el propi producte i l'usuari i,
- una relació operativa directa amb l'entorn, relació establerta tant des del punt de vista material com cultural o social.

Aquest conjunt de punts de vista, considerats sota el marc de la pràctica, suposen una anàlisi dels diferents tipus de comportament habitual que es desprenen de les relacions entre els usuaris i els productes. Una concepció pragmàtica del disseny com a disciplina que procura un conjunt de possibilitats d'acció que determinen un tipus concret d'experiència o d'hàbits de comportament que guien les relacions entre els usuaris i els productes. Una perspectiva de la disciplina com activitat de planificació que facilita les relacions entre coses i individus. Utilitzant els recursos epistemològics que ens ofereix el pragmatisme i com es desenvolupen els processos semiòtics en que les coses adquireixen sentit el model pragmàtic d'anàlisi de les coses que es proposa a continuació té la voluntat d'incorporar la disciplina del disseny en el cicle continu d'assignació i utilització conceptual de les coses.

Una concepció pragmàtica del valor significatiu de les coses que recull la màxima formulada per Peirce i que permet adoptar una visió integradora dels efectes significativament útils de les coses, és a dir, del seu valor. Una manera d'afrontar la comprensió de les coses que està guiada per la intervenció i participació del sistema conceptual que configuren les coses significativament i que determina i guia les possibilitats d'activitats que els subjectes poden arribar a desplegar.

7.1. CONCEPCIÓ DEL MODEL.

El model s'ha concebut principalment com instrument explicatiu i aclaridor del procés que integra la participació d'una xarxa conceptual compartida que aporta unitat significativa a les coses i que permet als subjectes utilitzar-les d'acord amb unes maneres de fer i unes finalitats determinades (Gondomar, 2014a). Per tant, considerat com un instrument metodològic que pot dotar al disseny d'eines adients per conèixer, comprendre i dominar els processos significatius de les coses. A més, el model també intentar proveir als dissenyadors d'una perspectiva pragmàtica i general de com les coses participen dels processos de comunicació que posen en practica quotidianament les

persones i generar un coneixement que proveeix de competències comunicatives als dissenyadors per planificar i materialitzar les seves propostes sota el criteri principal de la utilitat que principalment per nosaltres consisteix en conferir valor i significat a les coses⁶⁶. Però hem de tenir en compte que el model proposa i estructura de manera sintètica una perspectiva pragmàtica de la utilitat de les coses que vol estendre's a tots els processos que participen en l'assignació de sentit de les coses. Una concepció de les possibilitats que ofereixen les coses que s'hauria de complementar amb la concreció de metodologies adients per comprendre els processos generadors de significació, de conceptualització i d'altres metodologies per comprendre com intervenir i incidir en les diverses representacions socials de les coses (Gondomar, 2014b).

7.2. ESTRUCTURA DEL MODEL.

El model s'estructura a partir d'una generalització del concepte pragmàtic de les coses que articula tres nivells d'assignació de sentit tenint en compte el grau de participació dels subjectes en el procés. Per això, s'ha distingit l'estadi individual com a primer, el compartit o col·lectiu com a segon i el comunitari com a tercer. La proposta relaciona les categories faneroscòpiques descrites per Peirce (veure figura 13) amb el procés semiòsic generalitzador del significat de les coses a partir de les experiències quotidianes (figura 18).

L'estructura bàsica del model permet visualitzar i comprendre els components mínims que participen en els processos semiòsics que relacionen les coses amb els individus. Una estructura que descriu els processos dinàmics que determinen la significació de les coses d'acord amb les possibles relacions que els individus puguin establir amb les coses en funció de les possibles situacions que puguin esdevenir-se. Un procés obert on l'individu participa sense una planificació prèvia, sense un principi i un final. L'estructuració i categorització dels processos d'assignació de significat a les coses, dels me-

⁶⁶ Veure, "El dissenyador com a formalitzador i comunicador de valors" de Pericot, 2006.

canismes de formalització comunicativa i de la corresponent convencionalització conceptual recull la generalització del significat de les coses a partir de les experiències quotidianes (figura 23):

- en un primer estadi d'estudi cal tenir en compte la variabilitat dels diversos hàbits individuals que es desenvolupen en les situacions més immediates i concretes de les persones;
- en el següent estadi predominarà la validació de significats compartits col·lectivament en un entorn conceptualitzat per la participació dels propis individus i, finalment;
- en el tercer estadi s'arriba a una generalització del significat que, com a experiència identificada, consolida els trets que socialment i culturalment faciliten i vehiculen la integració dels individus en un context compartit i reconegut com a comunitari.

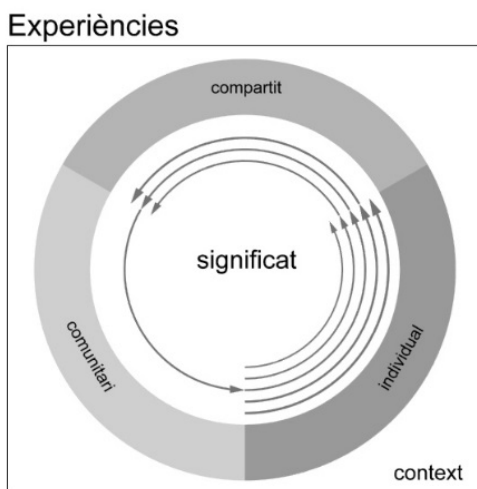


Figura 23. Estructuració dels diversos nivells d'assignació de significat a les coses.

Font: Elaboració pròpia.

La significació de les coses es concep d'aquesta manera com un procés continu i actiu que recorre, simultàniament, els diferents estrats socialitzats en els que participen els individus i que són un reflex de les dimensions significatives de les coses. Aquesta perspectiva permet analitzar com la concep-

tualització de les coses va incorporant progressivament trets i característiques estables, tant per reiteració com per permanència, que configuren el concepte pragmàtic. Unes etapes de generalització conceptual que acaben convenint quelcom semblant a una norma o regla. És així com els diferents contextos en els que els individus duen a terme els diferents tipus d'experiències possibles adquireixen significat i rellevància pragmàtica alhora de convenir la utilitat de les coses.

Des d'una perspectiva temporal, la concepció d'un cercle pragmàtic, dinàmic significativament, pot assentar les bases que utilitzem per assignar sentit a les coses, pot guiar els processos de revisió i de modificació de creences preestablertes i pot articular els mecanismes necessaris per adaptar les coses a noves circumstàncies, participant en l'estructuració de propostes que deriven en noves accions. És així com el contínuum de relacions i accions que s'estableixen entre persones i coses en els diversos nivells contextuals, des del més proper al més ampli, ens poden informar de les actituds, voluntats, experiències i preferències en un marc social i cultural concret que permet als individus ubicar-se i referenciar-se com a membres d'una determinada comunitat. D'aquesta manera podrem integrar en la concepció pragmàtica de les coses el valor significatiu que es desprèn de les activitats que desenvolupen els individus. Unes activitats que estan regides per les convencions socials i pels esquemes relacionals establerts i que orienten contextualment els costums col·lectius en els que les persones participen o se senten partícips.

El model està presidit per la concepció de les coses com a possibilitat d'acció i per això l'estructura que orienta i que subjau en cadascun dels estadis està assentada sobre la concepció de les dimensions contextuals que ens ofereix l'experiència com a possibilitats, com a realitzacions i com valoracions que consoliden unes estructures referencials que ens proporcionen estabilitat, continuïtat i cohesionen les nostres activitats (veure figura 14). És a dir, representa el camí que ressegueixen els processos semiòsics dels signes en l'acció de les coses per nodrir els processos de conceptualització dels esdeveniments que finalment configuren el coneixement establert de les coses.

Per cadascun d'aquests estadis s'ha previst una altra subdivisió en tres etapes, com veurem a continuació, amb la finalitat de concretar quins elements contribueixen a la formació del significat de les coses en cadascun dels nivells de participació dels individus, com a tals i com a membres de col·lectius o de les comunitats en que s'integren. Les directrius d'aquesta subdivisió s'han establert d'acord amb els individus que intervenen i en funció de l'àmbit contextual on esdevenen les possibles accions. També s'ha tingut en compte en aquesta categorització com es pot realitzar la transmissió del significat compartit de les coses i de com s'acaba incorporant en la xarxa comuna de coneixement (veure figura 23).

Els recursos pragmàtics aplicats al primer estadi es refereixen als components que participen en les relacions que els individus, a nivell personal i particular, poden realitzar amb les coses. Sintetitzar el coneixement directe i immediat de les coses (veure figura 11) que establim a partir de les percepcions i sensacions que experimentem en la nostra quotidianitat, és a dir, del propi acte interpretatiu. El primer estadi recull, per tant, les relacions semiòsiques de l'experiència de les coses (figura 15: qualitat - acte - norma) i els processos semiòsics que doten de contingut al signe (figura 16: percepció - funció signífica - signe). Recordem en aquest cas els esquemes relacionals que estableixen les figures 9 i 10 que fan referència als conceptes pragmatistes de com es configuren i s'adopten els hàbits de conducta i els hàbits mentals. Com uns i altres s'erigeixen com els principis interpretatius que orienten les activitats dels individus i col·laboren en l'assignació de significat a les coses.

L'àmbit compartit que articula el segon estadi es basa en les activitats de col·laboració i participació col·lectiva dels individus alhora d'acordar i convencionalitzar els instruments que vehicularan les relacions entre si mateixos i entre ells i les coses. Recull com els acords adoptats comunament guien i estableixen les normes i regles que determinen l'adequació dels instruments emprats per convencionalitzar les relacions conceptuals que s'estableixen amb les coses. Aquest segon estadi evidencia l'oportunitat d'aplicar els principis teòrics que estructura la semiòtica, com disciplina que opera

amb signes per comunicar el significat de les coses (veure figura 19: representació – comunicació – significació). La representació i formalització dels conceptes que s'han determinat en el primer estadi constitueix allò que s'ha de transmetre i compartir. Podem articular l'examen d'aquests elements conceptuals a partir dels processos semiòtics que relacionen les representacions de les coses amb la seva producció o, en el nostre cas, la seva comunicació.

Finalment, el tercer estadi aplica el concepte globalitzador que la màxima pragmàtica atorga al coneixement, gràcies a la concurrència dels processos descriptius i comprensius dels esdeveniments que determinen una interpretació lògica i inferencial que assigna significat a les coses. Un estadi que compendia les concepcions convencionalitzades de les coses i que es fonamenta en la integració de les coses en els processos de conceptualització que col·lectivament els individus duen a terme. Una col·laboració i participació dels subjectes d'una comunitat per determinar la utilitat de les coses a partir del valor significatiu que se'ls hi atribueix per tal de compartir un posicionament referencial comú. Aquest tercer estadi determina l'espai compartit i socialitzat on convergeixen les actituds individuals i col·lectives gràcies al reconeixement social dels esdeveniments.

D'acord amb aquest plantejament, el model pragmàtic del cicle d'assignació de significat de les coses (figura 24) quedaria constituït per un conjunt de components i/o elements que ens poden ajudar a resseguir la generalització significativa que assumeixen les coses, tenint en compte com la seva inserció en els àmbits culturals i socials que configuren els contextos dels individus contribueix a donar continuïtat i cohesió als esdeveniments. Sintèticament les funcions a analitzar i a prioritzar en cadascun dels estadis que hem diferenciat per estructurar una perspectiva pragmàtica que integrés la comunicació i el disseny de les coses seria el següent:

- El primer estadi, conduït pel conjunt de les individualitats que orienten el procés d'anàlisi a partir d'alguna cosa donada o presentada i que es torna dada o significativa per a algú. Una anàlisi fonamentada en com les qualitats de les coses determinen i guien un seguit d'activitats que els indi-

vidus duen a terme en funció dels significats que infereixen de les relacions que estableixen a partir de les situacions reals. Unes relacions que referencien conceptualment amb les coses.

Disseny

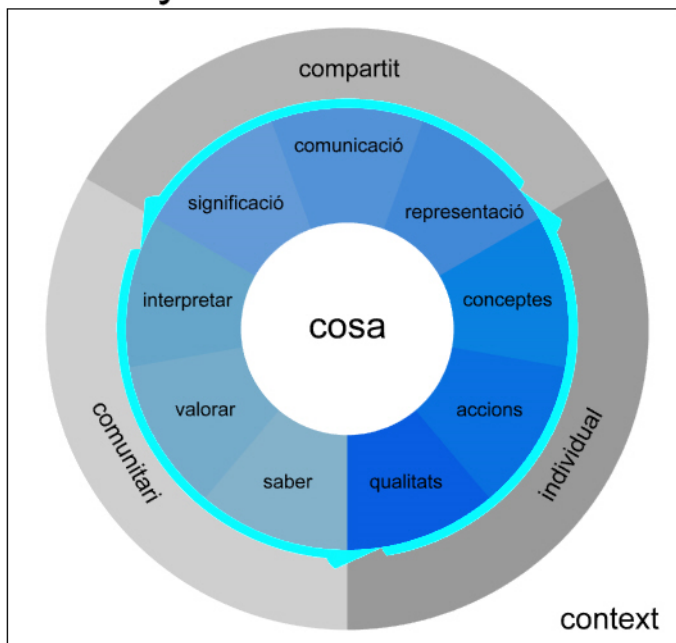


Figura. 24. Model del cicle pragmàtic d'assignació de significat de les coses.
Font: Elaboració pròpia.

- El segon estadi estructura les referències conceptuals de les coses per tal de compartir la seva significació. Aquest nivell socialitzat s'encarrega de processar i transmetre la informació de forma comprensible per a la resta de subjectes que formen part d'un col·lectiu determinat. El procés que regeix aquesta segona fase articula la representació i formalització dels conceptes que són fruit de les relacions actives que els subjectes a nivell individual han mantingut amb les coses. Una representació que té com objectiu principal comunicar i compartir el sistema conceptual que s'ha generat a partir de la significació d'unes pautes establertes de conducta o de maneres de fer.

- El tercer estadi està presidit per la recerca de l'estabilitat del coneixement que la comunitat precisa per normalitzar-lo. A partir de les generalitzacions interpretatives que comparteixen els membres d'una comunitat s'assoleix una valoració conjunta de la significació de les coses. Un sentit que està en concordança amb el reconeixement de la utilitat que les persones saben que procuren les coses gràcies a les activitats que els hi faciliten. Un coneixement comú i compartit de les coses que beneficia el saber dels individus que la conformen.

7.3. EL SENTIT INDIVIDUAL DE LES COSES.

En el primer nivell trobem els components de la realitat que ens permetran captar i processar la informació sensible que ens arriba del món real. La comprensió de les possibilitats d'acció que ens mostren les coses culminarà amb les diverses conceptualitzacions de les experiències viscudes que assoliran els individus. La determinació dels conceptes que assignem a les coses en funció de les dades, característiques o qualitats que ens presenten i ens ofereix un seguit d'oportunitats o de possibilitats d'acció. L'anàlisi del procés ha de facilitar l'entesa de les accions o activitats que podem dur a terme com aquelles que determinen l'assignació conceptual del valor de les coses. Es tractaria de concebre i d'endregar un alfabet de possibilitats d'acció a partir d'unes "cualidades directamente intuitidas" (Faerna, 1996: 265) que s'han d'endregar, sota una perspectiva pragmàtica del disseny, cooperativament a través dels estadis següents.

Com s'ha explicat, les successives fases d'aquesta primeritat interrelacionen qualitats, fets o actes i signes o conceptes d'una pluralitat d'individus i cadascun d'aquests components estan identificats per la seva participació en el procés pragmàtic de la següent manera:

- Qualitats: cadascuna de les característiques, aspectes i atributs que fan que les coses siguin tal com són i que ens faciliten la seva identificació i distinció gràcies a les nostres capacitats perceptives i sensibles.
- Accions i fets: actes realitzats pels individus que posen en marxa els processos cognitius inferencials que interrelacionen efectes i qualitats. Fets que duen a terme el subjectes activament i voluntàriament, però que

realitzen en funció a la situació i a allò que s'està acostumat o familiaritzat.

- **Conceptes:** com expressió d'una idea, pensament o signe que interrelacionen fets i qualitats. Inferir un concepte o una cosa, interpretant-la, ajuda a copsar com s'expressa el seu significat d'una manera determinada i afegeix l'ordre necessari en el procés per entendre-la. Aquesta consideració dels signes permet tancar aquest primer estadi de primeritat i obrir, establint línies de continuïtat relacional, l'estadi de secunditat. D'aquesta manera les idees, conceptes o pensaments queden configurats com els elements fonamentals a tenir en compte alhora de representar la concepció s'ígnica de les coses.

7.4. CONCEPCIONS COMPARTIDES DE LES COSES.

Les fases que integren aquest segon nivell permeten vehicular i compartir coneixements entre els diferents individus que pertanyen a un mateix espai social i cultural. En aquest segon estadi s'estableixen i utilitzen eines comunicatives actives per impulsar els components significatius amb un objectiu concret. S'han emprat substantius d'acció per ordenar les successives fases atès que aquests fan referència al fet que hi ha algun element a l'entorn de l'acció que condiona o determina la manera com aquesta es materialitza. A més, aquests termes designen tant el procés mitjançant el qual s'actualitzen les coses com l'efecte o producte generat després d'haver-se actualitzat (Rull, 2007). Per tant, constitueixen els actes del procés que incideixen amb les intencions, expressions i en les manifestacions de la voluntat col·lectiva. Les fases que structuren aquesta etapa són:

- **Representació:** entès com el procés d'aprehensió i reproducció de la realitat que fa referència, en el nostre plantejament, al significat conceptual fruit de l'estadi anterior. L'objectiu principal de la representació consistiria en fer present les coses, mostrar els signes que hem extret de la interrelació entre qualitats i fets. Per tant, el procés representatiu ha de portar-nos al present conceptes o figures que som capaços de retenir i reconèixer gràcies al pensament.

- Comunicació: transmetre un missatge emprant el procés representatiu per vehicular una relació social efectiva. En aquest procés cal tenir present la suma dels signes individuals del primer estadi i com aquests adquireixen sentit representatiu a nivell col·lectiu, és a dir, per establir un codi comú entre emissors i receptors. Aquest estadi s'erigeix, sota la perspectiva d'aquest treball, com l'eix del model, articulant la interconnexió entre les diferents fases i els diferents estadis per generar unes relacions comunicatives eficaces entre els individus i les coses.
- Significació: com el procés substantiu que determina i acorda el significat d'una cosa per tal de poder experimentar-la. Aquest procés es caracteritza per transcendir la individualitat i adquirir un grau de consens significatiu i de valor comunament acceptat.

7.5. CONEIXEMENT DE LES COSES.

Finalment, la generalitat expressada mitjançant infinitius verbals, ens permet referir-nos tant al conjunt d'accions que duen a terme els individus que configuren les comunitats, com condensar la significació dels fets concrets. En aquest estadi s'hauria de prioritzar l'anàlisi de com els diferents individus participen dels mateixos esquemes significatius mitjançant la posada en comú d'experiències. Les fases participades i definides per la comunitat serien:

- Interpretar: Una vegada establerta col·lectivament la significació, la interpretació comuna ve determinada per les generalitzacions que els subjectes assumeixen en funció de la capacitat que les coses presenten per remetre a pràctiques socials i culturals.
- Valorar: donar utilitat a les coses d'acord amb la concepció general que tenim d'elles. Provar que realment podem dur a terme allò que ens proposen i, a més, validar que el què se'ns presenta s'ajusta a la significació coneguda per aconseguir amb les expectatives generades. Les valoracions comunes recolzen conceptualment l'exploració directa de les coses, en el propi context o situació, per extreure i obtenir allò que hem considerat com a bo, útil o plaent.
- Saber: assolir el coneixement dels significats de les capacitats de les coses i de les seves aptituds per aconseguir allò què es vol fer. En el procés

de reconeixement de les característiques referencials de les coses trobarem les remissions pertinents a les accions que possibiliten, confereixen o habiliten per fer. Aquest saber és el que ens permet consensuar generalitzacions que es converteixen en convencionalismes comunicatius.

7.6. EL DISSENY EN EL CICLE PRAGMÀTIC DE LES COSES.

Mitjançant aquesta dissecció del cicle pragmàtic de les coses s'han estructurat i sintetitzat les fases successives d'aprensió de la realitat experimental per facilitar la seva entesa. A més, es facilita la comprensió de la significació de les coses i del seu valor, gràcies a la implicació dels individus en els diferents nivells que estructuraven la convivència social i cultural de les comunitats. Per altra banda, s'ha proposat el model com un instrument metodològic aplicable al disseny, amb la finalitat primordial d'augmentar la comprensió de les capacitats comunicatives de les coses. La significació conceptual que les coses contenen pels individus com a resultat de la recollida i adopció dels significats que proporciona la diversitat d'esdeveniments. Una experiència contextualment significativa que cal traslladar, en forma d'informació, a les diverses etapes que utilitza el disseny per definir els seus projectes. El disseny ha d'incorporar, per tant, les identitats i finalitats de les relacions humanes i això implica aprendre a percebre i a comprendre el que és valuós des d'altres perspectives.

El rol que hauria de desenvolupar el disseny, en aquesta estructuració de la realitat, sota els paràmetres d'una concepció tridimensional de les coses, de la seva implicació fenomenològica i significativa, ha de consistir en ser el mitjancer entre les coses i els individus. Una concepció del disseny com el vehicle de comunicació que, emprant la generalització pragmàtica de la utilitat de les coses, acosti la comprensió de les diverses possibilitats d'interacció que aquestes ens ofereixen: "Design is the most vivid domain for this cultural activity in the contemporary world, because it deals with concrete and objective results whose consequences affect us all"(Buchanan, 1998: 20). Concebre les coses com propostes transmissores d'informació que ofereixen significats interpretables per als seus probables usuaris.

Amb aquest objectiu cal valorar la possibilitat d'inserir el disseny en el cicle pragmàtic proposat posicionant-lo com una disciplina comunicativa i, per tant, ocupant l'etapa central del segon estadi del model que principalment s'interessa per les interrelacions significatives de les coses. Una ubicació de la disciplina en l'etapa intermèdia del nivell d'experiències compartides (figura 25), que configura el disseny com eina relacional entre les diferents maneres d'emprar el significat que els individus posseeixen de les coses.

Si seguim el plantejament pragmatista de James, podem atendre al disseny de l'experiència d'una cosa relacionant-ho amb l'extensió del reconeixement de les coses per part dels individus. La immediatesa de les dades adquireix un significat qualitatiu que desencadena i inicia tot el procés que estructura la conceptualització que dona suport a les nostres activitats amb les coses. Relacionant el coneixement individual de les coses a partir d'unes activitats directes en les que utilitzem els recursos conceptuals que han estat prèviament adquirits. El posicionament del disseny com comunicador de la utilitat i significació de les coses que empren directa i conceptualment.

Disseny

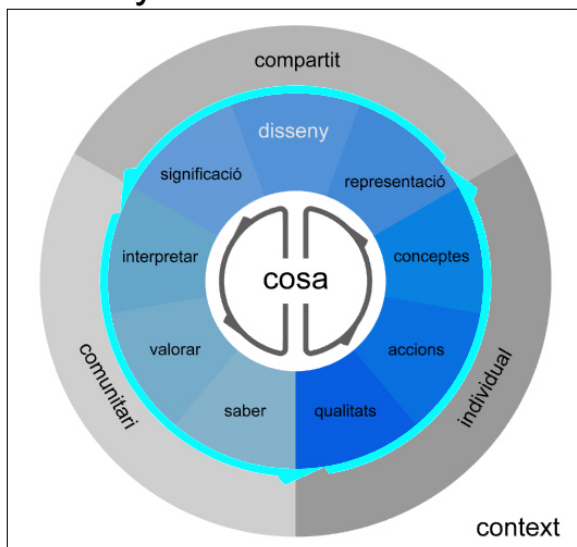


Figura 25. Posicionament del disseny en el cicle pragmàtic de les coses.
Font: Elaboració pròpia.

L'anàlisi pragmàtica examina les diferents variables rellevants per a la comprensió d'un objecte dissenyat, com la representació del conjunt de conceptes que intervenen directament en la definició de les possibilitats que ens presenten les coses. La representació gràfica de la figura 25 defineix les relacions entre els dos grans àmbits sobre els quals els dissenyadors haurien d'eixamplar les seves competències. Una primera fase que facilita la comprensió dels components que, des d'un punt de vista pragmàtic, participen en la configuració de la realitat. El coneixement de com els conceptes participen en la formalització de les relacions comunicatives entre les persones i les coses i de com possibiliten unes determinades activitats.

Aquesta primera fase resumeix l'activitat relacional que el disseny ha de desenvolupar interrelacionant els processos que simultàniament executen els individus, la comprensió directa i inferencial de les coses gràcies a la intervenció de la xarxa de conceptes comuns que sostenen els processos cognitius. Una simultaneïtat semiòsica que constitueix l'eix que va articulant el procés i que facilita l'entesa dels preceptes comunicatius que determinen els processos ostensius: incorporació dels components rellevants necessaris per evidenciar quins aspectes són rellevants per dur a terme les activitats corresponents (Bassols, 2001). Gràcies a la planificació dels recursos ostensius, els dissenyadors poden participar en la intencionalitat comunicativa de les coses, planificant quines possibilitats han d'oferir els objectes per a què els subjectes puguin inferir oportunitats d'acció.

7.6.1. UTILITAT SIGNIFICATIVA.

La comprensió de la utilitat significativa de les coses, l'adequació conceptual que fem els individus per relacionar les diferents fases seqüencials al llarg de les accions que duem a terme, ha de poder articular un dels principals focus d'atenció del disseny. Els subjectes activem voluntàriament un contínuum d'accions per atendre a les nostres necessitats, finalitats i expectatives en la realitat, configurada pel món que ens envolta. Les coses i el context ens permeten especificar els objectius principals d'anàlisi: delimitar qualitats, valorar la seva rellevància i observar la seva incidència en les accions que duen a terme els individus en particular i com els subjectes conceptualitzen la interrelació generada. Els mètodes utilitzats en aquesta fase han de

facilitar les claus per comprendre les respostes dels individus davant de qualsevol cosa, les diferents maneres que tenen d'abordar el seu ús i d'experimentar-la (Press i Cooper, 2009). Els mètodes per destriar la significació qualitativa de les coses, l'observació i les anàlisis de comportaments poden oferir-nos informació rellevant al respecte. Centrar l'examen de les coses i en els components ostensius que ens ofereix gràcies a la participació i planificació del disseny com a disciplina prepositiva del conjunt de relacions possibles amb les coses. Unes investigacions que haurien de complementar-se amb l'aplicació de mètodes d'anàlisi per facilitar la identificació que de les qualitats de les coses fan els individus com unitats de significació.

L'última fase d'aquest àmbit ha de fixar-se en comprendre com els individus, en particular, seleccionen i sintetitzen els significats de les seves experiències per identificar-los, valorar-los i extrapolar-los als diferents col·lectius dels que se senten partícips. Uns individus que realitzen accions per relacionar-se amb les coses de manera semblant i que entenen la utilització de les coses a partir de paràmetres compartits i convencionalitzats. Els mètodes emprats en les investigacions etnogràfiques i antropològiques ens poden facilitar eines analítiques adients per la representació conceptual de les qualitats, d'acord a determinats objectius i interessos compartits cultural i socialment.

Les dades conceptuais relacionades formalment en les coses s'han de planificar com unitats de significació que aportin informació de tots els nivells significatius descrits. El disseny ha d'intentar integrar els conceptes que participen de manera rellevant en aquests estrats de significació, influint i orientant les accions dels subjectes. Una feina de síntesi que la disciplina ha d'elaborar a través d'una jerarquia informativa entre els models conceptuals codificats i inferencials que ofereixen les coses: "La era del significado y de la función ha pasado, és la era del significante y del código la que comienza" (Baudrillard, 2010b: 244).

La comprensió de com les coses ens poden ajudar obtenir allò que desitgem i a resoldre les necessitats individuals constitueix la motivació principal que condueix a les persones a interaccionar amb els objectes. Una correlació adient entre els trets, qualitats i propietats de les coses i de com s'expressen

pot facilitar la comprensió i interpretació de les capacitats que les coses ens mostren, a més de vehicular les experiències dels individus gràcies a la utilització eficaç de la seqüència d'accions que s'ha convencionalitzat. La tasca principal del disseny s'ha de focalitzar en informar de les capacitats de les coses, dotant-les de forma i sentit, per tal de comunicar els tipus d'activitats que permeten realitzar. Per tant, és important tenir present la concepció pragmàtica de les coses com a plans d'acció o possibilitats d'acció, una concepció similar a l'aportada per Akrich (1992) quan concebia les coses com si fossin manuals d'instruccions o guies referencials d'activitats.

El dissenyador, coneixedor d'aquestes capacitats, ha de formular propostes per vehicular les possibles relacions entre les qualitats presents i el valor que els individus els hi poden atribuir. Per assolir aquest objectiu, i aconseguir generar unes relacions satisfactòries, el dissenyador ha de materialitzar unes propostes comunicatives, concretes i ajustades, que faciliten als individus la informació pertinent per comprendre adequadament com utilitzar l'objecte, quins tipus d'accions realitzar i quins resultats es poden preveure que aquest ens pot oferir.

7.6.2. EFICÀCIA SIGNIFICATIVA.

L'eficàcia significativa de les coses està relacionada directament, sota la concepció pragmàtica proposada, amb els components inferencials presents en les coses que possibiliten l'assoliment de les nostres expectatives. El disseny ha de focalitzar la seva atenció amb l'eficàcia significativa si vol participar en la construcció dels valors culturals i socials a través de les coses. Recórrer a la significació dels sistemes conceptuals, les seves generalitzacions i classificacions per comprendre com s'interpreten comunament les coses, ajudarà a comprendre l'eficàcia significativa de les propostes formulades pel disseny.

Conèixer les interpretacions acceptades culturalment i socialment aporta els elements estructurals sobre els que poder destacar els trets significatius que impliquin uns avantatges qualitius que s'incorporen als hàbits que comunament compartim. L'anàlisi dels tipus coneguts i validats com útils, per la tradició i la col·lectivitat, poden constituir un bon instrument orientador per

examinar les propostes formalitzades i comunicades pel disseny. La categorització dels valors rellevants que ordenen les nostres activitats ha de formar part dels diferents processos metodològics que s'apliquin alhora d'investigar els processos que configuren aquest segon àmbit de coneixement del disseny.

Uns resultats que, a més de ser coneguts pels dissenyadors, s'han d'aplicar interpretativament i han de concordar amb les normes d'interacció i amb els principis comunicatius adoptats per la comunitat. Per als dissenyadors, comptar amb eines que facilitin l'aplicació d'un esquema metodològic fonamentat en la concepció de les coses que posseeixen els individus en el continuïm interpretatiu de les seves experiències, pot suposar un bon instrument per augmentar les competències comunicatives aplicades al disseny.

7.7. ESTRUCTURA INFORMATIVA DELS COMPONENTS PRAGMÀTICS.

El flux continu d'experiència s'orienta i focalitza la seva atenció en allò que és del nostre interès en cadascun dels nostres moments. Una continuïtat vivencial que, tot i resseguint el conjunt de pautes que determinen els nostres hàbits, no es relacionen únicament en funció d'una direccionalitat progressiva de sentit. Les possibilitats significatives de les coses i les relacions conceptuals derivades que establim amb elles no queden determinades per un principi i final seqüencial.

El model proposat recull la intencionalitat i voluntarietat d'atorgar significat a les coses en la mesura que nosaltres mateixos les incorporem com si fossin elements escenogràfics imprescindibles per dur a terme les nostres vivències. Elements que contribueixen a la determinació dels esdeveniments però que no impliquen la seva immutabilitat. Més aviat, les coses contribueixen a l'adaptabilitat dels processos de configuració, formalització i modulació de la realitat. Els processos de significació flueixen en totes direccions, realimentant significativament les possibilitats i oportunitats d'acció que ens ofereixen les coses. En la seva tasca configuradora el disseny ha de proposar coses que generin i procurin els processos semiòsics d'assignació de sentit, que ajudin activament al reconeixement conceptual de les coses i en la seva reendrega. Una tasca relacional del disseny que faci convergir en les coses,

en allò que ens comuniquen, els fluxos conceptuals que basant-se en els referents qualitatius ens remetin a les presentacions de coses en els contextos on desenvolupem les nostres activitats.

7.7.1. IDENTIFICACIÓ DELS COMPONENTS SIGNIFICATIUS.

Si ens circumscrivim al model pragmàtic proposat, i ens fixem en els components primaris de cadascuna de les fases d'anàlisi pragmàtica, podem aprofundir en la identificació dels components que rellevants per la interpretació de les representacions qualitatives de les coses. En realitat, si connectem les fases de primeritat de cada etapa, es pot resseguir una manera d'entendre el procés inferencial que els subjectes realitzen alhora de conceptualitzar la utilitat qualitativa de les coses i les conseqüències interpretatives de la seva representació. La representativitat de les relacions qualitatives i funcionals que signifiquen les coses, que valorem interpretativa-ment com possibilitats d'accions concretes, orienten la construcció i formulació d'uns models que, com hem vist en opinió de Lewis, no configuren una certesa definitiva però sí que contribueixen a les generalitzacions comunament acceptades. Uns plans d'acció contextuals que faciliten la tasca planificadora del disseny (Mead, 1991).

Per a Sperber els processos de comunicació es poden diferenciar interpretativament entre aquells que van del pensament a allò que és notori i manifest i a la inversa. La concepció interpretativa, sota aquesta perspectiva, determina la representació del contingut que presenten les coses: "con el fin de representar el contenido de una representación, utilizamos otra representación con un contenido semejante. No describimos su contenido... lo interpretamos" (2005: 40). Una interpretació que estableix la correlació significativa entre qualitats i accions, com el resultat d'una pràctica efectiva de decisions (figura 26). Aquesta concepció de la primeritat del cicle pragmàtic de les coses atribueix significats gràcies a la importància interpretativa que ens aporten els resultats.

Experiències

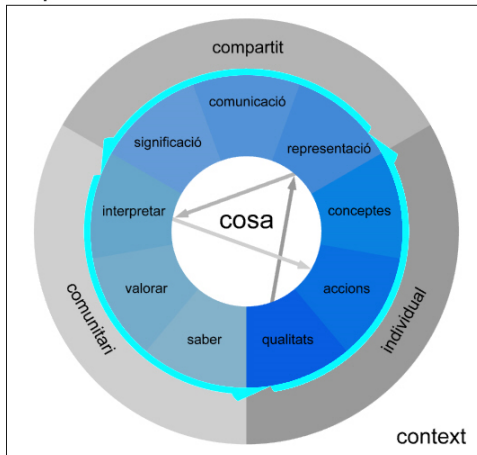


Figura 26. Interpretació de la representació qualitativa de les coses.

Font: Elaboració pròpia.

7.7.2. VALORACIÓ COMUNICATIVA DE LES ACCIONS.

L'activitat que duen a terme els subjectes, sigui com a reacció a les coses o fruit d'una determinació voluntària per tal d'aconseguir unes determinades finalitats estructura el nivell d'anàlisi següent. Les activitats que duem a terme individualment s'arriben a generalitzar mitjançant els consensos de comportament necessaris que integren les possibles activitats com elements estructuradors de les normes que una comunitat comparteix. Unes accions que deriven de la interpretació d'allò que copsem en el nostre entorn i que ens orienta en el desenvolupament de les nostres activitats.

El disseny ha de participar de la concepció de les activitats dels individus i començar a destriar i delimitar quins són els elements principals que participen en l'organització cognitiva que estructura les nostres accions. Unes accions que deriven de la primera fase d'anàlisi i que ens permet interpretar l'adequació dels elements que identifiquem com procuradors de l'acció. Aquells components que cal interpretar com a determinants per fer viable l'acció.

Experiències

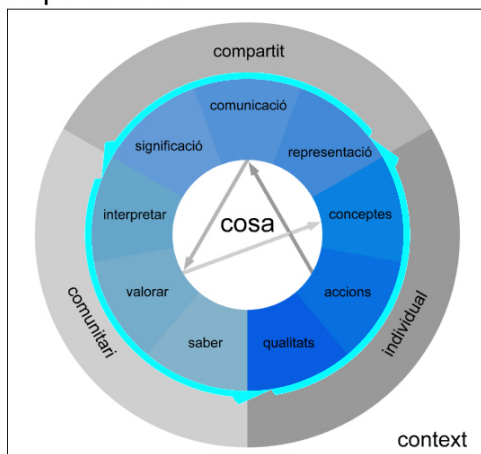


Figura 27. Valoració del significat que ens comuniquen les accions.

Font: Elaboració pròpia.

La configuració de les accions, a partir de la interpretació formal i conceptual de les coses, delimita uns models comunicatius que han de possibilitar la representació d'una activitat per a un col·lectiu (figura 27). Una manera de conceptualitzar l'acció per referenciar-la i que orienta el pensament dels subjectes. A més, en el coneixement i utilització dels models i patrons representatius de les activitats podem incloure l'anàlisi d'allò que Lewis (1956) anomena fons acumulat d'interpretació, és a dir, els components essencials que estructurin l'extensió i projecció de les activitats col·lectives. Una interpretació de les tipologies adients de significació que han de remetre a una acció avaluada conceptualment.

7.7.3. ANÀLISI DEL SISTEMA CONCEPTUAL.

El nivell d'anàlisi finalitza amb la sistematització de les accions que, gràcies a la utilització de la xarxa conceptual comuna, propicia la socialització dels individus, compartint coneixements i emprant-los cooperativament per assolir uns objectius comuns. La configuració d'unes normes i usos, que serveixen també per expressar el sentit de pertinença a una comunitat, cons-

titueixen per a Mead, com hem vist abans, els eixos sobre els que els individus es recolzen per prendre consciència de les pautes de relacions socials i culturals.

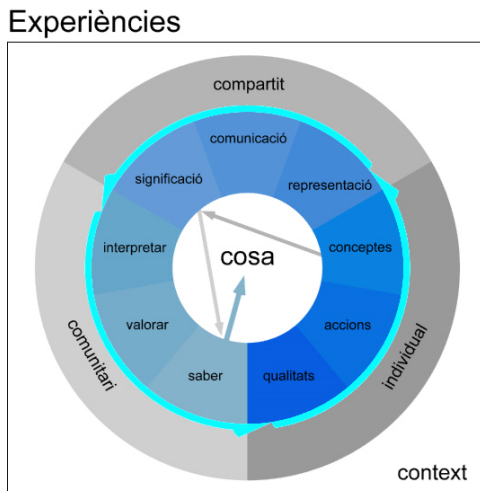


Figura 27. Incorporació del significat al sistema de coneixement.

Font: Elaboració pròpia.

El terme pràctic significa per un pragmatista que les valoracions i les accions de les coses no es poden predeterminar sinó que basant-se en regularitats es poden establir criteris que guien als individus en el propi procés de valoració. Les relacions directes entre les coses i les persones s'articulen a partir de les condicions reals d'ús i es desenvolupen aplicant uns patrons de comportament, aprehesos i incorporats com a propis, que s'insereixen en el marc compartit d'uns àmbits socials i culturals concrets. Un model codificat, significativament i compartit, que permet rastrejar les nostres perspectives de les coses. Gràcies a l'exploració inferèncial de totes les circumstàncies possibles, que des un posicionament pragmàtic ens ofereixen els models codificats, som capaços de posicionar les coses en les seves relacions contextuals (Gondomar, 2014b). Això ens permet aprofundir en la comprensió dels diferents elements que se'ns presenten a través del que comuniquen les coses, analitzant la informació que l'ús concret de la forma ens ofereix en cada moment, els diferents significats que som capaços d'inferir-hi i la variabilitat d'activitats que les coses ens possibiliten.

PART III: PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ I APLICACIÓ DEL MODEL.

En aquesta tercera part es descriu com s'ha orientat i planificat el desenvolupament de la recerca, les metodologies emprades i com s'han aplicat a la línia d'investigació que demana el present treball. El capítol vuitè recull unes consideracions prèvies que fan referència als estudis científics del disseny, les metodologies qualitatives i una descripció de les tècniques participatives d'interacció entre individus emprades sovint per la disciplina. Posteriorment, s'especifica la tècnica concreta de dinàmica de grups utilitzada en les activitats de camp d'aquest treball.

El procés d'investigació s'ha orientat en dues direccions, complementàries, per tal de focalitzar l'atenció en un dels principals objectius d'aquest treball: obtenir una perspectiva pragmàtica de rol que pot desenvolupar el disseny en la concepció i en la configuració del significat que transmeten les coses. Per això, s'han planificat dues activitats de camp: una pràctica per investigar com els individus som capaços d'assignar conceptes a determinades formes de les coses, gràcies al reconeixement formal d'uns determinats significats i, d'altra banda, una aplicació pràctica del model d'anàlisi pragmàtica proposat inserint-lo, com una activitat formativa més, en l'àmbit docent que, objectivament, li pertocaria.

La primera activitat tracta de valorar com la concepció comuna dels significats participa en la construcció de la comprensió general de les coses i com participen els conceptes en l'estructura relacional sobre la que recolzen els individus les seves experiències. El capítol novè exposa els criteris que s'han emprat per planificar la pràctica d'investigació, la mostra d'estudi, els instruments analítics que s'han utilitzat i la seva idoneïtat i, finalment, com s'ha organitzat i planificat el procés metodològic per desenvolupar la pràctica. A l'epígraf següent s'exposen els resultats obtinguts i una valoració de les aportacions que ha generat la investigació, destacant com els conceptes

participen activament en l'atribució significativa que els individus projecten en les coses.

L'altra línia d'investigació consisteix en una aplicació pràctica del model del cicle pragmàtic del disseny de les coses que s'ha exposat al final de la segona part d'aquest treball. El capítol dotzè exposa l'estructura metodològica d'estudi i d'investigació que s'ha utilitzat per implementar el model i examina, fent una valoració conjunta, els quatre casos realitzats pels estudiants que han participat. Aquesta línia d'investigació cerca obtenir dades per valorar l'aplicabilitat del model als processos de disseny, analitzar en quines fases del procés del disseny pot ser més important incorporar-lo i, a la vegada, reafirmar la validesa dels fonaments teòrics sobre els que es recolza el plantejament d'aquest treball: **valorar com les aportacions teòriques del pragmatisme i de la pragmàtica permeten estructurar un marc referencial que pugui emprar el disseny, en la seva vessant comunicativa, per avançar en el coneixement de com els conceptes intervenen en l'assignació de sentit a partir de les activitats que duen a terme els individus.** La contribució que una perspectiva pragmàtica pot aportar a la utilitat de les coses i que el disseny ha de procurar comunicar com un dels seus principals objectius.

8. CONSIDERACIONS PRÈVIES AL PROCÉS D'INVESTIGACIÓ.

8.1. LA INVESTIGACIÓ CIENTÍFICA DEL DISSENY I ELS TIPUS D'ESTUDIS.

Des d'un punt de vista acadèmic la investigació dels processos de disseny ha estat associada als mecanismes de desenvolupament científic de la pròpia disciplina i això ha comportat que pràcticament tot l'aparell conceptual sobre el que es fonamenta el disseny s'hagi orientat, d'una o d'altra manera, cap a la praxi com a principal finalitat.

Com s'ha vist en la primera part d'aquest treball les línies evolutives de la disciplina, tot i demostrant una gran capacitat d'adaptació, s'han estructurat al voltant de la pràctica professional, de la seva aplicació i dels corresponents resultats. La formulació dels processos metodològics propis del disseny s'han centrat en facilitar mecanismes per proposar objectes i productes d'unes

determinades característiques, atenent als objectius dels sectors econòmics i productius, principalment. Una concepció pragmàtica de realitat que no deixa de ser parcial i que ha marginat aquells aspectes que tenen a veure en la generació dels propis processos participatius de les coses. El disseny, com a disciplina, ha focalitzat l'atenció en la manera de treballar i pensar del dissenyador, en com estructurar el procés de planificació i producció d'objectes en funció d'uns objectius bàsicament econòmics i comercials, en quins són els mecanismes i instruments més adients per representar el procés de disseny i quins recursos cal utilitzar per comunicar allò que els productors volen que ofereixen les seves mercaderies. Però cal, també, entendre com les coses participen activament en els processos cognitius que els individus engeguen per entendre la nostra realitat, immediata, cultural i social i incorporar aquest coneixement a la disciplina del disseny.

Però és cert que també s'han desenvolupat i aplicat mètodes i tècniques recolzats en reflexions sobre la naturalesa del coneixement de les coses amb la finalitat d'aportar posicionaments d'anàlisi alternatius per als problemes que planteja el disseny de les coses. Les relacions i la participació de les ciències naturals en els processos de disseny han centrat alguns dels desenvolupaments epistemològics de la disciplina que principalment s'han orientat, atenent al caràcter predominantment productiu de la pràctica del disseny, cap a les relacions entre la ciència i la tecnologia aplicada. Els posicionaments filosòfics s'han articulats al voltant dels processos cognitius per estudiar i analitzar l'extensió del coneixement del disseny, orientant les seves propostes teòriques cap al coneixement de la naturalesa, formació i integració del disseny en els processos intel·lectuals que duen a terme els individus de forma habitual i quotidiana.

De l'estudi de les grans línies metodològiques emprades pel disseny podem destacar dues grans línies d'anàlisi per abordar les vies evolutives del disseny. Per una banda, aquelles que aborden les responsabilitats del dissenyador relacionades amb la seva pràctica professional i que desenvolupen les vessants ètiques i de responsabilitat social de l'exercici del disseny. Mentre que l'altra orientació, que és la que més ens interessa en aquest treball, es refereix als mètodes, tipus d'estudis i àrees de coneixement sobre les que

s'estructuren propostes amb la finalitat d'oferir recursos teòrics que facin comprendre millor la pròpia activitat del disseny com una activitat intel·lectual més. Unes propostes teòriques del disseny que descriuen els processos cognitius dels dissenyadors, les eines i les activitats de disseny, l'estructura i l'organització del procés de disseny i el seu context.

De fet, Restrepo, Christiaans i Rodriguez (2000) consideren la metodologia del disseny, com l'estudi científic dels mètodes que estructurin i delimitin l'exercici des d'un posicionament científic, com una activitat reguladora que gràcies a l'establiment i ús d'un conjunt de normes faciliten l'entesa del disseny com activitat del pensament i això acosta els interessos d'aquesta activitat metodològica, normativa, amb els que poden orientar algunes corrents de la filosofia del disseny.

Les metodologies que desenvolupen estudis normatius proposen tipus d'investigació que s'orienten a la recerca d'estratègies, mètodes, tècniques i eines per a l'ús en el disseny amb la finalitat de disposar de recursos per desenvolupar l'aplicació dels processos de disseny i per recolzar l'organització d'aquests processos. De manera sintètica, utilitzant una concepció inclusiva i de tipus general, podríem afirmar que és tracta d'una regulació metodològica de com guiar els processos de disseny. Mentre que els estudis descriptius desenvolupen uns tipus de metodologies que s'orienten cap a les maneres de realitzar els productes i d'implementar els processos de disseny i la planificació dels productes. D'aquesta manera els estudis descriptius focalitzen les seves línies d'investigació en els tipus de productes, les qüestions que planteja la diversitat i oferta productiva i com l'anàlisi i estudi dels casos particulars pot generar i crear la base de coneixement necessària per a abordar amb èxit els problemes del disseny (Jones, 1985).

La vessant científica el disseny acosta a la disciplina la racionalització i organització de la sistemàtica dels processos cognitius, no només a través de la utilització del coneixement científic dels "artefactes", sinó per anar més enllà i considerar al disseny com una activitat científica en si (Simon, 1996). Per tant, el disseny com a ciència ha de ser capaç d'estructurar i d'explicar les relacions causals de les coses en el seu conjunt, plantejant un sistema

de coneixement amb terminologia i taxonomies pròpies, mitjançant la categorització de les coses, relacions normatives, i proposant teories i hipòtesis que ofereixin guies d'aplicació pràctica i orientacions alternatives per explorar els límits de l'activitat del disseny (Cross, 2000). Tanmateix, també cal tenir en compte que la concepció de la ciència del disseny conjuga tres vessants disciplinàries que prioritzen perspectives diferenciades però que es complementen entre si configurant tres àrees fonamentals en el món del disseny de productes: la pràctica, l'educació i la investigació. La investigació en disseny rep informació des dels camps de l'educació i la pràctica del disseny, desenvolupant teories i suport teòric per a l'ús futur en aquests mateixos àmbits. L'educació del disseny, per una altra banda, utilitza els resultats de la investigació, rep informació dels practicants del disseny i realimenta la investigació en disseny. La pràctica del disseny es recolza en la investigació per concretar aplicacions educatives i a la vegada proporciona informació per a l'educació i investigació en disseny (Hubka i Eder en Cross, 2000).

8.2. LES METODOLOGIES QUALITATIVES I LA SEVA APLICACIÓ AL DISSENY.

Per una correcta aplicació al procés d'investigació del cicle pragmàtic de les coses, els mètodes qualitius són fonamentals alhora d'estudiar i analitzar la interpretació individual del significat, així com també per tenir en compte i posar en valor com intervenen i la interpretació que se'n fa d'aquest significat, sobretot, si s'ha de tenir en compte com es desenvolupen les accions de les persones i la influència que exerceixen en la determinació d'aquest significat els acords col·lectius i les convencions comunitàries. D'entre els possibles mètodes qualitius a utilitzar aquells que s'ajustin a la generalitat dels principis que els diferents autors pragmatistes han anat argumentat per fonamentar aquest corrent de pensament ens poden proporcionar recursos analítics. Concretament, des d'un punt de vista pragmàtic, per analitzar les estructures significatives en relació al context d'experiències dels individus i de la seva inserció en el conjunt de representacions culturals i socials que configuren la comunitat referenciada. Les metodologies qualitatives, emprades majoritàriament en les ciències socials, faciliten la investigació de mo-

dels relacionals que focalitzen la seva atenció en les activitats que desenvolupen els individus, en com les desenvolupen, quins elements o components participen i col·laboren. Però també proporcionen instruments per examinar el desenvolupament d'aquestes activitats i com investigar els objectius orienten les finalitats que persegueixen aquestes activitats. Per això cal tenir en compte que de manera habitual aquests mètodes d'investigació ja s'han traslladat a l'àmbit del disseny i sobretot quan ens referim als mètodes i models que s'han aplicat a la investigació de les relacions entre consumidors i productes (Jones, 1982).

Aquestes metodologies d'investigació, que genèricament s'han classificat amb el terme d'interacció, es basen i sorgeixen de metodologies empíriques que s'han considerat com especialment adequades per investigar les relacions amb els objectes i, sobretot, perquè els conceptes i models proposats poden ser comprovats completament gràcies a la utilització d'aquests tipus de processos d'investigació. L'etnografia, els estudis culturals, i altres àmbits d'estudi sota el genèric de cultural material, proporcionen informació important sobre els objectes i les relacions socials. Representen una important aportació teòrica i científica per elaborar mètodes d'estudi de disseny atès que faciliten i vehiculen la inserció real del model proposat a partir de l'explicació i posterior observació d'un grup de participants que han desenvolupat la pròpia investigació i la seva anàlisi. Mentre que els recursos que ens ofereixen disciplines com la psicologia i la semiòtica proporcionen una perspectiva per entendre el comportament emocional i cognitiu dels usuaris i de la seva relació amb els signes i els significats incorporats als productes. Uns posicionaments que faciliten l'anàlisi de la intervenció dels conceptes en la formació de missatges tridimensionals i la seva valoració per part dels destinataris.

Comprendre una activitat implica entendre com hi participen tots els components i per tant establir fases o estadis que permetin entendre com es desenvolupa l'acció. Un dels principals objectius d'una investigació que focalitzi la seva atenció en els àmbits d'interrelació humans hauria de proporcionar-nos models comprensibles del que passa en la realitat o models explicatius de quins són els components que participen en la determinació

d'una realitat. Una investigació, sota paràmetres pragmàtics, ha de comprendre tota l'extensió de components físics contextuals i humans, per intentar objectivar aquells elements que siguin generalitzables a partir de les particularitats que s'hagin pogut observar. Però, també cal tenir en compte, que una de les principals aportacions de la pragmàtica, sota el criteri d'aquest treball, consisteix en concebre cada activitat com una unitat de significació particular, única i irrepetible. Això suposa, d'acord amb Escandell (2003), un dels reptes més importants que ha de salvar la pragmàtica com a disciplina.

Com sabem i hem vist des d'un posicionament pragmàtic el coneixement es construeix a base de generalitzacions compartides de les coses. Per tant, els processos metodològics aplicats a la investigació ens proporcionen eines i instruments per destriar els fenòmens o activitats en categories que ens faciliten la compressió del seu ús o sentit, és a dir la seva utilitat, tant a nivell particular com general. Tot i que cabria tenir en compte que per classificar caldria emprar tècniques quantitatives l'estudi pràctic de la realitat a conduit que s'utilitzen tècniques qualitatives per nodrir aquestes categoritzacions. D'aquesta manera els mètodes qualitius s'apliquen amb l'exploració de nous fenòmens i per generar hipòtesi que desenvolupin programes d'investigació arriscats i innovadors i aquesta aportació creativa és el que dona valor a l'aplicació de metodologies qualitatives (Delgado, 2010).

Escandell (2003) distingeix dues vessants d'investigació pragmàtica que incideixen en diferents nivells significatius que podem oferir-nos les coses. Per una banda els aspectes significatius que depenen dels condicionants social i culturals, relacionats amb la valoració col·lectiva, la transmissió i la interpretació comuna que s'assigna a les coses i que per tant depenen dels mecanismes participats pels usos i sentits socials de les coses. Per altra banda, també assenyalava l'existència d'indagacions pragmàtiques que s'ocupen dels processos inferencials que cerquen esbrinar com funcionen els mecanismes d'atribució i d'interpretació del significat, així com la participació dels processos cognitius en les relacions significatives que s'estableixen. Per això, cal tenir en compte que cadascuna d'aquestes perspectives necessitarà de processos d'investigació diferenciats si vol assolir els seus objectius:

Para escapar de este problema, hace falta descubrir invariantes comunes, que permitan generalizaciones. Hay dos maneras de lograrlo. La primera de ellas consiste en buscar los sistemas generales que, siendo comunes, hacen posible el comportamiento individual; las explicaciones de este tipo "descienden" al nivel sub-personal: esto es lo que hacemos cuando tratamos de descubrir los principios abstractos que rigen los mecanismos. La segunda consiste en trascender lo individual buscando el nivel supra-personal, es decir, el de las generalizaciones sociales de base estadística: y esto es lo que hacemos cuando buscamos normas (Escandell, 2003: 56).

Per altra banda, la investigació experimental del comportament s'orienta cap a la identificació d'aquells factors i components que determinen com es produiran les activitats dels individus. Factors que intervenen, per tant, en les decisions o experiències de les persones i que alhora de realitzar una investigació implica atendre i avaluar com es desenvolupa la seva d'activitat. Per aconseguir-ho s'estableixen un seguit de mecanismes observació i d'estructuració per valorar com es desenvolupen les accions, perquè no es realitzen unes activitats determinades o quins components són determinants per a què les activitats es despleguin d'una determinada manera i no d'una altra.

En general l'aplicació de tècniques d'investigació de comportament es restringeixen a l'avaluació de supòsits molt concrets que facilita l'anàlisi de qualsevol canvi o alteració en la successió de fets. Normalment els resultats es mesuren tenint en compte les limitacions que el fet d'estudi imposa i com aquestes restriccions condicionen el comportament de les persones. De manera que el conjunt de decisions i d'intencions que poden manifestar-se al llarg del procés d'avaluació acaben constituint el gruix de dades que s'utilitzaran per valorar la idoneïtat de les relacions que procuren les coses. Es considera que aquest tipus d'experiments poden revelar els "principis bàsics" que permetrien que qualsevol artefacte fos dissenyat millor i verificar-ho en el context real d'ús (Friedman, 2007).

El mètode d'investigació que promou el disseny de comportaments es manté vigent perquè està estructurat a partir de l'anàlisi dels trets comuns que realitzen els subjectes en el desenvolupament de les activitats. Per això, des del punt de vista del disseny del comportament, són fonamentals els processos metodològics iteratius que s'estructuren mitjançant l'anàlisi, la síntesi

i la implementació progressiva dels resultats obtinguts per tal d'anar ampliant el nostre coneixement de la gent (v. § 3.4.2.). Un dels principals avantatges que proporciona l'enfocament iteratiu és que no pressuposa l'existència d'una norma de conducta preestablerta, sinó que les activitats que s'investiguen es qüestionen reiteradament a partir dels resultats obtinguts en les successives fases d'anàlisi. Les metodologies d'investigació iterativa s'estan aplicant a processos d'interacció amb productes físics i virtuals com instruments efectius per implementar millores amb els productes a partir dels resultats obtinguts per l'anàlisi del comportament dels usuaris. A més, també s'han implementat en recerques semiòtiques de disseny del comportament per analitzar l'activitat relacional dels individus amb els objectes. La utilització de l'evidència empírica de la conducta humana s'ha emprat per a comprendre com es generen aquestes relacions i els resultats s'han extrapolat com a principis orientadors dels projectes de disseny (Baranauskas i Bonacin, 2008; Boom, 2015).

Des del posicionament pragmàtic que orienta aquest treball entendre les accions humanes implica també explorar els processos cognitius que atorguen significat a mesura que els individus van desenvolupant les activitats, intentant comprendre com es prenen les decisions quins són els conceptes que poden intervenir pot ser fonamental alhora de prendre aquestes determinacions. En definitiva es tracta d'analitzar com els individus estableixen les seves valoracions, determinen la utilitat de les seves accions i formulen i estableixen els seus hàbits i creences. Una anàlisi que pot afavorir el model pragmàtic proposat per tal de generar una informació que pugui ser utilitzada per a dissenyar objectes que fomentin unes relacions i valoracions útils amb els subjectes. Tenir disponible la xarxa de conceptes comuns que els individus utilitzen quan es relacionen amb les coses i treballar amb aquesta informació per a comunicar-la de manera adient a través de les coses.

8.3. DINÀMICA DE GRUPS.

8.3.1. TÈCNiques I ORGANITZACIÓ DE LES SESSIONS D'INVESTIGACIÓ: DINÀMICA DE GRUPS.

Si es vol arribar a comprendre com s'arriba a la concepció completa d'una cosa cal investigar-ho emprant tècniques participatives d'interacció entre individus. Aquestes tècniques s'apliquen generalment a grups d'individus que es caracteritzen per desenvolupar activitats compartides mitjançant interaccions interpersonals que generen diversos graus d'influència mútua entre els subjectes. En aquestes activitats compartides hi ha subjacent un efecte normalitzador que permet fer emergir els marcs de referència comuns i compartits (Vendrell i Ayer, 1999).

Vivas, Rojas i Torras (2009) recullen la definició de comunitat de pràctica de Wenger que estableix els trets que possibiliten cohesionar un grup informal d'individus. Les tres dimensions principals que structuren una comunitat de pràctica es refereixen als aspectes d'interrelació dels membres dels grups: en primer lloc al repte comú que comparteixen els membres del grup, en segon lloc per les relacions d'acoblament mutu que els converteix en membres del grup i per últim per la capacitat de produir gràcies al fet de compartir tasques, recursos i objectius. En aquestes comunitats de pràctica és més fàcil que emergeixi, de manera natural, el coneixement compartit que neix de la participació activa, col·laboradora i progressiva dels membres constituents del grup. Però per posar a disposició del grup el coneixement propi cal que els membres del grup se sentin prou lliures i còmodes alhora de desenvolupar la seva activitat participativa.

En base a aquestes consideracions caldrà estructurar i organitzar les sessions del treball d'investigació seguint les pautes establerts per a les dinàmiques de grup i de forma semblant a com es desenvolupen les activitats en aquests tipus de formacions. La metodologia de la investigació s'haurà de planificar de manera seqüencial i continua i, a més, s'haurà de valorar la necessitat d'incorporar un conductor que s'encarregui principalment d'explicar i moderar l'activitat. Un conductor que tingui com a tasca principal explicar els processos a realitzar i que intervingui, oportunament, per orientar

en la resolució dels problemes que es puguin trobar els participants al llarg de l'activitat. Un conductor que també hauria de col·laborar en l'assoliment dels objectius i, per tant, vehicular els diferents fases experimentals cap a la resolució del problema. Aquesta manera d'entendre i planificar el mètode d'investigació i els objectius a assolir m'orienten cap a la tècnica PROMOD alhora d'elaborar el mètode a seguir en el procés d'investigació.

8.3.2. PROMOD: TÈCNICA D'INVESTIGACIÓ DE GRUPS.

Vivas, Rojas i Torras (2009) descriuen la practica PROMOD més com una ajuda metodològica que com una recepta a aplicar. Bàsicament consideren que aquest tipus de pràctica pot ser utilitzada com eina facilitadora de resolucions de problemes complexos per a grups que desenvolupin una sèrie de tasques específiques durant un període temps determinat. La PROMOD (*procedural moderation*) desenvolupada per Witte (2007) es fonamenta en el model general que Steiner va proposar al 1972 per tal d'avaluar la productivitat dels grups. Per aquest autor la potencial productivitat dels equips de treball depèn del que demani la feina a fer, dels recursos individuals dels membres del grup i de la manera com es possibiliti que aquests recursos personals es puguin combinar. Per tant, la manera com s'organitzi el procés de treball que ha de dur a terme el grup és clau per optimitzar la combinació de les aportacions individuals i, també, per arribar a l'assolir alts nivells de productivitat de l'activitat del grup (Vivas, Rojas i Torras, 2009).

Serà el mateix Witte (2007) qui proposarà la PROMOD com una pràctica específica per facilitar les tasques dels equips de projectes i establirà un seguit de fases que permetran assolir els objectius específics dels grups:

- fase 1: introducció general;
- fase 2: resolució del problema individualment per mitjà d'una estructura de la tasca donada;
- fase 3: intercanvi d'informació;
- fase 4: resolució del problema complex individualment;
- fase 5: integració grupal.

Les fases estructuraren diferents tipus de tasques en les quals els membres dels grups treballen a nivell individual i van progressant en la resolució del problema plantejat gràcies a l'ajuda que proporcionen els altres membres del grup amb els que s'hi comparteix la informació que es va generant i, finalment, per la integració en el grup del resultat obtingut.

En l'aplicació d'aquesta pràctica cal, per tant, que els membres treballin independentment en les fases que així s'estableix i que aportin els resultats per compartir-los i avaluar-los amb la resta dels membres del grup. La independència del treball individual és important, perquè facilita que el coneixement no compartit es faci explícit i es comuniqui correctament a la resta dels subjectes. Aquestes aportacions hauran de ser valorades i avaluades per la resta de companys que hauran de comentar-les i arribar a unes conclusions que valorin l'assoliment dels objectius proposats. El conjunt de comentaris i conclusions dels membres del grup poden ser incorporades a cadascun dels treballs individuals amb la finalitat de millorar els resultats finals.

La principal tasca del conductor-moderador consistirà en guiar els membres del grup per a què desenvolupin adequadament les seves tasques en funció dels objectius concrets de la pràctica. Aquest paper orientador ha de ser rellevant per tal de donar suport específic i concret en determinades qüestions així com per promoure la cohesió social del grup de pràctica. Cal destacar que aquest tipus de pràctica ha rebut evidència i implementació empírica (Vivas, Rojas i Torras, 2009). Ara bé, per implementar-la amb certes garanties d'èxit cal considerar en quines condicions i en quin context es pot aplicar i, en aquest sentit, els autors consideren que és adient la seva aplicació sempre que es consideri que el problema és complex, que no es pot reduir a l'examen i valoració d'un conjunt de variables i que la pràctica com a tal no sigui susceptible de descontextualitzar-se de les condicions que particularment han determinat la seva execució i evolució.

8.4. METODOLOGIA D'ESTUDI I APLICACIÓ A LA INVESTIGACIÓ DEL CICLE PRAGMÀTIC DE LES COSES.

La proposta d'un model estructurat i seqüencial enquadra la vessant reguladora de la proposta metodològica que, sota els paràmetres d'un posicionament filosòfic pragmatista, considera que el coneixement és fruit de les accions i activitats que els individus realitzen en funció de tot allò que té al seu abast i disposició. Aquest posicionament, a diferència del corrent positivista, s'allunya de la concepció del coneixement com una còpia de la realitat i donar valor a les relacions que els subjectes duen a terme amb el seu entorn alhora de configurar la seva realitat. Una construcció de la realitat que depèn i resulta de les significacions de les activitats que realitzen les persones, de les repercussions externes i internes de la informació que se'n deriva i de com es comparteix i comunica amb la resta d'individus aquest coneixement (Escandell, 2003).

L'exercici d'aplicació metodològica del model d'anàlisi pragmàtica de les coses que s'explica a continuació s'ha articulat amb el propòsit general de fonamentar teòricament com les coses participen en els processos cognitius de comprensió de la realitat. En primer lloc s'exposen tot un seguit de consideracions teòriques i metodològiques que s'han tingut en compte alhora d'articular i estructurar les pràctiques d'investigació i l'aplicació del model que s'ha realitzat. Una explicació fonamentada en pràctiques i mètodes de disseny però que incorpora també metodologies pròpies d'altres disciplines per tal de complementar els recursos disponibles i eixamplar-los intentant recollir el màxim d'informació possible per validar la hipòtesi que articula tot aquest treball d'investigació.

Posteriorment es detallen aquelles metodologies que s'han escollit en funció de la seva adequació a les finalitats de la investigació, les tècniques que s'han utilitzat en el treball de camp i el seu grau de cobertura, l'organització i estructuració de les fases d'investigació, la delimitació de la mostra d'investigació i, finalment, els instruments i recursos que s'han utilitzat alhora de dur a terme la pràctica d'investigació. Tanmateix en el cas de l'aplicació del model s'estableixen les metodologies qualitatives emprades i en funció dels objectius que orienten la investigació per tal d'obtenir dades d'anàlisi i

de valoració de com els conceptes i fonamentalment, la xarxa conceptual comuna intervé en el sentit que finalment determinen els processos inferèncials que regeixen la majoria d'activitats quotidianes que realitzem.

L'estudi de com els conceptes intervenen activament i de forma determinant en l'estructuració de les nostres relacions amb les coses ha d'iniciar-se per l'entesa conceptual del significat de les coses. Cal considerar aquest estudi com un pas previ i necessari a l'aplicació del model pragmàtic de les coses que proposa aquest treball per arribar a entendre com els conceptes s'insereixen d'una manera natural en la conceptualització i simbolització que els individus fan de les coses. Una manera d'abordar la qüestió requereix l'anàlisi de la presència i reconeixement de diferents tipus de conceptes en les coses mateixes. És a dir, d'evidenciar la variabilitat significativa que les coses poden adoptar i la dependència social i cultural d'aquests significats. Una dependència que té una gran importància alhora de delimitar el significat i el sentit que s'atorga a les coses de manera quotidiana i com s'utilitzen els conceptes com a instruments de comunicació.

Mentre que l'altra línia d'investigació focalitza la seva atenció en com l'aplicació del model cerca establir unes bases generals que ajudin a clarificar com en una determinada acció intervenen un cúmul de conceptes, simultàniament, que fonamenten la base sobre la que els individus construeixen i donen sentit a les seves accions. Uns conceptes que no estan directament relacionats amb unes formalitzacions determinades ni lligades a unes maneres de fer predeterminades sinó que es van configurant mitjançant la pròpia activitat, el context i la participació de tots els membres que configuren la comunitat.

Es vol destacar, i posar de manifest, la importància d'una interpretació holística i integradora de l'acció com a recurs previ a tenir en compte per iniciar les tasques de planificació de les coses. Una concepció pragmàtica de les coses que vol introduir en el procés de disseny una perspectiva que s'estengui a aquells conceptes que tenen també una importància significativa en la manera de construir les coses i comunicar-les per a què flueixin sense entrebancs en les activitats habituals de les persones.

El plantejament d'aquest estudi ens ha de permetre, primerament, entendre els processos d'assignació conceptual a les formes de les coses i la concurrència en aquesta assignació del consens que valida el significat de les coses. I en segon lloc, com aquests conceptes intervenen i configuren un coneixement compartit i general de tots el membres de la comunitat que els in-seixeixen en els processos cognitius que articulen el pensament humà en els diferents nivells en que aquest participen i extreuen significats.

El cicle pragmàtic del coneixement de les coses que proposa aquesta tesi, a partir d'una ordenació continua i seqüencial dels diversos nivells d'experiència dels individus, prioritza l'objectiu d'estendre la concepció de les coses a totes les possibles relacions d'utilitat que els subjectes poden copsar d'aquestes mateixes coses i per tant en tots els efectes socials i culturals que puguin generar. La proposta s'articula emprant el paper cabdal que hi juga el significat de les coses com a fil conductor per dur a terme aquelles activitats que assignen valor a les coses, "l'acció semiòtica" en si, analitzant-la en l'àmbit individual, a nivell de col·lectivitat i a partir de les convencions comunament compartides per tots els subjectes integrants. S'ha focalitzat, per tant, l'atenció en l'acció cognoscitiva del signe, concepte o imatge a partir de la conseqüent acció dels individus envers les coses. Per això, alhora de validar la hipòtesi que es planteja a partir del model s'ha planificat la línia d'investigació amb l'objectiu d'incidir en aquestes qüestions principals:

- La intervenció cabdal dels conceptes com instruments que articulen les nostres accions.
- La participació dels diferents cercles relacionals alhora de dotar de contingut a les coses.
- La necessitat d'implementar una perspectiva pragmàtica per entendre la participació de les coses en les activitats que desenvolupen els individus.

Podríem dir, per tant, que estem a la recerca d'esbrinar com incideix la conceptualització de les coses en la seva representació; com una determinada manifestació de les coses possibilita els processos de simbolització que articulen la posterior seqüència d'interpretació i de com es valoren els conceptes que representen les coses per a què la significació assoleixi validesa comuna.

Un procés necessari per vehicular i considerar adequada la comunicació significativa d'una cosa.

En aquest entramat d'anàlisi pragmàtica s'ha posicionat al disseny com disciplina comunicadora. Per tant, i sota aquesta perspectiva, cal considerar al disseny com una disciplina que utilitza un llenguatge determinat configurat per uns elements concrets i coneguts per la comunitat que els usa convencionalment per expressar el pensament. Aquests elements, com si fossin mots i actuessin com a tals, especifiquen un codi de comunicació que deriva directament d'un sistema conceptual que els propis individus han formalitzat i adoptat mitjançant consensos socials i culturals que principalment s'han fonamentat en com desenvolupen habitualment les seves activitats quotidianes. Seran, per tant, aquests consensos els que determinaran la validesa conceptual del que comuniquen les coses ja que per fer efectiva la comunicació s'han de tenir en compte les convencions comunament adoptades. Aquestes relacions de tipus cooperatiu, necessàries com a mecanismes de comunicació, són fruit del tipus de relacions que generen els processos d'enteniment dels propis individus quan persegueixen les seves pròpies intencions d'acció: "la participación en el proceso cooperativo de comunicación está al servicio de la consecución de un consenso sobre cuya base puedan coordinar sus planes de acción y realizar cada uno sus propias intenciones" (Habermas, 1992: 161).

El posicionament pragmàtic, que abasta tots els participants en el procés semiòsic o d'assignació de sentit, permet utilitzar els instruments que ens proporciona la teoria de la comunicació per entendre com participen els conceptes en l'acció dels individus des d'una perspectiva social i cultural i com els components s'interrelacionen per facilitar l'assignació inferèncial de sentit a les coses. Aquesta perspectiva, que considera el disseny com un acte comunicatiu, permet incloure les coses com manifestacions significatives que transmeten un conjunt de significats, i analitzar els actes que podem realitzar amb les coses a partir de quins són els conceptes que contribueixen activament en la funció de coordinar l'acció dels individus i en l'estructuració de les interaccions que aquests duen a terme.

El significat implica una relació tripartita entre els individus, grups o comunitats que utilitzen símbols, imatges i paraules per representar alguna cosa. L'establiment d'unitats de significació configurades des de particulars punts de partida queda cohesionada per la participació d'un col·lectiu. Aquesta unitat de significació s'ha de treballar després d'haver establert les seves característiques més distintives (Tooming, 2013). I finalment materialitzar una proposta que reculli tota aquesta unitat de significació per compartir amb la resta del grup per intentar reconèixer si la remissió significativa assoleix aquest element convencional. Aquest procés implicar establir un seguit d'etapes que comencen per reconèixer, mitjançant processos inferencials, les característiques distintives del concepte a desenvolupar. (Delgado, 2010).

Però cal no oblidar que la concepció de les coses, immersa en el cicle pragmàtic, deriva objectivament de la seva formalització, d'allò que ens mostren o per tal com se'ns presenten. Una perspectiva de la dimensió pragmàtica de les coses que s'aproxima a la interacció significativa que analitza De Meideiros (2014) focalitzant l'atenció en els atributs físics del producte i els processos d'avaluació directament o indirectament relacionats amb el seu ús. Les característiques o qualitats, en termes pragmàtics, que les coses ens ofereixen. El conjunt de característiques que som capaços de copsar en les coses ens faculden per obrar de determinades maneres i constitueixen els elements inferencials que gràcies als processos del pensament culminen en signes, conceptes o representacions mentals. Com recull el Nobel de fisiologia i medicina, Gerald Edelman (2006), la consciència és un procés actiu que realitza discriminacions, distribuïdes àmpliament, a partir d'una enorme varietat de característiques que s'anomenen *qualia* que són cabdals per determinar les experiències categòriques anteriors que constitueixen el sistema de la memòria. Des de la perspectiva pragmàtica això implica activar els mecanismes de provisió de sentit utilitzant la xarxa conceptual comuna sobre la qual assentem el nostre coneixement de les coses.

9. PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ: INTERVENCIÓ PRAGMÀTICA I RECONeixEMENT CONCEPTUAL DE LES COSES.

Com ja s'ha exposat anteriorment el posicionament filosòfic del pragmatisme permet formular el concepte pragmàtic de les coses tenint en compte el valor o utilitat que aquestes tenen pels individus en funció de les interrelacions significatives que es generen a partir de les pròpies activitats. Uns significats que des d'aquest posicionament també comprenen les relacions contextuals i les connexions socials i culturals que les persones estableixen amb les coses. Per això, en aquesta fase d'investigació voldríem esbrinar i analitzar el paper que juguen els conceptes alhora de configurar, determinar i estructurar el significat que els individus són capaços de copsar en les coses. Això implica focalitzar l'atenció en els conceptes, idees, signes o imatges com a representacions mentals que configuren els elements bàsics sobre els quals els individus construïm i sostenim els nostres processos cognitius. Recordem que en el model pragmàtic de les coses s'han ubicat els conceptes en l'última fase de l'etapa individual d'assignació de sentit de les coses.

Es tracta d'evidenciar que podem instrumentalitzar els conceptes de les coses de manera semblant a com podem emprar les seves qualitats alhora de representar i comunicar allò que signifiquen. El procés d'investigació vol obtenir dades que confirmen, o no, si els processos que són fruit de la concepció individual de les coses obren els camins per tractar i emprar els conceptes com els elements definidors de les coses. També vol valorar el grau de participació i d'intervenció de les xarxes conceptuals, comunes i col·lectives, alhora de concretar i consensuar el significat dels conceptes que transmeten les coses i com de necessària és, o no, l'avaluació comuna de la formalització i materialització física d'un concepte per acceptar la validesa de la seva representació.

Aquest plantejament ens permet recorre als recursos que ens poden oferir la segona i tercera fase del cicle pragmàtic de les coses que s'ha exposat anteriorment i esbrinar si l'estructura pragmàtica plantejada ens proporciona els instruments necessaris per nodrir les successives etapes que determinen la concepció complerta i consensuada de les coses:

- analitzar la significació de les coses gràcies a participació dels individus com a tals i la seva participació com a grup.
- avaluar com la interpretació comuna pot conduir a l'establiment d'una convenció social i cultural que una vegada s'hagi consensuat sigui reconeguda com a tal i es pugui incorporar al coneixement i saber de la pròpia comunitat.

L'objectiu concret consistirà en **analitzar com qualsevol individu pot emprar els conceptes assumits i assolits per reconèixer el significat que mostren les coses i per tant si és capaç de discriminar un seguit de trets distintius en les característiques formals de les coses que pugui ser considerat com unitat de comunicació.** Examinar formalment la composició de les coses com si es tractés d'un sema, per elaborar, informar i transmetre un determinat missatge que gràcies a la planificació formalitzadora del disseny pugues fer partícips als altres individus d'una comunitat d'un determinat significat.

Per desenvolupar la pràctica d'investigació emprarem imatges com eines de treball. Com s'explica en l'epígraf següent les imatges poden ajudar als participants a visualitzar o representar mentalment els conceptes sobre els que realitzaran l'estudi. El procés de recerca, selecció i anàlisi d'imatges ens hauria de permetre estructurar aproximacions conceptualment representatives de la idea o concepte que es vol transmetre. El procés pretén articular i emprar el valor significatiu que les imatges són capaces de transmetre i que pels objectius de la investigació determinen funcions catalitzadores de reconeixement conceptual d'un sentit concret. L'objectiu d'instrumentalitzar les imatges consisteix en que facin emergir en els subjectes participants els conceptes de referència i que els remetin a experiències passades per portar-les al present i, per tant, que les puguin emprar com instruments generadors de recursos que els ajudin a formalitzar els conceptes. Finalment, gràcies a l'anàlisi sintètica que es pugui elaborar a partir de la informació representativa de les imatges es proposarà una formalització tridimensional del concepte. D'aquesta manera la proposta de materialització del concepte s'allunyarà de les significacions qualitatives i concretes que les coses trans-

meten a partir de les seves característiques distintives i particulars. La investigació vol posar de manifest que tant en la representació com en la comunicació de les coses convergeixen tant les seves qualitats, percebudes com a característiques o propietats de les coses, com els conceptes que nosaltres com individus els hi assignem en funció de la intervenció de tots els components pragmàtics que hem diferenciat en el model proposat.

9.1. LA MOSTRA DE LA INVESTIGACIÓ.

En els estudis orientats cap a anàlisis fenomenològiques, de comportament o d'experiències, és freqüent realitzar investigacions de tipus qualitatiu que delimiten la mostra de subjectes en funció de la informació que es desitja analitzar. D'aquesta manera l'objectiu se centra en analitzar valors i significats que utilitzen determinats grups socials en les seves experiències quotidianes.

Com hem vist anteriorment, les comunitats de pràctica desenvolupen les seves activitats mitjançant la participació col·laboradora dels seus membres. Aquesta manera de realitzar les tasques facilita l'assumpció d'un conjunt de valors que vehiculen la pressa d'acords que fa que el coneixement compartit pugui fluir. Per a què això succeeix amb un mínim de garanties també cal que els integrants de les comunitats de pràctica se sentin prou còmodes per oferir i compartir amb els altres, lliurement, el propi coneixement.

La mostra de la investigació del procés experimental que es vol dur a la pràctica es determinarà a partir de subjectes predisposats a participar activament en el procés d'investigació. Si tenim en compte que el procés d'investigació es desenvoluparà de manera seqüencial i al llarg d'un temps determinat cal valorar, com criteri d'elecció dels subjectes, la disponibilitat i motivació dels individus que participaran en l'estudi. Tot i que la mostra d'estudi pot considerar-se que no és prou representativa dels individus d'una població, presenta l'avantatge de ser molt útil per investigacions concretes i experimentals que seleccionen els subjectes participants a partir d'unes determinades característiques.

El principal criteri d'elecció que s'utilitzarà, alhora d'escollir els subjectes que participaran en l'estudi, serà el de l'homogeneïtat. La mostra de subjectes s'escollirà en funció de dues variables: edat i nivell de formació per tal que les particularitats individuals no condicionin el desenvolupament de les diverses sessions d'investigació. S'han establert aquests criteris per tal de minimitzar les possibles diferències en l'obtenció dels resultats. Un objectiu que ò es pot aconseguir si el grup participa d'unes característiques compartides que els individus puguin reconèixer en els altres. D'aquesta manera els trets comuns, reconeguts, poden actuar com a catalitzadors socials i culturals que facilitin l'establiment de vincles cooperatius entre els participants.

Així mateix i també en funció d'aquestes dues variables, edat i nivell de formació, es formaran diversos grups de mostra d'estudi que realitzaran el procés d'investigació en diferents moments amb l'objectiu de contrastar i comparar les dades i resultats de cadascun dels grups. Amb aquest objectiu l'elecció dels grups de població participant haurà de diferenciar-se clarament en funció de l'edat i nivell de formació:

- Tipologia A: grup d'edat comprés entre 18 i 20 anys i nivell de formació d'estudis secundaris. Ateses aquestes característiques tan específiques el tipus de mostra pot estar integrada per estudiants universitaris de primer curs de grau. Concretament cercarem els participants en estudiants de grau en disseny.
- Tipologia B: grup d'edat comprés entre 65 i 70 anys i nivell de formació d'estudis bàsics. L'elecció de subjectes representatius d'aquestes característiques es poden trobar en els centres cívics i socials d'àmbit local que organitzen activitats de forma habitual i periòdica. Aquests centres compten amb programes d'activitats dirigides a la gent gran que pot tenir disponibilitat i interès per integrar-se i desenvolupar activitats en la mostra d'estudi.

Per a la mostra d'estudi es formaran grups amb un nombre limitat de participants per tal de permetre que el conductor-moderador de la pràctica pugui donar un suport efectiu a cadascun dels participants. És recomanable que aquest nombre de participants no sobrepassi la vintena de persones. Els membres seleccionats es distribuïran en subgrups de treball integrats per

cinc o sis persones. Mitjançant aquesta organització es pretén facilitar la tasca a desenvolupar pel conductor i facilitar a la vegada tant l'atenció individual com col·lectiva dels participants. Cal tenir en compte que d'aquesta manera es poden atendre els dubtes individuals que puguin plantejar-se al llarg del procés així com vehicular la manera com s'han de desenvolupar els processos col·lectius.

Gràcies a aquest tipus d'organització del grup de treball es podrà analitzar com es desenvolupen les diferents activitats pràctiques d'acord amb les tres fases que articulen el cicle pragmàtic de les coses: l'individual, el col·lectiu i el comunitari. Considerem molt important establir aquests diferents nivells de desenvolupament del treball per equiparar l'activitat real de la mostra d'estudi amb els successius nivells de significació pragmàtica que van adquirint les coses.

El conductor de la pràctica explicarà a tots els participants l'objectiu principal a assolir, les successives fases de desenvolupament del procés i com i amb quins recursos es duran a terme les tasques previstes. A més en cadascuna de les fases, i abans d'iniciar-la, s'oferirà una explicació complementaria i concreta per a cada etapa de l'activitat. Aquest suport per a cadascuna de les fases té la voluntat de resoldre amb cura les qüestions i dubtes d'actuació que es puguin plantejar.

9.2. RECURSOS I INSTRUMENTS D'ANÀLISI.

9.2.1. ELS SISTEMES CONCEPTUALS.

Les darreres aportacions de la psicologia científica respecte als mecanismes cognitius estableixen que els sistemes conceptuals dels individus condensen tot el conjunt significatiu que configuren els conceptes i que aquests sistemes no poden analitzar-se en funció de la seva aplicació concreta. Per aquesta disciplina, i sota aquest punt de vista, cal integrar els tipus de memòria declarativa dels individus amb els sistemes de percepció d'acció i amb els seus estats afectius per tal d'entendre la configuració dels sistemes conceptuals. Per això consideren que aquests sistemes cognitius no poden ser

entesos únicament com modulars sinó que els conceptes constitueixen representacions multimodals que depenen del context (Delgado, 2010).

En general és comunament acceptat que els conceptes abstractes incorporen una gran quantitat de contingut de les situacions experimentals dels individus i que aquest contingut genera assignacions relacionals amb conceptes concrets. Els subjectes alhora d'incorporar i dotar de continguts⁶⁷ als conceptes inclouen aquella informació que consideren rellevant sobre les coses, els successos, els llocs i els estats mentals concrets que experimenten. Els estudis transculturals realitzats al respecte mostren que la gent parla sobre conceptes abstractes per mitjà i emprant metàfores concretes i, a més, les utilitza com instruments per construir un món referencial que serveixi de recolzament a les seves vivències quotidianes (Rodrigo, 1999; Delgado, 2010).

Lakoff i Johnson (1986) fan una amplia aportació de la concepció de la metàfora que permet fer-la extensiva des del llenguatge, considerat fins al moment el seu àmbit natural de creació, desenvolupament i intervenció, al pensament i a l'acció (v. § 4.3.3.). Pels autors les metàfores constitueixen l'eix central del nostre sistema ordinari de pensament i sent la seva funció principal cognitiva, constitueixen un instrument conceptual per categoritzar i endreçar tota la nostra experiència vital, és a dir, identifiquen en les metàfores, en les associacions conceptuais que hi dipositem, la manera bàsica de com estructurarem la integració dels processos de la percepció, del pensament i de l'acció. Aquest procés cognitiu, relacionat directament amb el coneixement, depèn de les nostres experiències directes amb el nostre entorn i mitjançant les nostres capacitats, aptituds i limitacions. El nostre sistema conceptual estableix i guia allò que pensem i fem estructurant el que percebem, com actuem i ens belluguem respecte al nostre entorn i també orienta la manera com ens relacionem amb els altres individus. Les metàfores participen en aquest procés i per això cal considerar com la metàfora impregna la nostra vida quotidiana, des del pensament a l'acció (Coyne i Snodgrass, 1995).

⁶⁷ (Barsalou i Wiemer-Hastings, en Delgado, 2010).

Però si bé no som conscients, normalment, de l'existència i ús que fem del nostre sistema conceptual, si que existeixen un seguit de pautes que empram habitualment per dur a terme les nostres activitats quotidianes. Aquestes pautes fonamentades en el sistema conceptual es poden extrapolar del llenguatge per oferir evidències de com és aquest sistema (Lakoff i Johnson, 1986; Ruecker, 2003). Considerant que les metàfores no són un fenomen exclusivament lingüístic, com consideraven les teories clàssiques, podem emprar-les en els diversos sistemes de comunicació atès que els processos comunicatius es fonamenten en els mateixos sistemes conceptuals, i per tant, podem utilitzar-les en l'àmbit del disseny concebut com una disciplina de la comunicació.

Aquesta transposició pragmàtica de la concepció extensiva de metàfora podríem considerar-la com un instrument valuós alhora de guiar els processos de reconeixement i per establir els trets comuns dels conceptes d'entre la diversitat i variabilitat que ens pot oferir la realitat (Nubiola, 2000). Emprar les representacions mentals que ens ofereixen els sistemes conceptuals metafòrics per obtenir les dades necessàries i de referència per distingir la presència dels conceptes i fer-los emergir de les coses mateixes, per comprendre'ls i per estructurar-los i copsar la seva presència i el seu significat en concret.

9.2.2. LES REPRESENTACIONS DELS CONCEPTES.

La Gran Enciclopèdia Catalana defineix imatge (accepció 3.4) com una "representació sensible, pensada o no per il·lustrar una idea abstracta"⁶⁸ i sota un posicionament semiològic la comunitat científica ha emprat amb freqüència imatge i metàfora com termes equivalents (Maltese, 1972). Emprar imatges, sota una concepció metafòrica, ens ajudarà a visualitzar els conceptes abstractes en els elements compositius que estructurin les imatges. A més, facilitarà que els subjectes puguin establir una relació entre la representació convencional, compartida per la comunitat, per tal de reconèixer-la i recollir la seva conceptualització tal com s'expressa quotidianament.

⁶⁸ La Gran Enciclopèdia Catalana (2009). Imatge. Dins *Diccionari.cat* de Grup Enciclopèdia Catalana SAU. Recuperat de <http://www.diccionari.cat/>

Davant una imatge no ens hem de limitar només captar-la passivament sinó anar més enllà, activant la percepció i mirant-la. Veure implica una actitud contemplativa i per tant podríem dir que és un tipus d'acció passiva on no intervé la voluntat. Mentre que mirar implica una predisposició per observar i analitzar amb la ment, és a dir, demana la participació d'una voluntat cognitiva per dur a terme l'acció reflexiva que permet obtenir una representació mental de la imatge. Una interpretació activa i voluntària del pensament per tal d'esbrinar quina significació se'ns presenta (Lewis, 1926).

Els conceptes, de forma general, configuren un tipus de representacions mentals que podem associar directament amb una imatge gràcies a què constitueixen els instruments referencials que utilitzem per bellugar-nos amb seguretat amb les nostres activitats quotidianes. Per tant, una exploració analítica i reflexiva d'una imatge ofereix la possibilitat d'establir lligams conceptuals amb els paràmetres referencials i significatius que la imatge expressa. Cal tenir en compte, però, que en aquest nivell d'anàlisi de la imatge el procés reflexiu i de reconeixement es produeix en funció de l'experiència prèvia de cada subjecte. És a dir, intervé en aquest procés distintiu i referencial el dipòsit acumulat de coneixement conceptual que utilitzen els individus per recolzar les seves interpretacions directes de les imatges o de les coses. Per tant, en funció del contingut referencial disponible per a cadascun dels subjectes es poden donar interpretacions diferents o complementàries d'una mateixa imatge (Pericot, 2002).

Un dels objectius de les anàlisis d'informació d'imatges consisteix en facilitar la interpretació del conjunt de missatges que aquestes ens proporcionen a partir dels conceptes que som capaços d'identificar-hi per arribar a comprendre-les. Mitjançant unes tècniques determinades es pretén donar suport a la interpretació de les dades que contenen les imatges, a través del reconeixement de patrons o esquemes conceptuals de relacions. Visualitzant imatges es pot aconseguir estructurar una organització espacial dels conceptes que aquestes ens transmeten i, per tant, deduir-ne la seva interrelació compositiva mitjançant la mútua dependència en la configuració formal del significat que ens mostren. Es pot facilitar i alleugerir, d'aquesta manera, gran part l'esforç requerit en la construcció de models mentals i la seva

translació a la realitat que volen representar (Cash, Stanković i Štorga, 2014).

Per García-Valcárcel, Tejedor i Rodríguez (1996) la narració no lineal que ens proporcionen els signes icònics o representatius que podem percebre en les imatges és clau per a què els subjectes desenvolupin el pensament divergent, formulin hipòtesis i desenvolupin una activitat creativa. Els autors argumenten que en el sistema icònic, a diferència de la normativitat que presenta el sistema lingüístic, les variacions potencialment significatives s'estableixen amb la interrelació dels elements que componen la imatge sense l'aplicació d'unes regles prèviament determinades i identificables. Aquesta afirmació la fan extensiva a totes les representacions visuals tret d'aquelles que convencionalment s'hagin limitat per la comunitat. Però, tot i això, les representacions visuals segueixen facilitant l'aplicació d'una certa variabilitat significativa alhora que respecten el significat originalment atribuït. Per tant, en el cas de les imatges el valor i significat pragmàtic que els individus els hi assignen pot ser decisiu per reconèixer conceptes o continguts en les representacions compositives visuals.

Tot i la palesa diferència d'origens entre aquests dos tipus de llenguatges, els codis verbals i els icònics, cal analitzar les avantatges que se'n podrien derivar de la seva combinació. En aquest sentit només s'ha de recórrer al caràcter conceptual i abstracte que comparteixen, als processos del pensament dels individus en els que participen i a les relacions funcionals que entre tots dos es poden generar. Per això, García-Valcárcel, Tejedor i Rodríguez (1996) descriuen un seguit d'avantatges derivades de la combinació dels codis verbals i dels codis icònics en la realització de diverses tasques cognitives. D'entre els arguments emprats per justificar les virtuts que ens ofereixen les imatges alhora de representar els processos cognitius destaquen, a nivell visual, la facilitat de les imatges per presentar idees, punts de vista i de solucions de problemes a través de la utilització de medis de representació basats en la significació gràfica. Mentre que referint-se als nivells cognitius destaquen com els processos fonamentats en les imatges permeten recuperar més fàcilment la informació presentada a través d'una forma gràfica. De la mateixa manera com Moles afirmava:

el grafismo de la imagen, cuyo fin es el de convencer, mostrar -e incluso mostrar lo que se descubre-, se basa en un determinado número de ideas simples que, por mucho que estén sujetas a críticas desde el punto de vista filosófico, son ampliamente operativas, lo cual las justifica (1991: 9).

Gràcies a la immediatesa que facilita el reconeixement aquesta informació gràfica, estructurada a partir d'un conjunt concret d'idees, pot ser explorada ràpidament pels subjectes. També, com recull Dretske (1987), alhora de descriure la informació representada per una imatge, reconeixem la informació que aquesta ens aporta mitjançant l'abstracció concreta del seu contingut. La troballa i identificació a les imatges de patrons de relacions significatives facilita engegar els processos cognitius dels individus per visualitzar i comprendre els conceptes transmesos i llegir els possibles missatges gràfics que contenen (Arfuch, Chaves i Ledesma, 1997).

D'entre els possibles sistemes de lectura d'imatges la percepció gestàltica⁶⁹ analitza el procés visual i, també, com s'organitza l'adquisició i comprensió dels missatges visuals. Des d'un posicionament fenomenològic estudia les experiències visuals dels individus per formalitzar-les i enunciar les pautes dels esquemes perceptius. Es conjuguen d'aquesta manera els processos cognitius que articulen el coneixement amb les percepcions sensorials que ens connecten amb els esdeveniments del nostre entorn. La percepció gestàltica es fonamenta en uns principis interpretatius que utilitza la informació sensorial per estructurar un pensament que cerca patrons referencials en les imatges.

La lectura gestàltica o interpretació del sentit de les imatges es fixa en els nuclis d'atenció perceptiva generats per una primera impressió global. Aquests focus d'atenció permeten captar l'essència general del concepte que presenta la imatge i articula el missatge que es vol transmetre. En sentit semblant Moles (1968) considera que quan la quantitat d'informació subministrada per unitat de superfície receptiva no és massa gran la imatge és percebuda com una totalitat, com una gestalt jerarquitzada d'un instant

⁶⁹ Gestalt, en alemany significa forma. Filosòficament es refereix a la dada immediata de la consciència i que és el resultat de l'organització del camp perceptiu com un tot. Psicològicament fa referència a la percepció d'un patró o estructura com un tot i no com una suma de les parts constituents.

(Alonso i Matilla, 1990). En certa manera aquests patrons conceptuals fan aflorar el missatge principal que la imatge representa i ens remeten a allò que hi ha de permanent i constant en el flux constant i continu de les nostres percepcions (Costa i Moles, 1991).

El sentit de les imatges s'ha de cercar a través de la seva definició i significació. Diu Arnheim que les qualitats expressives de les imatges constitueixen els medis de comunicació que permeten entendre i interpretar els esquemes formals representats en funció de les pròpies experiències que són les que doten de sentit a les imatges. A més, i alhora de fer una anàlisi sintètica de les imatges, estableix que: "estos rasgos formales se entenderán como medios ordenados a trasladar al papel la expresión primariamente observada, y la corrección o incorrección de cada trazo se juzgará sobre la base de sí captura o no el talante dinámico del modelo" (1979: 97).

L'anàlisi dels codis gràfics que contenen les imatges es pot realitzar mitjançant el dibuix lineal dels trets més significatius. La representació sintètica del missatge contingut en les imatges a través de línies, contorns o figures simples facilita la representació abstracta dels objectes físics (Colle, 2011). Aquesta síntesi, d'acord amb Sausmarez (1995), permet descriure, reduktivament, el missatge contingut en cadascuna de les imatges i representa els conceptes abstractes. Aquest posicionament també queda reflectit en l'aplicació pràctica que va desenvolupar Kandinsky en els seus cursos de dibuix analític. Els exercicis que duïen a terme els estudiants s'ocupaven principalment de l'extracció de les línies internes de força que presentaven les imatges. Es reduïa i se sintetitzava, d'aquesta manera la complexitat formal representada i la composició resultant estructurava una disposició de línies que expressava el contingut informatiu que descrivien els gràfics.

Per al posicionament pragmàtic que adopta la pràctica d'investigació que proposa aquest treball, l'adopció d'aquests tipus d'exercicis sintètics pot ser fonamental alhora d'establir i determinar què i com hem de representar els conceptes que utilitzem quotidianament. Bàsicament consisteix en entendre, visualitzant imatges, de quina manera la nostra ment endreça els conceptes, ordenant-los i sintetitzant-los per emprar-los com eines instrumentals. Es

tracta de portar a la consciència com configurem la nostra entesa de la realitat i fer evident com els conceptes ens recolzen i ens ajuden a moure'ns amb un mínim de seguretat amb els nostres entorns habituals.

La representació mental, d'acord amb Putnam (1995), constitueix l'instrument del que es val el pensament per copsar la realitat. Tots els mètodes representatius que coneixem admeten diferents tipus de representació per a un mateix significat i, per això, en totes les representacions que coneixem es pot associar una referència. Aquests trets referencials recullen un conjunt de característiques que podem relacionar qualitativament amb la unitat representada. Per a Putnam (1995) les representacions se'ns presenten com elements contingents i variables. Bàsicament considera que les característiques qualitatives que som capaços de distingir no estan implícitament lligades a determinades representacions mentals. Les qualitats representades constitueixen les diferències que ens permeten assignar distincions referencials als conceptes. Per tant, caldria cercar els referents que englobin i recullin els paràmetres comuns d'aquestes diferències per tal que en la seva projecció puguem endreçar-los en models o paradigmes que objectivament ens certifiquen la seva validesa. En la significació d'aquests referents trobarem allò que és comú a totes les formes o representacions de les coses, d'un mateix tipus o d'un mateix concepte.

9.2.3. GEOMETRIES BÀSIQUES DE REPRESENTACIÓ.

Per gran part dels teòrics del disseny una de les fites més importants que va assolir la Bauhaus va consistir en tipificar una gramàtica formal i visual. Per a Lupton i Miller (2002) aquest llegat va establir les pautes i procediments per analitzar els objectes tridimensionals a partir d'unes formes geomètriques bàsiques i elementals, irreductibles i essencials que responien fonamentalment a la capacitat endreçadora i classificatòria dels processos cognitius dels individus. Gràcies a les investigacions que els professors de la Bauhaus realitzaren a partir d'aquestes estructures geomètriques, considerades com originàries i fundacionals de l'espai tridimensional, pogueren prescindir de les particularitats formals que presenten les coses en benefici de la recerca del que ells mateixos anomenaven les veritats universals i fonamentals que articulen el nostre àmbit perceptiu. L'anàlisi i síntesi de les

formes de les coses pretenia, en definitiva, desvetllar els orígens del llenguatge visual a partir de la reducció de les relacions estructurals i espacials que connecten les geometries bàsiques i el pensament abstracte.

Les formes geomètriques bàsiques configuren els elements fonamentals del que podríem considerar un vocabulari o codi de comunicació tridimensional que participa i representa les mateixes característiques d'abstracció que a nivell bidimensional representen les línies, punts i plànols. Aquests elements constitueixen les eines bàsiques que utilitzem els individus per estructurar i relacionar els elements compostius que utilitzem per formalitzar les coses. Com diu Wassily Kandinsky a *Punto y línea sobre el plano*: "Se deben distinguir los elementos básicos, es decir, aquellos sin los cuales un género artístico no podría existir... sin los cuales ésta no se podría ni siquiera iniciar" (2003: 18).

El projecte de formular un llenguatge visual per al disseny dels objectes, amb mecanismes semblants als emprats per les paraules i les imatges va constituir un punt de referència per fer discursiva la forma i d'aquesta manera reobrir-la a la dimensió social i cultural del llenguatge visual. Però, tot i que es varen emprar les estructures que configuren el llenguatge verbal, la seva interpretació aïllada i concreta de les formes bàsiques visuals varen conduir a la normalització d'un vocabulari formal que va permetre consolidar el projecte d'un llenguatge visual.

Val a dir que, tot i que aquesta simplificació formal ha estat interpretada com un dels principis racionalitzadors de la Bauhaus, és cert que mitjançant geometries sòbries i simplificades es pot arribar a alliberar a la forma de la seva càrrega expressiva (Lindinger, 1990). En aquest sentit la forma de les coses pot transcendir els significats estrictament qualitius per mostrar els missatges que la pròpia forma, en si mateixa, és capaç de transmetre'ns. Lupton i Miller (2002) consideren que la creativitat es pot explorar amb més garanties, per part de pràcticament tots els individus, a partir d'aquestes formes geomètriques bàsiques i elementals.

Alhora de portar a la pràctica les normes que governen la composició de les formes tridimensionals cal tenir en compte els principis ordenadors i estructurals del llenguatge tridimensional per proposar solucions formals que transmetin un determinat missatge. No es tracta d'unir les formes analitzades individualment sinó d'establir les relacions formals rítmiques per percebre la unitat compositiva de les propostes. Fer la proposta formal com un tot que ens proporcioni un sentit concret, en el nostre cas d'un concepte abstracte, a partir de la constitució ordenada dels diferents elements que conformen la proposta. La definició de forma com un diagrama de forces potser sigui la més encertada pels objectius que es proposa la pràctica d'investigació. Examinar les formes geomètriques bàsiques que es presenten, a través de les relacions volumètriques, pot determinar allò que es vol expressar de manera semblant, i seguint els mateixos paràmetres d'anàlisi, es poden utilitzar les imatges per sintetitzar el seu significat representatiu.

Per a Sausmarez (1995) aquesta manera d'abordar l'anàlisi formal constitueix l'exercici idoni per dominar els signes elementals dels llenguatges. A l'emprar les formes geomètriques bàsiques podem combinar amb un sentit concret les relacions volumètriques que determinen aquestes figures i assolir un cert control de la dialèctica en l'espai aplicant el principi de la proporcionalitat tridimensional. Sausmarez (1995) proposa l'anàlisi i aplicació d'unitats individuals i separades i també superposicions i interpenetracions de les unitats. D'aquesta manera podrem adonar-nos que no existeix una qualitat absoluta de mida i forma i que la seva variabilitat contribueix decisivament per transmetre un determinat missatge. Com recull Maltese (1972) en la seva anàlisi semiològica del missatge que transmeten els objectes, la combinació de les tres variables dimensionals que componen els volums propicia un enorme potencial de valors significatius. Podrem copsar que cada unitat està influïda visualment per la interrelació volumètrica que s'estableix amb els altres components i que operen en l'espai i de forma conjunta amb el resultat formal final. Aquesta interrelació, de les parts entre si i la seva presentació com un tot, potencia i incrementa les possibilitats constructives i les solucions formals a adoptar per transmetre un determinat concepte o significat.

Treballant amb una família estricta de formes geomètriques es limiten les possibilitats constructives i es potencia la intervenció de criteris dinàmics i ordenadors. Són aquests criteris bàsics relacionals els que fan emergir els principis de proporcionalitat volumètrica entre els elements de la composició, la repetició formal com instrument racionalitzador i l'adaptació i harmonització dels components tridimensionals com a parts que constitueixen un tot conceptual. Per tant, els resultats fruit d'aquestes composicions harmòniques seran més efectives, i transmetran millor un significat determinat, que les que es puguin obtenir cercant variacions formals. Per tant, establir altres criteris com la limitació de materials podria constituir un altre estímul per la creativitat i la invenció. El mateix Sausmarez (1995) considera aquestes limitacions com els esperons de la ment, de la sensibilitat de cognitiva i de la creació espacial.

Per a Rawson (1990) existeixen un seguit de factors principals que participen en tota combinació i organització de les formes tridimensionals. En primer lloc s'ha de valorar les característiques físiques i la mida relativa dels elements que agrupats configuren la proposta que es pot analitzar des de diferents punts de vista. En segon lloc cal valorar l'escala i la posició que ocupen aquests elements en relació a l'observador. El tercer factor a tenir en compte és la manera com es disposen els elements i de la seva relació amb l'entorn. Un volum es fa intel·ligible configurant-lo de manera que presenti un seguit de vistes que l'espectador pugui captar a partir de l'articulació dels diferents components que connectin el significat a nivell d'idea formal.

El primer mètode d'articulació i el més bàsic consisteix en una simple addició on és suficient amb la unió dels diferents elements per determinar les relacions espacials entre els diferents components. De manera que cal fixar-se i concretar les relacions entre els diferents elements de la composició per generar una estructura de continuïtat entre ells per tal d'incloure a un únic significat. Atenent als arguments exposats i en funció dels objectius de la investigació considero que la utilització de geometries tridimensionals bàsiques pot facilitar les tasques de representació. D'entre les possibilitats formals disponibles s'ha escollit els prismes rectangulars que per si mateixos

constitueixen les lletres del llenguatge visual tridimensional. A més, presenten unes característiques formals que limiten les seves possibles interpretacions i són elements coneguts i habituals per a tots els subjectes. També són fàcilment reproduïbles a partir de pràcticament qualsevol material i no requereix d'habilitats especials alhora de construir-los.

D'altra banda, a més de les limitacions compositives que suposa la utilització dels prismes rectangulars cal valorar el color com element fonamental de tota composició visual, sigui o no tridimensional. Com diu Saumarez: "si lo que uno pretende principalmente es la organización del entorno, el desarrollo de un arte ambiental, las propiedades psicológicas de las líneas, las formas y los colores serán una parte importante de la sustancia del trabajo" (1995: 115). La significació que s'atorga al color es considera que pertany al camp de l'experiència íntima i subjectiva. Per tant fa aflorar les nostres opinions subjectives i, a més, ens aporta altres tipus de propietats dinàmiques que estan presents en el color en si mateix. El color influeix notablement en les composicions visuals, condiona les preferències subjectives i la valoració del contingut a partir del seu simbolisme. Per tal que això no succeeix, i no influeixi significativament en la composició ni els conceptes que aquesta ha de transmetre, limitarem el color dels prismes rectangulars al blanc. El color blanc permet veure amb més claredat les formes geomètriques, les seves interrelacions espacials, i facilitarà la transmissió amb més eficàcia i efectivitat del concepte. D'acord amb l'afirmació de Maltese al referir-se al missatge que transmeten els objectes: "el blanco como tonalidad general... es un medio de valorar con precisión el puro juego de los volúmenes" (1972: 139).

9.3. DESENVOLUPAMENT DE LA PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ.

9.3.1. FASE 1: INTRODUCCIÓ GENERAL.

En aquesta primera fase es descriurà la pràctica d'investigació amb caràcter general i guiats pels objectius a assolir. Cal explicar el tipus d'organització que s'ha previst i com es distribuïran els participants en subgrups de treball, posant èmfasi en la importància del desenvolupament de les tasques individuals així com de la necessària participació activa en les col·lectives.

Les fases de la pràctica s'enumeren amb una breu descripció de l'activitat a realitzar i els instruments que es poden utilitzar per desenvolupar-la. A més s'ha de destacar que abans d'iniciar la següent fase es proporcionarà informació més concreta per aclarir els possibles dubtes que puguin sorgir. També és necessari explicitar la tasca concreta del conductor, la seva disponibilitat, el suport que pot oferir i com guiar als participants per a què per si sols puguin completar amb èxit l'activitat.

Una vegada organitzats els participants en grups de treball de cinc o sis persones se'ls hi donarà l'opció d'escollir el concepte a representar. Els conceptes abstractes a representar s'hauran seleccionat prèviament en funció dels objectius de la investigació. En el cas concret d'aquesta investigació, s'ha optat per conceptes que representin tan accions de caire general com estats habituals de les coses: unió, ordre, connexió, equilibri, moviment, opressió, diferència, evolució, cooperació, aïllament.

Una vegada cadascun dels participants tingui assignat el concepte que vol materialitzar o formalitzar cal posar en marxa la fase de recollida de dades i de visualització del concepte amb la finalitat de prendre consciència de quin és realment el contingut significatiu que abasta el concepte.

9.3.2. FASE 2: RECOLLIDA DE DADES.

Aquesta fase està estructurada a partir de dues activitats diferents però complementaries que tenen com objectiu comú delimitar el contingut del concepte de treball. En primer lloc es definirà el concepte i després se seleccionaran imatges on es pugui reconèixer el concepte per fer visible la seva representació mental.

DEFINICIÓ I REVISIÓ DE LES ACEPCIONS D'UN CONCEPTE.

La primera fase està delimitada per tres etapes que cada participant ha de realitzar individualment:

- redactar una explicació de com s'entén i quina significació conté el concepte assignat per a cada participant.

- cercar la definició del concepte en textos de referència, bàsicament diccionaris i enciclopèdies. Revisar el contingut del concepte d'almenys tres fonts diferents. Analitzar-les intentant recollir totes les possibles accepcions que normalment presenten els diccionaris. S'oferirà la possibilitat de consultar diccionaris en línia en català i en altres llengües.
- redactar una nova versió de la definició inicial del concepte a partir de la nova informació recollida incorporant aquelles accepcions del concepte que el participant consideri rellevants en la definició del concepte.

L'objectiu és que l'individu prengui consciència que cadascun de nosaltres tenim i fem una definició concreta, a vegades limitada, dels conceptes, però que els diccionaris recullen la diversitat d'accepcions, sentits i significats que pot adoptar una paraula, locucions a més d'exemples de contextos d'ús que han estat convencionalment aprovats de forma general per la comunitat.

Per obtenir dades objectives i mesurables del resultat d'aquesta fase de l'estudi es farà un qüestionari a cadascun dels participants per valorar la definició final del concepte que utilitzaran com a punt de partida per iniciar la següent fase que consisteix en realitzar una recerca i selecció d'imatges.

- Pregunta 1: ha estat difícil redactar una definició pròpia del concepte?.
- Pregunta 2: la consulta de la definició a diversos diccionaris t'ha permès conèixer altres accepcions del concepte?.
- Pregunta 3: has incorporat alguna accepció nova a la redefinició del concepte?.

SELECCIONAR UN CONJUNT D'IMATGES REPRESENTATIVES DEL CONCEPTE.

Cal continuar la pràctica seleccionant un conjunt d'imatges que millor puguin representar el concepte que treballa cada participant. Com s'ha explicat abans cal analitzar la informació gràfica que contenen les imatges prioritzant la seva lectura gestàltica.

S'ha de considerar que per fer viable la selecció d'imatges d'acord amb la perspectiva gestàltica s'ha d'exemplificar com realitzar-la. El conductor de

la pràctica mostrarà tres imatges i explicarà com fer la lectura del contingut gràfic representat emfatitzant la importància significativa de la primera impressió que es percep de les imatges. Posteriorment hi ha que disposar d'un període de temps per resoldre els possibles dubtes que puguin sorgir i facilitar la pràctica de la lectura dels participants amb tres imatges diferents.

Els participants han de cercar imatges en les quals reconeixin clarament i a partir d'una primera impressió el concepte assignat. És important transmetre que la selecció d'imatges s'ha de diversificar el màxim possible per obtenir un ventall representatiu de temàtiques i àmbits diferents. Disposar d'un ordinador per a cadascun dels participants pot suposar una bona eina per fer la cerca d'imatges. A més es poden oferir adreces web de bancs d'imatges per facilitar la tasca de selecció. El nombre d'imatges a seleccionar pot situar-se al voltant d'unes deu. Una vegada feta la selecció de les imatges s'imprimiran, cadascuna per separat, a una mida din-A5.

En el procés de selecció d'imatges el conductor de la pràctica no podrà ajudar als participants per tal de no influir en l'elecció dels participants. El rol del conductor es limitarà a donar suport i a resoldre problemes de tipus logístic o dubtes i qüestions que puguin sorgir en la utilització dels ordinadors. Una vegada tots els participants hagin dut a terme la selecció individual de les imatges i les hagin imprès s'iniciarà la següent fase.

9.3.3. FASE 3: INTERCANVI I VALORACIÓ DE LA INFORMACIÓ.

Aquesta fase presenta com objectiu principal l'intercanvi de la informació recollida i seleccionada referent al concepte a treballar i realitzar una primera valoració col·lectiva i consensuada de l'adequació informació que s'ofereix als altres participants. El conductor informará de com desenvolupar l'activitat. Cadascun dels participants col·locarà sobre una taula, una de les imatges que prèviament ha seleccionat i els altres membres del grup faran una lectura gestàltica de la imatge verbalitzant el concepte que la representació els hi suggereix a partir de la primera impressió. El procés s'ha de repetir per a cadascuna de les imatges seleccionades com a representatives del concepte. El participant que ha seleccionat les imatges anirà recollint aquesta informació per valorar si la seva elecció ha estat encertada o si

s'aproxima al concepte que té assignat. Per a què la imatge pugui considerar-se com representativa una majoria del col·lectiu haurà d'haver coincidit en el concepte que aquesta representa. Aquesta activitat s'ha de realitzar per tots el membres del grup i per a cadascun dels conceptes de treball.

L'objectiu final consisteix en obtenir un conjunt d'imatges, almenys cinc, que representin amb una certa claredat consensuada per tots els integrants del grup el concepte que cadascun d'ells té assignat. Aquest tipus d'activitat compartida i de col·laboració ha de suposar un dels revulsius per animar i donar continuïtat a la pràctica. El conductor haurà d'emfatitzar les característiques de cooperació i d'assoliment de consensos que representa l'activitat. Donar-li un caire lúdic i de joc participatiu pot ajudar al seu desenvolupament.

9.3.4. FASE 4: ANÀLISI I SÍNTESI DE LA IMATGE.

Cadascun dels participants, individualment, ha d'analitzar el contingut de les imatges, la informació que conté la representació gràfica, per extreure les característiques formals que poden resumir com visualitzar el concepte. La síntesi només es podrà formalitzar a partir de línies rectes. El moderador realitzarà uns exemples com desenvolupar l'activitat que puguin servir de pauta i orientació als participants. Es resoldran els possibles dubtes que es plantegin. S'oferirà la possibilitat, per aquells que presentin més dubtes o tinguin dificultats alhora de seguir l'activitat, de realitzar la síntesi per fases, amb un màxim de tres, per arribar progressivament a representar els trets principals de la imatge amb sis línies. La síntesi es realitzarà només d'aquelles imatges que hagin estat prèviament consensuades en la fase anterior com representatives de cadascun dels conceptes. La síntesi gràfica es realitzarà en el mateix full d'impressió de la imatge.

El conductor pot donar suport a la realització de l'activitat, però no ha d'intervenir en la presa de decisions dels participants. Per obtenir dades objectives i mesurables del resultat de les fases que s'han desenvolupat a partir de les imatges es farà un qüestionari a cadascun dels participants per valorar les possibles dificultats que s'hagin pogut trobar i com es valoren les aportacions que ha proporcionat el col·lectiu.

- Pregunta 4: a partir de la primera impressió que has copsat de la imatge, ha estat difícil reconèixer la representació del concepte?.
- Pregunta 5: d'entre totes les imatges seleccionades, han reconegut els teus companys el concepte en més de la meitat?.
- Pregunta 6: ha estat complicat analitzar i sintetitzar el concepte representat a la imatge mitjançant un esquema gràfic de línies?.

9.3.5. FASE 5: DESENVOLUPAMENT TRIDIMENSIONAL DE LA PROPOSTA.

Finalitzada la fase anterior s'explicarà amb detall com dur a terme el desenvolupament de formalització de la proposta tridimensional del concepte. El material escollit per realitzar la proposta ha de ser plastilina de color blanc. S'ha valorat que precisament la ductilitat del material com una de les característiques principals d'idoneïtat alhora de poder manipular-lo i donar-li la forma desitjada. Els elements compostius que s'utilitzaran per la proposta han de ser cossos geomètrics bàsics de tres dimensions. S'ha optat en aquest cas per figures prismàtiques rectangulars per constituir formes àmpliament conegudes i utilitzades en la vida quotidiana. Es mostraran exemples d'aquests tipus de poliedres i s'ensenyaran objectes representatius. Es recomana que el conductor de la pràctica també exemplifiqui com formalitzar els prismes aprofitant la plasticitat del material escollit pel treball i en com utilitzar els estris necessaris per obtenir uns elements compostius regulars.

Alhora d'iniciar el procés per formalitzar l'estructura compositiva representativa del concepte a treballar, els participants han d'utilitzar les síntesis gràfiques que han elaborat a partir de les imatges seleccionades en la fase anterior. És recomanable analitzar el conjunt de síntesis gràfiques per cercar els trets més representatius i destriar els requisits i limitacions que ha de respectar la proposta per poder planificar la seva execució. Cal tenir en compte i advertir als participants de la pràctica que només es podran utilitzar quatre prismes rectangulars per fer la composició que ha de representar al concepte.

Tot i les limitacions de recursos que s'han fixat en el desenvolupament del treball d'elaboració conceptual, els participants poden variar mides, alçades

i llargades per tal d'adequar les seves composicions a l'objectiu de representar tridimensionalment el concepte assignat. Tots els prismes han de ser rectangulars, de manera que no presentin alteracions formals que dificulti el seu reconeixement i, a més, han de formar una única composició formal. La composició estructurada pels prismes ha de presentar-se com una unitat, perceptiblement compactada tot i poder distingir-se els quatre elements que la constitueixen. Per tant els prismes han de tenir entre ells algun punt de contacte que ajudi a copsar la composició com un sol objecte.

El conductor de la pràctica d'investigació ha de demanar als participants que elaborin, almenys, dues composicions diferents de quatre prismes cadascuna per representar el concepte.

9.3.6. FASE 6: INTERCANVI I VALORACIÓ DE LA INFORMACIÓ.

Aquesta fase presenta, igual que succeïa en la fase 3, l'objectiu principal d'intercanviar informació entre els membres del grup de cadascuna de les propostes elaborades individualment per poder valorar-la col·lectivament i recollir els consensos que es puguin produir.

El conductor informarà de com desenvolupar l'activitat. Cadascun dels participants col·locarà sobre una taula, per separat, les propostes compositives que ha realitzat. Els restants membres del grup valorarà si la representació s'acosta a l'objectiu i podrà afegir els comentaris que cregui oportuns per millorar el resultat, suggerir canvis o realitzar les aportacions que consideri. El conductor de l'activitat haurà d'intentar que aquestes observacions tinguin un caire prepositiu presentant aquesta fase com una activitat col·laborativa on es precisa la participació de tothom. Cadascun dels participants ha de recollir els comentaris dels altres membres del grup. Aquestes aportacions han de ser valorades individualment pels autors proponentes de cadascuna de les composicions tridimensionals i les dades obtingudes s'hauran d'emprar per reelaborar i millorar la proposta, en el cas que sigui necessari.

9.3.7. FASE 7: VALORACIÓ CONJUNTA DELS RESULTATS I OBJECTIUS ASSOLITS.

Una vegada tots els participants hagin elaborat la seva proposta compositiva a partir dels prismes rectangulars per representar tridimensionalment el concepte de treball es presentaran els resultats a tots els participants en la pràctica d'investigació. Cadascun dels participants ha de referir-se a un concepte per identificar cadascuna de les composicions dels altres participants i expressar-ho públicament per després poder valorar tots conjuntament si el resultat s'acosta a l'objectiu prèviament plantejat.

Al final de la pràctica es realitzarà un últim qüestionari per recollir dades del treball compositiu i de la valoració dels participants del conjunt de l'activitat.

- Pregunta 7: Ha estat fàcil traslladar els esquemes gràfics de síntesi a una proposta tridimensional?.
- Pregunta 8: Valores l'ordenació compositiva dels quatre elements com el factor determinant per transmetre el significat del concepte?.
- Pregunta 9: Els altres participants han reconegut, majoritàriament, el concepte en la proposta que has formalitzat?

Per tal de facilitar l'exercici de la pràctica d'investigació s'ha elaborat un document que recull i descriu sintèticament les fases que s'han de desenvolupar en el procés. S'ha destacat en cadascuna de les fases les accions principals que articulen el treball a desenvolupar amb la intenció de servir de guia per dur a terme la investigació. A més, en cadascuna de les fases també s'ha destacat el conjunt de materials o de recursos que s'han de preveure per facilitar el treball d'investigació. D'aquesta manera s'obté una visió completa de les diverses relacions que s'estableixen entre les successives fases, la interdependència de les dades obtingudes i de com s'han d'implementar els resultats que s'assoleixen.

9.3.8. FITXA DE LA PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ.

FITXA DE LA PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ	
Materialització del significat d'un concepte mitjançant la seva representació tridimensional	
Fase 1: introducció general.	
<i>Introducció</i>	Descripció de la pràctica d'investigació Objectius principals Fases de la pràctica Organització del grup de pràctica
<i>Organització</i>	Establir els grups de treball de sis participants Assignació als participants del concepte a representar
<i>Material</i>	Elaboració pròpia Diccionaris i consultes ordinadors
Fase 2: recollida de dades	
<i>Activitat individual</i>	
<i>Concepte</i>	Definició del concepte Consulta del concepte a diferents diccionaris Redefinició del concepte
<i>Moderador</i>	Qüestionari
<i>Imatges</i>	Selecció d'imatges representatives del concepte Impressió de les imatges seleccionades
<i>Material</i>	Ordinadors Impressores
Fase 3: intercanvi i valoració de la informació.	
<i>Activitat col·lectiva</i>	
<i>Imatges</i>	Compartir les imatges representatives del concepte Recollir la valoració dels altres participants
Fase 4: Anàlisi i síntesi de la imatge.	
<i>Activitat individual</i>	
<i>Imatges</i>	Anàlisi de la representació gràfica de les imatge Síntesi de la representació gràfica de les imatge
<i>Moderador</i>	Qüestionari
Fase 5: Desenvolupament tridimensional de la proposta.	
<i>Activitat individual</i>	
<i>Prismes</i>	Composició tridimensional del concepte Elaboració de dues propostes diferents
<i>Material</i>	Plastilina blanca Cúter i suport per tallar
Fase 6: Intercanvi i valoració de la informació.	
<i>Activitat col·lectiva</i>	
<i>Prismes</i>	Compartir les dues propostes compositives Recollir la valoració dels altres participants
Fase 7: Valoració conjunta dels resultats i objectius assolits.	
<i>Activitat comuna</i>	
<i>Prismes</i>	Mostrar la proposta compositiva definitiva Recollir l'opinió dels altres participants Valorar el grau de consens assolit per la proposta
<i>Moderador</i>	Qüestionari

10. TEMPORITZACIÓ, RESULTATS I VALORACIÓ DE LA PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ.

Després de valorar els recursos metodològics que estructura i defineix la pràctica d'investigació, els objectius a assolir i les finalitats resultants es va creure convenient desenvolupar l'estudi delimitant la mostra de subjectes tenint en compte els criteris definits amb anterioritat: característiques compartides per tal de facilitar la necessària interrelació entre els individus participants, en aquest cas prioritzant edat i nivell de formació per a guiar els possibles vincles de cooperació en el desenvolupament de la pràctica. La pràctica d'investigació es va programar pel novembre de 2014 amb estudiants de primer curs de Grau d'Enginyeria en Disseny Industrial de l'Escola Elisava de Barcelona.

Anna M. del Corral i jo mateix, professors d'Elisava Escola Superior de Disseny i de l'assignatura de Metodologia del primer curs del Grau d'enginyeria en disseny industrial varem desenvolupar la pràctica d'investigació amb dos grups d'estudiants cadascun. Els grups 1, 2 i 3 estaven integrats per 19 persones mentre que el grup 4 per 18 participants. El desenvolupament de la pràctica amb els quatre grups es va desenvolupar amb fluïdesa sense incidències significatives i amb un molt bon seguiment per part de tots els participants.

També en funció de les dues variables referenciades, edat i nivell de formació, es va cercar un grup totalment diferenciat dels anteriors amb l'objectiu d'analitzar les dades i comparar-les per obtenir un seguit de conclusions el més objectives possibles. En aquest grup de control van participar persones d'entre 65 i 70 anys i nivell de formació d'estudis bàsics. Aquest grup de participants, a qui he assignat el número 5, estava format per persones que de manera habitual participaven, voluntàriament, en els tallers pràctics de memòria que organitza anualment l'Ajuntament de La Garriga, del Vallès Oriental. Cal destacar que en tots els casos són persones normals i sense cap malaltia de tipus degeneratiu. En general, els participants en aquests tipus de tallers són persones que disposen de temps lliure i que vehiculen les seves inquietuds i activitats integrant-se en grups que desenvolupen

exercicis intel·lectuals i de memòria per mantenir actives les seves capacitats cognitives.

El grup número cinc va desenvolupar la pràctica d'investigació entre els mesos d'abril a juny de 2015, tenint en compte que el temps de dedicació setmanal era molt més reduït que en els altres grups que varen desenvolupar la pràctica. L'estudi d'investigació el va conduir i moderar Pilar Cases, pedagoga, que disposa d'una gran experiència docent i de treball amb gent gran i que normalment dirigeix aquests tipus de tallers de memòria per a gent gran a nombrosos Ajuntaments de l'àrea metropolitana de Barcelona. Com recull Pilar Cases, conductora d'aquest grup, d'entre tots els participants en els cursos de memòria, només s'han tingut en compte els resultats d'aquells que completat totes les fases de l'activitat i que, a més, han valorat l'activitat responen al qüestionari (veure informe que s'adjunta a l'annex).

A tall d'exemple, s'adjunten a continuació un seguit d'imatges que il·lustren algunes fases del procés d'investigació. En concret, el primer grup d'imatges, figures 28 a 31 exemplifiquen com a partir d'un determinat concepte s'han escollit unes imatges concretes que, després, en funció del concepte a treballar, s'han sintetitzat i representat gràficament mitjançant uns esquemes lineals que són fruit del procés d'anàlisi conceptual del missatge que transmeten les pròpies imatges.

El grup d'imatges següent, figures 32 a 37, mostren diverses representacions tridimensionals de conceptes, és a dir, els resultats finals de la pràctica. Les propostes compositives exemplifiquen com s'han organitzat, formalitzat i endreçat els volums d'una manera molt determinada per tal, en funció de cadascun dels casos, d'intentar transmetre el significat del concepte. Gràcies als recursos i a la metodologia emprada en la pràctica d'investigació els participants han pogut, en tots els casos, construir un model tridimensional per representar el concepte de treball i, a més, el significat ha estat reconegut per la majoria de subjectes que han participat a l'estudi.

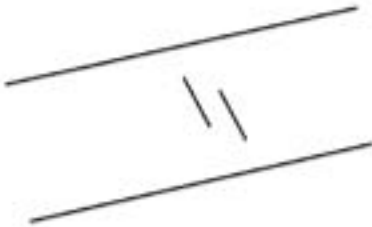


Figura 28. Exemple d'anàlisi sintètica del concepte de diferència.
Autor: Q. Amat.



Figura 29. Exemple d'anàlisi sintètica del concepte de diferència.
Autor: Q. Amat.



Figura 30. Exemple d'anàlisi sintètica del concepte de diferència.
Autor: Q. Amat.



Figura 31. Exemple d'anàlisi sintètica del concepte de diferència.
Autor: Q. Amat.

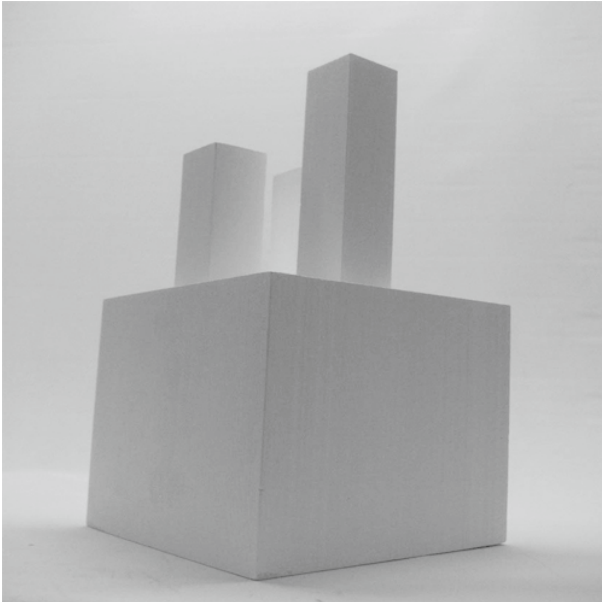


Figura 32. Representació volumètrica del concepte superioritat.
Autor: J. Rubio.

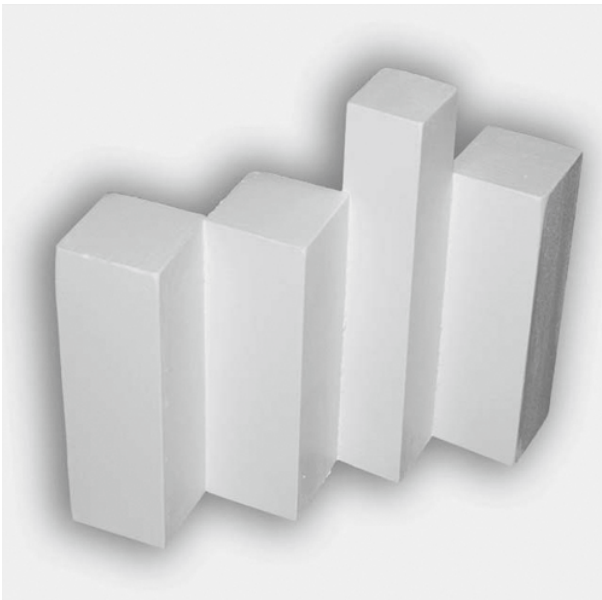


Figura 33. Representació volumètrica del concepte superioritat.
Autora: M. Riera.

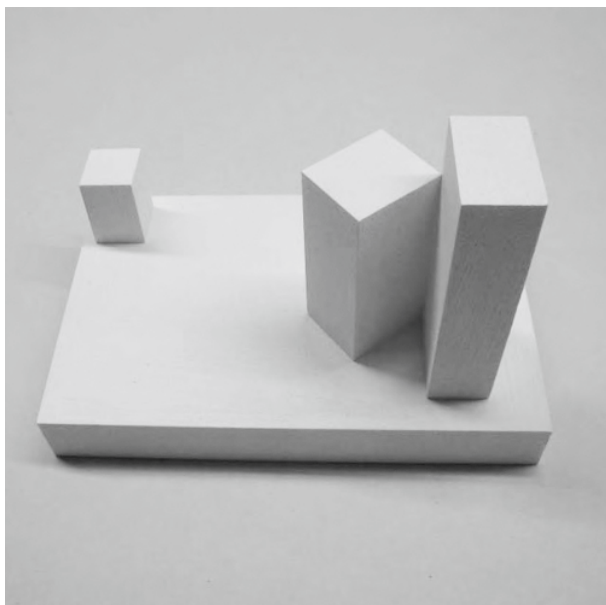


Figura 34. Representació volumètrica del concepte superioritat.
Autor: S. Vich.

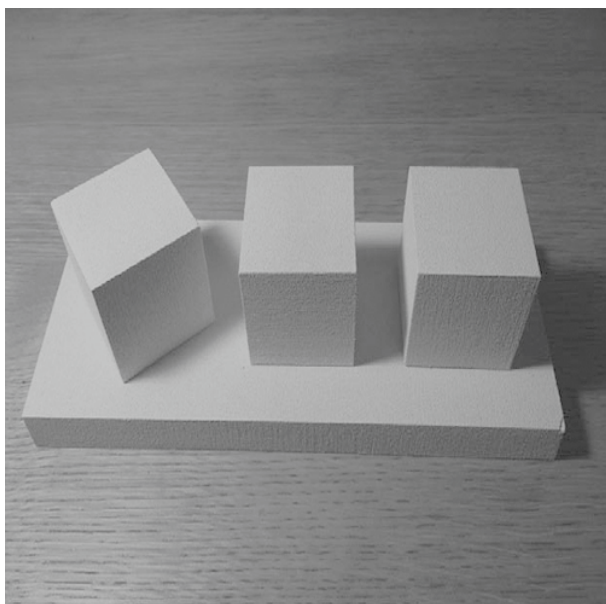


Figura 35. Representació volumètrica del concepte superioritat.
Autor: Q. Amat.



Figura 36. Representació volumètrica del concepte superioritat.
Autora: L. Barrios.



Figura 37. Representació volumètrica del concepte superioritat.
Autor: A. Soler.

Els resultats de la pràctica d'investigació s'han mesurat a partir d'un qüestionari que s'ha elaborat per recollir informació sobre l'evolució de la pràctica i del grau assoliment dels objectius plantejats. El qüestionari s'ha previst per facilitar la recollida de la valoració i opinions dels participants, tant respecte al desenvolupament de l'exercici com dels resultats assolits. En la confecció del qüestionari s'ha prioritzat la concreció, en el plantejament de les preguntes, i l'alternança, en les opcions de resposta. Les preguntes s'han formulat amb voluntat d'orientar un procés reflexiu sobre la pràctica efectuada i s'ha tingut una cura especial en deixar tancades les opcions de resposta per poder objectivar amb més facilitat les dades resultants. Finalment s'ha reservat un apartat per a què els participants puguin fer una valoració personal i aportar lliurement els comentaris personals que creguin oportuns.

El qüestionari comença fent referència al concepte que s'ha treballat al llarg de tot el procés. Aquesta informació tot i no emprar-se amb finalitats estadístiques s'ha inclòs per dos motius principals: en primer lloc, per tal d'ajudar als participants a relacionar les preguntes i el concepte treballat i, en segon lloc, per a què els participants tinguin present en tot moment el concepte alhora de contestar les preguntes. El qüestionari diferencia les preguntes en tres àrees d'interès com s'ha explicat en l'apartat anterior. Les qüestions s'agrupen per fases de desenvolupament de la pràctica i sota els epígrafs generals de concepte, imatges i representació tridimensional. Les preguntes que conté cadascun d'aquests apartats estan relacionades si, per tal obtenir dades que puguin ser relacionades directament amb els objectius de la pràctica d'investigació.

Afegir que al final del qüestionari s'ha habilitat un espai per a què els participants puguin fer una valoració lliure i personal respecte a la pràctica d'investigació. Un espai reservat a la recollida de tot tipus d'opinions personals sobre la temporització i el desenvolupament de la pràctica, els instruments utilitzats per materialitzar el concepte, les dificultats detectades i aportacions a possibles vies de millora de l'activitat. També cal indicar que l'espai pot servir per comentar aspectes no recollits en la bateria de preguntes.

10.1. QÜESTIONARI DE SEGUIMENT DE LA PRÀCTICA.

QUESTIONARI DE SEGUIMENT D'APLICACIÓ DE LA PRÀCTICA	
Materialització del significat d'un concepte mitjançant la seva representació tridimensional	
Concepte:	<input type="text"/>
	SI NO
1.- Ha estat difícil redactar una definició pròpia del concepte?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2.- La consulta a diversos diccionaris de la definició t'ha permès conèixer altres accepcions del concepte?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3.- Has incorporat alguna accepció nova a la redefinició del concepte?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Imatges:	
	SI NO
4.- A partir de la primera impressió que has copsat de la imatge, ha estat difícil reconèixer la representació del concepte?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5.- D'entre totes les imatges seleccionades, han reconegut els teus companys el concepte en més de la meitat?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6.- Ha estat complicat analitzar i sintetitzar el concepte representat a la imatge mitjançant un esquema gràfic de línies?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Representació tridimensional:	
	SI NO
7.- Ha estat fàcil traslladar els esquemes gràfics de síntesi a una proposta tridimensional?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8.- Valors l'ordenació compositiva dels 4 elements com el factor determinant per transmetre el significat del concepte?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9.- Els teus companys han reconegut, majoritàriament, el concepte en la proposta que has formalitzat?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Comentari personal de la pràctica	
<input type="text"/>	
Ciutat i data,	

Al finalitzar cadascuna de les pràctiques d'investigació es va demanar a cadascun dels participants que responguessin al qüestionari. A més, seguint les recomanacions d'aquesta tècnica de recollida d'informació i, per tal d'aprofitar les dades que facilita aquest instrument sociològic, es van explicar els objectius del qüestionari, el tractament de les dades i la finalitat que es donaria a la informació obtinguda. Tanmateix i per tal d'augmentar la veracitat i objectivitat de les dades es va optar per recollir la informació de forma anònima.

10.2. RESULTATS DE LA PRÀCTICA D'INVESTIGACIÓ.

Les respostes recollides als qüestionaris s'han tabulat i les dades resultats s'ofereixen en format percentual en el gràfic següent. S'han recollit tots els resultats de les enquestes realitzades als participants en la pràctica d'investigació el que suposa un total de 93 qüestionaris. Cal tenir en compte que les dades dels 4 primers grups corresponent als participants d'edats compreses entre el 18 i 20 anys i nivell de formació secundària (que a partir d'ara anomenarem com a grups de tipologia A). Els participants del grup 5, com a grup de control, estava format per persones d'edats compreses entre els 65 i 70 anys (tipologia B). S'han distingit les dades d'aquest grup amb una franja acolorida per tal de referenciar i comparar els resultats obtinguts amb més facilitat (figura 38).

A continuació s'analitzen els resultats obtinguts del qüestionari en funció de cadascuna de les fases principals de la pràctica i de les preguntes corresponents. Recordar que s'han preparat grups de tres preguntes per tal valorar els resultats de la pràctica.

El primer grup de preguntes recull la concepció que individualment tenim d'un determinat concepte i de si aquesta concepció s'ajusta a la concepció general i comuna que utilitzen tots els individus d'una determinada comunitat social i cultural. Es tracta d'examinar com intervé el concepte en el cicle pragmàtic de les coses i com participa la seva concepció en el coneixement dels subjectes.

Resultats de l'enquesta realitzada als participants en la pràctica d'investigació

		Grup 1	Grup 2	Grup 3	Grup 4	Grup 5	Mitjana
Ha estat difícil redactar una definició pròpia del concepte?	Si	22	6	11	6	23	13,60
	No	79	95	90	95	78	87,40
La consulta a diversos diccionaris de la definició t'ha permès conèixer altres accepcions del concepte?	Si	69	74	90	73	89	79,00
	No	32	27	11	28	12	22,00
Has incorporat alguna accepció nova a la redefinició del concepte?	Si	69	74	48	34	95	64,00
	No	32	27	53	67	6	37,00
A partir de la primera impressió que has copsat de la imatge, ha estat difícil reconèixer la representació del concepte?	Si	58	32	43	56	34	44,60
	No	43	69	58	45	67	56,40
D'entre totes les imatges seleccionades, han reconegut els teus companys el concepte en més de la meitat?	Si	90	85	90	95	73	86,60
	No	11	16	11	6	28	14,40
Ha estat complicat analitzar i sintetitzar el concepte representat a la imatge mitjançant un esquema gràfic de línies?	Si	53	53	53	23	89	54,20
	No	48	48	48	78	12	46,80
Ha estat fàcil traslladar els esquemes gràfics de síntesi a una proposta tridimensional?	Si	27	32	43	50	45	39,40
	No	74	69	58	50	56	61,40
Valores l'ordenació compositiva dels 4 elements com el factor determinant per transmetre el significat del concepte?	Si	79	90	95	95	34	78,60
	No	22	11	6	6	12	11,40
Els teus companys han reconegut, majoritàriament, el concepte en la proposta que has formalitzat?	Si	85	69	79	62	17	62,40
	No	16	32	22	39	28	27,40

Figura 38. Tabulació de les dades obtingudes amb el qüestionari de la pràctica d'investigació.
Font: Elaboració pròpia.

Les preguntes d'aquest primer grup són:

- Pregunta 1: ha estat difícil redactar una definició pròpia del concepte?.

Més del 90 % dels participants de tres dels quatre grups de tipologia A es consideren competents per elaborar una definició d'un concepte determinat. Mentre que en el Grup 1 (tipologia A) i el Grup 5 (tipologia A) el percentatge dels participants que es consideren competents disminueix fins a un \pm 80%. Tot i aquestes diferències la mitjana és manté al voltant d'un 87 %. Per tant, una gran majoria dels participants se senten habilitats per reconèixer i treballar amb conceptes.

- Pregunta 2: la consulta de la definició a diversos diccionaris t'ha permès conèixer altres accepcions del concepte?.

Més dels dos terços dels participants consideren que no tenien una concepció complerta del significat del concepte escollit per a la pràctica i que la consulta d'altres accepcions li han aportat una informació addicional i complementaria d'aquella primera concepció que tenia del concepte. Mentre que el Grup 3 (tipologia A) i el Grup 5 (tipologia A) la mancança de coneixements

d'altres accepcions és més nombrosa. La mitjana dels noranta-tres participants és situa pràcticament al voltant del 80 % que consideren que no tenien una definició prou àmplia o complerta del concepte de treball.

- Pregunta 3: has incorporat alguna accepció nova a la redefinició del concepte?.

Els grups 1 i 2 (tipologia A) i el grup 5 (tipologia B) presenten resultats similars a la pregunta 3 i en concordança amb les respostes que deriven de la pregunta 2. No succeeix el mateix amb els grups 3 i 4 (tipologia A) on no trobem una correlació similar entre les respostes que deriven de la pregunta 2 i 3. Cal valorar aquesta distorsió i analitzar-la per esbrinar possibles causes i tenir-les en compte en futures aplicacions de la pràctica d'investigació. En aquest moment només podem valorar el fet que tots dos grups varen ser conduïts pel mateix moderador. El que cal considerar significatiu, pels objectius de la investigació és que gruix de respostes positives dels grups 1, 2 i 5 es correspon amb el fet de conèixer noves accepcions del concepte i d'incorporar alguna d'aquestes noves accepcions a la redefinició del concepte per tal de delimitar-lo i precisar-lo abans de continuar amb la pràctica d'investigació. Des d'un posicionament pragmàtic cal valorar les respostes que faciliten la inclusió de noves accepcions dels conceptes.

De l'anàlisi de les respostes a les tres preguntes realitzades, en aquesta primera àrea d'interès per a la investigació, podem concloure que la gran majoria dels individus es consideren plenament solvents alhora de treballar amb conceptes con instruments relacionals. Una gran majoria dels participants ha considerat que no disposen d'un coneixement complet o suficientment ampli del significat que social o culturalment s'ha assignat als conceptes i també una gran majoria adopta les noves accepcions i les incorpora al seu saber voluntàriament per tal d'eixamplar-lo.

El segon grup de preguntes fa referència a les possibilitats de reconèixer conceptes mitjançant un conjunt de característiques que presentades d'una determinada manera fan referència a un concepte concret. Una primera impressió individual que recull ràpidament el significat d'una imatge, com si fos una *affordance* representativa i conceptual. En aquest segon grup de

preguntes es vol esbrinar la validesa de les representacions i la seva incidència en la comunitat alhora de comunicar-les de manera efectiva. Si cal o no tenir en compte les opinions dels altres respecte a la manera de representar els conceptes.

Les preguntes d'aquest segon grup són:

- Pregunta 4: a partir de la primera impressió que has copsat de la imatge, ha estat difícil reconèixer la representació del concepte?.

Un percentatge superior a la meitat dels integrants dels grups 1 i 4 han considerat difícil reconèixer la representació el concepte que treballaven en les imatges que prèviament havien seleccionat, mentre que el percentatge s'inverteix en el grup 3. Els grups 2 (tipologia A) i 5 (Tipologia B) presenten resultats similars on pràcticament un 70 % dels participats no han trobat dificultats per reconèixer els conceptes en les imatges seleccionades. De totes maneres la mitjana se situa al voltant del 50 %

- Pregunta 5: d'entre totes les imatges seleccionades, han reconegut els teus companys el concepte en més de la meitat?.

Per les respostes de tots els grups sembla que la gran majoria dels participants han realitzat l'exercici previ de selecció d'imatges de manera adequada i en concordança al concepte que estaven treballant. La mitjana resultant situa al voltant del 86% el reconeixement en les imatges seleccionades del concepte que aportava cada membre del grup. La conclusió que podem extreure és que s'han establert consensos de forma ampla i generalitzada entre les representacions conceptuals que aportaven les imatges i els referents que han utilitzat els altres membres del grup alhora d'identificar el concepte que contenien aquestes mateixes imatges.

- Pregunta 6: ha estat complicat analitzar i sintetitzar el concepte representat a la imatge mitjançant un esquema gràfic de línies?.

La valoració de l'exercici de síntesi gràfica de les imatges ha estat equilibrada pel que fa referència al nivell de complexitat o de dificultat. Només en el cas del grup 5 (tipologia B) s'ha manifestat un grau de dificultat considerable ja

que ha arribat a un 89 % dels participants. La dificultat de representar sintèticament el concepte a partir de la informació que ens ofereix cadascuna de les imatges es pot atribuir a diversos factors. Un dels factors que podem valorar és la novetat que planteja l'exercici respecte a altres formes d'anàlisi ja que demana la utilització, organització i composició de recursos gràfics als quals una part important dels participants poden no haver emprat mai abans, o simplement poden no estar habituats o no els utilitzen de manera quotidiana. Cal valorar si aquesta manera de sintetitzar la representació conceptual que ens ofereix la imatge és la més adient o de si es poden emprar altres recursos compositius que faciliten la tasca de sinterització que demana la pròpia pràctica d'investigació.

De l'anàlisi de les respostes a les tres preguntes realitzades, en aquesta segona àrea d'interès per a la investigació, podem extreure les següents conclusions: la meitat dels participants s'han mostrat competents i solvents alhora de treballar amb les imatges, els conceptes significatius que les representacions contenen. El fet que pràcticament el 90% dels participants hagin coincidit en el reconeixement conceptual del significat que contenen les imatges prèviament seleccionades pels altres membres del grup, almenys en més del 50 % de les imatges escollides implica, pels objectius de la practica, una confirmació de la necessitat d'incorporar la valoració conceptual dels membres de la comunitat. Aquesta fase de la pràctica fa palesa que en la identificació i en la formalització dels conceptes que poden arribar a intervenir en la configuració de les coses s'ha d'incorporar el valor significatiu que són capaços d'esbrinar els altres membres del grup per tal de garantir un grau de fiabilitat i d'eficàcia alhora de transmetre uns determinats missatges.

El tercer grup de preguntes abasta aspectes representatius i qüestions referents als resultats que han formalitzat els participants. Aspectes compositius que relacionen l'ordenació volumètrica amb la comprensió del missatge que es pretén transmetre mitjançant l'estructuració espacial dels elements que determinen el concepte. Aquesta part del qüestionari tracta de recollir les valoracions de com s'han transformat les representacions conceptuals d'un

format estructurat per missatges bidimensionals a unes altres estructurades a partir de la tridimensionalitat de les representacions.

En aquesta fase també es recullen les valoracions dels resultats assolits pels participants en funció de l'abast de reconeixement conceptual que es pretenia oferir i comunicar formalment als demés participants en la pràctica d'investigació. Gràcies a la valoració comuna dels conceptes transmesos per cadascuna de les composicions volumètriques que han realitzat els participants en la pràctica es pot copsar la capacitat comunicativa de les composicions volumètriques i entendre-les, gràcies a la seva materialització, com a vehicles o instruments comunicatius.

Les preguntes d'aquest tercer grup són:

- Pregunta 7: Ha estat fàcil traslladar els esquemes gràfics de síntesi a una proposta tridimensional?.

Una mitjana del 60 % dels participants ha considerat complicat l'exercici de formalització tridimensional de la proposta conceptual a partir de la síntesi representativa de les imatges. Aquest resultat demana la recerca de mecanismes relacionals entre les formes de lectura gestàltica dels missatges bidimensionals i tridimensionals i l'anàlisi de quins poden ser els punts comuns per extrapolar els recursos d'un espai a l'altre. El coneixement d'aquests punts comuns pot facilitar la manera d'emprar els recursos formals alhora de plantejar la materialització d'un concepte.

Cal, però, tenir en compte que els percentatges de les respostes 6 i 7 són molt propers i això ens pot indicar un grau elevat de fiabilitat en les respostes i en la implicació dels participants en el desenvolupament de la pràctica.

- Pregunta 8: Valors l'ordenació compositiva dels quatre elements com el factor determinant per transmetre el significat del concepte?.

En l'anàlisi de les respostes a aquesta pregunta i de la següent hem de fer l'excepció que la valoració s'ha de realitzar en funció de les tipologies dels grups participants. En els qüestionaris que han respost els participants del

grup 5, de tipologia B, només un 46 % ha marcat alguna de les opcions de les preguntes 8 i 9.

Els grups de tipologia A han considerat majoritàriament i en un percentatge elevat l'ordenació compositiva dels volums com un dels elements fonamentals alhora d'estructurar la manera de formalitzar i de transmetre el concepte. En tres dels quatre grups un 90-95 % dels participats estan d'acord amb aquesta conclusió. Els resultats del grup 5, tot i no ser extrapolables com s'ha indicat, confirmen la importància del valor compositius dels volums per transmetre un concepte determinat.

- Pregunta 9: Els altres participants han reconegut, majoritàriament, el concepte en la proposta que has formalitzat?

Les respostes dels grups de tipologia A presenten resultats similars. Els grups 1 i 3 conduïts per moderadors diferents coincideix al voltant del 80 % respecte al grau de reconeixement del concepte per part dels altres membres integrants del grup. Mentre que el percentatge els redueix fins al voltant del 65 % en els grups 2 i 4 conduïts també per diferents moderadors.

Els resultats del grup 5, tenint en compte les excepcions esmentades anteriorment, contradiuen les que presenten els grups de tipologia A. Les diferències es poden deure a les dificultats que s'hagin pogut sorgir alhora de treballar amb eines de síntesi i de representació poc habituals per als participants. També cal tenir presents les dificultats de seguiment i d'assistència que menciona la conductora de la pràctica en el seu informe i que es pot consultar en els annexos.

Respecte als comentaris recollits en l'espai adreçat a les opinions personals i valoracions lliures de la pràctica d'investigació cal indicar que els grups de tipologia A han valorat l'estructuració de la pràctica com una forma efectiva de visualitzar tridimensionalment els conceptes en un percentatge que arriba fins al 80 % de les opinions expressades. En el cas del grup 5 un 50 % dels participants han emprat el terme "interessant" per qualificar l'exercici mentre que l'altre 50 % ha considerat que el desenvolupament de la pràctica els ha suposat dificultats. Entre les dificultats expressades predominen les

relacionades amb el procés de representació sintètica de les imatges de referència, valoració també expressen els participants dels grups de la tipologia A en un 45 % dels seus comentaris.

En general, es pot afirmar que els resultats obtinguts de la pràctica d'investigació demostren que els subjectes tenen un coneixement parcial de l'abast significatiu dels conceptes que utilitzen habitualment. A més, s'ha pogut observar que una gran majoria dels participants en la pràctica han mostrat una gran predisposició per incorporar noves accepcions i complementar la significació dels conceptes.

La lectura dels recursos bidimensionals s'ha mostrat com una eina molt efectiva per visualitzar els conceptes i podem afirmar que els subjectes han relacionat amb fluïdesa i amb un grau elevat de fiabilitat una lectura gestàltica del significat conceptual que contenen les imatges. La utilització d'imatges com instrument per habilitar la pràctica de la lectura formal dels conceptes ha confirmat les seves capacitats.

Per últim, la pràctica d'investigació ha demostrat que els aspectes qualitius de les formalitzacions tridimensionals poden emprar-se com a vehicles per comunicar conceptes de manera semblant a com ho fan les imatges, però, tot i la seva capacitat per transmetre conceptes, aquests queden més desdibuixats formalment i cal emfatitzar-los per a què els subjectes de forma majoritària siguin capaços de reconèixer-los i d'identificar-los. El fet d'evidenciar les capacitats comunicatives de les formes tridimensionals ha sobtat a molts dels participants en la practica d'investigació que han manifestat en els comentaris generals que han realitzat.

11. APLICACIÓ METODOLÒGICA DEL MODEL PRAGMÀTIC DE LES COSES.

L'aplicació del model de la concepció pragmàtica de les coses s'ha pogut desenvolupar metodològicament i implementar en la pràctica real gràcies al suport i a la disponibilitat que ens ha ofert l'Àrea de Ciències Socials d'Elisava Escola Superior de Disseny de Barcelona. Després d'examinar la programació docent de les diferents assignatures del Departament es va considerar adient que l'anàlisi metodològica que proposa el model pragmàtic de les coses es podia incorporar com una activitat formativa complementària de l'assignatura obligatòria de tercer curs del Grau en disseny: Producte, context i usuari. Es va considerar que la proposta metodològica que ofereix el model pragmàtic de les coses podia proporcionar eines analítiques i discursives que facilitessin i induïssin a concepcions crítiques i innovadores en la planificació conceptual del projecte. A més, i tenint en compte que dues de les tres fases del model focalitzen l'atenció en la importància de valorar els comportaments col·lectius i comunitaris, es va considerar que el model que proposa aquesta tesi podia oferir un conjunt d'eines i recursos interpretatius per guiar els processos reflexius i d'anàlisi dels contextos socials i culturals que influeixen tant en la pràctica del disseny com dels possibles actors que han de fer servir les propostes que procuren els objectes projectats.

L'Àrea de Ciències Socials va oferir la possibilitat de desenvolupar l'activitat en tres sessions de tres hores cadascuna distribuïdes temporalment al llarg del tercer trimestre del curs acadèmic 2014-2015. La planificació del procés metodològic per realitzar l'anàlisi pragmàtica s'ha estructurat temporalment en sessions de periodicitat mensual i organitzativament per grups d'estudiants que han compartit objectius i tasques i han desenvolupat el treball seguint criteris de cooperació i de col·laboració establerts per les tècniques de dinàmiques de grups recollides anteriorment. El nombre d'estudiants participants ha estat de dotze.

L'enfocament i objectius metodològics que s'han dut a terme a partir del model que s'ha formulat en aquest treball s'ha estructurat al voltant d'anàlisi i observació de les relacions contextuals que els individus estableixen amb les coses i en funció d'un entorn concret quan realitzen una determinada activitat. L'objectiu principal d'aplicació del model ha consistit en **delimitar**

i identificar els conceptes que configuren la concepció pragmàtica del significat que atribuïm a les coses quan realitzem una acció concreta. La planificació de les sessions per examinar l'acció s'han organitzat metodològicament en una primera sessió per explicar el model pragmàtic i per informar dels objectius del treball d'aplicació i dues posteriors d'anàlisi

APLICACIO METODOLOGICA DEL MODEL PRAGMATIC DE LES COSES	
Anàlisi pragmàtica de les coses: El disseny com disciplina comunicadora d'experiències	
Sessió 1: Conceptes generals	
<i>Introducció</i>	Explicació del model pragmàtic de les coses Objectius principals que persegueix el model Descripció de les fases d'anàlisi metodològica
<i>Organització</i>	Establir els grups de treball. Assignació dels àmbits d'estudi i pautes metodològiques
Fase 1: recollida de dades	
<i>Activitat dels grups de treball.</i>	
	Observació de l'acció a analitzar Recollida d'informació (fotografia, vídeo, dibuixos) Anàlisi de la informació d'acord amb l'àmbit d'estudi assignat
Sessió 2: Anàlisi de la informació.	
<i>Activitat col·lectiva de tots el participants</i>	
	Intercanvi i valoració de la informació. Anàlisi conjunta de les dades aportades des de els diversos àmbits Elaboració d'un mapa conceptual de l'activitat
<i>Organització</i>	Establir els nous grups de treball Metodologia per l'estudi complet de l'activitat
Fase 2: Elaboració de diagrames conceptuals	
<i>Activitat dels grups de treball.</i>	
	Anàlisi inferencial dels conceptes que participen de l'activitat Anàlisi de comportaments referents a l'activitat Influències socials i culturals a través de pautes d'activitat
Sessió 3: Presentació de resultats	
<i>Activitat col·lectiva de tots el participants</i>	
	Presentació dels diferents diagrames conceptuals Valoració de les relacions conceptuals establertes

en comú de les dades recollides i de valoració dels resultats obtinguts. La fitxa d'activitat recull com s'ha organitzat i estructurat metodològicament el treball a través de les dues fases principals de l'activitat i sintetitza el contingut a desenvolupar al llarg de les tres sessions.

11.1. EXPLICACIÓ DEL MODEL I METODOLOGIA D'IMPLEMENTACIÓ.

La primera sessió del treball d'aplicació del model té com objectiu la transmissió i explicació als participants la proposta pragmàtica d'anàlisi de les coses, els seus orígens i els objectius principals que es planteja, així com destacar el paper que hi juguen els conceptes i els significats de les coses alhora de què els individus conceptualitzen i relacionen, en termes generals, els fets amb els objectes. Per tant, s'ha d'explicar la proposta metodològica per dur a terme la investigació analítica prevista mitjançant una successió de fases i etapes que corresponen als diversos nivells d'informació conceptual que contribueixen a la concepció de les coses. També cal donar a conèixer el plantejament metodològic, els objectius de l'anàlisi, l'àmbit d'estudi i guia d'aplicació, l'estructuració dels grups de treball de camp. En aquesta primera sessió es proporcionaran pautes d'observació per obtenir informació de les activitats, eines a utilitzar i dinàmiques orientatives per al tractament de la informació i organització dels resultats. Per últim centrar l'atenció amb els principals objectius que es pretenen assolir amb la seva aplicació: identificar i concretar el conjunt de conceptes que participen en la xarxa conceptual comuna que facilita la comprensió d'una activitat .

Per tal de facilitar la implementació del model d'anàlisi i l'accés a la informació necessària per realitzar l'anàlisi pragmàtica s'ha proposat als estudiants l'examen i observació d'una activitat que habitualment es realitza en l'espai públic de les ciutats. Els contextos urbans constitueixen per tots nosaltres, com ciutadans que participem i vivim en comunitats, un dels entorns més comuns, coneguts i habituals. Per això s'ha delimitat la investigació en **analitzar l'activitat de seure a l'espai públic** a partir de l'observació del comportament dels individus en situacions reals de desenvolupament de l'acció. S'ha seleccionat aquesta acció tenint en compte com els següents motius poden facilitar les tasques d'investigació:

- es pot observar com el subjectes realitzen l'acció de seure sense interferir-la ni condicionar-la.
- es pot enregistrar l'activitat en diversos formats i/o tècniques que facilitin l'anàlisi i revisió de les dades obtingudes (dibuixos, fotografies i gravacions en vídeo, per exemple).
- l'acció constitueix una activitat habitual, freqüent i constant en qualsevol espai públic de la trama urbana de les ciutats, per tant accessible i observable pràcticament en qualsevol moment del dia. No presenta per tant limitacions espacials i temporals.
- es pot observar l'activitat en diferents espais urbans, tipologies i trames contextuais: espais de socialització de les ciutats, espais destinats a activitats concretes, espais de lleure, espais de trànsit...
- es pot observar i analitzar l'activitat en funció del nombre de participants que la realitzen: un individu, un col·lectiu o també com un acte cultural socialitzat.
- es poden analitzar els subjectes pertanyents a diferents col·lectius, les anomenades cultures urbanes, i també es poden avaluar com realitzen l'acció els col·lectius de membres d'altres àmbits culturals o socials d'altres territoris (turistes d'arreu del món), així com d'orígens diversos.
- també es poden examinar les particularitats que pot requerir l'acció, diferents maneres de realitzar-la en funció del conjunt de paràmetres i de variables examinades per observació d'un tipus d'activitat tan estesa i comuna.

Al constituir una primera aplicació i una primera pràctica real de l'anàlisi pragmàtica de les possibilitats d'acció que ofereixen les coses respecte a una activitat concreta s'ha adoptat un posicionament obert del procés per tal de facilitar la incorporació al procés d'anàlisi del màxim possible de variables disponibles. Aquest a estat un dels principals motius que ha orientat la selecció de l'activitat d'anàlisi: **seure a l'espai públic**. La disponibilitat temporal i espacial per dur a terme la fase d'observació i de recollida de dades i la incorporació de punts de vista molt diferents facilita el procés d'investigació, a la vegada, que concorda amb el plantejament teòric que ha de presidir un posicionament pragmàtic que examini la realitat. També s'ha considerat que un posicionament inclusiu s'ha adequa millor a les tasques de

comprovació del model com eina d'anàlisi metodològica (Gondomar, 2014a i 2014b). Les aportacions que pot generar el propi model alhora d'identificar i determinar tot un conjunt de conceptes que intervenen en el desenvolupament d'una acció concreta es poden utilitzar posteriorment per revisar la seva aplicació, metodologia i estructuració.

Aquesta primera sessió, explicativa i informativa del contingut i del procés metodològic d'aplicació del model pragmàtic d'anàlisi de les coses s'ha de concloure amb la presentació de la planificació de les tasques de treballs, les etapes a realitzar en funció dels objectius, els resultats a assolir i de la logística organitzativa dels grups de treball de camp.

11.2. FASES D'INVESTIGACIÓ I D'ANÀLISI DE DADES.

Metodològicament, atenent a la disponibilitat i limitacions temporals que s'han de tenir en compte alhora d'aplicar el model, s'han estructurat dues grans fases de treball amb l'objectiu d'obtenir un conjunt de dades, el més complet possible i de màxim abast, per desenvolupar l'anàlisi que proposa el model.

Emprant les directrius generals que determinen les dinàmiques de grups que s'han exposat anteriorment i per tal de facilitar els mecanismes d'obtenció, intercanvi i tractament de la informació, hem previst una participació dinàmica i interactiva entre els grups de treball que s'han organitzat de forma específica per orientar la realització comuna de les tasques d'investigació i anàlisi.

Una **primera fase** que tindrà per primer objectiu la recollida d'informació, la realitzaran tres grups de treballs formats per quatre persones cadascun. La planificació de la recollida de dades, la temporització i dedicació a aquesta tasca, l'organitzarà cadascun dels grups de treball en funció de les accions a observar i d'acord amb la estructuració participativa en el significat de les coses que proposa el model: accions individuals, col·lectives i d'àmbit comunitari. Cadascun del grups de treballs han de focalitzar l'atenció en l'activitat que guia l'assignació del significat de les coses, observant l'acció com un procés de característiques semiòsiques que dota de significat a les coses.

Una primera fase centrada en l'acció que es desenvolupa en cadascuna de les tres etapes significatives d'experiència que delimita l'estructuració contextual del model:

- Les accions que es duen a terme a nivell individual. Allò que copsem en el nostre entorn immediat que determina per a cadascun de nosaltres que puguem dur a terme una activitat concreta; els elements que identifiquem com adients per dur a terme l'acció i els components conceptuals que en funció d'un context determinat considerem que ens podem orientar i guiar cap a l'acció que s'analitza.
- La comunicació mitjançant els conceptes que podem copsar en la representació significativa de les coses. Allò que determina la importància d'una activitat per un col·lectiu i la seva representació conceptual i formal; els components que participen directament en la transmissió col·lectiva de l'activitat, elements concebuts formalment com a mitjans de comunicació. Finalment avaluar el significat distintiu que la manera de representar, de comunicar i de desenvolupar una determinada activitat té per al col·lectiu.
- La valoració social i cultural que es dona a una determinada acció i com la seva comunicació s'estén i participa en la construcció de la xarxa comuna de conceptes que determinen les maneres de fer i d'actuar. Examinar, a partir de les pautes socialitzades d'acció, les interpretacions que comunament es fan de les activitats que poden conduir a una acció concreta. Realitzar una avaluació significativa de la pròpia acció i de la manera de comunicar-la a la resta d'individus. Analitzar les aportacions comunes al coneixement de l'acció i com aquesta activitat cooperativa, fomentada en la participació en la generació d'informació i en el seu intercanvi, nodreix els lligams que estableix el saber comú.

Cadascun dels tres grups focalitzarà la seva atenció d'anàlisi de l'acció de seure a l'espai públic en funció d'aquestes tres línies d'investigació de participació principals: l'individual, el col·lectiu i el comunitari per tal de recollir tots aquests conceptes que participen d'alguna manera, sigui quin sigui el grau d'influència, en l'acció analitzada.

Al llarg de les tres hores de la segona sessió de treball cadascun dels grups de treball explicarà el procés de treball que s'ha seguit, com i on s'han dut a terme les observacions, com s'han escollit els llocs i el temps per realitzar-les. S'enumeraran les tècniques emprades per recollir informació i es valorarà la seva adequació. S'exposaran les dades recollides i la documentació de treball elaborada. Finalment es presentarà l'anàlisi realitzada i les conclusions a les que han arribat sintetitzades a partir d'aquells conceptes que tinguin una participació activa i principal en cadascuna de les accions estudiades.

El segon objectiu d'aquesta primera fase consistirà en identificar a través de processos analítics i sintètics els conceptes que podem considerar com a participants actius en la concepció comuna de l'acció que s'està analitzant. A partir de la presentació dels resultats de cadascun dels tres grups de treball s'elaborarà, al llarg d'aquesta segona sessió de treball conjunta, un mapa que gràficament permeti visualitzar el conjunt de conceptes que s'han identificat i definit com a determinants en el concepció de l'acció analitzada i que els participants del treballs han estat capacos d'inferir i de reconèixer a través de l'examen i estudi de l'acció concreta.

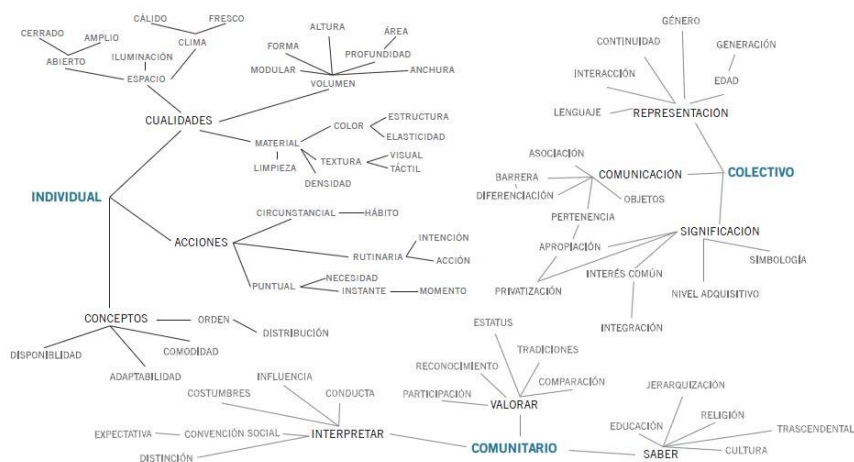


Figura 39. Mapa de la xarxa de conceptes que participen en l'activitat de seure a l'espai públic. Font: Treball realitzat per G. Gomila, D. Padilla i M. Ricart. Veure annexos.

La figura precedent recull la síntesi gràfica que ha elaborat un dels grups de treball a partir de la sessió comuna d'anàlisi en la que han participat tots

els membres dels diferents grups. El gràfic mostra com els conceptes s'agrupen i distribueixen al voltant de les tres àrees d'anàlisi principals que delimita i preveu el model pragmàtic de les coses. Per a cadascuna d'aquestes àrees s'ha establert l'extensió d'una xarxa conceptual comuna que participa en la concepció de les coses que utilitzen els subjectes per desenvolupar l'activitat analitzada.

Una vegada s'ha elaborat i compartit la xarxa conceptual comuna que sintetitza les principals possibilitats d'acció ens haurien d'oferir i de transmetre el significat de les coses que participen en l'activitat, cal aprofundir en les dinàmiques cooperatives dels grups de treball per tal que les tasques d'anàlisi d'informació es complementin amb la conjunció d'altres perspectives d'anàlisi. Per fomentar aquesta actitud cooperativa s'ha previst una organització diferent dels grups de treball per a la següent fase de desenvolupament metodològic d'aplicació del model. Els participants s'han distribuït de manera diferent. Es formaran quatre grups de treball independents però que utilitzaran les mateixes pautes metodològiques per assolir uns mateixos objectius: tots els grups de treball es basaran en el mapa de la xarxa de conceptes comuns que s'ha elaborat en la fase anterior per delimitar i identificar els conceptes que participen en les diferents maneres de desenvolupar l'activitat analitzada. Aquesta tasca es desenvoluparà tenint en compte els principis de rellevància i de direccionalitat pragmàtica que poden ajudar a seleccionar els conceptes que intervenen segons el seu grau de participació i d'implicació alhora de determinar el tipus d'activitat que es pot dur a terme.

Els nous grups de treball estaran formats per tres membres. Cadascun ha d'haver format part dels diferents grups d'anàlisi i d'observació de camp constituïts per a la fase anterior. De manera que els quatre nous grups de treball estaran constituïts per un participant que haurà analitzat el nivell individual, un altre del nivell col·lectiu i un altre del nivell comunitari. D'aquesta manera tots els grups tindran al seu abast les diferents perspectives que puguin aportar les anàlisis realitzades en la fase anterior.

Els resultats assolits en la **segona fase** d'aplicació metodològica del model s'oferiran en la tercera sessió de desplegament de l'activitat que ha de permetre visualitzar i compartir els resultats de les tasques realitzades per tots

els grups. S'oferirà els resultats obtinguts per l'aplicació del procés metodològic d'anàlisi que els diferents grups de treball han dut a terme en funció de les pautes metodològiques establertes en model pragmàtic que es proposa. Com ja s'ha exposat anteriorment, el model ofereix possibilitats d'estructurar anàlisi des de diferents perspectives i en funció dels objectius a assolir. En aquest cas s'ha proposat als grups de treball que s'analitzen les dades obtingudes en la fase precedent a partir de:

- una anàlisi inferencial de les coses per tal de copsar la utilitat qualitativa que hi trobem en les coses i de les conseqüències interpretatives que relacionem amb la seva representació;
- una anàlisi dels comportaments, les maneres habituals i comunes de realitzar l'acció, com es comparteixen i es comuniquen dintre d'un col·lectiu aquestes maneres de desenvolupar l'activitat i la significació que adquireix per al grup com eina identitària;
- el valor de les influències social i culturals que condicionen i determinen com desenvolupar les activitats d'una determinada manera, és a dir, com intervenen les normes i usos acceptades per tots el membres d'una comunitat i les pautes d'acció que acaben per reforçar el sentiment social de pertinença.

L'objectiu principal d'aquesta última fase consisteix elaborar i visualitzar els aspectes analitzats que serveixin de referència per tenir un coneixement estructurat de l'activitat analitzada. Els diagrames de relacions conceptuals es conceben com l'estructura bàsica sobre la que fonamentar la planificació de qualsevol tipus d'objecte que es vulgui fer servir per l'activitat referenciada. Mitjançant aquests diagrames es relacionen conceptes de cadascuna de les fases que estructuren la comprensió pragmàtica de la realitat amb la manera concreta i determinada de realitzar l'acció gràcies a què estableixen un lligam significatiu entre els tres nivells contextuals. Però també cal tenir en compte que els significats que orienten i guien cap a l'acció dels individus s'han de considerar com un conjunt heterogeni de conceptes que configuren una xarxa relacional. Per tant, s'ha de tenir present com participa el significat concret de cadascun dels conceptes i les seves implicacions, tant indivi-

dualment com en funció del significat comú, determinant tots dos per conceptualitzar una activitat en general. Una xarxa conceptual que relaciona significativament els diversos nivells de participació dels individus en la concepció general i compartida d'una acció que s'ha d'incorporar als objectius d'anàlisi de la disciplina del disseny, sobre tot des de la vessant del tractament d'aquesta informació i de com pot arribar a contribuir en la comunicació efectiva d'una acció determinada.

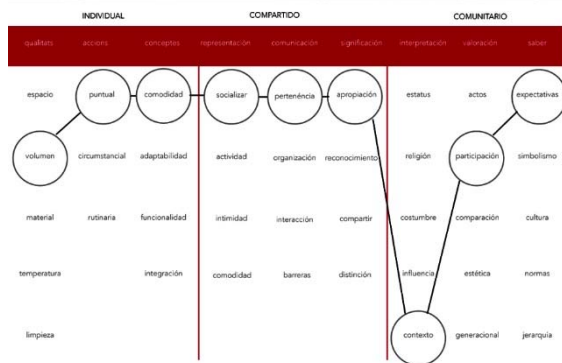


Figura 40. Exemple de diagrama de relacions conceptuals d'una de les accions de seure a l'espai públic analitzades.

Font: Treball realitzat per M. Bover, P. Godoy i R. Rodríguez. Veure annexos.

La diversitat de propostes gràfiques (fig. 40) i els diferents tipus de diagrames de relacions conceptuals que han resultat del procés metodològic d'aplicació del model pragmàtic de les coses que han elaborat els quatre grups d'estudiants es poden consultar en els annexos que acompanyen aquest tre-

ball d'investigació. Els recursos instrumentals que ofereixen aquests diagrames conceptuals han de servir de guia i d'orientació per relacionar els significats que intervenen i que configuren una acció concreta i la planificació de propostes d'objectes que assoleixen l'objectiu de comunicar de forma adient l'acció referenciada. Uns conceptes que s'haurien d'estudiar i d'analitzar amb més profunditat per a què l'aportació conceptual, com a conjunt de significatiu, pugui emprar-se en tota la seva amplitud. Els conceptes es poden emprar com eines analítiques, tenint-los presents des d'un primer moment i abans de començar a planificar qualsevol tipus d'objecte per projectar unes formalitzacions que comuniquin les possibilitats d'acció que ofereixen les coses i que, a més, procurin una realització satisfactòria de l'activitat.

11.3. VALORACIÓ DELS RESULTATS DE L'APLICACIÓ DEL MODEL.

Les conclusions que es poden extreure de l'aplicació del model d'anàlisi pragmàtica de les coses s'han valorat en termes generals atès que el procés metodològic s'ha estructurat de manera específica per adaptar-se a les característiques d'una activitat formativa i d'acord amb l'organització i planificació acadèmica prevista per la assignatura citada anteriorment.

Les aportacions que ens ofereixen els resultats generats per les anàlisis pragmàtiques de les coses, articulades metodològicament a partir de l'observació i l'estudi d'una acció concreta, es poden valorar positivament en el sentit que procuren una perspectiva per concebre i analitzar les coses que:

- posiciona als subjectes sempre en una relació directa amb l'entorn i amb les coses alhora de dur a terme una activitat concreta;
- determina els diferents nivells de significació de les coses en funció de les implicacions significatives personals, col·lectives o comunitàries;
- estructura un esquema de comprensió de les coses de tipus inferencial que es pot aplicar als diversos nivells significatius que participen en el coneixement de les coses;
- relaciona els processos de comprensió de la realitat a partir de les activitats que duen a terme els individus;
- facilita l'entesa de com poden arribar a participar en el significat d'una acció tots els possibles conceptes que la integren;

- delimita una xarxa conceptual de relacions que guien cap a una activitat concreta.

Les anteriors valoracions s'han limitat als resultats generats per l'aplicació del model d'anàlisi pragmàtica de les coses que han exposat els propis estudiants. Però, a la vegada, no deixen de ser una mostra de possibilitats analítiques que ofereix un model pragmàtic de les coses. Una proposta que estructura de forma sintètica com arribar a comprendre les experiències en que participen els subjectes i que ofereix les bases per desenvolupar diverses metodologies d'aplicació que poden afavorir la comprensió de com les coses acaben determinant les nostres possibilitats per actuar.

Un coneixement pragmàtic que pot facilitar la incorporació de perspectives d'anàlisi que integrin de forma fluida els aspectes més rellevants i significatius de les coses i els components conceptuals que estructurin les cultures i les societats. Imprimir una empremta pragmàtica a la concepció comunicativa del disseny pot facilitar entesa de com els significats de les coses no depenen només d'un coneixement puntual i concret alhora i vehicular maneres per integrar aquests significats en la xarxa conceptual comuna que fem servir per bellugar-nos hàbilment en el nostre entorn quotidià. Una proposta relacional per integrar i organitzar la participació dels components socials i culturals en els projectes de disseny.

PART IV: CONCLUSIONS FINALS.

He fonamentat aquesta tesi sota els principis generals del pragmatisme segons els quals la nostra concepció de les coses demana i implica la participació de tots els significats possibles que els hi puguem atribuir. Uns significats que s'originen directament a partir de les nostres experiències individuals i col·lectives i gràcies a la participació en la configuració de maneres de fer comuns, els nostres hàbits, que determinen la nostra forma de viure en societat. Unes experiències que desencadenen els processos semiòtics d'assignació de significat a les coses i que acaben configurant el nostre coneixement de l'entorn que ens envolta. Aquesta concepció pragmàtica de l'experiència és prou ampla com per incloure la significació contextual de les coses, la seva interpretació com a fenomen comunicatiu i la valoració comuna de la finalitat de les coses. L'experiència entesa com un complex entramat d'accions i de significacions que conceptualitzen els individus.

El fet d'emprar com a eix orientador del treball el valor o la utilitat que els subjectes assignem a les coses ha guiat l'anàlisi i estudi d'aportacions teòriques que consideren els objectes com unitats dipositaries d'àmbits de significació que transcendeixen l'estricta configuració formal i material de les coses. Una significació unitària de les coses que es fonamenta, principalment, en les valoracions de les actituds, de les activitats pràctiques i de les expectatives socials i culturals que les persones projecten envers les coses.

Els objectius principals que s'havien plantejat a partir de la hipòtesi de treball cercaven sistematitzar i categoritzar les relacions comunicatives entre les persones i les coses. Una recerca teòrica orientada cap a la comprensió de l'estructura de la xarxa relacional que es fonamenta en el significat de les coses i que ha cercat al llarg d'aquest treball l'articulació de mecanismes per comprendre aquest complex d'interaccions. Per això considero que s'han assolit els objectius generals concebuts inicialment, tant per la perspectiva que ens ha facilitat l'estudi teòric realitzat com per la confirmació que ens han

proporcionat els processos d'investigació i d'aplicació del model desenvolupats en les activitats de camp.

Si ens referim als objectius específics que es proposaven a l'inici del treball podem concloure el següent:

- En primer lloc, les aportacions teòriques del pragmatisme ens han permès treballar amb un concepte d'utilitat no restringit a l'àmbit instrumental que és el que es fa servir de forma habitual en el disseny. Concebre la utilitat com tot aquell profit, benefici i aportació que puguin experimentar els individus, facilita la inclusió d'aspectes de les coses que tradicionalment el disseny havia tractat i distingit intencionadament. Per tant, les funcions, formes i emocions que ens ofereixen les coses convergeixen, d'aquesta manera, en un sol concepte que es fonamenta en la satisfacció que proporcionen les experiències. Aquesta extensió de l'amplitud conceptual de la utilitat és fruit, com s'ha explicitat, de la valoració que els individus assignen a les coses a partir de les seves activitats i d'acord amb l'acompliment dels seus criteris de satisfacció personals.

Per tant, es pot concloure que emprar **el concepte d'utilitat des d'un punt de vista pragmàtic proporciona el necessari nexle d'unió entre tots els possibles efectes que puguem atribuir a les coses**. La utilitat concebuda com el valor pragmàtic que possibiliten les coses per conduir cap a la satisfacció és un terme comprensiu i integrador i posiciona al dissenyador en una perspectiva que facilita la seva comprensió de la complexitat que li presenta l'actualitat dels fets.

- En segon lloc, a diferència d'allò que és habitual en disseny, no hem emprat els conceptes d'objecte i de producte, sinó que d'acord amb els objectius del treball per ampliar els recursos teòrics i filosòfics de la disciplina, s'ha escollit el concepte de cosa per centrar les reflexions del treball. La capacitat comprensiva del concepte es pot estendre a tot un conjunt de diferents tipus d'elements amb els que els subjectes poden establir relacions pràctiques i, per tant, significatives. El fet de concebre les coses com objectes de complexos significatius que estableixen els

individus a través de la pròpia experimentació permet que el disseny adopti una de les grans aportacions teòriques que proporciona la concepció pragmàtica de les coses, considerar-les com a plans d'acció o com a possibilitats per desplegar activitats en un lloc determinat.

Es pot concloure que **la concepció pragmàtica de les coses, fonamentada en el sentit unitari de les accions, relaciona significativament els lligams que s'estableixen entre els tradicionals participants en el disseny: els objectes, els individus i l'entorn.** Aquesta concepció de les coses permet projectar mecanismes d'anàlisi per esbrinar les relacions que es produeixen entre persones i coses a través d'aquesta significació.

- En tercer lloc, s'ha pogut construir i fonamentar teòricament un model d'anàlisi que ha permès conèixer i comprendre els processos pels quals es generen i es modifiquen les assignacions significatives dels objectes. A partir de les aportacions teòriques del pragmatisme s'ha articulat una proposta, de característiques instrumentals, que té per objectiu principal facilitar la comprensió de com participen les coses en els processos generals de construcció de la nostra realitat, és a dir, de com s'insereixen en la concepció del nostre món participant activament en la seva configuració i construcció. Per altra banda també s'ha assolit objectiu d'integrar tots aquells components que participen en la construcció del significat de les coses, els diversos nivells de participació dels actors principals i les dependències que determinen les situacions contextuais.

En relació als objectius específics enumerats a l'inici del treball es pot concloure que **relacionar els conceptes d'utilitat i de cosa, sota una perspectiva pragmàtica, ha facilitat la construcció d'un marc d'estudi adient per analitzar el valor de les experiències en els processos de determinació del significat** i a obert la possibilitat de traslladar a la disciplina del disseny els plantejaments teòrics desenvolupats gracies a l'eix vertebrador que ha estructurat l'objectiu de la investigació: el valor o utilitat de les coses.

- En quart lloc, el model pragmàtic de la utilitat de les coses s'ha estructurat en base als mètodes de raonament que determinen els processos

semiòsics alhora d'assignar aquells significats que concordin amb la correspondència inferencial que deriva de les accions. Un model que ha posicionat a la teoria semiòtica i, principalment, als conceptes o idees que deriven del procés inferencial d'assignació de significat com els elements estructuradors, determinants i capitals de la concepció comuna del coneixement que orienta als individus. Uns conceptes que els subjectes utilitzem constantment i de manera habitual alhora de relacionar-nos amb les coses i que constitueixen els maons sobre els quals assentem les nostres realitats. Uns conceptes que no són inalterables i que podem copsar a partir de moltes formes diferents i en funció també del paper que hi juguen en les diferents activitats. Per això, en la practica d'investigació s'ha tingut cura per esbrinar com participen els conceptes en les tasques de disseny de planificació i de formalització de les coses, com els conceptes faciliten l'entesa de les relacions, directes o indirectes, que es poden establir amb allò que ens presenten les formes o els objectes i com els individus tot i comptar amb coneixements que recolzen les seves concepcions de les coses estan predisposats a incorporar noves accepcions i complementar la significació dels conceptes.

En aquest sentit podem afirmar que **els conceptes participen orientant les accions de les persones i determinen l'abast significatiu de les coses que participen en aquestes accions que, tot i fonamentar-se en un coneixement comú, queda fixat a partir dels esdeveniments i dels consensos que estableixen els individus**. La valoració dels resultats de la practica d'investigació de les pàgines precedents demostra que els subjectes tenen un coneixement parcial de l'abast significatiu dels conceptes que utilitzen habitualment i que el coneixement es construeix i evoluciona a partir del procés dinàmic i continu d'experimentació quotidiana. Un significat que té valor per a les disciplines socials en el moment que s'incorpora als processos cooperatius i consensuals que sustenten les societats i, per tant, a partir del moment en que es valora la utilitat del significat de les coses a partir de l'opinió de tot un col·lectiu de subjectes implicats.

- En cinquè lloc, la sistematització i estructuració conceptual que procura el model d'anàlisi pragmàtic proposat en el treball ens ha proporcionat

els recursos necessaris per considerar que la significació de les coses, com unitat fonamental de comunicació, pot integrar-se de forma natural en les estructures dels models comunicatius i que, per tant, també poden aplicar-se al disseny els recursos de les disciplines de la comunicació i del llenguatge, com els que proporciona la pragmàtica, per implementar-los als processos de planificació dels projectes de disseny. S'han analitzat i estudiat dos dels principis importants que articulen els models inferencials de comunicació com són la rellevància i la intencionalitat o direccionalitat pragmàtica per constituir elements decisius alhora de guiar l'acció que els individus poden desenvolupar amb les coses. Aquests principis s'han recollit en les variants d'anàlisi metodològica que s'han comprovat en l'aplicació pràctica de l'activitat de camp i que han facilitat l'elaboració dels diagrames conceptuals de les accions que s'han mostrat en el capítol anterior.

Els resultats de l'aplicació del model d'anàlisi pragmàtic de les coses que proposa el treball, gràcies a l'estructuració d'una metodologia d'aplicació específica per tal d'observar i estudiar una acció concreta, es poden valorar positivament perquè relacionen els processos de comprensió de la realitat a partir de les activitats que duen a terme els individus i faciliten la delimitació dels conceptes que poden participar en el significat d'una acció. Per tant, podem concloure que **el model pragmàtic de les coses, com a eina d'anàlisi de la participació dels conceptes que determinen una activitat concreta, centra els principals objectius comunicatius que ha de tenir present el disseny de les coses**. S'ha de valorar que el model facilita l'entesa de com poden arribar a participar en el significat d'una acció tots els possibles conceptes que la integren, que posiciona als subjectes sempre en una relació directa amb l'entorn i amb les coses alhora de dur a terme una activitat concreta i que determina els diferents nivells de significació de les coses en funció de les implicacions significatives que a nivell personal, col·lectiu o comú determinen les coses.

- En sisè lloc, la comprovació i aplicació del model a la pràctica docent ens ha permès confirmar la participació cabdal que la xarxa comuna de conceptes té alhora de determinar el valor i la utilitat de les activitats que

els subjectes podem realitzar. Una xarxa de conceptes que fonamenten el nostre coneixement i que emprem contínuament per desenvolupar les nostres activitats amb un marge de seguretat. Gràcies a un procés de selecció destriem aquells conceptes que participen més directament o de forma principal en les oportunitats que les coses ens presenten i ofereixen a través de la seva configuració, formalització o constitució, com s'ha pogut comprovar a través dels diagrames d'aplicació conceptuals que s'han utilitzat per definir un tipus d'acció molt concreta.

Per tant, podem concloure que **el model pragmàtic del cicle d'assignació de significats de les coses proporciona una base per identificar el conjunt de conceptes que determinen la realització d'una acció concreta**. Els resultats posen de manifest la potencialitat del model com a eina adient per identificar les qualitats de les coses que defineixen unes unitats de significació que poden delimitar objectius i finalitats.

Finalment cal considerar que una proposta metodològica que ha modelitzat, estructurat i sintetitzat una comprensió de la concepció pragmàtica de les coses pot incorporar-se com a activitat formativa o pedagògica que proporcioni recursos per als processos metodològics d'investigació del disseny, sobre tot en aquells que exerceixin l'observació, el tractament de dades i l'anàlisi conceptual. És a dir, pot arribar a constituir una eina formativa que proporcioni recursos competencials de tipus metodològic, analític i que també nodreixi d'aptituds als estudiants per vehicular i comunicar amb més efectivitat els significats de les coses, tot allò que possibiliten les coses a través del que ens mostren, ens ofereixen o ens presenten. Per tant, les aportacions que pot oferir el model van més enllà i poden constituir una plataforma sobre la que sostenir línies d'investigació que explorin com comprendre les possibilitats d'actuar que ens proporcionen les coses.

Es pot concloure, finalment, que la realització d'un treball d'investigació a l'entorn del llenguatge de la utilitat, concebut com aquell sistema conceptual que, des d'una perspectiva pragmàtica, permet formalitzar i vehicular les possibles relacions comunicatives entre les persones i les coses, ha facilitat l'elaboració i la constitució d'una base teòrica i metodològica que ha de facilitar l'anàlisi i la comprensió de quins tipus de relacions es poden establir

Conclusions finals.

entre el disseny de les coses i les propostes d'ús a les que indueixen o potencien i que, també, ha de procurar recursos i mecanismes per a què la disciplina del disseny pugui planificar i projectar objectes que guien, eficaçment, les possibles activitats de les persones.

12. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES.

- Aicher, O. (1994). *El Mundo como proyecto*. México, D.F.: G. Gili.
- Akrich, M. (1992). The De-Description of Technical Objects. A W. E. Bijker i J. Law (Ed.). *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Alonso, M., & Matilla, L. (1990). *Imágenes en acción: análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*. Torrejón de Ardoz: AKAL.
- Ambasz, E. (1972). *Italy: The new domestic landscape. Achievements and problems of Italian design*. New York: Museum of Modern Art.
- Appadurai, A. (Ed.) (1991). *La Vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Arfuch, L., Chaves, N., i Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires [etc.]: Paidós.
- Arnheim, R. (1979). *Arte y percepción visual: psicología del ojo creador: nueva versión*. Madrid: Alianza.
- Athavankar, U. (1989). Categorization... Natural Language and Design. *Design Issues*, 5, 2, 100-111.
- Athavankar, U. (1990). The semantic profile of products. An approach to product semantics based on strategies used in human information processing. A Vihma, S. (Ed.) *Semantic visions in design*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki UIAH.
- Attfield, J. (2000). *Wild things: The material culture of everyday life*. New York: Berg.
- Banham, R. (1985). *Teoría y diseño en la primera era de la máquina*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- Baranauskas, M. C., i Bonacin, R. (2008). Design-Indicating Through Signs. *Design Issues*, 24, 3, 30-45.
- Barker, C. (2012). *Cultural studies: theory and practice*. Los Angeles: SAGE.
- Barrena, S. (2007). *La Razón Creativa*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Barthes, R. (1980). *Mitologías*. México, D.F. [etc.]: Siglo XXI.
- . (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- . (2007). *El imperio de los signos*. Barcelona: Seix Barral.
- Bassols, M. M. (2001). *Les claus de la pragmàtica*. [Vic]: Eumo - Universitat de Vic.
- Baudrillard, J. (1984). *Las estrategias fatales*. Barcelona: Anagrama.
- . (2009). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.

- . (2010a). *El Sistema de los objetos*. Madrid: Siglo XXI.
- . (2010b). *Crítica de la economía política del signo*. Madrid: Siglo XXI.
- Benjamin, W. (1973). *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Taurus.
- Bense, M. (1969). Breve estética abstracta. *Convivium*, n. 30, 1969, p. 85 -102.
- . (1971a). *Zeichen und Design: semiotische Ästhetik*. Baden-Baden: Agis.
- . (1971b). *Pequena estética*. São Paulo: Perspectiva.
- Bense, M., & Walther, E. (1975). *La Semiótica: guía alfabética*. Barcelona: Anagrama.
- Bernstein, R. J. (2013). *El Giro pragmático*. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa.
- Bijker, W. E., & Law, J. (Ed.) (1992). *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Binder, T. (2011). *Design things*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Bloch, P. H. (1995). Seeking the ideal form: Product design and consumer response. *The Journal of Marketing*, 16-29.
- Bocock, R. (1995). *El Consumo*. Madrid: Talasa.
- Bonsiepe, G. (1975). *Diseño industria : artefacto y proyecto*. Madrid: Alberto Corazón.
- . (1978). *Teoría y práctica del diseño industrial: elementos para una manualística crítica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- . (2000). Design as cognitive tool the role of design in the socialisation of knowledge. *Ricerca+Design*, 2000, Politecnico di Milano. Milà. [www.dplusr.polimi.it/uk/01/dpr00/thoward.htm].
- Boom, H. (2015). Design as Semiotic Construction. *Design Issues*, 31, 1, 83-93.
- Boradkar, P. (2010). *Designing things: a critical introduction to the culture of objects*. New York: Berg.
- Breitenberg, M. (2006). Dissenyant la innovació. *Temes de Disseny*, 23, 22-33. Barcelona: Elisava Escola Superior de Disseny.
- Broadbent, G., Bunt, R. B., i Jencks, C. (1984). *El Lenguaje de la arquitectura: Un análisis semiótico*. México D.F. [etc.]: Limusa.
- Broncano, F. (2008). In media res: cultura material y artefactos. *Artefactos*, 1 (1), 18-32. [rca.usal.es/index.php/artefactos/article/view/13/12].
- Brown, T., i Katz, B. (2009). *Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York: Harper Business.
- Buchanan, R. (1985). Declaration by Design: Rhetoric, Argument, and Demonstration in Design Practice. *Design Issues*, 2, 1, 4-22.
- . (1992). Wicked problems in design thinking. *Design issues*, 8, 2, 5-21.

Referències bibliogràfiques.

- . (1998). Branzi's Dilemma: Design in Contemporary Culture. *Design Issues*, 14, 1, 3-20.
- . (2001). Design and the new rhetoric: Productive arts in the philosophy of culture. *Philosophy and Rhetoric*, 34, 3, 183-206.
- Buchanan, R., i Margolin, V. (1995). *Discovering design: Explorations in design studies*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bürdek, B. E. (1994). *Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- . (2005). *Design: history, theory, and practice of product design*. Basel: Birkhauser.
- Bürdek B. E. & Gros J. (2000). The Offenbach Approach: Design Theory and Design Research in a Disciplinary Way, *Proceedings of the International Symposium on the Dimensions of Industrial Design Research Conference*, Politecnico di Milano, 18-20 May, Italy.
- Cain, J. (1998). Experience-Based Design: Toward a Science of Artful Business Innovation. *Design Management Journal (former Series)*, 9, 4, 10-16.
- Calvera, A. (2007). El cosear de las cosas. Consideraciones rezagadas a partir de Martin Heidegger. A A. Calvera (Ed.): *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 101-123.
- Campi, I. (1987). *Iniciació a la història del disseny industrial*. Barcelona: Edicions 62.
- Cash, P., Stanković, T. i Štorga, M. (2014). Using visual information analysis to explore complex patterns in the activity of designers. *Design Studies*, 35(1), 1-28. [[dx.doi.org/10.1016/j.destud.2013.06.001](https://doi.org/10.1016/j.destud.2013.06.001)].
- Cassirer, E. (1967). El lenguaje y la construcción del mundo de los objetos. A Delacroix, H.: *Psicología del lenguaje*. Buenos Aires: Paidós, 19-52.
- . (1968). *Antropología filosófica: Introducción a una filosofía de la cultura*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Castillo, R. del. (1995). *Conocimiento y acción: el giro pragmático de la filosofía*. Madrid: UNED.
- Cid, A. (2002). El estudio de los objetos y la semiótica. *Cuicuilco. Escuela Nacional de Antropología E Historia*, 9(25), 21.
- Colle, R. (2011). *El contenido de los mensajes icónicos*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Costa, J., & Moles, A. A. (1991). *Imagen didáctica*. Barcelona: CEAC.
- Coyne, R., i Snodgrass, A. (1995). Problem Setting within Prevalent Metaphors of Design. *Design Issues*, 11, 2, 31-61.

- Crilly, N., Moultrie, J., i Clarkson, P. J. (2004). Understanding product appearance: cognitive and emotional response to product visual form. In *4th International Conference on Design and Emotion*.
- Crilly, N., Good, D., Matravers, D., i Clarkson, P. J. (2008). Design as communication: exploring the validity and utility of relating intention to interpretation. *Design Studies*, 29, 5, 425-457.
- Cross, N. (1999). Design Research: A Disciplined Conversation. *Design Issues*, 15, 2, 5-10.
- . (2000). Designerly ways of knowing: design discipline versus design science. *Proceedings of the International Symposium on the Dimensions of Industrial Design Research Conference*, Politecnico di Milano, 18-20 May, Italy.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). Design and order in everyday life. *Design issues*, 8, 1, 26-34.
- . (1998). *Creatividad: el fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- Csikszentmihalyi, M., & Robinson, R. E. (1990). *The Art of seeing: an interpretation of the aesthetic encounter*. Los Angeles: J. Paul Getty Trust Museum.
- Csikszentmihalyi, M., & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things: domestic symbols and the self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Damazio, V., Dal Bianco, B., Lima, J., i Menezes, C. (2009). Design and Emotion: some thoughts on users, things and feelings. *International Association of Societies of Design Research*, 2727-2734.
- Dant, T. (1999). *Material culture in the social world: values, activities, lifestyles*. Buckingham [etc.]: Open University Press.
- Darras, B. (2013). Modelização geral das relações humanas com os artefatos. *Líbero: Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero*, 31, 51-68. São Paulo.
- Darras, B., i Belkhamza, S. (eds.) (2009). *Objets & communication*. (MEI. Media et information, 30-31.) Paris: L'Harmattan.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (2001). *Conocimiento en acción: Cómo las organizaciones manejan lo que saben*. Buenos Aires: Pearson Educación.
- Davidson, D. (1990). *De la verdad y de la interpretación: fundamentales contribuciones a la filosofía del lenguaje*. Barcelona: Gedisa.
- . (1992). *Mente, mundo y acción: claves para una interpretación*. Bellaterra: I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- . (1995). *Ensayos sobre acciones y sucesos*. Barcelona: Crítica.
- De Fusco, R. (2005). *Historia del diseño*. Barcelona: Santa & Cole.

Referències bibliogràfiques.

- . (2008). *El Placer del arte: comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Delacroix, H. (1967). *Psicología del lenguaje*. Buenos Aires: Paidós.
- Deledalle, G. (1996). *Leer a Peirce hoy*. Barcelona: Gedisa.
- Delgado, A. (2010). Metodología especial, métodos cualitativos y conceptos abstractos. *Psicothema*, 2010, Vol. 22, n. 3, 509-512.
- De Medeiros, W. G. (2014). Meaningful Interaction with Products. *Design Issues*, 30, 3, 16-28.
- Deni, M. (2002). *Oggetti in azione. Semiotica degli oggetti: Dalla teoria all'analisi*. Milano: F. Angeli.
- Dewey. J. (1938). *Logic. The theory of inquiry*. New York: Henry Holt.
- . (1948). *La Experiencia y la naturaleza*. México, D.F. [etc.]: Fondo de Cultura Económica.
- . (2000). *La Miseria de la epistemología: Ensayos de pragmatismo*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- . (2008a). *El Arte como experiencia*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- . (2008b). *Teoría de la valoración*. Madrid: Siruela.
- Di Gregori, C., i Hebrard, A. (Comp.) (2009). *Peirce, Schiller, Dewey y Rorty: Usos y revisiones del pragmatismo clásico*. Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Dittmar, H. (2008). *Consumer culture, identity, and well-being: The search for the "good life" and the "body perfect"*. Hove: Psychology Press.
- Dondis, D. A. (1976). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Barcelona [etc.]: Gustavo Gili.
- Dorfles, G. (1962). *Simbolo, comunicazione, consumo*. Torino: Giulio Einaudi.
- . (2001). *Introduzione al disegno industriale: Linguaggio e storia della produzione di serie*. Torino: Einaudi.
- Dretske, F. I. (1987). *Conocimiento e información*. Barcelona: Salvat.
- . (1995). *Naturalizing the mind*. Cambridge, Mas. [etc.]: MIT Press.
- Dreyfuss, H. (2003). *Designing for people*. New York: Allworth Press.
- Eco, U. (1976). *Signo*. Barcelona: Labor.
- . (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- Edelman, G. M. (2006). *Second nature: brain science and human knowledge*. New Haven: Yale University Press.
- Elizondo, M. J. O. (2003). *Signo en acción: El origen común de la semiótica y el pragmatismo*. México, D.F: Universidad Iberoamericana.

- Escandell, M. V. (2003). La investigación en pragmática. *Interlingüística*, (14), 45-58.
- . (2006). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel.
- Esqueda, R. (2005). *El Juego del diseño: Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*. Buenos Aires: Nobuko.
- Faerna, Á. M. (1996). *Introducción a la teoría pragmatista del conocimiento*. Madrid: Siglo XXI.
- Fallman, D. (2008). The Interaction Design Research Triangle of Design Practice, Design Studies, and Design Exploration. *Design Issues*, 24, 3, 4-18.
- Fokkinga, S., i Desmet, P. (2012). Darker Shades of Joy: The Role of Negative Emotion in Rich Product Experiences. *Design Issues*, 28, 4, 42-56.
- Forlizzi, J. (1997). Designing for experience: An approach to human-centered design. *Master of Design in Interaction Design*, Department of Design, College of Fine Arts, Carnegie Mellon University.
- Forlizzi, J. i Ford, S. (2000). Building blocks of experience: An early framework for interaction designers. In *DIS2000 Designing Interactive Systems Conference Proceedings* (ACM), pp. 419 - 423.
- Forty, A. (1986). *Objects of desire design and society 1750-1980*. London: Thames and Hudson.
- Frascara, R. (Ed.) (2002). *Design and the social sciences: making connections*. New York: Taylor.
- Friedman, K. (2007). Behavioral Artifacts: What is an Artifact? Or Who Does It?. *Artifact*, 1, 1, 7-11.
- Friess, E. (2010). The Sword of Data: Does Human-Centered Design Fulfill Its Rhetorical Responsibility?. *Design Issues*, 26, 3, 40-50.
- García-Valcárcel, A., Tejedor, F. J., i Rodríguez, J. L. (1996). *Perspectivas de las nuevas tecnologías en la educación*. Madrid: Narcea.
- Gibson, J. J. (1974). *La Percepción del mundo visual*. Buenos Aires: Infinito.
- . (1986). *The Ecological approach to visual perception*. New York: Psychology Press.
- Giedion, S. (1978). *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Givón, T. (1989). *Mind, code, and context: Essays in pragmatics*. Hillsdale (N.J.) [etc.]: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gondomar, R. (2014a). Aportacions metodològiques al disseny de les coses des del pragmatisme. *Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi* [abans Treballs de Comunicació]. <http://revistes.iec.cat/index.php>, DOI: 10.2436/20.3008.01.121.
- . (2014b). "Propuesta metodológica para una pragmática del diseño", presentat al IV Congreso Internacional Asociación Española de investigación de la Comunicació. Bilbao, 21-24 de gener de 2014.

Referències bibliogràfiques.

- Goodman, N. (1976). *Los Lenguajes del arte: aproximación a la teoría de los símbolos*. Barcelona: Seix Barral.
- . (1977). *The Structure of appearance*. Dordrecht [etc.]: Reidel.
- . (1990). *A Study of qualities*. New York [etc.]: Garland.
- . (1990b). *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor.
- . (1995). *De la mente y otras materias*. Madrid: Visor.
- Green, W. S., i Jordan, P. W. (Ed.) (2002). *Pleasure with products: Beyond usability*. London: Taylor and Francis.
- Grice, H. P. (1991). *Studies in the way of words*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Gros, J. (1983). *Grundlagen einer Theorie der Produktsprache: Einführung*. Offenbach am Main: Hochschule für Gestaltung.
- Gros, J. (1987). *Grundlagen einer Theorie der Produktsprache: Symbolfunktionen*. Offenbach am Main: Hochschule für Gestaltung.
- Guldberg, J. (2010). Singular or múltiple meanings? A critique of the índex/Anzeichen approach to design semiotics/semantics. *DeSForM. Design and Semantics of Form and Movement*, 2010, p. 71-84. Lucerne, Suïssa. [www.northumbria.ac.uk/static/5007/despdf/designres/2010proceedings.pdf [consulta: octubre 2011].
- . (2012). Design and iconicity: Design, materiality and the meaning of things. *DeSForM. Design and Semantics of Form and Movement*, 2012, 88-98. Wellington, Nova Zelanda. [www.northumbria.ac.uk/static/5007/despdf/designres/desform201proceedings.pdf].
- Habermas, J. (1980). *Conocimiento e interés*. Madrid: Taurus.
- . (1989). *El Discurso filosófico de la modernidad: doce lecciones*. Madrid: Taurus.
- . (1992). *Teoría de la acción comunicativa. I: Racionalidad de la acción y racionalización social; II: Crítica de la razón funcionalista*. [Madrid]: Taurus.
- . (2002). *Verdad y justificación: ensayos filosóficos*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Hassan-Montero, Y., & Ortega, S. (2009). *Informe APEI sobre usabilidad*. Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información.
- Hassenzahl, M. i Roto, V. (2007). Being and doing. A perspective on User Experience and its measurement, *Interfaces* 72 , 10-12 .
- Haug, W. F. (1989). *Publicidad y consumo: crítica de la estética de mercancías*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Heidegger, M. (1998). *Ser y tiempo*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

- Hekkert, P. (2006). Design aesthetics: principles of pleasure in design. *Psychology science*, 48(2), 157.
- Heskett, J. (1985). *Breve historia del diseño industrial*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- . (2002). *Design: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- . (2005). *El Diseño en la vida cotidiana*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hiesinger, K. B., Marcus, G. H., i Bill, M. (1983). *Design since 1945*. [Philadelphia]: Philadelphia Museum of Art.
- Hjelm, S. I. (2002). Semiotics in product design. *Report number: CID-175. ISSN number: ISSN, 1403-0721*.
- James, W. (1911). *Some problems of philosophy: a beginning of an introduction to philosophy*. London [etc.]: Longmans, Green.
- . (1957). *El significado de la verdad*. Madrid: Aguilar.
- . (1985). *Pragmatismo: Un nuevo nombre para algunos antiguos modos de pensar*. Barcelona: Orbis.
- . (2004). *Un mundo de pura experiencia*. [www.unav.es/gep/PuraExperiencia.html].
- . (2009a). *Un Universo pluralista: filosofía de la experiencia*. Buenos Aires: Cactus.
- . (2009b). *La voluntad de creer y otros ensayos de filosofía popular*. Barcelona: Marbot.
- Jensen, K. B. (1997). *La Semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- Joas, H. (1998). *El Pragmatismo y la teoría de la sociedad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- . (2013). *La creatividad de la acción*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Jones, C. (1982). *Métodos de Diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- . (1985). *Diseñar el diseño*. Barcelona [etc.]: Gustavo Gili.
- Julier, G. (2006). From Visual Culture to Design Culture. *Design Issues*, 22, 1, 64-76.
- . (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jung, C. G. (1995). *El hombre y sus símbolos*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Kalpokas, D. (2005). *Richard Rorty y la superación pragmatista de la epistemología*. Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Kandinsky, W. (2003). *Punto y línea sobre el plano: contribución al análisis de los elementos pictóricos*. Barcelona [etc.]: Paidós.

Referències bibliogràfiques.

- Keinonen, T. (2010). Protect and appreciate—Notes on the justification of user-centered design. *International Journal of Design*, 4(1), 17-27.
- Kleiber, G. (1995). *La Semántica de los prototipos: categoría y sentido léxico*. Madrid: Libros Visor.
- Klein, N. (2001). *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- Kopytoff, I. (1991). La biografía cultural de las cosas: La mercantilización como proceso. A A. Appadurai (Ed.): *La Vida social de las cosas: Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 89-122.
- Krippendorff, K. (1989). On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition That "Design Is Making Sense (Of Things)". *Design Issues*, 5, 2, 9-39.
- . (2006). *The Semantic turn: A new foundation for design*. Boca Raton: CRC/Taylor.
- . (2008). The diversity of meanings of everyday artifacts and human-centered design. *Desform*. Proceedings book, 12-19.
- Krippendorff, K. & Butter, R. (1984). Product semantics: Exploring the symbolic qualities of form. *Innovation*, 3(2), 4-9. Recuperat de repository.upenn.edu/asc_papers/40.
- Lacruz, R. R. (2002). *Implicaciones del desarrollo tecnológico en la estética de nuestros objetos cotidianos*. (Estética.).
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1986). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- . (1999). *Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to Western thought*. New York: Basic Books.
- Latour, B. (1992). Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts. A W. E. Bijker i J. Law (Ed.). *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Lewis, C. I. (1926). *The Pragmatic Element in Knowledge*. Berkeley, California: University of California Press.
- . (1946). *An Analysis of knowledge and valuation*. La Salle, Illinois: Open Court.
- . (1956). *Mind and the world-order: outline of a theory of knowledge*. New York: Dover.
- Lindinger, H. (1990). *Ulm design: the morality of objects*. Berlin: Ernst.
- Lipovetsky, G. (1988). *La Era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- . (1991). *El Imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G., Serroy, J. (2015). *La Estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.

- Löbach, B. (1981). *Diseño industrial: [bases para la configuración de los productos industriales]*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lockton, D., Harrison, D., i Stanton, N. A. (2010). The Design with Intent Method: a design tool for influencing user behaviour. *Applied Ergonomics*, 41, 3, 382-92.
- Lull, V. (2007). *Los Objetos distinguidos: la arqueología como excusa*. Barcelona: Bellaterra.
- Luhmann, N. (2005). *El Arte de la sociedad*. [México]: UIA.
- Lupton, E., i Miller, J. A. (2002). *El ABC de la Bauhaus y la teoría del diseño*. México: Gustavo Gili.
- Määttänen, P. (2000). Pragmatist Semiotics as a Framework for Design Research. *Ricerca+Design*, 2000, Politecnico di Milano. Milà. [www.dplusr.polimi.it/uk/01/dpr00/thoward.htm].
- Maeda, J. (2007). *Las leyes de la simplicidad: Diseño, tecnología, negocios, vida*. Barcelona: Gedisa.
- Maldonado, T. (1972). *Ambiente humano e ideología: notas para una ecología crítica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- . (1977). *Vanguardia y racionalidad: artículos, ensayos y otros escritos: 1946-1974*. Barcelona: Gustavo Gili.
- . (1993). *El Diseño industrial reconsiderado*. México: Gustavo Gili.
- Malinowski, B. (1984). *Una Teoría científica de la cultura*. Barcelona: Sarpe.
- Maltese, C. (1972). *Semiología del mensaje objetual*. Madrid: Alberto Corazón.
- Marcé, F. (1989). Objeto, diseño e investigación comunicativa. *Temas de Disseny*, 3, 75-81. Barcelona: Elisava Escola Superior de Disseny.
- Marenko, B. (2009). Object-relics and their effects: For a neo-animist paradigm. A Darras, B., & Belkhamsa, S. (eds.): *Objets & communication*. (MEI. Media et information, 30-31.) Paris: L'Harmattan, 239-253.
- Margolin, V. (1989). *Design discourse: history, theory, criticism*. Chicago [etc.]: University of Chicago Press.
- McAloone, T. C., i Andreasen, M. M. (2004). Design For Utility, Sustainability And Societal Virtues: Developing Product Service Systems. In *Proceedings of Design 2004 8th International Conference on Design*, 1545-1552. Faculty of Mechanical Engineering and Naval Architecture.
- Mead, G. H. (1938). *The philosophy of the act*. Chicago, Ill: The University of Chicago Press.
- . (1991). La génesis del self y el control social. *Reis*, 55, 165-186. Madrid: CIS.
- . (1993). *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. México [etc.]: Paidós.

Referències bibliogràfiques.

- . (2001). La Naturaleza de la Experiencia Estética. *Athenea Digital-Revista de pensamiento e investigación social*, 1. [atheneadigital.net/article/view/6/6].
- . (2008). *La Filosofía del presente*. Madrid : Boletín Oficial del Estado.
- Mill, J.S. (2005). *L'utilitarisme*. Barcelona: Edicions 62.
- Mohan, M. (2010). How Things Look (and What Things Look That Way). A Nanay, B. (Ed.). *Perceiving the world*. New York: Oxford University Press.
- Moles, A. A. (1968). *Information theory and esthetic perception*. Urbana: University of Illinois Press.
- . (Ed.) (1971). *Los Objetos*. Buenos Aires : Tiempo Contemporaneo.
- . (1974). *Teoría de los objetos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Moles, A. A., i Rohmer, E. (1983). *Teoría de los actos: hacia una ecología de las acciones*. México, D.F.: Trillas.
- Mondragón, S. (2011). *Aportaciones de la semántica del producto al diseño de herramientas*. Universitat Jaume I, [Departament d'Enginyeria Mecànica i Construcció].
- Morin, V. (1971). El objeto biográfico. A Moles, A. A. (Ed.). *Los Objetos*. Buenos Aires : Tiempo Contemporaneo. 187-199.
- Morris, C. W. (1962). *Signos, lenguaje y conducta*. Buenos Aires : Losada.
- . (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- Muller, W. (2001). *Order and meaning in design*. Utrecht: LEMMA Publishers.
- Muñoz, B. (2005). *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Madrid: Fundamentos.
- Muñoz, M. T. (2009). *Wittgenstein y la articulación lingüística de lo público: Un camino de la semántica a la política*. México, D.F: Instituto Internacional de Filosofía.
- Murphey, M. G. (2005). *C.I. Lewis: the last great pragmatist*. Albany: State University of New York Press.
- Nanay, B. (Ed.) (2010). *Perceiving the world*. New York: Oxford University Press.
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad : diseño de sitios web*. Madrid [etc.]: Prentice Hall.
- Norman, D. A. (1990). *La Psicología de los objetos cotidianos*. Madrid: Nerea.
- . (2005). *El diseño emocional: por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Barcelona: Paidós.
- . (2010). *El diseño de los objetos del futuro: la interacción entre el hombre y la máquina*. Barcelona: Paidós.
- Norman, D. A., i Verganti, R. (2014). Incremental and Radical Innovation: Design Research vs. Technology and Meaning Change. *Design Issues*, 30, 1, 78-96.

- Nubiola, J. (2000). El valor cognitivo de las metáforas. A Pérez-Illzarbe, P. i Lázaro, R. (Eds.). *Verdad, bien y belleza: Cuando los filósofos hablan de valores*. Cuadernos de Anuario Filosófico. Serie Universitaria, 103, 73-85.
- Osgood, C., Suci, G. J., i Tannenbaum, P. H. (1976). *La Medida del significado*. Madrid: Gredos.
- Papanek, V. (1977). *Diseñar para el mundo real: ecología humana y cambio social*. Madrid: Blume.
- Parsons, T. (2009). *Thinking, objects: contemporary approaches to product design*. Lausanne: AVA Academia.
- Peirce, C.S. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- . (1987). *Obra lógico-semiótica* (p. 431). Madrid: Taurus.
- . (1988). *El Hombre, un signo: el pragmatismo de Peirce*. Barcelona: Crítica.
- . (1994). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce* [InteLex Corp.], [www.nlx.com/collections/ 95].
- . (2008). *El Pragmatismo*. Madrid: Encuentro.
- Pérez de Tudela, J. (2007). *El Pragmatismo americano: Acción racional y reconstrucción del sentido*. (2007). Madrid: Síntesis.
- Pericot, J. (1987). *Servirse de la imagen: un análisis pragmático de la imagen*. Barcelona: Ariel.
- . (1997). Transitar por los mundos posibles. *Temes de Disseny, 14*, 151-175. Barcelona: Elisava Escola Superior de Disseny.
- . (2002). *Mostrar para decir: la imagen en contexto*. Bellaterra [etc.]: Universitat Autònoma de Barcelona [etc.].
- . (2006). El dissenyador com a formalitzador i comunicador de valors. *Temes de Disseny, 23*, 8-21. Barcelona: Elisava Escola Superior de Disseny.
- Pile, J. F. (1979). *Design: purpose, form, and meaning*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Polanyi, M. (1966a). *El Estudio del hombre*. Buenos Aires: Paidós.
- . (1966b). *The Tacit dimension*. London: Routledge.
- Press, M. & Cooper, R. (2009). *El Diseño como experiencia: el papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Putnam, H. (1995). *Representación y realidad: un balance crítico del funcionalismo*. Barcelona: Gedisa.
- Queiroz, J., i Merrell, F. (2006). Semiosis and pragmatism. *Sign Systems Studies, 34*, 1, 37-64.
- . (2009). On Peirce's Pragmatic Notion of Semiosis-A Contribution for the Design of Meaning Machines. *Minds and Machines, 19*, 1, 129-143.

- Rawson, P. S. (1990). *Diseño*. Madrid: Nerea.
- Restrepo, J., Christiaans, H. i Rodriguez, A. (2000). The finality argument on design methods: A theoretical approach from the social sciences. *Proceedings of the International Symposium on the Dimensions of Industrial Design Research Conference*, Politecnico di Milano, 18-20 May, Italy.
- Ricoeur, P. (1988). *El Discurso de la acción*. Madrid : Cátedra.
- Rodari, G. (1983). *Gramática de la fantasía: introducción al arte de inventar historias*. Barcelona: Argos Vergara.
- Rodrigo Alsina, M. (1999). *La Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- Rompay, T., Hekkert, P., Saakes, D., i Russo, B. (2005). Grounding abstract object characteristics in embodied interactions. *Acta Psychologica*, 119, 3, 315-351.
- Rorty, R. (1993). *Ensayos sobre Heidegger y otros pensadores contemporáneos. Escritos filosóficos 2*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- . (1996). *Consecuencias del pragmatismo*. Madrid: Tecnos.
- Rosch, E. (1976). Basic Objects in Natural Categories. *Cognitive Psychology*, 8, 3, 382-439.
- Rosch, E., Lloyd, B. B. (1978). *Cognition and categorization*. Hillsdale, N.J: L. Erlbaum Associates.
- Rosch, E., Mervis, C. (1975). Family resemblances: Studies in the internal structure of categories. *Cognitive Psychology*, 7, 4, 573-605.
- Ruecker, S. (2003). *Affordances of prospect for academic users of interpretively-tagged text collections. "Tesi doctoral"*. Recuperat de <http://eds.a.ebscohost.com/eds>
- Rull, X (2007). *Els substantius d'acció i efecte en català "Tesi Doctoral"*. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona. [hdl.handle.net/10803/8777].
- Sánchez, I. (1991). Interdependencia y comunicación. Notas para leer a G. H. Mead, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* n. 55, 132-164.
- . (2008). Estudio introductorio. Apostarse en presente (En la estela de G. H. Mead). Identidad y autotranscendencia en los ámbitos de interacción. A Mead, G. H.: *La Filosofía del presente*. Madrid : Boletín Oficial del Estado, 13-160.
- Sánchez, M. (2009). *Morfogénesis del objeto de uso. La forma como hecho social de convivencia*. DiseñoLA, [www.disenola.org].
- Sanders, E. B. N. (2002). From user-centered to participatory design approaches. A Frascara, R. (Ed.). *Design and the social sciences: making connections*. New York: Taylor, 1-8.
- Santiago, G. L. E. (2005). Retorica, pragmática y lingüística de la comunicación. *Revista De Investigación Lingüística (Murcia)*, 8, 1, 177-208.

- Sausmarez, M., (1995). *Diseño básico: dinámica de la forma visual en las artes plásticas*. México [etc.]: Gustavo Gili.
- Schön, D. A. (1998). *El Profesional reflexivo: Cómo piensan los profesionales cuando actúan*. Barcelona [etc.]: Paidós.
- Scolari, C. A. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Selle, G. (1975). *Ideología y utopía del diseño: contribucion a la teoría del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Sempriani, A. (1995). *L'Objet comme procès et comme action: de la nature et de l'usage des objets dans la vie quotidienne*. Paris: L'Harmattan.
- Sennett, R. (2009). *El Artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Simon, H. A. (1996). *The sciences of the artificial*. Cambridge, Mass. [etc.]: The MIT Press.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1994). *La Relevancia: Comunicación y procesos cognitivos*. Madrid: Visor.
- Steffen, D. (2000). *Design als Produktsprache: Der "Offenbacher Ansatz" in Theorie und Praxis*. Frankfurt am Main: Verlag form.
- . (2006). Use-inspired basic research: Improved understanding and innovative products—a case study. *Wonderground Design Research Society International Conference 2006*, Lisboa. Proceedings book.
- . (2009). Categorizing product meaning: An investigation into the product language of clothing and fashion. *Desform*. Proceedings book, 73-81.
- Sudjic, D. (2009). *El Lenguaje de las cosas*. Madrid: Turner.
- Taylor, D. (2013). Spray-On Socks: Ethics, Agency, and the Design of Product-Service Systems. *Design Issues*, 29, 3, 52-63.
- Teixido, J. (1995). The Product System: A scientific approach to semiotic product design. A Vihma, S., i Tahkokallio, P. (Ed.). *Design-pleasure or responsibility?: selected and edited articles from the International Conference on Design at the University of Art and Design, Helsinki UIAH 21-23 June 1994*. Helsinki: University of Art and Design.
- Thomson, G. (2005). Fundamental needs. A S. Reader (Ed.), *The philosophy of need* (pp. 175-186). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tomasello, M. (2013). *Los orígenes de la comunicación humana*. Buenos Aires: Katz
- Tooming, K. (2013). Creative Practice and Critical Reflection: Productive Science in Design Research, *Design Issues*, Vol. 29, núm. 4, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, 17-30. [www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/DESI_a_00227].

Referències bibliogràfiques.

- Tromp, N., Hekkert, P., i Verbeek, P.P. (2011). Design for Socially Responsible Behavior: A Classification of Influence Based on Intended User Experience. *Design Issues*, 27, 3, 3-19.
- Vallverdú, J. (2007). Por qué motivos crearemos máquinas emocionales?, *Astrolabio*, nº 5, 44-52.
- Varela, F. J. (1998). *Conocer. Las ciencias cognitivas: Tendencias y perspectivas. Cartografía de las ideas actuales*. Barcelona: Gedisa.
- Vargas, E. (2009). La fisiología de la razón. Peirce y el concepto pragmaticista de inferencia. A Di Gregori. C., & Hebrard, A. (Comp.): *Peirce, Schiller, Dewey y Rorty: Usos y revisiones del pragmatismo clásico*. Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Vendrell, E., i Ayer, J. C. (1999). *Dinàmica de grups i psicologia dels grups*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Verbeek, P.P. (2005). *What things do: Philosophical reflections on technology, agency, and design*. University Park, Pa: Pennsylvania State University Press.
- Vergara, M. i Mondragon, S. (2008). Ingeniería Kansei. Una potente metodología aplicada al diseño emocional. *Revista Faz*, 2, 46-59. [www.revistafaz.org].
- Verganti, R. (2003). Design as brokering of languages: Innovation strategies in Italian firms. *Design management journal*, 34-42.
- Verón, E. (1987). *La Semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- Verschueren, J. (2002). *Para entender la pragmática*. Madrid: Gredos.
- Vihma, S. (Ed.) (1990). *Semantic visions in design*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki UIAH.
- . (1995). *Products as representations: a semiotic and aesthetic study of design products*. Helsinki: University of Art and Design.
- Vihma, S., i Tahkokallio, P. (Ed.) (1995). *Design-pleasure or responsibility?: selected and edited articles from the International Conference on Design at the University of Art and Design, Helsinki UIAH 21-23 June 1994*. Helsinki: University of Art and Design.
- Vinyets, J. (2008). *El Producte com a fenomen de comunicació social. La comprensió del significat social en els productes "Tesi doctoral"*. Recuperat de <http://www.tdx.cat/TDX-0521109-101901>.
- Vitta, M. (1996). *Il disegno delle cose: storia degli oggetti e teoria del design*. Napoli: Liguori Editore.
- Vivas, P., Rojas, J., i Torras, E. (2009). *Dinàmica de grups*. Barcelona: UOC Universitat Oberta de Catalunya.
- Whitford, F. (1991). *La Bauhaus*. Barcelona: Destino.

- Wilson, J. (2002). Communications artifacts. The design of objects and the object of design. A Frascara, R. (Ed.). *Design and the social sciences: making connections*. New York: Taylor, 57-65.
- Winkler, D.R. (2002). Design language. Confluence of behavioral, social, and cultural factors. A Frascara, R. (Ed.). *Design and the social sciences: making connections*. New York: Taylor, 57-65.
- Witte, E. H. (2007). Toward a group facilitation technique for project teams. *Group Processes & Intergroup Relations*, 10(3), 299-309.
- Wittgenstein, L. (1999). *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: Altaya.
- . (2003). *Tractatus logico-philosophicus*. [Madrid]: Tecnos.
- Woodward, I. (2007). *Understanding material culture*. London : SAGE.
- Zecchetto, V. (2003). *La danza de los signos: Nociones de semiótica general*. Buenos Aires: La Crujía.

13. ANNEXOS.

13.1. INFORME DE L'ACTIVITAT DE LA PRACTICA D'INVESTIGACIÓ CORRESPONENT AL GRUP 5.

RESUM DE L'ACTIVITAT RELACIONADA AMB LA TESI *EL LLENGUATGE DE LA UTILITAT*, DE ROMUALDO GONDOMAR, I REALITZADA PELS PARTICIPANTS DELS TALLER DE MEMÒRIA DE LA GARRIGA.

Abans de començar l'activitat es va informar a les persones que integren els tres grups del taller de memòria que hi havia la possibilitat de col·laborar amb una investigació en l'àmbit del disseny i se'ls va convidar a participar. Tothom va acceptar fer-ho.

Atenent la complexitat de visualitzar un concepte abstracte, primerament es va explicar el seu significat i per aplicar aquesta informació, cadascun dels participants va anotar la paraula a la llibreta i va triar dues làmines entre les 240 que hi havia i que creia corresponia a la representació mental del mot escollit.

Per evitar repeticions explicatives, s'entén que les activitats i la seqüència de les mateixes van ser iguals per als tres grups.

Els assistents es van distribuir en grups de quatre persones. Cadascuna d'elles mostrava a la resta dels seus companys les dues làmines que havia triat i aquests, un per un, verbalitzaven la pròpia percepció vers les dues imatges presentades. S'havia d'esperar a que tots els companys diguessin la seva per informar si les aportacions eren correctes, o no.

En alguns grups es va respectar aquesta consigna; en altres, alguna persona va avançar la resposta abans de que els companys manifestessin la seva percepció.

A la sessió següent es va demanar als participants escollir un nou concepte abstracte i escriure la seva definició, contrastar-la amb la del diccionari, i refer-la, posteriorment.

Degut a que el taller dura una hora, es va decidir que es continuarien fent alguns dels exercicis habituals i que a la nova activitat se li dedicaria uns quaranta cinc minuts, aproximadament.

A la setmana següent es va reprendre l'activitat de les làmines i que cada persona presentava com el concepte abstracte triat, insistint en que no es podia facilitar cap informació sobre aquest fins que la resta de companys coincidissin en quina era la paraula escollida per aquesta persona.

Així mateix, cadascú va entregar el seu treball relacionat amb les definicions.

Tot i afegint aquest grau de complexitat, es va detectar una major fluïdesa a l'hora d'escollir un nou concepte abstracte. En general, es va respectar el temps d'espera per ensenyar, verbalitzar, escoltar i confirmar si la paraula escoltada era la correcta, o no.

Dimarts següent, cadascú dels assistents havia de dibuixar la seva percepció en quatre línees. Aquesta activitat va representar per a ells un grau més de dificultat .

I finalment, a l'altra setmana, van transformar el gràfic, mitjançant plastilina blanca, en un objecte físic i amb volum.

Es va enregistrar les representacions conceptuals.

D'aquesta activitat cal esmentar els següents aspectes:

- Tot i que al taller de memòria hi participen normalment 48 persones, aquest darrer trimestre els grups s'han reduït per malalties, viatges i altres circumstàncies personals, la qual cosa ha motivat que l'assistència hagi estat intermitent i que no tots els integrants hagin pogut realitzar totes les activitats.
- S'han modificat algunes de les pautes del treball per facilitar i adequar les activitats al participants per una banda i mantenir l'interès i la motivació per una altra.
- Si bé inicialment va tenir dificultat per comprendre i adequar la paraula amb concepte abstracte, posteriorment es va observar una major agilitat i concreció.
- Els participants han valorat l'activitat com a molt positiva: els ha fet concretar la percepció, treballar el vocabulari, fixar l'atenció, potenciar l'observació i aprendre.
- Agraeixen la possibilitat de participar en un projecte nou.

Pilar Cases - Pedagoga
Taller de memòria
La Garriga juny 2015

13.2. APLICACIÓ DEL MODEL D'ANALISI DEL CICLE PRAGMÀTIC DE LES COSES REALITZAT PER G. GOMILA, D. PADILLA I M. RICART.

ANÁLISIS PRAGMÁTICO DEL DISEÑO DE LAS COSAS

El diseño como disciplina comunicadora de las experiencias.

ÍNDICE

4	SENTARSE EN EL ESPACIO PÚBLICO
	CÓMO ENTENDEMOS EL TÉRMINO SENTARSE MÉTODO DE TRABAJO
6	ANÁLISIS PRAGMÁTICO
	COMUNITARIO COLECTIVO INDIVIDUAL
20	DIAGRAMA CONCEPTUAL
	PROPUESTA 1 PROPUESTA 2 PROPUESTA 3
34	CONCLUSIÓN
35	BIBLIOGRAFÍA

DELLA PADILLA
GLORIA GOMILA
MARIA RICART
PRODUCTO, CONTEXTO Y JUZGAMIENTO
PROFESOR: ROMUALDO CONDOMAR
02.06.2015

SENTARSE EN EL ESPACIO PÚBLICO

Sentarse, es la acción que consiste en poner o colocar a uno de manera que quede apoyado y descansado sobre las nalgas. Esta acción se realiza a diario por todos los individuos y en muchos contextos.

Por el espacio público, todas las cosas que nos rodean están pensadas para desarrollar una función en el ámbito público y los valores que configuran el espacio interactúan con los individuos tanto si permanecen allí un tiempo prolongado como si están de paso.

El diseño de las cosas determina la forma de relacionarse con ellas, los usos y por tanto, marcan cómo determinados usuarios utilizan el espacio público para sentarse de una forma concreta.

Entendiendo este tipo de relaciones, se puede analizar el por qué de tantas formas distintas de sentarse en el espacio público, utilizando objetos de mobiliario diseñados especialmente para cada caso, pero que también responden a criterios del propio entorno.

Se tratará por tanto de definir cómo el diseño interfiere en la relación del entorno público con todos los individuos que lo comparten, y al mismo tiempo, como este espacio configura las identidades de los grupos o usuarios que lo usan.

Modelo metodológico

Para poder entender la magnitud de la influencia del diseño del espacio público sobre las relaciones y acciones de los individuos, se precisa hacer un análisis pragmático con el que desglosar todos los elementos y factores que intervienen en dicha interacción y entender cómo los individuos los perciben e interpretan.

Se entiende por pragmática como un subcampo de la lengua que se interesa por la manera en la cual el contexto afecta a la interpretación del significado. El contexto debe entenderse como la situación, pudiendo incluir cualquier aspecto extralingüístico: situación comunicativa, conocimiento que comparten los hablantes, relaciones personales, etc.

Por tanto, en un análisis pragmático se trata de analizar las diferentes variables relevantes para la comprensión de un hecho y para explicar la elección de determinadas acciones al analizar el objeto en función de los factores contextuales.

Las fases del análisis, se dividen en tres estudios: individual, compartido o colectivo y comunitario.

La parte inicial del proceso, se lleva a cabo individualmente en función de las cualidades de las cosas, de la temporalidad de las acciones y de sus propósitos, cuando los datos que estas nos proporcionan.

En la siguiente etapa, el colectivo representa y comunica un mismo hecho real en el entorno, y así el significado que el significado común dentro de un ámbito social concreto.

Para que todos los individuos de una comunidad puedan interpretar el significado atribuido a las cosas, el tercer estudio se basa en la comparación y confirmación de los valores transmitidos, que pueden ser entendidos dentro de un entorno cultural concreto.

Este conjunto de conocimientos compartidos acaba configurando el saber que permitirá a todos los integrantes de la comunidad reconocer las cualidades de las cosas que se perciben.

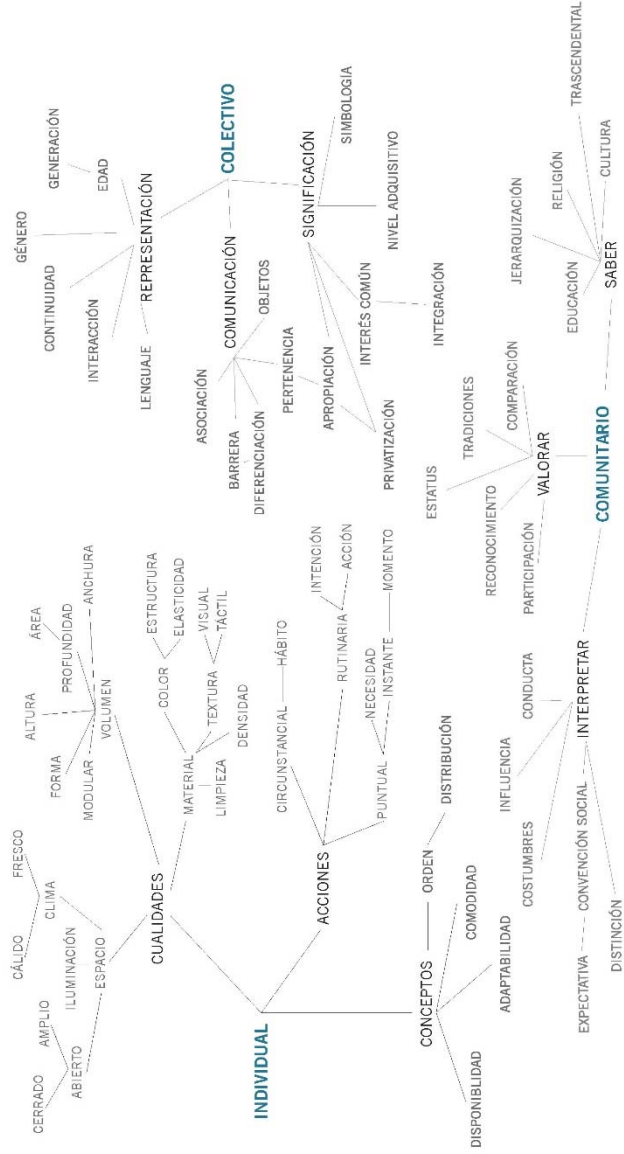
Al tratarse de un proceso cíclico en que todos sus componentes están relacionados entre sí y dependen unos de otros, una vez iniciado el proceso, este se va retroalimentando. De este modo, analizando desde el punto de vista actual, se difícil entender el individuo fuera de la comunidad.

Por tanto, que la simplificación y explicación de las etapas del proceso está expuestas desde el marco general (comunitario), hasta el particular (individualidad).

Posteriormente, el análisis pragmático que se presenta, sigue el orden establecido según la metodología original. Se tratan tres recorridos distintos a los iniciales por tal de demostrar diferentes posibles vías de diseño dentro del marco del espacio público.



MAPA DE CONCEPTOS PARA EL ANÁLISIS PRAGMÁTICO



COMUNITARIO

A la hora de transmitir cualquier acción, como por ejemplo sentarse, el diseño de los objetos que dan el mensaje es fundamental. A lo largo de la historia, se han desarrollado distintas formas de sentarse según las culturas; la detección recibida o el aprendizaje.

Empezando el análisis pragmático desde un punto de vista general, primero se deberían tener en cuenta las comunidades. A través de este contexto comunitario, se consolidan los usos y costumbres de una generación cultural y social, dando que todos compartan la misma forma de percibir y conocer el mundo.

Para llegar a este conocimiento común, se debe pasar por unas fases previas, por un proceso de adaptación, verificación y rectificación por parte del conjunto de individuos que forman parte de dichas comunidades. Este proceso de adaptación al código compartido que define el grupo social al que se pertenece.

Una vez realizado el primer contacto con los objetos que permitirán la acción de sentarse, recordamos y asimilamos aquello que dichas cosas nos transmiten, esto permite interpretar la tipología y las cualidades del objeto. Luego se pasa a cular al aquello que estamos aprendiendo a través de la experiencia, desde el momento en que nos presentamos ante un objeto o voluntarios donde sentarnos.

En la última fase de este proceso, se constituye la consolidación de conocimientos compartidos, convenciones sociales y culturales, que van a permitir explicar por qué actuamos de una forma o de otra.

Las costumbres son acciones repetidas por un determinado grupo social en un determinado contexto, alguna se convierten en tradiciones o rituales comunes. Estos rituales se adquieren y transmiten como subproducto de la manera de actuar y pensar de los individuos de la misma comunidad. Este conjunto de rituales permiten entender y diferenciar las distintas comunidades que hay en el mundo.

A lo largo de la historia, las formas de sentarse se han desarrollado diferente en cada sociedad, acabando en "sentarse universalmente" dentro cada comunidad.

La forma de sentarse más utilizada en cada comunidad es la que se ha ido conformando a lo largo de la historia y se debe a la necesidad de convivir con la sociedad en donde se vive. En la cultura occidental, y la oriental, donde la forma de sentarse ha evolucionado hacia vías distintas, concluyendo en dos tipologías y significados relacionales con la acción de sentarse:



Prestara seiza, mizu utilizada en la cultura oriental tanto en rituales como en la vida cotidiana. Dirigente de la ceremonia de té en Japón.

Prestara de media flor de loto o piensas cruzadas. Grupo de jóvenes en Plaza Universidad, Barcelona.





Grupo de hombres sentados en el suelo, usando una variedad de estilos de peinado, con ellos se ven rasos, un tipo de peinado y otro tipo de peinado, algunos de la cabeza abarcar un tipo de peinado más largo y rubio, en el centro del grupo de ellos se ven rasos y rubio.

A lo largo del proceso de educación y socialización, los individuos que ya entienden las convenciones sociales relacionadas con el acto de sentarse, instruyen a los más jóvenes sobre las posturas adecuadas en cada comunidad. Según la postura que adoptamos transmitimos un mensaje u otro; el objeto que usamos para sentarnos, ya sea un volumen del espacio o un objeto externo, determina qué postura debemos adoptar en cada situación.

Analizando la cultura occidental, se puede comprobar que según la postura que adopta la gente, percibimos y valoramos qué tipo de persona es; nos prescrua. La posición de piernas, espalda, brazos y cabeza determinan tanto el grupo social al que se pertenece como el contexto en que se encuentra el usuario. Este tipo de conocimiento lo adquirimos según el grupo de individuos que nos rodean: a través de la participación en rituales y con el cumplimiento del resto de la comunidad, se acaba caracterizado la postura.

La manera de actuar en determinadas situaciones viene muchas veces marcada por la influencia de los individuos que nos rodean y la cultura a la que se pertenece. Hasta que el comportamiento se compran consistentemente con los de los demás, se perciben como un comportamiento de consenso del tipo de relaciones que se dan entre individuos de una misma comunidad.

Los relacionos se categorizan según el impacto o la importancia de cada individuo sobre la comunidad, creando una jerarquización de personas a distintos niveles.

Los elementos que permiten esta diferenciación son precisamente los que se utilizan para realizar la acción de sentarse; a ellos se les otorgan distintos significados que nos transmiten connotaciones de superioridad, inferioridad, espiritualismo, etc.



Personas sentadas en un círculo, se observa que los hombres están sentados en el suelo, mientras que las mujeres están sentadas directamente en el suelo, con ellas, demuestran que para ellas, según su cultura, el uso de un tipo de silla es más apropiado que el uso de un tipo de silla. El objeto usado para sentarse es un tipo de silla, se observa que los hombres están sentados en el suelo, mientras que las mujeres están sentadas directamente en el suelo.

COLECTIVO

El análisis del acto de sentarse en el contexto colectivo hace referencia al signo de que comparten los individuos de una misma cultura un entorno concreto.

Dicho análisis se puede dividir en tres fases: la representación, que es esa característica que hace pensar o recordar al usuario una cosa concreta o que da lugar a nuevas ideas, conceptos o figuras; la comunicación, que es el proceso de transmitir un mensaje y recibir una reacción a través de un canal de comunicación visual y la significación, que es el proceso que determina y fija de forma colectiva el significado de las cosas para poderlas experimentar.

Los diversos usuarios de un colectivo, a través de un lenguaje mayoritariamente visual (ya sea de carácter lingüístico o gráfico) de objetos utilizados y colocados en el espacio, establece una herramienta que delimita la zona elegida para la reunión. Esta a su vez indica el nivel de intimidad requerida. Se puede decir que en un período de tiempo concreto el colectivo se apropia de un espacio, lo hace suyo.

A partir del análisis elaborado de las diversas formas de sentarse en el mundo se ha pasado a analizar el acto de sentarse de forma grupal o colectivo en el área de Barcelona. Concretamente se han analizado los espacios públicos de la plaza Cataluña, la plaza dels Àngels y la plaza del Sol. Las conclusiones que se han extraído de este análisis son varias.



Plaza Catalunya, ejemplo de barrera visual proporcionada por la distribución de los usuarios al sentarse.

Por otra parte, a partir de un interés común, los usuarios ocupan un espacio concreto porque gracias al significado asociado a los objetos que se encuentran en esa área, hacen que la actividad de asociación y sentada sea característica y distintiva. Un colectivo que ejemplifica estas cualidades es el de los skaters que se encuentran en la plaza del Ángel.



Plaza de los Angeles, imagen que ilustra el interés común por el skateboarding y la relación del usuario con los objetos.



Plaza del Sol, la continuidad y las líneas del espacio integran a los usuarios que realizan una misma actividad.

Otro aspecto a tener en cuenta es el de la integración. El colectivo, a la hora de elegir un área para sentarse y reunirse busca una superficie, una volumetría y una disposición de los objetos que permitan a los usuarios, a partir de la interacción con el espacio, sentarse que forman parte de un grupo ya que tienen algo que les conecta e integra.



Los objetos situados en el espacio y su material contribuyen a la conexión e integración que los usuarios necesitan para identificarse en el colectivo.

INDIVIDUAL

Partiendo del análisis realizado previamente en el contexto colectivo, se le procederá a analizar el acto de comunicación desde una perspectiva individual.

El contexto individual se basa en los diversos hábitos que tienen los usuarios de forma particular. Estos se desarrollan en situaciones físicas y específicas.

Este contexto se puede definir a partir de los rasgos de los usuarios y conceptos. Entendemos por rasgos desde esas características que hacen que los objetos sean de una forma particular y que percibidos por la sensibilidad del usuario permitan diferenciar unas cosas de otras. Por otro lado, las acciones son los actos realizados por los individuos en función de su apreciación de los objetos y sus características.

Finalmente, se conoce como concepto a la expresión de una idea, signo, concepto o pensamiento que interrelaciona hechos y contextos. Se define como hecho un acontecimiento que se comunica con los usuarios, gracias a lo cual emerge y se presenta en el Dicho; volutamen e influyen no solo en el hecho de transmitir un mensaje, influyen también en el cómo el mensaje y la comunicación es percibida debido a su distribución y material de construcción.

Gracias a que los distintos espacios comunicados están en una constante interrelación con los usuarios de otros. Ello genera una rutina. Es evidente que según el mensaje del espacio, será el grupo social que concurrirá a él. Queda hace posible la creación de la rutina en la: usuario es la comodidad, ya sea física y/o emocional, pues gracias a este factor la comunicación espacio-usuario se presenta consistentemente de manera efectiva.



Plaza Real, Barcelona. La comodidad tanto física como emocional es el elemento principal para crear una rutina.



Marratxén, Port Vell. La disponibilidad de los volúmenes que se encuentran en el espacio determinan al tiempo de la acción de sentarse. Ésta se circunscribe al. Puede que se vaya a realizar o pueda que no.

Todo volumen dentro de un espacio es utilizado por los usuarios según la capacidad que éste tiene. En consecuencia, la capacidad de un espacio que determina y define la usabilidad del volumen pues las acciones ocurridas dentro del espacio hacen que los usuarios se comporten de un modo u otro.

El diseño y material con que los objetos son fabricados determinan la forma en que los usuarios usan la acción de sentarse. Los usuarios se encuentran en contextos de adaptación con los objetos y por ende la acción de sentarse va cambiando continuamente.

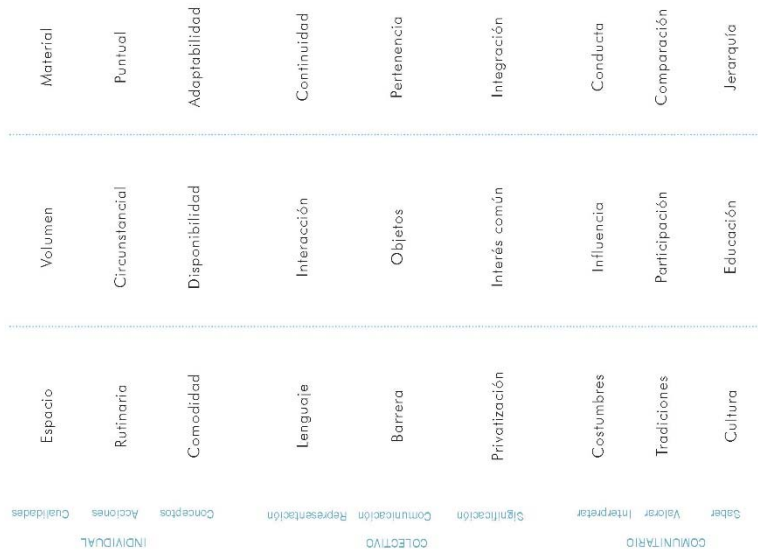


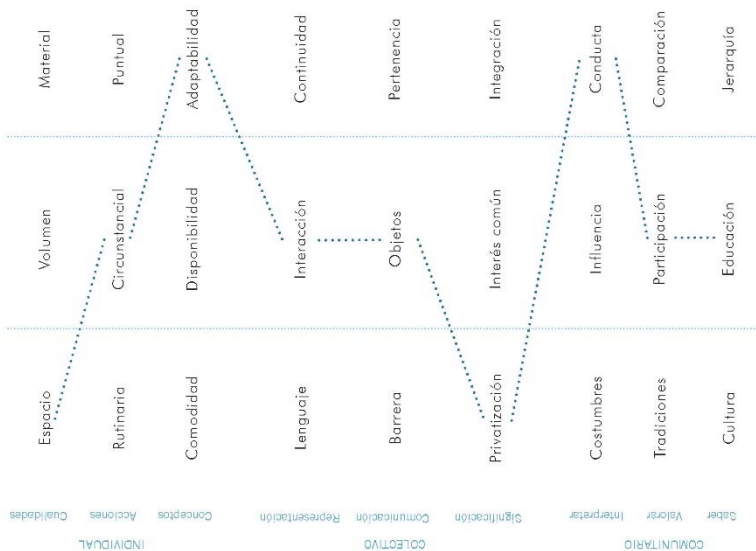
Plaza de Sant Jaap Oriol, Barrio Gótico. El usuario se adapta al espacio para realizar la acción de sentarse de una forma no manifiesta y puntual.

DIAGRAMA CONCEPTUAL

Tomando como punto de partida el conjunto de conceptos que han ido apareciendo a lo largo del análisis de cada fase, comunitaria, colectiva e individual, se ha creado un diagrama conceptual que resume los principales puntos de dichas ideas en recorridos lógicos que ayudan a explicar el porqué de un espacio, volumen o contumbré relacionadas con el acto de sentarse.

Dispuestos en tres columnas, estas representan tres formas de hacer un análisis pragmático: las filas de la arriba definen la fase en que se encuentra cada concepto.





RECORRIDO 1. ESPACIO

El primer recorrido comienza con el espacio, que como bien se sabe, todo espacio está en constante comunicación con los objetos y usuarios presentes en él. Dentro de este espacio, los usuarios interactúan entre sí y con el lugar circunstancial, que hace que el mensaje transmitido cambie constantemente.

Debido a este componente, los usuarios han tenido que desarrollar su sentido de adaptación, logrando así una interacción con los objetos y el espacio. Es natural que todo mensaje que se transmite a través de los objetos y los usuarios, debe ser capaz de esta conducta en común para poder preservar su intimidad personal.

La participación de los usuarios con otros individuos y objetos, se determina también por el diseño y forma en que éstos interactúan. No hay que olvidar que, tanto la forma de actuar de los usuarios (su comportamiento) como la interpretación que otros individuos les interpretan las acciones, depende de la educación recibida.

Durante el proceso de educación, recibida a lo largo de todas las etapas de socialización, se aprende la correcta interacción entre individuos y objetos que se accionan por medio de los rituales de una misma comunidad.

En el espacio público, estos comportamientos se ponen en práctica a la hora de santarinos en un ámbito socializado, ya que se debe respetar la correcta interacción por los otros usuarios, para así poder transmitir un mensaje correcto y concreto a la hora de santarinos.



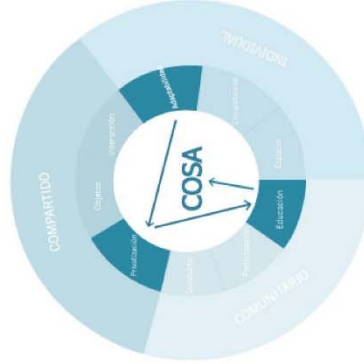
ANÁLISIS DE DATOS

Siendo el espacio una parte que ocupa un objeto, la capacidad que de un terreno y/o la extensión que contiene la materia existente, es importante saber que la interacción de los usuarios depende de la información que se genera durante el uso de una conducta determinada.



ANÁLISIS DE CONCEPTOS

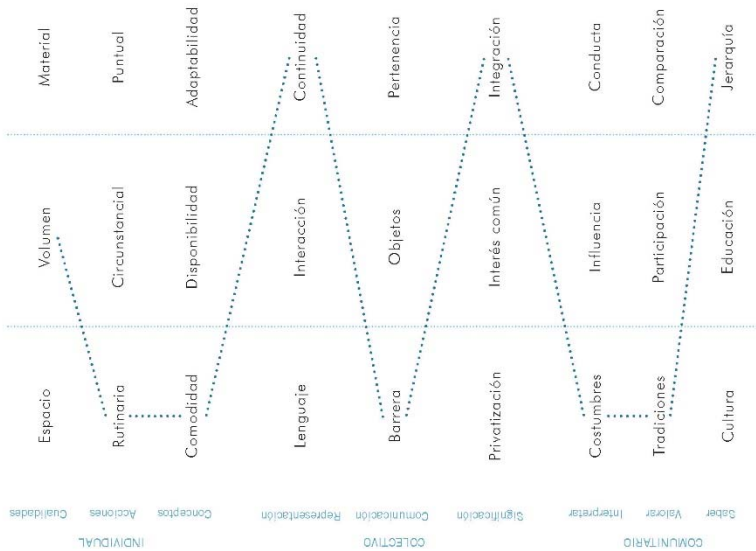
Sin importar el objeto, todo individuo tiene la cualidad y capacidad de adaptarse al mismo según el espacio en el que se encuentra. Dentro del proceso de adaptabilidad de un individuo, se encuentra la privatización, concepto que es imprescindible debido a que es lo que le permite mantener un área que delimite su proximidad para con otros usuarios. La interpretación que un individuo tiene de las relaciones (tanto de sí mismo para con otros usuarios o la que percibe entre usuarios) dependiente según la proximidad y la ubicación que el usuario haya recibido.



ANÁLISIS DE HECHOS

La conducta que adopta el usuario depende de las circunstancias en las que se encuentra un objeto, pues el comportamiento del usuario depende del nivel de participación del usuario con el mismo.





RECORRIDO 2. VOLUMEN

Empezando el análisis pragmático desde el punto de vista del volumen que encontramos en el espacio físico, se podría decir que este determina el por qué de la dirección de una acción.

Las características físicas del volumen: altura, anchura, la profundidad o la posición, determinan si éste será hándico para sentarnos allí por un tiempo prolongado o no. La comodidad que proporciona un objeto de características concretas pueden ser físicas, como la posibilidad de adoptar una buena posición, o psicológicas, como el estar cómodo con el que sentimos identificado. Si estas dos dimensiones coinciden, el individuo o grupo social podría llegar a realizar una acción rutinaria, convirtiéndolo dicho volumen en su espacio identificable.

Para que un colectivo considere un volumen donde sentarse como algo propio de él, también se debe dar un espacio físico, pero además, como es decir, debe tener ciertas características que crean comunalidad visual para poder identificar a todos los que se encuentran en él como grupo.

Este factor genera dos momentos distintos dependiendo del usuario que analice el colectivo. Para los integrantes del colectivo sentido en el espacio físico, el volumen como visual, hace que todos los que forman parte del grupo se sientan integrados; se produce un fenómeno de aceptación entre los usuarios de un mismo colectivo.

Derivado de este hecho, encontramos que el grupo en sí forma una barrera, delimitando el espacio que crean las pertenencias, y haciendo ver a otros individuos que espao o color como están ocupados.

El código que se nos presenta al encontrar un colectivo de estas características es entendible para todos los usuarios de la comunidad, dado que todos interpretan el mundo más o menos de la misma forma. Dentro de una misma comunidad, las costumbres que tienen los individuos se ven reflejadas en las acciones, de porque hacemos unas cosas a otras. Esas costumbres, si se repiten a lo largo del tiempo, se acaban convirtiendo en tradiciones. Con las tradiciones se puede llegar a evaluar si consideramos aceptable o no la acción que se presenta. Por lo tanto, las tradiciones que compare a la comunidad, le permiten

entender un colectivo cuando está sentido en un volumen continuo, creando una barrera tanto con el espacio como con sus propios colores.

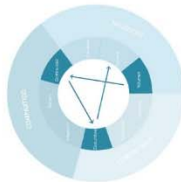
La adaptación de los volúmenes de un colectivo o los volúmenes en los que se sientan no solo ayudan a identificarle como tal, sino que también tiene una función dentro del propio grupo, la de jerarquización. Cada integrante del grupo adopta un rol más o menos dominante, y lo demuestra por ejemplo con la altura del volumen donde se encuentran.

Todos los individuos de la comunidad son capaces de interpretar los signos que marca la jerarquía dentro de cada colectivo. Este tipo de conocimientos viene instilado desde la infancia durante todos los rituales de una comunidad, se van presentando acentos de este tipo de jerarquización, que puede ser de varios tipos: generacional, de género, de estatus o incluso de clase social.



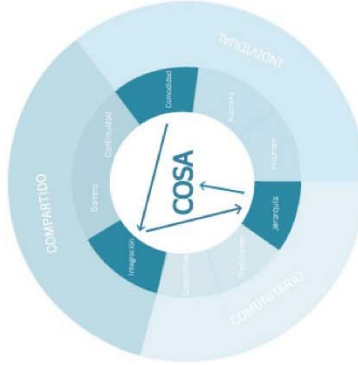
ANÁLISIS DE DATOS

Las características físicas de un voluntario, transmiten datos a los individuos que quieren sentirse en ellos, de modo que puedan elegir si los conviene o no aproximarse en un momento, o que el colectivo se comporte de una manera que debe tener la calidad de continuidad por tal que el mensaje que transmite el colectivo se entienda como un grupo de personas con la misma forma de pensar, es decir, con las mismas costumbres.



ANÁLISIS DE CONCEPTOS

El volumen y la forma en que el colectivo se distribuye en él, nos proporciona una comodidad tanto física como psicológica que hace que cada individuo se sienta integrado en el grupo social. A la misma vez, la posición de cada usuario determina la relevancia que este tiene dentro del propio grupo, ya que el nivel de integración que permite una posición, contrasta o mejor que, el que permite una posición más apartada. Esta jerarquía no se percibe tan solo dentro del colectivo, si no que los individuos ajenos a él, también pueden entender que individuo tiene más importancia o "poder" sobre el volumen en el que se sitúan.



ANÁLISIS DE HECHOS

Los rituales, llevan a los individuos a realizar una acción de forma similar y se encuentran a gusto en el colectivo, ya que se sienten integrados a través de firmaciones de barreras. Con sus propios cuerpos (posición que adoptan al sentarse), o elementos externos, definen qué es parte del colectivo.

Esta forma de entender la delimitación intangible de un grupo viene dada por la tradición de cada comunidad, ya que no se involucran en actividades que impliquen otra mediante rituales a lo largo de nuestra socialización.



RECORRIDO 3. MATERIAL

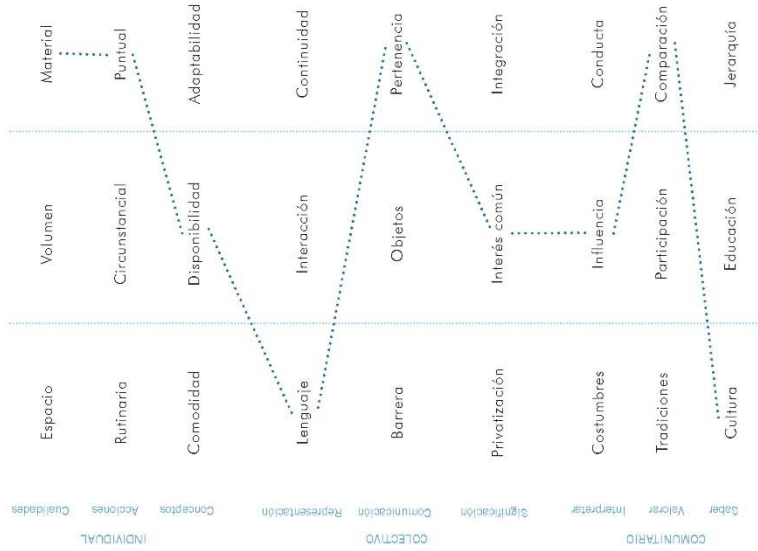
Significatio el diagrama conceptual del análisis pragmático podemos establecer otro posible recorrido partiendo del concepto material.

Así en ocasiones que el usuario, al elegir un espacio donde sentarse, ve influenciado por la superficie, textura o color del objeto. La percepción inmediata de dicha superficie, además de su disponibilidad, es la que establece que el usuario se sienta allí y lo haga suyo.

Dicha disponibilidad puede ser tanto el espacio físico como el espacio psicológico. Así, los usuarios, personas o elementos o visual el individuo percibe el lenguaje de los elementos y sus materiales.

Este lenguaje y los individuos que ocupan ese espacio, pueden presentar un interés común con el individuo que analiza el espacio con la intención de ver cómo (aunque sea) se relaciona de dichos individuos entre ellos.

Dado que los usuarios están influenciados por su entorno, amigos, familia, medios de comunicación, publicidad..., tanto el individuo como ente abstrao como los usuarios que integran un grupo, necesitan compararse con los demás individuos y colectivos con el fin de establecer una referencia por la sociedad. Esta comparación continua y permanente suele estar enmarcada dentro de una cultura determinada.



ANÁLISIS DE DATOS

Dentro de cada diagrama conceptual, podemos analizar con más detalle las relaciones existentes entre los diversos conceptos que relacionan individuos, colectivo y comunidad. Así mismo, una comunidad puede ser una entidad que interviene en la vida, donde intervienen las cualidades, su representación y conocimiento. En este recorrido, el material con el que está diseñado el objeto transmite unos valores, se puede decir la superficie, textura y luminosidad de los materiales crean un lenguaje "que influye al usuario en la decisión de si quiere sentirse o no, como si se tratara de un objeto filosófico que tiene otras preocupaciones sobre un individuo hacen que esta persona actúe de una u otra forma con relación a la percepción en concreto del objeto y su material.



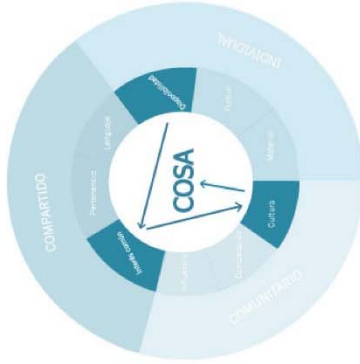
ANÁLISIS DE HECHOS

En el análisis de hechos establecemos una conexión entre las acciones que realizan los individuos. La relación que se establece es la valoración general de las comunidades. En este recorrido encontramos que en cada acción puntual que el usuario realiza, éste se apropia del espacio y se lo hace suyo durante un período de tiempo concreto. La pertenencia da pie a la comparación entre individuos. Cabe mencionar que, esta comparación puede ser de un individuo con otro, de un grupo con otro, de un individuo con otro, de una forma distributa o puede ser una comparación de objetos donde, scittars.



ANÁLISIS DE CONCEPTOS

A partir de los conceptos, los usuarios de un mismo colectivo dotan de significado a ellos y es la comunidad la que aprende y sabe estos conceptos y sus significados para poder establecer una relación. Si nos centramos en el ejemplo del hecho de sentirse en un espacio público, la disponibilidad de un asiento está relacionada con el interés común. Todos los usuarios de una misma comunidad, con una cultura similar, se comportan de una forma parecida a la hora de sentarse y contribuyen si las diversas zonas y objetos que existen en la ciudad están disponibles o no.



CONCLUSIÓN

Al terminar el análisis pragmático realizado sobre el acto de sentarse, se ha podido comprobar que hay muchos factores que influyen en la forma de sentarse y en qué grado lo hacen.

En primer lugar la dimensión individualizada nos ha permitido entender el momento que sigue al momento en el que se realiza el primer contacto con el suelo, ya sea en el momento de sentarse o en el momento de levantarse, en base a que el usuario pueda identificar el lugar en concreto donde realizar la acción.

En las intenciones, se ponen en común dentro de un colectivo para poder valorar conjuntamente el lugar que más les identifica, esta elección depende de factores como el interés común o el nivel adquisitivo.

Aunque podamos identificar distintos grupos, se debe tomar en cuenta que todos forman parte de la misma comunidad y por tanto, cualquier elección se verá influenciada por la cultura y la selección.

Con los recorridos establecidos hemos podido explorar nuevas posibles vías de conceptualización del acto de sentarse en un mundo tan capitalizado como el de los objetos para sentarse, donde sólo existe una posible forma de diseñar un objeto para esta función, la silla y sus variantes.

BIBLIOGRAFÍA

WEBS

García González, L., García Aranda, F. & Hernández Sánchez, O. (2010, December 9). Analisis Pragmatico. Retrieved May 25, 2015, from <https://grupos1bca.wordpress.com/2010/12/analisis-pragmatico/> [EN LÍNEA 15 de Mayo de 2015]

Ribera, I. (2009, Mar 17). Funciones pragmáticas del lenguaje visual. Retrieved May 25, 2015, from <https://indiapeulin.wordpress.com/funciones-pragmaticas-1/> [EN LÍNEA 15 de Mayo de 2015]

LIBROS

Morant, B. & Cortés, J. F. (1988). Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica. Barcelona [sic]: Gustavo Gili.

DOCUMENTOS

Apuntes de la asignatura "Producto, contexto y usuario", impartida en ELISAVA por el profesor Romualdo González (mayo 2015).

"Propuesta metodológica para una pragmática del diseño". Romualdo González. Documento extraído del campus virtual de ELISAVA (mayo 2015)

13.3. APLICACIÓ DEL MODEL D'ANÀLISI DEL CICLE PRAGMÀTIC DE LES COSES REALITZAT PER C. GONZÁLEZ, N. MASSANET I P. RIPOLL.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
Objetivos y temas a tratar en el trabajo.	
CONTEXTO INDIVIDUAL	4
Que factores influyen en como nos sentamos en un contexto individual.	
CONTEXTO COMPARTIDO	12
Cómo nos sentamos en colectivo.	
CONTEXTO COMUNITARIO	20
Que caracteriza a las diferentes comunidades en el acto de sentarse.	
INTERRELACIONES	29
Interrelaciones entre los diferentes contextos.	

INTRODUCCIÓN

El diseño es una disciplina comunicadora de experiencias. Y a través de la observación de los individuos podemos extraer información correspondiente a sus principios y preferencias en la práctica de sentarse, para poder así relacionarlo con el significado y saber lo que debe transmitir un buen diseño que sirva para estar en una posición sedentaria de reposo.

Con este trabajo queremos comprender como los individuos actúan a la hora de sentarse en el espacio público. Para ello hemos hecho un análisis pragmático de las experiencias que tienen las personas tanto a nivel individual, como colectivo y comunitario, para saber las preferencias de los individuos a la hora de elegir como y donde sentarse.

Finalmente, veremos como los tres contextos interactúan entre sí, y lo mostraremos con la aplicación en tres casos diferentes.



3

CUALIDADES

Nos referimos a individual cuando se encuentra una única persona realizando una determinada acción. Este acto individual, se divide en tres acciones las cuales realizamos dependiendo de nuestras necesidades o hábitos. La primera, es la rutinaria, la cual sucede habitualmente; la puntual, cuando el entorno nos la facilita; y la momentánea que puede ocurrir en cualquier lugar.

Por temas de costumbres o de cultura, hay ciertos aspectos determinantes a la hora de realizar esta acción, como pueden ser las cualidades del espacio, la forma que asociamos a un uso y las connotaciones que le damos a un material determinado.

Las personas indistintamente y sin darnos cuenta, hacemos asociaciones visuales de las cosas en base a nuestra experiencia previa. Al ver el mobiliario urbano pensamos en que necesitamos en ese momento y si el elemento a utilizar cumple con los requisitos. Estos requisitos pueden ser la comodidad, la limpieza del lugar, la adaptabilidad, la altura de las cosas... Si pasado un rato y habiendo cambiado suficientes veces de posición no estamos "a gusto" lo más seguro es que acabemos abandonando ese lugar.



5

CUALIDADES

En esta situación puntual ubicada en una plaza del barrio gótico, se dan las condiciones y cualidades necesarias para poder analizar estos factores diferentes.

VOLUMEN

Magnitud física que expresa la extensión de un cuerpo en tres dimensiones: largo, ancho y alto.

MATERIAL

Cualidad física del objeto destinado a este uso.

ESPACIO

Parte que ocupa cada objeto sensible.

CLIMA

Condición atmosférica determinante a la hora de realizar esta acción en el exterior.

POSICIÓN

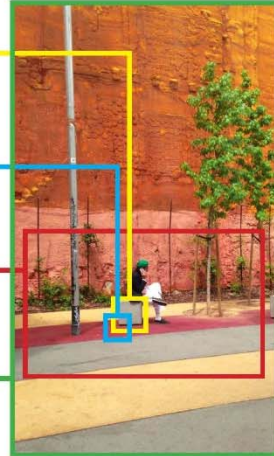
Forma del cuerpo adquirida que varía según la actividad que se este realizando.

VOLUMEN: Forma del objeto que visualmente nos indica que podemos realizar la acción de sentarnos debido a la anchura y la altura que este tiene.

MATERIAL: Material al cual asociamos la cualidad de rigidez y de estar en el exterior.

ESPACIO: Plaza con el material del suelo de goma destinada al ocio de los niños al salir de la escuela. Lugar de espera de los padres.

CLIMA: Día soleado en el cual se puede realizar la acción de sentarse en el exterior.



6

ACCIONES

El clima, por ejemplo como en el caso del mateïnagnum, es un factor muy importante a la hora de realizar cualquier acción al aire libre. Es un sitio de paso, en dónde taoro la gente que viene de vacaciones o la gente de aquí, reposa tranquilamente en el mobiliario urbano los días soleados.

En mi caso, decidí analizar la parte del gótico. Me sorprendió la poca cantidad de mobiliario urbano que encontramos del camino de la universidad hacia plaza Catalunya. Esto es debido a la economía de mercado en la cual nos encontramos, el turismo se ha convertido en un pilar fundamental para Barcelona. Ciudad donde en las plazas se han quitado los bancos y los espacios públicos han sido reconquistados por las terrazas de los bares. ¿Nos podemos sentar? Sí, pero debemos pagar por ello. Barcelona ha olvidado que el espacio público es de todos y no porque nadie les pague más les corresponde un buen trozo. Claro ejemplo la reciente reforma que han realizado en la diagonal. Me gustaría pensar que el motivo de esta, ha sido para la colocación de un carril bici en condiciones, pero no es así. Han ampliado las aceras. La diagonal, calle emblemática de Barcelona la cual era muy poco aprovechada por su desagradable aspecto hacia al viandante. Y ahora, ya tiene amplias aceras, para que sean apoderadas por grandes terrazas de bares, para que los turistas consuman en ellas más tiempo

y dinero. Esto se refleja en que la gente utiliza para sentarse mobiliario de la ciudad que de primeras no estaba destinado a este uso.

En esta imagen, tomada en la Plaça del Pi del barrio gótico, vemos a un chico a primera vista bien arreglado, el cual está realizando una acción momentánea como puede ser la de enviar un mensaje de whatsapp mientras espera a su novia. En el entorno se dan las condiciones adecuadas para que esto suceda.



7

ACCIONES

Observamos que para realizar un tipo de acción determinada, afectan una serie de cualidades del espacio.

RUTINARIA

Hábito concreto que se repite todos los días o con frecuencia

PUNTUAL

Cuando el entorno nos lo facilita

MOMENTÁNEA

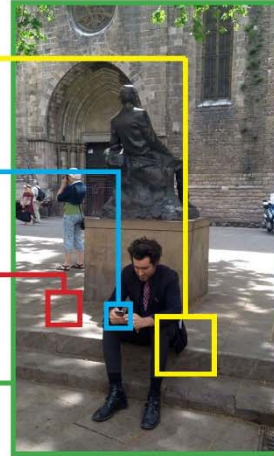
Acción que se puede realizar en cualquier sitio que lo permita

MATERIAL: Este material nos facilita realizar esta acción. Duro y seco. Nos permite tener las piernas en un ángulo correcto para estar cómodos un buen rato.

ESPACIO: Acción momentánea que viene acompañada de una distracción como puede ser la de hablar por el móvil.

CLIMA: El lugar dónde ha decidido sentarse este hombre, está bajo la sombra de un árbol, factor que condiciona también haber elegido este lugar.

CLIMA: El día es soleado, factor determinante a la hora de realizar esta acción en este lugar.



8

CONCEPTOS

Después de la observación y el análisis de distintos espacios, concluimos que la gente acostumbra a quedarse más rato cuando más ancho es el lugar ya que así puede ir variando su posición. Aunque cada vez son menos los que encontramos en las plazas, ya que han sido sustituidos por mobiliario urbano individual.

El primer motivo fue el de agilizar el paso de la gente y no convertirlos en un lugar de reunión, debido a la gran afluencia del turismo. Y la segunda, estar que los incívicos o también llamados vagabundos se aposentaran, haciendo así que estuvieran incómodos en ellos y se tuvieran que ir.

De esta manera, nos damos cuenta que el espacio público ya no es un sitio para los ciudadanos, sino que está destinado al consumo y a aquellos que vienen de fuera.

Investigando un poco sobre este tema, hemos descubierto distintas agrupaciones y plataformas que se preocupan por la recuperación de estos espacios públicos para la ciudad. Defendiendo su barrio y planteando recuperar las acciones rutinarias de las personas que viven en él, devolviéndoles así las actividades que pueden ser las de leer y jugar en las plazas.

Estos, quieren que estas sean un lugar de encuentro para todos y los espacios públicos han de contar con los elementos materiales necesarios por tal de

fomentar estos encuentros.

Finalmente nos centramos en que prevalecemos más tiempo en un sitio, cuando más cómodos y tranquilos estamos y, hay muchos factores que hacen esto posible.

Nuestra labor como diseñadores es hacer un análisis de las necesidades, pero no solo las de el usuario, sino también las del entorno en el cual estos se encuentran. Un diseño primeramente incómodo no tiene porqué ser un mal diseño como por ejemplo la música alta del Bershka o los colores estridentes del McDonalds, solo pretenden agilizar el paso.

En esta imagen tomada en la plaza que hay en frente de la universidad, vemos a una mujer realizando la acción de sentarse en un elemento urbano que de primeras no estaba pensado para este uso. Esto es un claro ejemplo de la desnutrición de mobiliario urbano en los espacios públicos, y de las hazañas de la gente para poder seguir realizando esta acción por mucho que a primera vista el medio no se lo permita.



9

CONCEPTOS

COMODIDAD

Cualidad sin equanion para permanecer más de un determinado tiempo en un sitio.

LIMPIEZA

Asociación visual o cultural para realizar la determinada acción en un sitio u otro.

ADAPTABILIDAD

Elementos que nos permiten un mejor uso de estos elementos.

SEQUEIDAD

Asociación que hacemos del material a la hora de sentarnos.

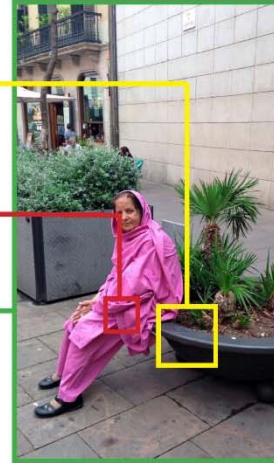
ERGONOMÍA

Adaptabilidad de las capacidades y limitaciones físicas de la persona.

COMODIDAD: Elemento urbano el cual no estaba destinado a realizar la función de asiento, pero por su forma y medidas, permite realizar la acción de sentarse en él.

ADAPTABILIDAD: Esta mujer, puede realizar la acción de sentarse muy parecido a como lo haría en un banco.

MATERIAL/ERGONOMÍA: Esta imagen nos ilustra perfectamente el tema hablado en los textos. A causa de no haber suficiente mobiliario urbano en este parque dónde varias personas vigilan a sus hijos o nietos cuando juegan al salir de la escuela. Esta mujer, para poder sentarse, tubo que buscar otro elemento el cual le permitiera realizar esta acción.



PALABRAS CLAVE: CONTEXTO INDIVIDUAL

CUALIDADES

VOLUMEN

Magnitud física que expresa la extensión de un cuerpo en tres dimensiones: largo, ancho y alto.

MATERIAL

Cualidad física del objeto destinado a este uso.

ESPACIO

Parte que ocupa cada objeto sensible.

CLIMA

Condición atmosférica determinante a la hora de realizar esta acción en el exterior.

POSICIÓN

Forma del cuerpo adquirida que varía según la actividad que se este realizando.

ACCIONES

RUTINARIA

Hábito concreto que se repite todos los días o con frecuencia.

PUNTUAL

Cuando el entorno nos lo facilita.

MOMENTÁNEA

Acción que se puede realizar en cualquier sitio que lo permita.

CONCEPTOS

COMODIDAD

Cualidad sin equanion para permanecer más de un determinado tiempo en un sitio.

LIMPIEZA

Asociación visual o cultural para realizar la determinada acción en un sitio u otro.

ADAPTABILIDAD

Elementos que nos permiten un mejor uso de estos elementos.

SEQUEIDAD

Asociación que hacemos del material a la hora de sentarnos.

ERGONOMÍA

Adaptabilidad de las capacidades y limitaciones físicas de la persona.

REPRESENTACIÓN

Entendemos por colectivo a un grupo de dos más personas realizando una acción determinada en un lugar determinado. Esta acción se realiza en base a una modificación del entorno u objeto a las necesidades del grupo, o si más no a una adaptación de este al espacio asignado que va a ser utilizado. No obstante, existe una diferenciación o similitud voluntaria y activa entre un colectivo en base a la manera de entender el espacio; el porqué de la unión del colectivo, y finalmente la comunicación de integración social del grupo. Además, existe una conformación del espacio utilizado por el individuo en base también a la función realizada, al sentido-valor a espacio y actividad.

Centrémonos en la actividad y el hecho de compartirla.

El primer paso es la acción en sí y cómo se representa, en este caso ponemos como ejemplo un grupo de cuatro personas donde no intervengan objetos. Asociamos una actividad realizada sentados, ya sea por comodidad o acordado colectivamente. El grupo busca un espacio donde poder sentarse; además un lugar donde la mayoría del común asocie un entorno conceptualizado como apto a la actividad que se quiere llevar a cabo. Para ello requiere un lugar donde, a diferencia de la actividad individual-

al, se busca la posibilidad de conversar, por lo tanto, requisito de contacto visual entre los participantes de la acción. Sin embargo, en general, la edad del colectivo es un punto de inflexión, ya que, no solo las características de estado físico influyen, sino que las necesidades son distintas. En el caso de niños, la actividad en sí es casi "obligatoria", la necesidad para estos es tomar un respiro para poder seguir jugando, y siempre irán acompañados por adultos, por lo tanto, la representación de la necesidad está asocia-

da a un lugar amplio donde haya visibilidad desde muchos puntos y que este espacio facilite la posibilidad de ocio. Para los jóvenes (14-24), sin embargo, es una "escusa", acción como método de encuentro privado fuera de la vigilancia de familiares u otros; en este caso, el lugar requerido es un espacio más cerrado, íntimo. La franja de adultos suele ser una actividad más esporádica por lo que la búsqueda se decanta por la comodidad y por la mejores condiciones climáticas.



13

REPRESENTACIÓN

CONCEPTO

Idea, representación mental de una realidad, un objeto o algo similar.

IDENTIDAD

Distintuir una cosa entre varias por una serie de características propias que satisfacen las necesidades del colectivo.

NECESIDAD

Que aporta el espacio a los elementos o características que requiere la acción.

ADULTOS
(observamos en la imagen)

CONCEPTO DESCANSO: Idea de relajación se atribuye a estirarse, relajar los músculos, adoptar posición de comodidad.

IDENTIDAD DE ESPACIO: Características que el espacio proporciona a la acción de sentarse en colectivo (llano y amplio).

NECESIDAD ACCIÓN: Cada individuo satisface las necesidades a partir del colectivo: apoyar la cabeza (piernas, brazos, entre otros).



14

COMUNICACIÓN

Seguidamente, la comunicación implica que todo el colectivo reconozca y comparta la necesidad de la acción y trasladen los conceptos al mundo físico. También implica la capacidad de reconocer los elementos que actúan como medio de comunicación sobre la actividad realizada por el colectivo. En el caso de los skaters utilizan su propio objeto de caracterización como elemento comunicativo: el skate. Estos transmiten un mensaje para establecer interacción con los otros miembros del colectivo. Utilizan este objeto fuera de su contexto pero a la vez es un ícono que utilizan para otorgar una identidad al grupo. No obstante, el elemento puede, o no, ser algo un objeto material. Otro ejemplo sería este mismo colectivo en la actividad para comer. Normalmente, la acción en grupo se comparte una mesa (objeto material) en el centro del colectivo. Sin embargo, en la acción está alegorizada, es decir, el objeto físico no existe pero se comunica de manera simbólica. El conjunto actúa como si este estuviera y se sientan alrededor. Estos usuarios adoptan una posición en base al elemento simbólico.



15

COMUNICACIÓN

COMPARTIR

Ser partícipe de una acción o usar algo en común.

TRANSMITIR

Comunicar de manera física, verbal o emocional algo a alguien.

RECONOCER

Realidad de lo que se dice o sucede en base a las ideas o los propios gustos del colectivo.

ACTUAR

Facultad de entender, juzgar y comunicar la realidad de las cosas entendida de la misma manera por el grupo.

FUNCIÓN SIMBÓLICA

Cuerpo no presente pero la acción remite a este.

JÓVENES
(observamos en la imagen)



COMPARTIR LA ACCIÓN: uso del espacio público para sentarse.

RECONOCER AL COLECTIVO: El grupo se reconoce por los elementos de comunicación del colectivo.

FUNCIÓN SIMBÓLICA DEL ELEMENTO: Aparece el elemento de manera no física. Todos sentados alrededor.

16

SIGNIFICACIÓN

Por otro lado, es interesante ver cómo el colectivo genera y limita el espacio. Este colectivo genera una privatización del espacio, es decir, cómo un lugar público pasa a ser temporalmente propiedad de un colectivo. Este grupo genera un espacio "suyo", dónde consumirán un tiempo. A la vez, si entendemos cómo limita la línea real o imaginaria que separa dos terrenos, podemos observar que el generar un espacio implica un uso de barreras. Estos límites los generan los objetos (cómo podría ser una botella, un mantel extendido en el espacio o un porche como el que muestra la fotografía) e incluso la posición adoptada por los individuos. Es aquí dónde entraría el tercer y último punto de la pragmática del uso del espacio público para sentarse de un colectivo: el significado. Este apartado se basa en transmitir el mensaje para así establecer la relación e integración social del grupo, es decir, otorgar el mismo significado. Una serie de acciones determinan el límite que hay entre un colectivo y el espacio. Un ejemplo sería los individuos dando la espalda al resto de espacio o la apropiación absoluta del área con la finalidad de apropiarse.

Cogiendo como ejemplo un grupo de jóvenes podríamos atribuir la acción de buscar un espacio pequeño al que acuden varias veces a una repre-

sentación de hogar. Buscan un lugar íntimo, pequeño, cerrado (física o simbólicamente) que facilita llevar a cabo su necesidad: sentarse y comunicarse. Este espacio comunica un las características y elementos que el colectivo anda buscando, estos lo "comparten" con su carácter distintivo, la identidad del colectivo. Finalmente, este lugar significa, y por lo tanto actúan, con el fin de crear una relación con otros que compartan el mismo concepto y necesidad.

Estos usuarios se sientan en base a unos caracteres que dominan sobre los rasgos distintivos de su colectivo, e incluso, como una mimetización al resto de seres. Por lo tanto, el colectivo hace un uso del espacio ya que este traslada el concepto de la necesidad al mundo físico.



17

SIGNIFICACIÓN

LÍMITE

Frontera territorial que se utiliza para separar territorios; cualquier limitación o restricción, sea legal, fiscal, social, etcétera.

PRIVATIZACIÓN

La acción por la que un bien público pasa a ser controlado por alguien.

DISTINCIÓN

Cualidades y elementos que diferencian y clasifican las acciones, de y entre, el colectivo.

ADAPTAR

Cambiar una cosa, modificarla o ajustarla para que sea válida, sirva, funcione, etc., en una situación nueva.

JÓVENES
(observamos en la imagen)

LÍMITE MATERIAL: uso de un bien material para marcar un límite. Fin del grupo y fin del área de sentarse.

PRIVATIZACIÓN DEL ESPACIO: Lugar controlado temporalmente por este colectivo.

DISTINCIÓN EDAD: Todos pertenecen a una franja de edad. Esto, a la vez, determina una manera de sentarse muy diferente a la de otra. Por ejemplo, sentarse en el suelo tanto éticamente como físicamente.



18

PALABRAS CLAVE: COMPARTIDO

REPRESENTACIÓN

CONCEPTO

Idea, representación mental de una realidad, un objeto o algo similar.

IDENTIDAD

Distintuir una cosa entre varias por una serie de características propias que satisfacen las necesidades del colectivo.

NECESIDAD

Que aporta el espacio a los elementos o características que requiere la acción.

COMUNICACIÓN

COMPARTIR

Ser partícipe de una acción o usar algo en común.

TRANSMITIR

Comunicar de manera física, verbal o emocional algo a alguien.

RECONOCER

Realidad de lo que se dice o sucede en base a las ideas o los propios gustos del colectivo.

ACTUAR

Facultad de entender, juzgar y comunicar la realidad de las cosas entendida de la misma manera por el grupo.

FUNCIÓN SIMBÓLICA

Cuerpo no presente pero la acción remite a este.

SIGNIFICACIÓN

LÍMITE

Frontera territorial que se utiliza para separar territorios; cualquier limitación o restricción, sea legal, fiscal, social, etcétera.

PRIVATIZACIÓN

La acción por la que un bien público pasa a ser controlado por alguien.

DISTINCIÓN

Cualidades y elementos que diferencian y clasifican las acciones, de y entre, el colectivo.

ADAPTAR

Cambiar una cosa, modificarla o ajustarla para que sea válida, sirva, funcione, etc., en una situación nueva.

INTRODUCCIÓN

Sentarse a nivel comunitario significa consolidar los rasgos que socialmente y culturalmente integran los individuos mediante el reconocimiento del resto de personas, la comunidad. Por ejemplo, observamos que en la cultura Africana existe la asociación de un estatus en la sociedad según dónde y como los individuos se sientan. En casi toda África negra, por la falta de recursos y las costumbres adquiridas, las personas se sientan directamente en el suelo. No sentarse en el suelo es un privilegio para ellos, un signo de distinción. Los asientos son objetos de prestigio, denotan el rango de su propietario y son empleados en ceremonias y solemnidades. El asiento de un jefe es sagrado y nadie más puede acceder a él.

Este tercer estadio del análisis metodológico programático, normaliza el conocimiento de la comunidad a partir de tres funciones determinadas: Interpretar, valorar y saber. Utilizando el ejemplo nombrado anteriormente, observamos que la primera función de interpretar es dada cuando en la comunidad Africana, a partir del sentido común que expresan las cosas, se reconoce el asiento como un elemento que permite sentarse sobre él. Sin embargo, a partir del valor que se le es dado, es decir el significado que se le adjudica al asiento en esta comunidad, se comprueba la eficacia del diseño a partir del jefe que lo utiliza, pero también se valida socialmente que ese tipo de taburete no puede ser utilizado por

cualquier miembro de la estructura social. Finalmente, es el saber, el conocimiento común que habilita a los individuos a utilizar las cosas de una cierta manera u otra haciendo que se reconozcan las características, aptitudes y capacidades que nos muestran los objetos, que en este caso determina las tipologías de como sentarse según el rango social en el que estés en la comunidad.



INTERPRETAR

El diseño presenta unos denominadores comunes que hacen que los individuos se posicionen y que evalúen que tipo de respuestas estas mismas cosas provocan, y en cómo las cosas son interpretadas por los sujetos que intervienen en estas relaciones. Vamos a hablar más detalladamente de estas tres funciones que permiten normalizar el conocimiento de sentarse a nivel comunitario.

Primeramente, citar la interpretación del significado enunciado por el diseño, que determina el sentido común que expresan las cosas. Las cosas sirven para la acción que cada individuo bajo el conjunto de circunstancias, dota al objeto con la posibilidad de utilizarlo de una manera u otra. En este caso vamos a analizar las posiciones u objetos que nos permiten al ser humano posicionarnos en una postura sedentaria.

La relación de las personas con las cosas a nivel comunitario consiste en interpretarlas, relacionándose y sirviéndose de ellas, permitiendo comprender y conocer las culturas y estructuras sociales que remiten a la acción de cómo sentarse.

El concepto de utilidad dota a los intereses personales, mediante la asignación de diversos sentidos, usos y valores a las cosas y, la asignación de significados, pasando de una interpretación individual a la adopción de propuestas sociales y culturalmente compartidas. En todas las comunidades el suelo rep-

resenta una superficie en la que nos podemos apoyar sobre nuestras nalgas para mantenernos en una posición sedentaria. Sin embargo, dependiendo de la cultura y contexto que nos situemos, esta acción será clasificada como de mala educación, y /o en un ambiente relajado y coloquial, a la inversa de lo que podemos encontrarnos en la cultura oriental, dónde sentarse en el suelo en unas posiciones determinadas cobran una serie de significados de cortesía y educación, ya que esta postura muestra que no vas a atacar ni a salir corriendo delante del que tienes enfrente, es una posición de respeto. Observamos que

en este caso la superficie plana del suelo, puede ser un instrumento mal visto para sentarse o adquirir un significado completamente distinto a partir de las pautas de conducta que establecen los hábitos de comportamiento comunes de la cultura oriental. Además, bajo el concepto de utilidad, propio e intrínseco de las cosas, observamos que a partir de una interpretación metodológica, podemos llegar a comprender las diferentes relaciones que se pueden establecer entre el diseño de las cosas, en este caso el suelo, y las propuestas de uso que posibilitan según la cultura.



22

INTERPRETAR

Necesitamos interpretar ciertos factores para saber como nos debemos sentar en comunidad. Los factores comunes detectados en la mayoría de las culturas y que debemos interpretar, son:

ESTATUS

Los objetos donde nos sentamos, su forma y la posición del individuo otorgan un estatus social.

RELIGIÓN

Posicionamiento/disposición de los individuos según sus creencias.

COSTUMBRES

Ciertas tradiciones y culturas establecen normas de distribución de las personas sedentarias en el espacio.

CONTEXTO SOCIAL

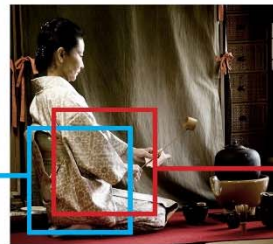
Posición del colectivo dentro de la comunidad según la cultura en la que cada individuo fue educado y vive, el hábitus.



RELIGIÓN: Según las creencias de los seres humanos adoptamos unas posturas u otras para memorar al ídolo.

COSTUMBRES propias de la cultura y de la tradición y **CONTEXTO SOCIAL** de las personas en la sociedad en la que pertenecen

ESTATUS: El lugar dónde nos sentamos y la forma de sentarnos nos otorgan un estatus en la estructura social; sea de superioridad sea de igualdad.



23

EVALUAR

La apertura del disseny hacia aspectes socials i culturals ha permès extenir la seva atenció hacia el tracte que fem entre si coses e individus, es decir, en los diferentes tipos de relaciones que pueden presentarse entre ellos. La segunda función que normaliza el conocimiento de cómo nos sentimos a nivel comunitario, sería a partir de la relación significativa transmitida entre objeto y usuario, permitiendo comprobar su eficacia y confirmar su validez a través del posicionamiento social y cultural que se le otorga a los objetos.

Las personas evaluamos y observamos los objetos para saber si se ajusta a la significación conocida para cumplir las expectativas generadas. Las características percibidas permiten distinguir unas cosas de otras. Por ejemplo, debido a nuestra adquisición cultural, nos sentaremos para descansar en lugares que creamos aptos según lo que nosotros interpretamos, teniendo en cuenta factores como las dimensiones, el material o el posicionamiento, como hemos ya nombrado en el primer apartado. Sin embargo, cuando visitamos otros países donde existe una cultura y estructura social diferente, nos basaremos en lo que hacen los demás evaluando y observando, adoptando así una metodología pragmática que nos haga entender el contexto/situación, para saber como y donde no tenemos que sentar, ya que en otras culturas el significado asignado a un tipo de asiento u otro puede ser diferente a lo que conocemos

nos nosotros como individuos occidentales. Nuestro trato con lo objetos cambiará según el contexto socio-cultural. En algunos países como en aquellos donde predomina la religión del islam, como por ejemplo los árabes, encontramos que los hombres y las mujeres no tienen la misma preferencia a la hora de sentarse. Una mujer debe sentarse en el suelo y el hombre en la silla, cuando no hay espacio suficiente para todos los individuos. Este caso sucedió y se dio a conocer a partir de una fotografía polémica tomada

en una rueda de prensa que presentaba al nuevo canciller en Irán, Mohammad Javad Zarif, y se publicó en las redes sociales. Observamos de nuevo como los objetos donde nos sentamos y su forma otorgan un estatus social, como hemos visto en el primer ejemplo de África. Y que en la mayoría de los casos, estar en el nivel del suelo muestra un nivel inferior y de sumisión ante el resto de individuos que están sentados sobre un asiento elevado de la superficie.



24

EVALUAR

SITUACIÓN

Contexto social, estructura y cultura en el que nos encontramos.

OBJETOS

Evaluamos los objetos para saber si cumplen con las expectativas.

ACTOS

Acciones determinadas que nos sitúan en un contexto socio-cultural preciso.

OBJETIVOS SOCIALES

A partir del conocimiento se pueden establecer nuevos objetivos.

En este caso, el CONTEXTO SOCIAL influye en como nos sentimos creando una diferencia de estatus entre géneros. Hay que saber evaluar tanto la situación como los ACTOS de los individuos para saber que postura debemos adoptar en una sociedad concreta. A partir de las discrepancias de como y donde sentarse entre culturas, o en el seno de una misma sociedad, se pueden llevar a cabo OBJETIVOS DE CAMBIO en como las personas se deben sentar.

Cada miembro evalúa los OBJETOS que les permite sentarse, y según su contexto socio-cultural seleccionan aquel que va a satisfacer sus necesidades, de sentarse respetando las costumbres de la sociedad en la que se sitúan.



25

SABER

Finalmente, la tercera función, y última, que normaliza el conocimiento a nivel comunitario sería el saber, como conocimiento común que habilita a los individuos para utilizar las cosas reconociendo las aptitudes y capacidades que éstas nos muestran. A partir del conocimiento llegamos a consolidar y conocer los significados de las cosas. El conjunto de conocimientos no es solo un resultado de elaboración personal, si no un conjunto de conocimientos que derivan de la aprobación, verificación y rectificación del conjunto de las personas que son miembros de la comunidad. Son aportaciones comunes al conocimiento de cómo se realiza la acción de sentarse. El conocimiento, como perspectiva global de todas las contingencias posibles queda establecido mediante la comprobación y contrastación de la información que las cosas nos transmiten. Las cosas constituyen los componentes básicos del proceso de socialización de los seres humanos tanto por su capacidad para incorporar los objetivos sociales y las expectativas reales de las personas como por las posibilidades de otorgar significado simbólico a la actividad humana. A partir de la interacción que tenemos con los objetos, en este caso elementos que permitan sentarnos, podemos llegar a evolucionar el concepto y la manera de ver las cosas a partir de la socialización con otras culturas o individuos, debido a que cada comunidad tiene un significado simbólico asociado a la manera de sentarse. El hecho de

compartir y comparar la forma de interactuar con los objetos puede ser motivo de cambio en ciertas metodologías tradicionales. Como en el caso de la familia real nipona, que es la monarquía más antigua gobernada hoy en día por el emperador Akihito, pero que adopta actualmente la posición formal occidental para el retrato real de la familia, las mujeres con las rodillas juntas y las manos sobre el regazo, y los hombres con las piernas separadas y las manos sobre las piernas, todos ellos sentados en bancos elevados del suelo como lo familia real inglesa.



26

SABER

EXPECTATIVAS

Expectativas que esperamos del objeto conocido.

SIGNIFICADO SIMBÓLICO

A partir del conocimiento reconocemos el significado simbólico asociado de las cosas.

COMPARAR

El conocimiento permite detectar las diferencias de como nos sentamos según las sociedad en la que estamos.

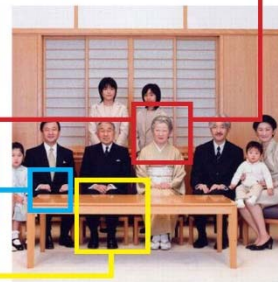
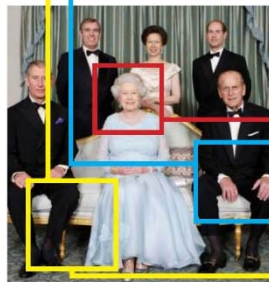
INTERCAMBIAR

Saber sobre un cierto tema o cultura permite compartirlo con el resto comunidades.

Satisface las EXPECTATIVAS con-
ocidas que buscamos en un asiento.

La posición a la hora de sentarse
está condicionada por el SIGNIFI-
CADO SIMBÓLICO que asoci-
amos a partir del conocimiento de
los diferentes protocolos.

El conocimiento permite COM-
PARAR, es decir, darse cuenta de los
rangos diferenciales que existen entre
culturas. Y de esta manera podemos
INTERCAMBIAR el conocimiento
que nos viene dado por la comunidad
a la que pertenecemos, por aquella que
aprendemos de agentes externos. Ob-
servamos como la familia nipona adop-
ta la posición occidental a la hora de
sentarse.



27

PALABRAS CLAVE: COMUNITARIO

INTERPRETAR

ESTATUS

Los objetos donde no sentimos, su forma y la posición del individuo otorgan un estatus social.

RELIGIÓN

Posicionamiento/disposición de los individuos según sus creencias.

COSTUMBRES

Ciertas tradiciones y culturas establecen normas de distribución de las personas sedentarias en el espacio.

EVALUAR

SITUACIÓN

Tenemos en cuenta el contexto social y cultural en el que nos encontramos.

OBJETOS

Evaluamos los objetos para saber si cumplen con las expectativas.

ACTOS

Acciones determinadas que nos sitúan en un contexto socio-cultural preciso.

OBJETIVOS SOCIALES

A partir del conocimiento se pueden establecer nuevos objetivos.

SABER

EXPECTATIVAS

Expectativas a lograr después de saber las carencias del sistema.

SIGNIFICADO SIMBÓLICO

A partir del conocimiento reconocemos el significado asociado de las cosas.

COMPARAR

El conocimiento permite detectar las diferencias de como nos sentimos según las sociedad en la que estamos.

INTERCAMBIAR

Saber sobre un cierto tema o cultura permite compartido con el resto de individuos que conforman la sociedad.

ÍNDICE

Observamos que cada contexto es dependiente del anterior, y que las experiencias que el individuo tiene están relacionadas por una situación previa.


Definimos con este índice las conexiones detectadas entre los diferentes contextos; individual, colectivo y comunitario.


Primeramente explicaremos el índice y como hemos llegado a la conclusión de una relación entre contextos.

Y finalmente, vamos a analizar tres imágenes pertenecientes a los diferentes contextos analizados, mostrando la relación entre el contexto individual, colectivo y comunitario.

Aplicaremos en las tres imágenes el índice siguiente para ver las diferentes conexiones entre contextos, y el conjunto de los tres colores establece todos los factores que influyen a la hora de sentirse según los casos planteados, viendo como en un contexto individual, por ejemplo, influyen también otros factores colectivos y comunitarios.

Índice

 Relación cualidades - representación - interpretar

 Relación acción - comunicación - valorar

 Relación concepto - significación - saber

ANÁLISIS DE DATOS

EXPERIENCIAS

En las ruedas de análisis que veremos a continuación, se hacen relaciones constantes y continuas de los componentes pragmáticos del diseño.

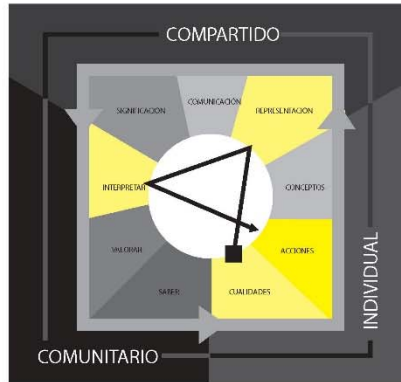
Hay significatos que se añaden con el uso de las cosas, enriqueciéndolas y añadiéndoles connotaciones.

CUALIDADES - REPRESENTACIÓN - INTERPRETAR - ACCIONES

En el contexto comunitario, habla de como nos han enseñado a interpretar las cosas culturalmente. Por ejemplo, asociamos un pupitre al estudio, la toma de apuntes y la inmovilidad. Nos han enseñado que las cosas sirven para unas cosas u otras.

"Ponemos etiquetas a las cosas".

A la hora de analizar una cosa, utilizamos representaciones reconocidas, con códigos prestablecidos y los interpretamos a nivel social y cultural para la actividad que vamos a llevar a cabo.



31

ANÁLISIS DE HECHOS

EXPERIENCIAS

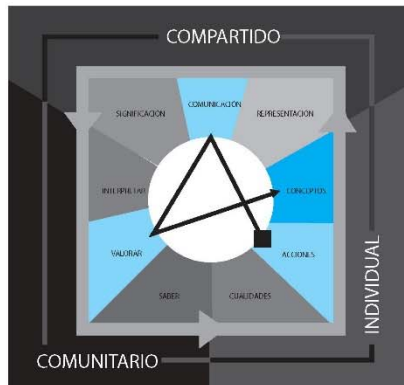
Valoramos las cosas a nivel de la sociedad en la que estamos, y de forma cultural. Le añadimos una carga connotativa.

Las cargas emocionales modifican el sentido que tienen las cosas. Se crea una relación directa de como me posiciono yo frente a los demás.

ACCIONES - COMUNICACIÓN - VALORAR - CONCEPTOS

Tratamos las cosas tal y como estamos acostumbrados. Si esta cambia, tenemos de reubicarnos para poder trabajar.

Cuando diseñamos un objeto, para que la gente sepa que ha de hacer con él, debemos comunicar bien, para que el usuario lo valore, y a través de su experiencia, decida si es el objeto que necesita.



32

ANÁLISIS DE CONCEPTOS

EXPERIENCIAS

CONCEPTOS - SIGNIFICACIÓN - SABER - COSA

El saber entra en nosotros sin que nos demos cuenta. Si somos conscientes de esto, podremos intervenir en cualquier nivel.

Vamos asumiendo de forma progresiva, que cada cosa sirve para algo determinado, adaptado a las circunstancias.

Si te dicen que has de diseñar una silla, tu experiencia ligada a este concepto, te condiciona. En cambio, si nos planteamos qué acción debemos llevar a cargo, nos abre muchas puertas.



33

CASO 1: SENTARSE EN COLECTIVO

CONTEXTO INDIVIDUAL			CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
RELACIONES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARTIR	LÍMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEQUEDAZ		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCIÓN SIMBÓLICA				

34

CASO 1: SENTARSE INDIVIDUALMENTE

CONTEXTO INDIVIDUAL			CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
CUALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARTIR	LÍMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEQUEDEZ		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCIÓN SIMBÓLICA				

35

CASO 1: SENTARSE INDIVIDUALMENTE

CONTEXTO INDIVIDUAL			CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
CUALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARTIR	LÍMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEQUEDEZ		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCIÓN SIMBÓLICA				

36

CASO 1: SENTARSE INDIVIDUALMENTE

CONTEXTO INDIVIDUAL			CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
REALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARTIR	LÍMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEGUREDA		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCIÓN SIMBÓLICA				

37

CASO 2: SENTARSE EN COLECTIVO

CONTEXTO INDIVIDUAL			CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
REALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARTIR	LÍMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEGUREDA		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCIÓN SIMBÓLICA				

38

CASO 2: SENTARSE EN COLECTIVO

CONTEXTO INDIVIDUAL			CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
CUALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARAR	LIMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEGUREDA		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCIÓN SIMBÓLICA				

CASO 2: SENTARSE EN COLECTIVO

CONTEXTO INDIVIDUAL			CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
CUALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARAR	LIMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEGUREDA		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCIÓN SIMBÓLICA				

CASO 2: SENTARSE EN COLECTIVO



41

CASO 3: SENTARSE EN COMUNIDAD



42

CASO 3: SENTARSE EN COMUNIDAD

	CONTEXTO INDIVIDUAL		CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
CUALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARTIR	LIMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEQUEDAZ		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCION SIMBÓLICA				

43

CASO 3: SENTARSE EN COMUNIDAD

	CONTEXTO INDIVIDUAL		CONTEXTO COLECTIVO			CONTEXTO COMUNITARIO		
CUALIDADES	ACCIONES	CONCEPTOS	REPRESENTACIÓN	COMUNICACIÓN	SIGNIFICACIÓN	INTERPRETAR	EVALUAR	SABER
VOLUMEN	RUTINARIA	COMODIDAD	CONCEPTO	COMPARTIR	LIMITE	ESTATUS	SITUACIÓN	EXPECTATIVAS
MATERIAL	PUNTUAL	LIMPIEZA	IDENTIDAD	ACTUAR	PRIVATIZACIÓN	RELIGIÓN	OBJETOS	SIGNIFICADO SIMBÓLICO
ESPACIO	MOMENTÁNEA	ADAPTABILIDAD	NECESIDAD	RECONOCER	DISTINCIÓN	COSTUMBRES	ACTOS	COMPARAR
CLIMA		SEQUEDAZ		TRANSMITIR	ADAPTAR	CONTEXTO SOCIAL	OBJETIVOS SOCIALES	INTERCAMBIAR
POSICIÓN		ERGONOMÍA		FUNCION SIMBÓLICA				

44

CASO 3: SENTARSE EN COMUNIDAD



Annexos.

13.4. APLICACIÓ DEL MODEL D'ANALISI DEL CICLE PRAGMÀTIC DE LES COSES REALITZAT PER M. BOVER, P. GODOY I R. RODRÍGUEZ.

Producto, contexto y usuario

ANÁLISIS PRAGMÁTICO DEL DISEÑO DE LAS COSAS Sentarse en un espacio público

Raúl Rodríguez
Mireia Bover
Patricia Godoy

1-16	17-26
INDIVIDUAL Introducción Conceptos	MAPA
COMPARTIDO Introducción Conceptos	RECORRIDO 1 Conclusiones
COMUNITARIO Introducción Conceptos	RECORRIDO 2 Conclusiones
	RECORRIDO 3 Conclusiones
	RECORRIDO 4 Conclusiones
	RECORRIDOS Conclusiones
	RECORRIDO 6 Conclusiones
	PROPUESTA DE DISEÑO Conclusión Final

Este seminario trata de explicar como el diseño acaba siendo una disciplina comunicadora de experiencias. Uno de los objetivos es el comprender cómo los individuos entienden sus acciones, intentando recoger información desde su perspectiva y con la participación de los individuos en los procesos de investigación. También cómo con las experiencias se determinan el significado de las cosas.

Analizaremos y reconoceremos las ideas, principios y prácticas que desarrollan los individuos para relacionarlos con el significado que les asignan y entender qué tiene que transmitir el diseño.

Este análisis se realizará a nivel individual, colectivo y comunitario. Considerando el último nivel como un sistema propio de convenciones y acuerdos sociales y culturales.

El objetivo final será focalizar en cómo puede intervenir el diseño para comunicar y transmitir la acción de sentarse. Se tiene que intervenir en los tres niveles contextuales estableciendo una relación significativa.

¿QUÉ ES EL PRAGMATISMO?

La pragmática analiza y establece las conexiones que las personas tienen entre el pensamiento y las acciones entendiéndolo como responsables del medio que los rodea. Este análisis necesita de la actividad humana, que exista una interacción en el mundo real y a través de los pensamientos que regulan el funcionamiento de la realidad. Rechaza la existencia de verdades absolutas y las ideas son provisionales ya que están sujetas al cambio, a la luz de una investigación futura.

¿CÓMO PODEMOS APLICARLO AL DISEÑO?

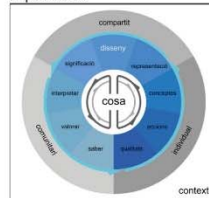
El pragmatismo también nos permite realizar una propuesta metodológica con el objetivo principal de dar a la disciplina del diseño los instrumentos necesarios para conocer, comprender y dominar los procesos prácticos que generan conocimiento.

Esta práctica sociocultural transmisora y comunicadora de significados, debe ubicarse en el entorno donde se produce la atribución del significado de las cosas.

Los objetos dotan de sentido a las experiencias humanas y conforman el diseño, como disciplina que propone y pone al servicio de la sociedad recursos, haciendo de mediador entre objetos y personas. El diseño debe aproximar los objetos a sus intérpretes y favorecer todas las posibles vías de comunicación entre ellos.

Este esquema facilita la comprensión del proceso pragmático de las cosas y nos ayuda al análisis de la acción de sentarse en un espacio público a nivel individual, compartido y comunitario con sus diferentes fases respectivamente.

Experiències



Sentar.
(Del lat. *sedentāre, de sedens, -entis).

1. tr. Poner o colocar a alguien en una silla, banco, etc., de manera que quede apoyado y descansando sobre las nalgas. U. t. c. prml.
2. tr. apoyar (hacer que algo descanse sobre otra cosa).
3. tr. Dar por supuesto o por cierto algo.

Diccionario de la Real Academia Española

¿CÓMO NOS SENTAMOS?

Nuestros actos vienen determinados por dos tipos de posiciones sedentarias que se diferencian principalmente por la influencia no de la cultura en nuestro actuar. Inicialmente tenemos la postura sedentaria innata, que son los gestos que compartimos todos los humanos, sin importar nuestro origen cultural. Estas posiciones están relacionadas principalmente con el aprendizaje de sentarse de los bebés, en el cual aprenden a poner el peso del tronco en sus glúteos y poner las piernas hacia delante para mantener el equilibrio. En este tipo de posición no importa el entorno en el que has nacido.

Por otro lado, la postura sedentaria adquirida son los gestos aprendidos por medio de la imitación de la forma de actuar de las personas que nos rodean, principalmente de las figuras referentes del niño, como los padres o hermanos. Esta postura varía según la cultura en la que crezcamos y su uso dependen principalmente en la situación comunicativa, ya sea formal o informal, en la que nos encontramos.

Individual

Aquello que captamos para llevar a cabo una actividad concreta. Los elementos que identifican como idoneos y los componentes que consideramos determinantes para llevar a cabo la acción.

Individual

Inventos y diseños han aparecido para satisfacer la necesidad de sentarse (por ejemplo bancos en un espacio público), otros elementos no están diseñados especialmente y simplemente para este uso, pero el individuo los ha percibido de tal manera que lo identificamos como adecuados para sentarse en los diferentes espacios y los consideramos determinados. Estableciendo, así, una convención social que nos permite realizar esta acción.

La convención social (reglas establecidas) que se ha ido configurando en nuestra sociedad determina la acción de tal manera que el individuo utiliza diferentes elementos para sentarse, utilizando lo que captamos en nuestro entorno para llevar a cabo esta actividad.

FACTORES

La manera de sentarse en un espacio público o dónde sentarse cambia dependiendo de diferentes factores:

- Edad
Vemos que normalmente la gente mayor se sienta en bancos o en elementos especialmente diseñados para llevar a cabo esta acción, en cambio, niños y jóvenes utilizan estos otros elementos identificados como adecuados para sentarse aunque no estén diseñados expresamente para este uso.

- Clima

En días de sol el individuo utilizará más frecuentemente espacios naturales con hierba para sentarse y veremos más personas sentadas en el espacio público en general, además de utilizar una postura cómoda pero correcta. Cuando el día no es soleado, poca gente se toma un tiempo para sentarse y se utilizan elementos especialmente diseñados para el uso con una postura más correcta.

- Actividades

El estilo de vida de cada persona es un factor que influye en esta actividad. Puede tratarse de una acción rutinaria, gente que va al mismo banco cada día, de una acción puntual, es decir, momentánea y de una acción circunstancial.

ELEMENTO

Las propiedades del elemento para esta acción como la altura, el volumen y el material determinan la comodidad y la manera de sentarse.

- Volumen

La alzada, profundidad y dimensión de los elementos varían la manera de sentarse de los individuos. Un elemento grande de buena alzada y con condiciones adecuadas será un elemento más cómodo y el individuo podrá sentarse con una postura más cómoda.

- Material

Un elemento con una superficie lisa que no tiene perturbaciones será más cómodo que una superficie rugosa. Dentro de los materiales, los elementos para sentarse suelen ser de piedra, aunque también encontramos elementos de madera, de metal y de materia orgánica como el césped, un material natural.

ESPACIO

En la ciudad encontramos diferentes espacios, podríamos clasificarlos entre espacios locales (espacios verdes, plazas) y espacios turísticos (espacios de paso).

En los espacios locales podemos ver gente de la ciudad, desde vagabundos a estudiantes y a gente trabajadora. Normalmente se utiliza como punto de encuentro o como punto para pasar un tiempo con otras personas. El mobiliario diseñado para la acción de sentarse es abundante y es el utilizado para los individuos.

Por otro lado, los espacios turísticos que sirven de paso no disponen de demasiado mobiliario especialmente diseñado para llevar a cabo la acción. En este caso el individuo utiliza otros elementos para sentarse.

CUALIDADES



Espacio

Superficie o lugar con unos límites determinados y unas características o fines comunes.



Volumen

Magnitud física que expresa la extensión de un cuerpo en tres dimensiones: largo, ancho y alto.



Material

De la materia, elemento que puede transformarse y agruparse en un conjunto.

ACCIONES



Puntual

Acción que se realiza en un momento determinado sin previa programación.



Circunstantial

Acción que es, sucede o se hace en alguna ocasión, pero no de forma habitual ni por costumbre.



Rutinaria

Acción que se hace por costumbre, como rutina.

CONCEPTOS



Comodidad

Conjunto de cosas y bienes necesarios para vivir a gusto y descansadamente.



Adaptabilidad

Capacidad de acomodarse o ajustarse una cosa a otra.



Funcionalidad

Conjunto de características que hacen que algo sea práctico y utilitario.

CUALIDADES



Temperatura

Grado o nivel térmico de un cuerpo o de la atmósfera.



Limpieza

Acción de limpiar la suciedad, lo superficial o lo perjudicial de algo.

ACCIONES

CONCEPTOS



Integración

Hacer que una persona se incorpore a algo para formar parte de ello.

Colectivo

Aquello que representa la actividad por un colectivo, que hace pensarlo.
Los elementos, como medios, que comunican la actividad por el colectivo.
El significado distintivo que adquiere la actividad por el colectivo.

Colectivo

SENTARSE COMO ACCIÓN SOCIALIZADORA

En la sociedad esta establecido que todo el espacio público está destinado a ser utilizado como cada uno quiera; siempre en cuanto se siga teniendo un respeto por el resto y esto no afecte a una mala relación entre ellos.
El espacio público es el lugar donde se realizan más acciones de forma colectiva, eso significa que la gente normalmente se reúne en espacios públicos para realizar actividades. Actividades que necesitan un colectivo que tenga en común ciertos gustos o que estén motivados por algún interés. (cómo por ejemplo: realizar un deporte)
El hecho de sentarse en un grupo de dos o más personas ya nos indica que hay una relación entre estas personas.; ya sea de amistad, de ocio, o simplemente por tener una afición.

SENTARSE SEGÚN LA EDAD.

Sentarse de forma colectiva es de alguna manera la forma de identificar a colectivos que tienen aspectos en común. Por eso es normal que la forma de sentarse en el espacio público varíe según la edad. Si un colectivo está formado por distintas edades es normal pensar que se trata de un colectivo formado por las relaciones familiares.

En cambio si un colectivo está formado por personas que son aparentemente de la misma edad, tendemos a pensar que tienen en común una afición o tienen gustos similares. Esto muchas veces nos lo indica la forma de sentarse de los diferentes colectivos por la edad ya que en esta sociedad existen unas convenciones sociales que establecen desde lo común la forma de actuar según la edad. Por eso está mal visto que los niños se sienten en el suelo, igual que los adultos en una zona ajardinada.

En cada rango de edad identificamos maneras de sentarse distintas.

- En el caso de los niños; vemos como no tienen ninguna regla a la hora de sentarse en el espacio público, incluso las es más fácil sentarse en el suelo. Esto nos puede indicar por que no existe mobiliario público para sentarse destinado a los niños, y solo hay parques infantiles, a menudo vemos a niños sentarse en en enormes sillas para adultos. También el suelo les permite jugar de manera cómoda y estar disponible en cualquier momento para levantarse y realizar otra actividad sin tener que recoger nada.

- en el caso de los adolescentes: Ellos entienden el espacio público como un espacio donde socializarse, compartir aficiones y pasar el tiempo libre.

SENTARSE COMO ACCIÓN SOCIALIZADORA

En la sociedad esta establecido que todo el espacio público está destinado a ser utilizado como cada uno quiera; siempre en cuanto se siga teniendo un respeto por el resto y esto no afecte a una mala relación entre ellos.
El espacio público es el lugar donde se realizan más acciones de forma colectiva, eso significa que la gente normalmente se reúne en espacios públicos para realizar actividades. Actividades que necesitan un colectivo que tenga en común ciertos gustos o que estén motivados por algún interés. (cómo por ejemplo: realizar un deporte)
El hecho de sentarse en un grupo de dos o más personas ya nos indica que hay una relación entre estas personas.; ya sea de amistad, de ocio, o simplemente por tener una afición.

SENTARSE SEGÚN LA EDAD.

Sentarse de forma colectiva es de alguna manera la forma de identificar a colectivos que tienen aspectos en común. Por eso es normal que la forma de sentarse en el espacio público varíe según la edad. Si un colectivo está formado por distintas edades es normal pensar que se trata de un colectivo formado por las relaciones familiares.

En cambio si un colectivo está formado por personas que son aparentemente de la misma edad, tendemos a pensar que tienen en común una afición o tienen gustos similares. Esto muchas veces nos lo indica la forma de sentarse de los diferentes colectivos por la edad ya que en esta sociedad existen unas convenciones sociales que establecen desde lo común la forma de actuar según la edad. Por eso está mal visto que los niños se sienten en el suelo, igual que los adultos en una zona ajardinada.

En cada rango de edad identificamos maneras de sentarse distintas.

- En el caso de los niños: vemos como no tienen ninguna regla a la hora de sentarse en el espacio público, incluso les es más fácil sentarse en el suelo. Esto nos puede indicar por que no existe mobiliario público para sentarse destinado a los niños, y solo hay parques infantiles, a menudo vemos a niños sentarse en en enormes sillas para adultos. También el suelo les permite jugar de manera cómoda y estar disponible en cualquier momento para levantarse y realizar otra actividad sin tener que recoger nada.

- en el caso de los adolescentes: Ellos entienden el espacio público como un espacio donde socializarse, compartir aficiones y pasar el tiempo libre.

En este caso vemos como en estas edades no es importante ni la manera de sentarse cómo; ya que los jóvenes entienden todo el espacio público cómo espacio en el que poder sentarse y realizar una acción. Pueden sentarse desde en el mobiliario urbano cómo en el suelo, en unas

REPRESENTACIÓN



Socializar

Acciones que permiten a todo el público mantener relaciones con el resto mediante un interacción.



Actividad

Realizar una actividad en el espacio público que permita su actividad a todo el público.



Intimidad

Buscar la privacidad dentro de un espacio público.

COMUNICACIÓN



Pertenencia

El hecho o la circunstancia de formar parte de un conjunto. Ya sea un grupo, una comunidad, una organización...



Organización

Estructuras sociales creadas para lograr metas por medio de organismos humanos; mediante interrelaciones entre los participantes.



Interacción

Acción que se desarrolla de modo recíproco entre dos o más organismos, o entorno a un objeto.

SIGNIFICACIÓN



Apropiación

Acción y resultado de tomar para sí alguna cosa haciéndose dueño de ella.



Compartir

Participar o utilizar algo en común con alguien.



distinción

Convertir un espacio público en un espacio privado determinado por el usuario.

REPRESENTACIÓN



Comodidad

Acción de sentirse cómodo en algún espacio, objeto o contexto, como con una persona o grupo de ellas.

COMUNICACIÓN



Bareras

Aquello que no permite actuar de ciertos modos a una serie de culturas o situaciones y que no les permite actuar libremente o como el resto.

SIGNIFICACIÓN



Reconocimiento

Sentimiento de pertenecer a un grupo o ser reconocido favorablemente por haber hecho alguna acción.

Comunitario

Interpretación de las tipologías idóneas que remiten a la acción.
Evaluación significativa de la acción desde un posicionamiento social y cultural.
Aportaciones comunes al conocimiento de la acción.

SENTARSE EN COMUNIDAD

La forma de cómo nos sentamos se puede analizar también desde un punto de vista comunitario, teniendo en cuenta que es lo que socialmente está correcto o bien visto y lo que por otro lado es de mala educación o poco apropiado dependiendo en el lugar y las personas con las que nos reunamos.

ORIENTE

La posición sedentaria más importante en las culturas orientales es la postura seiza, que se trata de una forma tradicional de sentarse de rodillas. Descansan las nálgas sobre los talones y el empeine de los pies toca el suelo. Las manos están apoyadas sobre el regazo de forma relajada. Normalmente se sienta directamente sobre el suelo de tatami, pero si la clase social es alta o el estado salud no es buena se puede usar un cojín.

Sentarse con las piernas cruzadas es considerado informal e inapropiado en ciertas ocasiones, aunque últimamente está más aceptado socialmente, ya que para la gente extranjera es difícil de hacer. Esta postura está muy vincu-

lado con rituales muy importantes en la cultura oriental como la ceremonia del té, la meditación Zenen o las artes marciales.

Hay diferentes posturas de meditación que se utilizan tanto en el budismo, la meditación Vipassana i el budismo tibetano o dzogchen. Para las piernas existen cuatro posturas que son las más aceptadas: la postura de loto completa, la postura de loto medio, la birmana y la seiza o de rodillas al estilo japonés.

La postura de Loto es con las piernas cruzadas con ambas plantas de los pies mirando hacia arriba y apoyadas sobre su pierna contraria y con las rodillas apoyándose en el suelo. La postura de medio Loto similar a la anterior pero con una pierna en el suelo. La birmana con ambos pies en el suelo, en paralelo y plegados lo más posible al cuerpo.

AFRICA

En el África negra, la mayoría de la población se sienta en el suelo, sin tener una postura clara definida, aunque la postura más habitual es la de las piernas cruzadas. Los asientos son objetos de prestigio en sí mismos, que denotan el rango de su propietario, i únicamente son utilizados en ceremonias y solemnidades y que utilizarán las personas

de rango alto relacionados con el poder de las tribus.

En Méjico, es habitual sentarse en el suelo o en rocas, normalmente relacionado con rangos bajos, aunque no tiene ninguna diferencia cultural social, sino que la gente más humilde dispone de menos objetos. Las tareas del telar por ejemplo están adaptadas a la postura de sentarse en el suelo con las piernas estradas, donde el telar se ata a la cintura.

EUROPA

En Europa, no tenemos una tradición de distinguir unas posturas más apropiadas o otras, pero sí que las posturas que adoptamos pueden llegar a transmitir formas de ser o actitudes personales. Esto se relaciona con la comunicación no verbal, que es cuando no hay una postura estipulada en esa situación y cada uno actúa dependiendo sus propias formas o intenciones. Únicamente se puede contemplar estas posturas más formales cuando estamos en situaciones más formales o donde queremos transmitir un mensaje determinado, como es el caso de la televisión, teniendo las piernas juntas o cruzadas y en las entrevistas de trabajo, donde se pueden comunicar la personalidad.

Hay otras formas protocolarias más marcadas por una norma como el sentarse a comer en restaurante con alguien de un rango superior. En lo que respecta a la religión, en el cristianismo, judaísmo e islam se acostumbra a separar las personas por sexos en los lugares de culto y la postura adoptada según la situación también puede denotar una situación tristeza, como es el caso de los judíos, donde sentarse en el suelo denota el duelo de un ser querido. También en la religión se puede hacer distinciones de sexos en la forma de sentarse, como en islam, donde los hombres se consideran en un rango superior a las mujeres y por tanto tienen preferencia a la hora de sentarse en una silla, y las mujeres se sientan en el suelo.

INFLUENCIA EUROPEA

El protocolo occidental ha sido muy influenciado en todo el mundo, como cultura dominante en tiempos de las colonias y esto ha hecho que las otras culturas no tengan un protocolo propio, como es el caso de los japoneses, los cuales se han occidentalizado.

Por último, en Estados Unidos, aunque también están occidentalizados, para lo que a nosotros no podría denotar nada incorrecto, ellos utilizan unas posturas más formales y consideran que las posturas

pueden ser sinónimo de poder, educación, etc., como es el caso de tener el tobillo de un pie apoyado en la rodilla del otro, donde denota símbolo de poder.

CUALIDADES



Estatus

Quando los miembros de la sociedad tienen diferentes categorías. Siendo el de arriba de todo el mandamas y el de abajo que sólo obedece.



Religión

Creencia que se ha inculcado a una sociedad y que afecta directamente a la ética y moralidad de la sociedad o grupo.



Costumbre

Hábitos de las personas que están marcados por una moralidad. Afecta directamente con el hacer del resto de personas del entorno y que se copia.

ACCIONES



Actos

Acciones individuales que reflejan la forma de pensar de una persona.



Participación

Acción de opinar sobre una situación de conflicto o en el que puede afectarte indirectamente y te involucras.



Comparación

Acción de observar nuestro entorno para poder ver posibles parecidos y similitudes, decidiendo cual es más idóneo.

CONCEPTOS



Expectativas

Pensamiento individual o colectivo que nos hace ver lo que es potencialmente óptimo para beneficio propio.



Simbolismo

Elementos de la sociedad que están inculcados de forma tradicional y de los cuales afecta en la forma de hacer y pensar de la sociedad.



Cultura

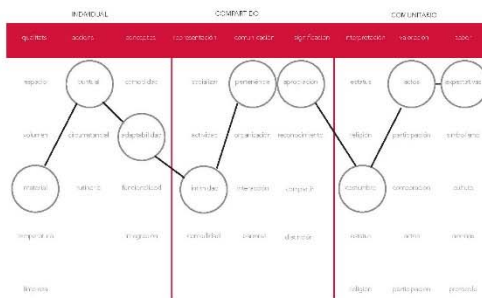
Conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, para comunicarse entre si y resolver sus necesidades de todo tipo.

Mapa CONCEPTOS

INDIVIDUAL			COMPARTIDO			COMUNITARIO		
qualitats	accions	conceptes	representación	comunicación	significación	interpretación	valoración	saber
espacio	puntual	comodidad	socializar	pertenencia	apropiación	estatus	actos	expectativas
volumen	circunstancial	adaptabilidad	actividad	organización	reconocimiento	religion	participación	simbolismo
material	rutinaria	funcionalidad	intimidad	interacción	compartir	costumbre	comparación	cultura
temperatura		Integración	comodidad	bareras	distinción	influencia	estética	normas
limpieza						contexto	generacional	jerarquía

18

Recorrido 1



En esta fotografía se ve un señor de origen Africano sentado en el césped de un espacio público, analizando este momento podemos interpretar que se ha sentado al césped, material orgánico muy cómodo para sentarse que se adapta a la postura de las personas, tratándose de un momento temporal.

Con esta acción el individuo ha buscado intimidad, no es una acción rutinaria ya que se ha sentado un momento para descansar y estar solo, por lo tanto, podemos decir que su acto de sentarse

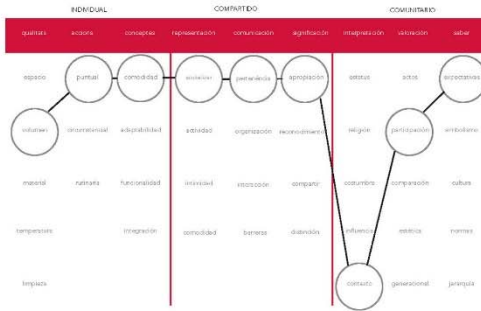
solo para buscar intimidad se trata de una costumbre.

Aunque el individuo es de origen africano, la cultura no influye en la manera de sentarse, es un acto que hace para sentirse mejor, porque encuentra unas expectativas en el espacio en el cual puede satisfacer sus necesidades.

Al ser una acción individual sin formar parte de un colectivo, no busca participar en ningún grupo, ni tampoco podemos ver una comparación con individuos que lo rodean.

19

Recorrido 2



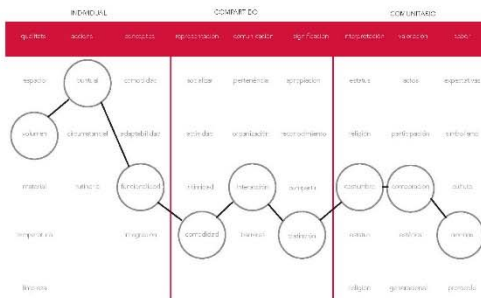
El motivo por el que este grupo de chicos han decidido sentarse en un elemento no diseñado para sentarse, pero que les permite hacer tal función, es el volumen de este, que les permite sentarse con comodidad permitiéndoles hacer uso de un espacio grande. La acción se sitúa por la tarde, al salir del colegio, así que podemos decir que se trata de una acción puntual, están haciendo tiempo para ir a otro sitio o para que los recojan sus padres.

Al sentarse con otros chicos, en un contexto determinado, se están socializando, de esta manera pertenecen a un grupo y forman parte de un colectivo.

Esta participación al colectivo puede justificar la acción de sentarse, se sientan porque tienen unas expectativas, las de crear un vínculo más fuerte con los otros chicos.

2

Recorrido 3

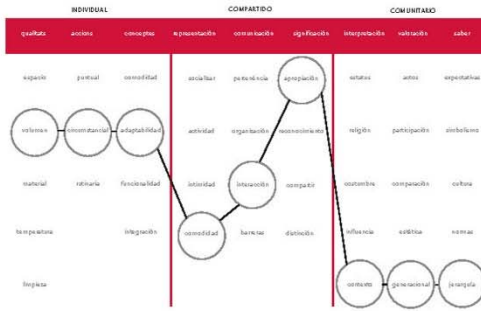


En este ejemplo podemos observar como un grupo de tres niños se sientan en medio de una calle peatonal para realizar un descanso momentáneo. Se sientan sobre sus tablas de skate, no utilizan los equipamientos públicos como los bancos para sentarse ya que no los necesitan. Con la tabla de skate como asiento también nos indican la pertenencia a un grupo que es el de los skaters. Se apropian del espacio ya que están en medio de una calle peatonal y muy concurrida de gente. Se trata de una situación momentánea por el lugar y por la

forma de sentarse. Podemos ver como los tres tienen en común la afición por patinar y que son de la misma edad, al ser niños adolescentes esto nos indica que su forma de actuar en el espacio público es muy diferente a la de un adulto ya que no les importa estar en el suelo sentados y que inconscientemente están tratando de diferenciarse del resto.

21

Recorrido 4



En este caso observamos cómo una pareja de padre e hija descanzan en las escaleras de la entrada a una iglesia.

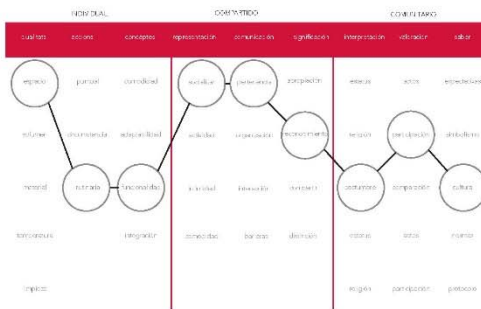
nos indica que las escaleras son propias para sentarse por su volumen y forma nos recuerda a la silla teniendo respaldo y asiento.

En este caso vemos como el volumen, o en este caso los escalones de la escalera les permiten tener un momento de intimidad y de descanso. Se apropian de un espacio que no es propiamente para sentarse pero que toda la sociedad asociamos a algo normal. No está mal visto sentarse en unas escaleras por eso nos apropiamos de ellas en el momento que se necesitan. Esto

Claramente en esta relación se ve la jerarquía de padre e hija y podemos entender que el padre no es una persona escrupulosa con la higiene o la situación ya que permite que la hija también se siente ahí y de alguna manera le está enseñando unos valores propuestos por su religión o forma de pensar. También podríamos aproximar el rango al que pertenece esta familia.

22

Recorrido 5



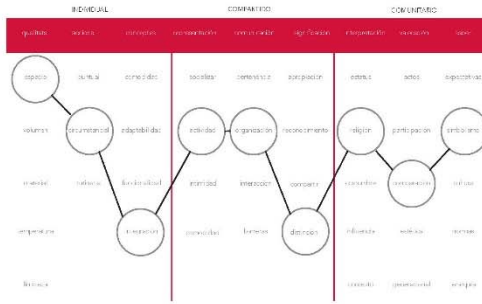
El colectivo que vemos en la fotografía se trata de una tribu africana. La acción se da a cabo por el espacio que ocupan, tratándose de una acción rutinaria. Podemos decir que se sientan en el suelo por funcionalidad, ya que no tienen sillas ni ningún elemento y es la única opción que tienen.

partenecer en un grupo.

Esta participación al colectivo justifica la acción de estar sentados en este espacio, una acción por costumbre que la marca la cultura a la que pertenecen, una cultura muy nómada en la cual sentarse al suelo está muy normalizado, sin tener en cuenta la higiene del espacio ni otros factores.

La socialización está muy presente en este colectivo. Se trata de un colectivo el cual se mueve en conjunto y que la individualidad es muy exclusiva ya que en su cultura destaca el compartir y

23



La acción que vemos en esta fotografía viene muy determinada por la religión. Vemos unas chicas sentadas en el suelo, nos consta que son periodistas y que están en una mezquita. La acción se ve determinada, entonces, por el espacio y por un hecho circunstancial, ya que van a documentarse por una situación determinada.

que sentarse en el suelo, es un tipo de organización marcada por la religión y que representa un símbolo, el que el hombre es más que la mujer.

Esta comparación es típica de la religión musulmana y, además de verse reflejada en la manera de sentarse, también se puede ver en la manera de vestir.

En esta acción podemos ver una distinción muy grande entre mujeres y hombres, donde los hombres están sentados en una silla mientras las mujeres tienen

Conclusiones

Como conclusión de este seminario podemos decir que el análisis pragmático aplicado a diferentes ejemplos, generando recorridos en las diferentes fases, nos ha hecho concluir que este sistema aplicado al diseño y a la forma de sentarse en un espacio público nos da como resultado una forma muy objetiva de tratar la información.

Hemos visto que el ciclo del proceso pragmático es cíclico y que una vez empieza el aprendizaje está continuamente en evolución, ya que deriva en saber y conocimiento, el cual, constantemente se cuestiona la propia verdad.

Durante el análisis nos hemos dado cuenta que hay una serie de parámetros en los que constantemente influencia alguno para el hecho y la forma de sentarse.

El primer parámetro se trata de la edad, ya que según la edad, las personas se sentarán de una forma u otra, debido principalmente a causas de salud, agilidad o flexibilidad. Características que a medida que nos hacemos mayores se van perdiendo y buscamos zonas de sentarse más ergonómicas y cómodas para el propio cuerpo.

El segundo parámetro es el tiempo y clima, ya que según si es un día soleado, nublado o lluvioso usaremos unas zonas u otras. En situaciones en las que sentimos calor solemos sentirnos más cómodos con materiales más fríos y en situaciones frías, con materiales más calidos, para contrarrestar la temperatura ambiente. También nos influenciará si algo está húmedo o mojado, ya que hará que nos mojemos.

El tercer parámetro se trata de la actividad que realicemos, ya que si se trata de estar sentado de forma momentánea, no nos importará que sea un poco incómodo el lugar, en cambio si es más el tiempo en el que estemos buscaremos una mejor comodidad. A mayor tiempo, hay un mayor demanda de prestaciones del lugar.

Por último, afecta el parámetro de la cultura, al cual nos afecta en la forma de actuar en la sociedad donde vivimos, ya que toda cultura tiene unas normas, ética y moral, y que conjuntamente forman una percepción social de lo que es correcto y lo que no es correcto o poco idóneo, según la persona que tengamos delante o el contexto en el que nos encontramos.

13.5. APLICACIÓ DEL MODEL D'ANALISI DEL CICLE PRAGMÀTIC DE LES COSES REALITZAT PER J. BUSQUETS, P. RAMIRO I S. RIBES.

Sentados

análisis pragmática del diseño de las cosas

producto, contexto y usuario

Silvia Ribes, Judith Busquets
y Paula Ramiro

Índice

Introducción

El pragmatismo
La acción de sentarse

Objetivos y preguntas

Metodología utilizada

Resultados: descripción de los diferentes usuarios y su contexto

Contexto individual
Contexto compartido
Contexto comunitario

Conclusiones

Conclusión
Propuesta

Anexos

Gráfico

Bibliografía

introducción

Gracias al diseño, podemos comunicar experiencias. Por ese motivo, en este trabajo realizaremos un análisis pragmático del diseño de las cosas, aplicado al hecho de sentarse. El objetivo es comprender como entendemos las acciones analizando y reconociendo las ideas y principios prácticos que llevamos a cabo para relacionarlos con el significado que asignamos a las cosas para entender lo que el diseño tiene que transmitir.

Para poder realizar un análisis completo escogemos 3 contextos diferentes, individual, colectivo y comunitario. Estos dos últimos, hay que considerarlos como una unidad de actuación con un sistema propio de convenciones sociales i culturales.

pragmatismo

La pragmática, o también conocida como pragmatolingüística, es un subcampo de la lingüística que también es estudiado por la filosofía de la comunicación y del lenguaje.

La pragmática del lenguaje es la parte que se ha desarrollado a posteriori, a partir de los años 40 y 50 gracias a una serie de autores, y dónde se aplica como disciplina y directamente tiene cuerpo de tal es en la lingüística.

Esta actividad entonces se interesa por el **modo en que el contexto influye en la interpretación del significado, y éste contexto debe entenderse como situación.**

El análisis pragmático se usa para la comprensión de un enunciado o para explicar la elección de determinadas formas de realizarlo, mediante el **análisis de diferentes variables.**

Éstos variables son: la situación, el contexto socio-cultural, los individuos y sus relaciones, la información compartida, el emisor, el destinatario, el enunciado y el tono del mensaje.

pragmatismo.

(Del ingl. *pragmatism*).

1. m. Actitud predominantemente pragmática.
2. m. Fil. Movimiento filosófico iniciado en los Estados Unidos por C. S. Peirce y W. James a fines del siglo XIX, que busca las consecuencias prácticas del pensamiento y pone el criterio de verdad en su eficacia y valor para la vida.

pragmático, ca.

(Del lat. *pragmaticus*).

1. adj. Perteneciente o relativo al pragmatismo.
2. adj. Perteneciente o relativo a la pragmática (disciplina).
3. f. Disciplina que estudia el lenguaje en su relación con los usuarios y las circunstancias de la comunicación.
4. f. desus. Ley emanada de competente autoridad, que se diferenciaba de los reales decretos y órdenes generales en las fórmulas de su publicación.

sentarse

El ser humano como animal que es necesita descansar, y las maneras más usuales en que lo hace es tumbado y *sentado*.

Dado que nos interesa ver al individuo en contexto colectivo tanto como individual, nos fijaremos en cuando se sienta.

Las posiciones sedentarias que realizamos pueden ser de dos tipos, innatas y/o adquiridas.

La posición *sedentaria innata* (foto 1) son aquellos gestos que compartimos todos los humanos, sin importar nuestro origen cultural.

Por ejemplo, podemos citar el aprendizaje sedentario de los bebés, sin importar el entorno en el que han nacido.

Por otro lado la posición *sedentaria adquirida* (foto 2) son aquellos gestos adquiridos que aprendemos por medio de la imitación de los gestos que hacen las personas que nos rodean.

Varían de cultura en cultura y su uso depende en gran medida de la situación comunicativa, formal o informal, en la que nos encontremos.

Sin embargo las formas de *sentarse* varían, primeramente, según si el individuo está en un contexto individual, colectivo o compartido.

Sentado, da
(Del lat. **sedentare, de sedens, -entis*).

1. adj. Que no está de pie ni tumbado.

sentar
(Del lat. **sedentare, de sedens, -entis*).

1. tr. Poner o colocar a alguien en una silla, banco, etc., de manera que quede apoyado y descansando sobre las nalgas.

2. tr. apoyar (hacer que algo descansa sobre otra cosa).

3. tr. Dar por supuesto o por cierto algo.



foto 1



foto 2

metodología

Para poder responder a la pregunta del estudio, se ha realizado una búsqueda de las palabras claves como qué es el pragmatismo y cómo definíamos la acción de *sentarnos*.

Una vez los dos conceptos principales han quedado claros, hemos querido explicar como el diseño influye en la acción de *sentarnos* en 3 contextos diferentes, el individual, el colectivo y el comunitario sacando de allí las palabras claves que posteriormente nos sirvan para clasificar las diferentes imágenes.

Uniendo los diferentes conceptos entonces, encontramos diferentes imágenes ilustradas con posibles diseños de elementos para *sentarse*.

En el gráfico mostrado podemos ver el funcionamiento comentado, en que hay una interrelación constante y continua de los componentes pragmáticos del diseño.

Vemos como todas las cosas se enmarcan dentro de un contexto, y este a su vez dentro de unas experiencias.

A partir de ahí se tienen en cuenta los hábitos individuales, compartidos y comunitarios y diferentes subapartados.

Este ciclo pragmático de las experiencias de las cosas es un funcionamiento de componentes que se interrelacionan constante y continuamente.

Experiencias



contexto individual

El contexto individual es todo aquello que captamos del entorno para llevar a cabo una actividad concreta.

Después de analizar el comportamiento individual de las personas en el espacio público, hemos podido deducir diferentes factores que incitan a la gente que transita por esta zona a actuar de manera totalmente distinta.

Cabe remarcar que el factor que más afecta en la acción de sentarse

es la actividad; podemos distinguir tres grupos; actividades rutinarias aquellas que el usuario realiza en un tiempo determinado, actividades puntuales aquellas que el usuario realiza en ocasiones esporádicas, momentáneas o circunstanciales aquellas que el usuario realiza cuando necesita estar sentado para realizar una actividad repetida.

En base a la actividad realizada se buscaran diferentes cualidades al espacio. Algunas requeriran una



Actividad puntual

cierta altura, volumen, material o espacio.

Para continuar hay que diferenciar distintos conceptos que los usuarios buscan como requisito al espacio público. Estos conceptos son los siguientes; la comodidad para realizar actividades más largas, la limpieza a un factor presente en todas las actividades que se realizan y por último la adaptabilidad. Todos los usuarios buscan un objeto adaptable al cuerpo

Individual

Calidades	Acciones	Conceptos
Altura	Rutinaria	Comodidad
Volumen	Puntual	Limpieza
Material	Momentánea	Adaptabilidad
Espacio	Circunstancial	

humano, consiguiendo una mayor ergonomía.

Aparte de estos factores hay que destacar otros que también influyen en la acción de sentarse en el espacio público.

En primer lugar, la edad es un elemento delimitador que diferencia la posición de la gente. Los más jóvenes optan por posiciones más relajadas y suelen sentarse en cualquier lugar, en cambio la gente más mayor suele tener una postura



Actividad de recreación

más correcta y normalmente utilizan espacios ya dispuestos para sentarse (bancos).

Otro factor influyente es el clima, en días de sol por esa zona encontramos a gente estirada en el suelo, o con los pies colgando encima del mar. Cuando el día no es soleado suele haber poca gente por la zona y no adoptan posturas tan relajadas en el suelo.

Individual

Calidades	Acciones	Conceptos
Altura	Rutinaria	Comodidad
Volumen	Puntual	Limpieza
Material	Momentánea	Adaptabilidad
Espacio	Circunstancial	

contexto compartido

En el contexto compartido la representación va relacionada con las cualidades, la comunicación con la acción, y la significación con el concepto anterior. Y a parte de esto cuando priorizamos la parte física relacionamos cualidades.

Entendemos un colectivo como un grupo de gente que comparte o hacen una actividad en común.

Encontramos por ejemplo la **limitación del espacio** con toallas o pañuelos en espacios públicos como

parques. El colectivo se **distingue** como tal, y que tienen algo en común a partir de la limitación del espacio público, **privatización** del espacio público, **función simbólica** de "cómo yo soy capaz de privatizar el espacio público en función de la actividad que quiero hacer".

El individuo también busca ciertas configuraciones arquitectónicas o **tamaños del espacio** que le ayudan a entender que a nivel colectivo allí puede llevar a cabo una determinada actividad.

Los graffitis también serían una manera de comunicar que cierto espacio nos pertenece.

También el hecho de colocar elementos propios como bicicletas al lado del grupo y el **lenguaje corporal** para señalar una **apropiación**. También la gente mayor sillas en los pueblos para mostrar **pertenencia**. ...

O usar los mismos integrantes del grupo como **distinción** y separarlos del "exterior". A modo de círculo,

semicírculo sólo de un lado, ... En definitiva dar la espalda a todo el que no es perteneciente al grupo.

El hecho de sentarse de una manera no correcta o cometer ciertas "vandalidades", cómo sentarse en el apoyo de un banco, son **actividades por asociación** que sólo se llevan a cabo en un contexto compartido y en colectivo. A nivel colectivo en cierta manera puedes transgredir lo que a nivel individual no harías.

Compartido

Representación	Comunicación	Significación
Privatización	Reconocimiento	Compartir
Asociación	Tamaño del espacio	Interacción
Necesidad	Función simbólica	Distinción
Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad
Interés común	Apropiación	Delimitación del espacio
	Pertenencia	

contexto compartido

En grupo se busca también una superficie apta para sentarse (continua), y suficientemente grande como para que quepan todos los integrantes del colectivo. De no ser así unos cuantos se quedan de pie de cara a ellos para poder interactuar (foto 1), y puede ser que se vayan rotando el tiempo de sentarse. Por otro lado, si su intención no es interactuar sino reposar, se sentarán a lo largo de la superficie. En este caso se puede entender que en cierta manera



foto 1

hacen de espectadores de lo que pasa enfrente suyo y el banco cumple una funcionalidad. (foto 2)

Cuando un colectivo se sitúa en un espacio público también busca lugares que respiren una cierta tranquilidad, o que les sea cómodo el entorno.



foto 2

Compartido

Representación	Comunicación	Significación
Privatización	Reconocimiento	Compartir
Asociación	Tamaño del espacio	Interacción
Necesidad	Función simbólica	Distinción
Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad
Interés común	Apropiación	Delimitación del espacio
	Pertenencia	

contexto comunitario

Existen dos tipos de posiciones sedentarias, las innatas y las adquiridas. Las innatas son aquellas que compartimos con todo el mundo, sin importar nuestra cultura, por ejemplo podemos hablar de los bebés, cuando estos nacen sin ninguna influencia exterior, realizan los mismos pasos, se sientan de la misma forma en el suelo sin importar su origen cultural. En cambio, a medida que crecemos, vamos adquiriendo las costumbres de la gente que nos

rodea, imitándolos, acabamos haciendo lo mismo, se trata de la posición sedentaria adquirida que varía según la cultura.

El diseño tiene un papel muy importante en todo esto, constituye una conformación de todo eso que tiene una utilidad, una función, un sentido y un valor. Lo encontramos en todas la actividades que hacemos y permite generar una relación entre los individuos y las cosas. Por lo tanto todo está

relacionado con el diseño puesto que gracias a los objetos de nuestro entorno podemos realizar las actividades, por ejemplo sentarnos. Todo esto tiene un factor muy importante a tener en cuenta, se trata del contexto cultural y social de los individuos, según el contexto cambian en unos sistemas determinados de interacciones. El diseño es el lenguaje de los objetos. Tenemos la capacidad de interpretar todo lo que nos rodea, y determinará nuestra capacidad



Bébé sentados

Comunitario

Interpretar	Valorar	Saber
Costumbres	Tradición	Cultura
Conducta	Compañerismo	Educación
Influencia	Participación	Jerarquía
Estatus	Situación	Expectativas
Religión	Objetos	
	Actos	

creativa, por ejemplo los jóvenes podemos usar un banco de distintas maneras, en cambio una persona de la tercera edad o mayor solo de una. También puede influenciar en ver posibles sitios para sentarse en lugares que no están destinados a ello, por ejemplo en un escalón, al darnos cuenta que este lugar tiene las mismas características o casi iguales que una silla, interpretamos que nos podemos sentar.

Nuestro conocimiento de

la realidad lo configura principalmente el valor significativo que atribuimos a las cosas, no depende solo de un individuo sino que es un eje fundamental de la sociedad sometido a muchas verificaciones, aprobaciones y rectificaciones por los miembros de una comunidad, es decir que el saber o el pensamiento como una actividad es capaz de generar una serie de normas que regulan el funcionamiento y nuestro entendimiento de la realidad.

Las comunidades integran a los individuos mediante un reconocimiento de un contexto comunitario que se consolida por unos rasgos sociales y culturales característicos y a veces únicos de cada comunidad. El diseño tiene que tener presente esos rasgos, diferencias culturales ya que un producto puede variar mucho dependiendo en que contexto cultural se venda. A la hora de sentarnos, hay muchas culturas que no usan sillas para poder sentarse y



Coronaria del Tê

Comunitario

Interpretar	Valorar	Saber
Costumbres	Tradición	Cultura
Conducta	Compañerismo	Educación
Influencia	Participación	Jerarquía
Estatus	Situación	Expectativas
Religión	Objetos	
	Actos	

que en cambio usan unos cojines, es el ejemplo de la cultura oriental. Esta cultura tiene muchos rituales con distintas formas de sentarse cambiando la forma de poner los pies o de cruzar las piernas, etc.

Para evitar tener problemas de este tipo, es conveniente realizar el proceso de interpretar, que consiste en interpretar que una cosa funcione siempre de la misma manera según las costumbres de la gente y la influencia de otras culturas sobre ellas. El siguiente paso sería la valoración de si eso que se nos presenta se ajusta al significado conocido para cumplir con las expectativas generadas, es decir que tendríamos que comparar la forma de sentarnos en las distintas comunidades

valorando las tradiciones de cada una de ellas. También le añadimos un significado a los objetos que depende de nosotros por las relaciones que tenemos con estos, es decir que modificamos el sentido que tienen las cosas. Por último el saber, conseguir el conocimiento de los significados de las capacidades de las cosas y de sus aptitudes para conseguir llegar al objetivo. Pero el saber siempre se ve influenciado por la cultura y la educación de cada comunidad y en como tendre



John Kennedy relajado

que diseñar las cosas.

El diseño es una disciplina comunicadora de las experiencias y participa/ influencia plenamente con las convenciones sociales y culturales. Para el diseño es muy importante tener en cuenta todos estos factores para poder crear diferentes cosas según la necesidad de la gente que va con cada cultura y por ello tiene que pasar por cada una de estas fases.

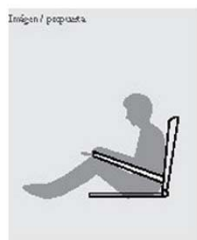
Comunitario

Interpretar	Valorar	Saber
Costumbres	Tradición	Cultura
Conducta	Compañía	Educación
Influencia	Participación	Jerarquía
Estatus	Situación	Expectativas
Religión	Objetos	
	Actos	

análisis

El usuario está realizando una actividad puntual. Es una actividad que requiere comodidad y espacio. Aprovechando las características arquitectónicas se acomoda en el espacio.

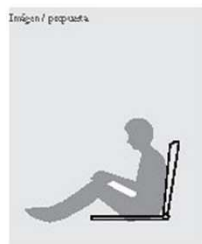
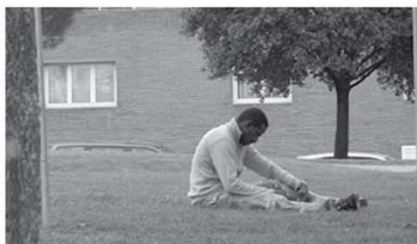
Edad entre los 19-29



análisis

En este caso se da una actividad puntual, en consecuencia a la falta de elementos arquitectónicos el usuario realiza la actividad en el suelo sin ningún soporte arquitectónico.

Se encuentra entre los 32-40 años.



Individual			Compartido			Comunitario		
Calidades	Acciones	Conceptos	Representación	Comunicación	Significación	Interpretar	Valorar	Saber
Altura	Rutina	Comodidad	Privatización	Reconocimiento	Compartir	Costumbre	Tradicición	Cultura
Volumen	Puntual	Limpieza	Asociación	Tamaño del espacio	Intención	Conducta	Compañerismo	Educación
Materia	Momentánea	Adaptabilidad	Necesidad	Función simbólica	Distinción	Influencia	Participación	Jerarquía
Espacio	Circunstancial		Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad	Ética	Situación	Espectativa
			Interés común	Apropiación	Delimitación del espacio	Religión	Objetos	
				Pertenencia			Actos	

análisis

En consecuencia de la actividad que realiza el usuario, busca calidades diferentes, en esta fotografía se observa una actividad momentánea de reposo.

El usuario se encuentra entre los 50 años.



Individual			Compartido			Comunitario		
Calidades	Acciones	Conceptos	Representación	Comunicación	Significación	Interpretar	Valorar	Saber
Altura	Rutina	Comodidad	Privatización	Reconocimiento	Compartir	Costumbre	Tradicición	Cultura
Volumen	Puntual	Limpieza	Asociación	Tamaño del espacio	Intención	Conducta	Compañerismo	Educación
Materia	Momentánea	Adaptabilidad	Necesidad	Función simbólica	Distinción	Influencia	Participación	Jerarquía
Espacio	Circunstancial		Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad	Ética	Situación	Espectativa
			Interés común	Apropiación	Delimitación del espacio	Religión	Objetos	
				Pertenencia			Actos	

análisis

En esta imagen vemos una persona adulta leyendo el diario. Esta realizando una actividad rutinaria que se repite todos los días de la semana en un periodo de tiempo concreto. Es por ello que busca comodidad, utiliza un espacio ya diseñado para la acción de sentarse. Edad entre 50 - 56.



Individual			Compartido			Comunitario		
Calidades	Acciones	Conceptos	Representación	Comunicación	Significación	Interpretar	Valorar	Saber
Altra	Rutinaria	Comodidad	Privatització	Reconocimiento	Compartir	Costumbres	Tradición	Cultura
Voluntat	Puntual	Limpieza	Asociación	Tamaño del espacio	Intención	Conducta	Companiament	Educación
Material	Momentània	Adaptabilitat	Necessitat	Función simbólica	Distinció	Influència	Participació	Jerarquia
Espacio	Circumstancial		Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad	Estete	Situación	Espectàcules
			Interès comú	Apropiació	Delimitació del espai	Religió	Objectes	
				Pertenència			Actes	

análisis

A partir de las características arquitectónicas dónde se encuentran, este grupo de adolescentes está descansando e interactuando de manera puntual. Se encuentran entre los 18-25 años y son de cultura occidental.

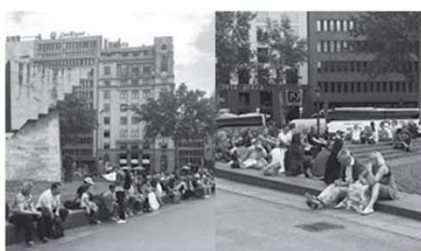


Individual			Compartido			Comunitario		
Calidades	Acciones	Conceptos	Representación	Comunicación	Significación	Interpretar	Valorar	Saber
Altra	Rutinaria	Comodidad	Privatització	Reconocimiento	Compartir	Costumbres	Tradición	Cultura
Voluntat	Puntual	Limpieza	Asociación	Tamaño del espacio	Intención	Conducta	Companiament	Educación
Material	Momentània	Adaptabilitat	Necessitat	Función simbólica	Distinció	Influència	Participació	Jerarquia
Espacio	Circumstancial		Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad	Estete	Situación	Espectàcules
			Interès comú	Apropiació	Delimitació del espai	Religió	Objectes	
				Pertenència			Actes	

análisis

En esta imagen vemos gente de diferentes edades y culturas todos sentados en un mismo espacio arquitectónico, que no se adapta a ellos sino que ellos se tienen que adaptar a él.

Vemos incluso como alguna gente con otra preferencia para estar sentada o llevando a cabo otra actividad se coloca en el otro lado más bajo.



Individual			Compartido			Comunitario		
Cualidades	Acciones	Conceptos	Representación	Comunicación	Significación	Interpretar	Valorar	Saber
Altura	Rutina	Comodidad	Privatización	Reconocimiento	Compartir	Costumbres	Tradición	Cultura
Volumen	Puntual	Limpieta	Asociación	Tamaño del espacio	Intención	Conducta	Compañerismo	Educación
Materia	Momentánea	Adaptabilidad	Necesidad	Función simbólica	Distinción	Influencia	Participación	Jerarquía
Espacio	Circunstancial		Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad	Estatus	Situación	Expectativas
			Interés común	Apropiación	Delimitación del espacio	Religión	Objetos	
				Pertenencia			Actos	

análisis

En esta imagen vemos un grupo de niños/adolescentes sentados sobre un skateboard. Aprovechando un objeto que llevan con ellos le dan otra significación a este objeto sentándose sobre él para por ejemplo descansar. Debido también a las circunstancias arquitectónicas del espacio (plano sin ningún volumen) tienen que dar otro significado a este objeto para poder realizar la acción de sentarse. Sentándose en círculo crean su propia comunidad en un espacio muy abierto.



Individual			Compartido			Comunitario		
Cualidades	Acciones	Conceptos	Representación	Comunicación	Significación	Interpretar	Valorar	Saber
Altura	Rutina	Comodidad	Privatización	Reconocimiento	Compartir	Costumbres	Tradición	Cultura
Volumen	Puntual	Limpieta	Asociación	Tamaño del espacio	Intención	Conducta	Compañerismo	Educación
Materia	Momentánea	Adaptabilidad	Necesidad	Función simbólica	Distinción	Influencia	Participación	Jerarquía
Espacio	Circunstancial		Actividad	Lenguaje corporal	Funcionalidad	Estatus	Situación	Expectativas
			Interés común	Apropiación	Delimitación del espacio	Religión	Objetos	
				Pertenencia			Actos	

análisis

En esta imagen vemos un grupo de gente mayor sentados. Al ser mayores, buscan que su apoyo tenga una altura adecuada para poder levantarse fácilmente. Observamos como los individuos a medida que van haciéndose mayores van viendo la importancia de usar las cosas para lo que son hechas, en este caso sentarse. Así como la necesidad de situarse en un entorno seguro, en este caso delante de una tienda de niños pequeños.



análisis

Vemos un grupo de skaters en la plaza del Macha, en los que mientras unos patinan los otros los observan sentados contra los vidrios del museo para ver perfectamente lo que está pasando y no molestar.

En este caso la edad se enmarca dentro de un rango muy amplio, debido a la diversidad de gente que lo practica.



análisis

En este caso vemos dos mujeres en medio de la ceremonia del té.

En este ritual uno se tiene que quedar sentado reposando sobre las piernas dobladas. Debido a esta manera de sentarse, la gente no puede aguantar mucho rato porque se duermen las piernas.

El rango de edades es de los más amplios, ya que es una tradición que desde pequeños se lleva a cabo.



Imagen / propuesta



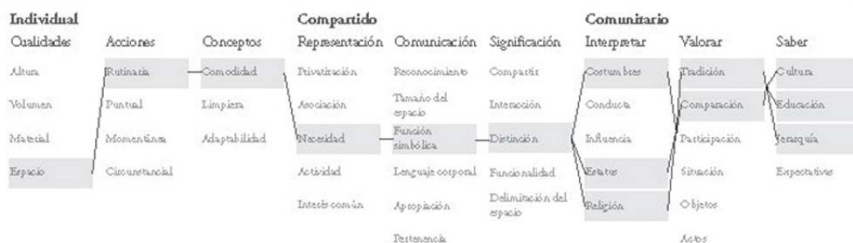
análisis

En algunos países árabes son machistas, hasta tal punto, que una mujer debe sentarse en el suelo y el hombre en la silla, como por ejemplo, en la imagen mostrada, en una rueda de prensa en Irán. En esta imagen influye mucho el factor de las costumbres y tradiciones de este país. Las mujeres por eso solo tienen dos opciones o permanecer de pie o sentarse en el suelo.



Imagen / propuesta

Por mucho que sea una costumbre en países árabes que las mujeres se sienten en el suelo, la solución que podría funcionar es que se sentaran detrás de los hombres pero en sillas también.



análisis

Una cultura diferente es la de México, para realizar ciertas actividades como la que vemos en la imagen se sientan en el suelo puesto que es más práctico y fácil para poder realizar correctamente esa actividad.



Individual		Compartido			Comunitario			
Calidades	Acciones	Conceptos	Representación	Comunicación	Significación	Interpretar	Valorar	Saber
Altura	Rotación	Comodidad	Privatización	Reconocimiento	Compartir	Costumbres	Tradición	Cultura
Volumen	Puntual	Limpieza	Asociación	Tamaño del espacio	Intención	Conducta	Compañerismo	Educación
Material	Momentánea	Adaptabilidad	Necesidad	Función simbólica	Distinción	Influencia	Participación	Jerarquía
Espacio	Circunstancial		Utilidad	Lenguaje corporal	Funcionalidad	Estatus	Situación	Expectativa
			Interés común	Apropiación	Delimitación del espacio	Religión	Objetos	
				Pertenencia			Actos	

Conclusiones

A pesar de existir diseños ya prestablecidos para sentarse, los usuarios también aprovechan lugares en los que sus características son favorables para realizar esta acción.

Ahora bien, no todos utilizamos de la misma manera el espacio público. Para empezar hay tres grandes maneras de utilizar el espacio, individualmente, comunitariamente y colectivamente.

Después del estudio realizado, hemos podido observar como varían las maneras de sentarse en relación con valores como las características arquitectónicas, las costumbres de los individuos... y en general el contexto dónde se sitúan.

Algunos de los factores que más nos diferencian en la manera de sentarse son por ejemplo la cultura, la jerarquía y la actividad.

Entendemos por cultura un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, aprendidos de generación en generación a través de la vida en sociedad. Todos tenemos una vida en sociedad distinta, dependiendo de la zona geográfica donde crezcamos, es por ello que en la acción de sentarse la postura es distinta. Al tener posiciones diferentes de sentarse los usuarios buscan características que se adapten a su postura.

Para continuar otro factor muy influyente es la jerarquía. Podríamos diferenciar tres grandes grupos, los niños, los jóvenes y los

adultos. Aun perteneciendo a la misma cultura cada grupo adopta diferentes posturas, es por ello que cada uno de ellos busca diferentes características en el espacio público.

Para finalizar la actividad que cada usuario o grupo de usuarios realice en el espacio diferenciará la manera de interactuar con el espacio. En este caso podríamos diferenciar diferentes actividades teniendo en cuenta el tiempo y los requisitos que requiere realizar cada actividad.

