

Modelo fundamentado en la semiótica como disciplina prioritaria en el proceso de conceptualización de proyectos gráficos.

Autores:

Susana Rodríguez Gutiérrez, srodriguez61@uabc.edu.mx

Universidad Autónoma de Baja California, México

Isabel Salinas Gutiérrez, isabel.salinas@uabc.edu.mx

Universidad Autónoma de Baja California, México

Ervey Leonel Hernández Torres

Universidad Autónoma de Baja California, México

RESUMEN:

El propósito de esta investigación es desarrollar un modelo en donde la semiótica sea la disciplina medular en el proceso de conceptualización para desarrollo de proyectos gráficos. La semiótica en su estudio de los signos como productos culturales, y en su carácter de interdisciplinar es un excelente apoyo en el estudio de las herramientas, procesos y contexto de la creación gráfica, por lo que es de suma importancia considerar sus interpretaciones y aportaciones al momento de generar mensajes visuales provocando resultados acertados en relación con la transmisión de dichos mensajes, comprendiendo el sentido de la significación y comunicación específicamente estudiada en el campo iconográfico visual.

La semiótica tiene gran relevancia al ser considerada dentro del proceso de creación, ya que en una comunidad según sean las características culturales, como su propio lenguaje, habrán de responder a determinados significantes en relación a sus intereses y entendimiento. Es precisamente esta disciplina quién se encarga de estudiar dichos elementos. El diseño busca un nivel de significación o simbolización en los productos que se generan, sin en el entendimiento de estos elementos aplicados con un análisis previo, serían mensajes endebles para la percepción humana.

Palabras Claves: semiótica, diseño gráfico

DESARROLLO:

La conceptualización del diseño gráfico podría ser trabajado bajo la esquemática del pensamiento que considere como prioridad mensajes generados en el código correcto, con una estrategia comunicativa que tome en cuenta, el aspecto cultural, psicológico, creativo inclusive metafórico, para llegar al receptor objetivo.

Las metodologías proyectuales de diseño y el diseño gráfico, podemos decir que confluyeron o colisionaron entre sí, hasta mediados del siglo XX. Con antecedentes distantes que se remontan a diferentes épocas de la historia de la humanidad, no se encontraron antes relacionadas.

Y durante estos casi 70 años la tríada ha estado en diferentes momentos con diferentes equilibrios o mejor dicho desequilibrios algunos productivos y otros absolutamente estériles, de lo cual nos damos cuenta en la siguiente cita de Tapia (2014) "Ni la semiótica, en la mayoría de los casos, ni el método científico o las teorías de la forma brindaban las herramientas suficientes para activar una base generativa para un diseño de calidad; la mayoría de las veces fueron experimentados como pretensiones de científicidad fallidas, con poco o ningún contacto con la práctica"

Pero esto fue verdad en el intento de definición del diseño como disciplina, no lo es en cuanto a considerar la semiótica como una interdisciplinar que nos apoya en el conocimiento de la cultura y si consideramos el diseño gráfico como una manifestación cultural, es entonces que la explicación de los signos y significados de una cultura (semiótica) es necesaria tanto en la formulación de mensajes gráficos propios de un grupo cultural lo cual es ámbito del diseño gráfico. Sin embargo, esto no simplifica el papel del diseño gráfico a una mera interpretación de signos, sino que una parte del quehacer del diseñador es esta parte sin olvidar los asuntos relacionados con la técnica, la tecnología, la producción, el aspecto social y más que hacen al diseño gráfico significativo en nuestras vidas. En las metodologías proyectuales generalmente se han desarrollado sin la necesidad de la semiótica como elementos fundamentales para la producción de mensajes gráficos, en algunas de ellas el aspecto relacionado con los significados ocupa una pequeña parte relacionada con la producción de los mensajes.

Sin embargo, leyendo a Buchanan (2014) quién dice: "Creemos que centrar la atención en el modo en el que los diseñadores trabajan en ciertas áreas especializadas, como el diseño industrial o el diseño de la comunicación, es relevante para la labor que realizan otras áreas. Y creemos que el acceso generalizado a las vías que surcan al pensamiento del diseño por dentro, puede proporcionarle a la gente nuevas herramientas de trabajo para estrechar vínculos con su entorno cultural y natural." Coincidimos en que "a las vías que surcan al pensamiento del diseño por dentro" abre una puerta en la búsqueda de la incorporación de la semiótica como modelo para la producción de mensajes gráficos, en cuanto a que ayuda a mejorar la eficiencia del mensaje, en tanto se pasa por un proceso de conocimiento profundo de la cultura donde se insertará el mensaje, con lo que asegura una mejor interpretación de parte del receptor o usuario, ya el mensaje es emitido dentro los límites culturales conocidos por el mismo.

En la región Noroccidental donde nos encontramos es la intención dotar al diseño gráfico de herramientas muy claras relacionadas con la relación entre mensajes y cultura, ya que es una zona en la que conviven varias culturas receptoras de mensajes gráficos y su interpretación adecuada es inminente si queremos que el mensaje se posicione en la mente del usuario. Hay muchas combinaciones probables pero las más abundantes son comunicación gráfica para mexicanos, comunicación gráfica para anglosajones y todas las combinaciones que puedan hacerse entre estas dos culturas presentes y una necesidad aún más fuerte es la necesidad de crear un sistema de interpretación que corresponda a ambas de igual manera. La falta de significación pertinente da como resultado mensajes escasos de eficiencia en la

transmisión de la idea, con posibilidad de no ser tan claros y no resueltos en el código con pertinencia al sector que se dirige

El diseño es una disciplina proyectual que conlleva una carga estética de la que no puede deslindarse, sin embargo el proceso de creación debe ser analítico, reflexivo, investigativo, creativo, en ciertos casos sistemático, resolviendo preguntas básicas como: ¿Qué tengo?, ¿Con que lo haré?, ¿En dónde? y ¿Para quién es? (Algunas preguntas) Lo que apunta a una metodología precisa que proponga un orden lógico para llegar a resultados óptimos. Metodologías existen varias como el Modelo Proyectual de Bruno Munari, (Munari,2016) la propuesta de Jorge Frascara, con su enfoque en el cliente, Christopher Jones con su propuesta antonimia de la Caja Negra y Caja transparente, entre otras. Se aporta al diseño gráfico un modelo que propone darle el valor a la semiótica como disciplina esencial para proponer mensajes conceptuales y funcionales, ya que es “La ciencia que estudia los signos y sus significados dentro de un entorno social” según Umberto Eco, (1976) por lo tanto las soluciones de mensajes deberán ser más funcionales.

En el proceso de conceptualización en el desarrollo de proyectos de diseño gráfico se propone implicar fundamentos semióticos en procesos de significación de los que participa el diseño como disciplina de mediación en la concreción de mensajes visuales ya que si comprendemos que el mensaje visual está compuesto de varios elementos complejos, y su principal función es la comunicación de una idea, es importante tener una visión que identifica el lenguaje en que debe ser generado dicho mensaje, para quien es, conocerlo y analizarlo de tal manera, que comunicaremos mensajes más precisos, creativos y de fácil percepción.

En otras palabras, Norberto Chaves puntualizó algo similar “Es con estos niveles de simbolización que se logra la máxima eficacia del mensaje, o sea, el cumplimiento óptimo de su misión: la calidad del mensaje se contagia a lo comunicado.” (2012) haciendo referencia a la importancia del concepto y el análisis de los componentes de un mensaje visual.

Otro de los autores que propone el uso de la semiótica es Joan Costa sin embargo no es necesariamente un modelo semiótico es una fase que contempla dentro de toda una metodología de trabajo.

Cito al Diseñador Alejandro Ayala, autor del libro “Decálogo del perfecto creativo”, quien también insiste en la importancia de un concepto rector en los diseños: “La carencia de un proceso de conceptualización da como resultado soluciones que no tienen ningún argumento lógico que aporte unas bases firmes en donde se pueda apoyar el artículo, producto u otros, que se desea promocionar” (Ayala, A. Pérez, L, 2009), entre tanto también considera que esta idea de conceptualizar entendiendo el contexto general del mensaje, separa a los diseñadores sin formación profesional con los preparados académicamente a la vez de la técnica. Por su parte Norberto Chaves nos habla de una virtud de la iconicidad “La exigencia de velocidad en la lectura e interpretación del signo no se limita a estas señales puramente funcionales. Es también una virtud de la iconización de mensajes con funciones más complejas” (icono para aludir-ilustrar el concepto a transmitir.) (Chaves, Norberto, 2012). Por lo que no acentuar en proceso de conceptualización basado en la ciencia que estudia los signos nos genera resultados no óptimos para su funcionalidad.

El proceso de creación se considera un sistema crítico, estético-creativo, que se basa en las necesidades sociales, geográficas entre otras, según la Profesora Olivia Fragoso (2008) ante esto se dan soluciones concretas. EL acto de creación de la idea conlleva un pensamiento icónico, o como menciona Umberto Eco, “También las ideas son signos” (1976, p.47) del que el diseñador deberá hacer selección de signos dentro de un sistema preestablecido o creado por el mismo. Habrá de estructurar, transformar, desarrollar, sistemas de significación en ese sentido es semiótico argumenta la Olivia Fragoso, (2008)

El proceso de diseñar lleva consigo la solución de mensajes o transmisión de ideas, lo que lo hace un acto comunicativo con un lenguaje propio, a través de códigos, propiamente dicho,_____

los elementos del diseño. Dicho proceso comunicativo lleva implícito una construcción del mensaje. La construcción del mensaje está basada en normas para su estructura, códigos de color, lingüísticos, de percepción visual, código de imagen, mismos se dividen en subcódigos, según Umberto Eco (1976) para su análisis e interpretación. Es entonces donde claramente vemos la relación entre la semiótica y los procesos de diseño gráfico, argumentando así que el modelo propone considerar a la semiótica como su principal fundamento.

La referencia teórica está centrada en las ciencias sociales, filosofía, lingüística, semiótica, humanidades, para este proceso de investigación, se basa en algunos pensadores como iniciadores de la semiótica como los Saussure, Peirce ya que se les considera como fundadores de la semiótica. A Ferdinand de Saussure se le conoce como el padre de la lingüística estructural en el siglo XX, pensador ocupado en estudiar los procesos de lenguaje. Saussure señala lo siguiente que, "La lengua es un sistema de signos que expresan ideas y por esta razón es comparable con la escritura, el alfabeto de los sordomudos. los ritos simbólicos, las formas de cortesía, simplemente es el más importante dichos de sistemas." (Rojas, V. 1995, p.15) Así pues podemos concebirla como una ciencia que estudia la vida de los signos en el marco de la vida social, (1993) aportando los conceptos de signo, significante y significado. Por otra parte Charles Sanders Peirce, filósofo lógico y científico, el habla del signo como representación mental de un conocimiento empírico del mismo, compuesto de tres elementos y no dos como Saussure, el objeto, significado y el referente, que las llama representaciones simbólicas para comprender el mundo. (1965)

Umberto Eco es considerado como pensador y semiótico para la semiótica contemporánea, abordando los procesos de significación en una cultura, asegurando que a partir de las representaciones simbólicas es posible entender factores claves de la cultura que los origina, La semiótica es el estudio de la semiosis en todos sus aspectos, menciona el filósofo. (1976) Ampliando su interpretación de códigos a la zoosemiótica, paralingüística, cinésica y proxémica, entre otros.

Para el área de diseño gráfico el marco referencial parte de grandes diseñadores teóricos como Joan Costa que ha aportado más de 30 libros. De estos existe bibliografía basada en la comprensión de mensajes visuales, procesos de la vista, la manera en que interpretamos el mundo y sus símbolos, procesos creativos para señalética, imagen corporativa. (Costa, Joan, 2003) Norberto Chávez, asesor en Identidad Corporativa, ensayista y docente en cursos de posgrado y eventos de arquitectura, diseño y comunicación, quien ha desarrollado estudios sobre la materia en procesos de creación, enfatizando en la importancia de los códigos semánticos, estéticos, culturales. Ambos autores son parte de los pensadores activos del diseño gráfico contemporáneo. Otros diseñadores que proponen metodologías precisas sobre las que se hará el análisis comparativo sobre los puntos descritos en sus obras literarias, son Bruno Munari (Metodología proyectual) Jorge Frascara, Christopher Jones, Victor Papanek, Modelo Diana, Modelo General del Proceso de Diseño / UAM

En el proceso de investigación se van hacer comparativas entre las metodologías que existen para diseño gráfico, matrices de factores comparativos para observar los pasos y destacar el énfasis de cada autor. Experimentación en talleres de diseño con procesos creativos aplicando los principios de semiótica específicamente y trabajando con diversas técnicas visuales, interpretando los conceptos en íconos gráficos. Interactuar con expertos en el área para buscar información que pueda aportarnos de su conocimiento empírico para generar nuevos datos al respecto.

Elaborar el modelo a manera de prueba que será aplicado dentro de talleres de diseño en busca de mejores resultados. Este modelo incluye el estudio de los signos en general, considerando herramientas, procesos y contexto al generar mensajes visuales, códigos de lenguaje visual y cultural, el nivel de conocimiento sobre los signos (diseños) daremos soluciones gráficas más eficientes que permitan contemplar más allá de lo iconográfico,

proponiendo estrategias de comunicación visual más asertivas para construir mensajes visuales más funcionales

Si bien el modelo se plantea para proyectos integrales de alcance amplio no implica que no pueda desarrollarse con la práctica el pensamiento divergente inmediato del diseñador, que dé soluciones basadas en el conocimiento empírico de este proceso junto con el análisis cognitivo de una sociedad como elemento principal para resolver asuntos gráficos con un destino específico.

El objetivo principal del diseño gráfico es resolver problema de comunicación, por lo que sin una metodología no podría llegarse a procesos claros, atendiendo cada paso de la creación del diseño, en este planteamiento se propone enriquecer dicho proceso.

BIBLIOGRAFÍA

- Eco, U. (1968). *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, España: Lumen
- Eco, U. (1976). *Tratado de semiótica general*, Barcelona, España: Lumen
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*, Barcelona, España: Lumen
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*, Barcelona, España: Paidós
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. España: Paidós
- Pierce, C. (1965) *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión
- Rojas, V. (1995) *Semiótica y lingüística*, Bogotá, Colombia:
- Costa, J. (2003) *Diseñar para los ojos*, La Paz, Bolivia: Grupo Edition Design
- Costa, J. Raposo, D. (2013) *La Rebelión de las letras*, Recuperado de <https://itunes.apple.com/mx/book/la-rebelion-de-la-letra/id757103091?mt=11>
- Jardi, E. (2012) *Pensar con Imágenes*, Barcelona, España: Gustavo Gili
- Leborg, C. (2013) *Gramática Visual*, Barcelona, España: Gustavo Gili
- Chaves, N. (2003) *El oficio de diseñar, propuestas a la conciencia crítica para los que empiezan*, México, D.F. México: Gustavo Gili
- Chaves, N. Arfuch, L. Ledesma, M. (2003) *Diseño y comunicación*, Buenos Aires, Argentina: Paidós
- Wong, W. (2012) *Fundamentos del diseño*, Barcelona, España: Gustavo Gili
- Leonard, N. Ambrose, G. (2013) *Investigación del diseño*, Barcelona, España: Parramón Arts and Design
- Dondis, D.A. (1996) *La sintaxis de la imagen*, Barcelona, España: Gustavo Gili
- Munari, B. (2016) *¿Como nacen los objetos?*, Barcelona, España: Gustavo Gili
- Frutiger, A. (2016) *Signos, Símbolos, marcas, señales*, Barcelona, España: Gustavo, Gili
- Prieto, D. (2008) *Diseño y comunicación*, México, D.F, México: Ediciones Coyoacán
- Ayala, A. Pérez, L. (2009) *Decálogo del perfecto creativo*, Caracas, Venezuela: Autogestionado
- Costa, J. (2011) *Arte, palabra y signo*. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/53372826/Arte-Palabra-y-Signo-1>
- Costa, J. (2013) *Arte, palabra y signo*. Recuperado de <http://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa/pdf>
- Chaves, Norberto (xxx) *El diseño, objeto mediático*. Recuperado de http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_diseno_objeto_mediatico
- Chaves, Norberto (xxxx) *La función social del diseño, realidad y utopía*. Recuperado de http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/la_funcion_social_del_diseno_realidad_y_uto pia
-

Chaves, Norberto (2012) *Cuatro mitos en la cultura del diseño*. Recuperado de http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/cuatro_mitos_en_la_cultura_del_diseno

Chaves, Norberto (2013) *Diseño, disciplina vacía*. Recuperado de http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_diseno_disciplina_vacia

Chaves, Norberto (2014) *Iconicidad y velocidad de lectura*. Recuperado de http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/iconicidad_y_velocidad_de_lectura

Chaves, Norberto (2015) *Más que mil palabras*: Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/mas-que-mil-palabras>

Ayala, A. (2011) *La importancia del concepto*. Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/la-importancia-del-concepto>

Wuetter, A. (2009) *La semiótica ¿es materia de relleno?*. Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/la-semiotica-es-materia-de-relleno>

Lima, B. (2015) *Miradas gráficas: diseño, concepto e identidad visual*. Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/miradas-graficas-diseno-concepto-e-identidad-visual>

Pineda, P.(2013) *Semiótica del objeto*: Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/semiotica-del-objeto-signos-excitantes>

Bañuelos, J.(2010) *Aplicación de la semiótica en procesos de diseño*: Recuperado de [file:///Users/susanarodriguez/Downloads/aplicacin-de-la-semitica-a-los-procesos-de-diseo-0%20\(2\).pdf](file:///Users/susanarodriguez/Downloads/aplicacin-de-la-semitica-a-los-procesos-de-diseo-0%20(2).pdf)

Bonavides, J.(2015) *La Semiótica en el diseño gráfico*: Recuperado de <https://georgebonavidessalas.wordpress.com/2015/09/22/la-semiotica-en-el-diseno-grafico/>

Espinel, F. (2013). La semiótica en el estudio de los objetos de diseño *ICONOFACTO volumen 9 (No. 13)*, Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=5619>

Ramírez, G. (2016). Una metodología para la creación de personajes desde el concepto *ICONOFACTO volumen 12 (No.18)*, Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/iconofacto/article/view/6863/6275>

Fragoso, O. (2008). *El diseño como actividad multidisciplinaria*, Centro de Investigación de la Universidad la Salle, volumen 8 (No.29), Recuperado de <http://ojs.dpi.ulsal.mx/index.php/rci/rt/prinFRIENDLY/203/428>

Tapia, A. (2014) *Hacia una definición del diseño gráfico*: Recuperado de <http://www.uacj.mx/IADA/DD/LDG/Documents/LECTURAS%202014/Lectura%20del%20Mes%20-%20Enero2014%20-%20Definicion%20de%20Diseno.pdf>

Buchanan, R. (2014) *Dignidad y derechos humanos reflexiones sobre los principios del diseño centrado en lo humano*, Recuperado de <http://encuadre.org/dignidad-y-derechos-humanos-reflexiones-sobre-los-principios-del-diseno-centrado-en-lo-humano/>