



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO
DOCTORADO EN ARTES Y DISEÑO

“Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana”

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE DOCTORA
EN ARTES Y DISEÑO

PRESENTA:

Susana Rodríguez Gutiérrez

TUTORES

Dr. Marco Sandoval Valle (FAD) Tutor responsable
Dra. Fabiola Mireya Fuentes Nieves (FAD) Miembro del comité de sínodos
Dra. Sandra Soltero Leal (FAD) Miembro del comité de sínodos
Dra. Luz del Carmen Vilchis Esquivel (FAD) Miembro del comité de sínodos
Dra. Isabel Salinas Gutiérrez (UABC) Miembro del comité de sínodos

Ciudad de México, Octubre 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central




UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

OCTUBRE 2021



MODELO DE
CONCEPTUACIÓN
Y SIGNIFICACIÓN
PARA PROCESOS
DE COMUNICACIÓN
VISUAL, APLICADO AL
CASO DE SINCRETISMO
Y MULTICULTURALIDAD
DE LA FRONTERA NORTE,
CASO TIJUANA

Estamos formados por pequeños restos de sabiduría. (Umberto, Eco)

DEDICATORIA:

A mi compañera de vida, Alejandra, por las horas de risas antes de dormir, los bailes horribles que sólo tu y yo sabemos hacer cada noche; por acompañarme en este complejo pero increíble viaje, y sobre todo por estar dispuesta aprender juntas, para seguir fuertes en nuestro pequeño hogar peludo, Gracias amor.

A mi hermana Ana, por siempre haber creído en mis capacidades más que yo misma. Por aquellos miles de momentos en donde mi seguridad personal, partía del amor que siempre me diste. Siempre tendré pedacitos de ti en mi ser.

A mi Padre por ser un ejemplo de disciplina laboral para mi.

A mi madre por su amor eterno.

A mi segunda Madre, mi amada Meli, gracias por cuidar de mi siempre.

Me lo dedico finalmente a mi, por que lo creí y lo conseguí, con paciencia, disciplina, mucho esfuerzo y amor.

AGRADECIMIENTOS

A mi querido Dr. Marco Antonio Sandoval, de quién recibí una lección importante de vida, cuando haces las cosas por vocación y pasión, transmites mucho más que sólo conocimiento, I love you Dr.

A la Dra. Luz del Carmen Vilchis, por qué para mí ha sido un honor el tiempo que compartiste conmigo, en una hora aprendí como si hubiera leído un libro completo en ese tiempo; pero haberte conocido fue toda una ¡sorpresa!, eres super buena onda, divertida y muy humana. Gracias.

A mi comité de sinodos, muchas gracias por su apoyo y su amabilidad.

A mi querida amiga y maestra Yolanda García por todo el aprendizaje que he vivido de ti, en todos estos años de aventuras académicas.

Gracias a la vida por tenerte a ti, Sandra, mi alma gemela, me animas, me impulsas, siempre dándome vida con tantas ¡risas!

A mis hermanas antecesoras en mi camino de vida, gracias por sus enseñanzas y por su amor.

A la Universidad Autónoma de Baja California por darme la oportunidad de seguir preparándome.

A mi Macuco, Garra, Shelter, Skini, Pepes, Nia y Kelita por ser mi centro de estabilidad emocional y amor.

Finalmente gracias, gracias, gracias, a la luz universal que me cuida y me guía en esta vida.

MODELO DE **CONCEPTUACIÓN Y SIGNIFICACIÓN PARA PROCESOS DE COMUNICACIÓN VISUAL**, APLICADO AL CASO DE SINCRETISMO Y MULTICULTURALIDAD DE LA FRONTERA NORTE, **CASO TIJUANA**

Resumen

Un análisis a los procesos de comunicación visual desde un enfoque semiótico, que permite proponer una ruta de trabajo, a través de estructuras de significación y conceptualización, considerando las condiciones culturales; de manera que el signo visual que se utilice, corresponda al código de origen.

ÍNDICE

CAPÍTULO 01 09

Semiótica en la producción de signos visuales

- 1.1 Principios básicos de semiótica cultural en los procesos sígnicos 10
- 1.2 Generalidades acerca de la semiosis en el fenómeno de comunicación visual 15
- 1.3 Circunstancias semióticas aplicadas a la creación de signos visuales 19

CAPÍTULO 02 25

La construcción del sentido en la Comunicación visual

- 2.1 Principios que sustentan las estructuras de conceptualización y significación 26
- 2.2 Elementos para la construcción de un lenguaje visual 43
- 2.3 Posibles vínculos entre gramática y lenguaje visuales 46

CAPÍTULO 03 54

Sustentación del Modelo de Conceptualización y Significación

- 3.1 Conceptos generales para la formulación de un modelo 55
- 3.2 Sustentación para la construcción del *Modelo conceptual y de significación (MCS)* 67
- 3.3 Componentes del vínculo entre semiótica cultural visual fronteriza y fenómenos híbridos: caso Tijuana 76
- 3.4 Aplicación de recurso de valoración validación del *Modelo de conceptualización y significación (MCS)* 91

ÍNDICE



Conclusiones	—————	125
Índice de figuras	—————	131
Referencias	—————	133
Anexos	—————	139

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

Este tema de investigación surge del interés personal sobre contenidos de conceptualización en la comunicación visual, siendo una constante desde que inicié mis estudios de diseño, sin embargo, ha ido transformándose. En los 10 primeros años de mi carrera profesional, estuve trabajando temas sociales en formatos de cartel, para clientes, o participando en concursos nacionales e internacionales de afiches. Uno de los principales elementos del discurso era la retórica visual asociada a conceptos. Para lograr esa —magia— del concepto era necesario encontrar el signo visual apropiado, que relacionado con la semántica de manera disruptiva, lograra emitir el mensaje que estaba buscando. Sin embargo, esta práctica de diseñadora me llevó a realizar este tipo de trabajo casi de manera natural, desarrollando un proceso de creación propio. En realidad era poca la conciencia que tenía de los argumentos teóricos que daban estructura a este sistema de comunicación visual.

Algunos años en la práctica y la docencia del diseño, me llevó a indagar lo que realmente pasaba en el pensamiento y aquellos fenómenos relacionados con la percepción del ser humano, el reconocimiento de conceptos y su construcción en la mente. Explorar la capacidad de los diseñadores para elaborar estrategias comunicativas en esos discursos visuales, a partir de conceptos conscientes sumado a la creatividad. Ser capaz de reconocer en qué parte del proceso de comunicación se debía trabajar y fortalecer para elaborar este tipo de conjeturas visuales. Dados estos intereses personales, nace esta investigación, que tuve la fortuna de desarrollar en el Posgrado de la Universidad Autónoma de México.

La Universidad fue el lugar apropiado para que siguiera con este tipo de trabajo, pero ahora en el rubro de la investigación y no de la creación visual. Los primeros días de mi participación dentro del curso de inducción se mostraron los intereses propios y de los compañeros; una de las sugerencias de quien precedía el curso fue que, debido a mi ubicación geográfica, considerara incluir a Tijuana como caso de estudio en el sentido de comunicación visual. Sin embargo, el modelo está pensado para cualquier tipo de problema de —significación conceptual—, no está acotado a la frontera norte, aún así, Tijuana está provista de condiciones especiales en su estructura de frontera que nos permiten hacer este análisis de manera enriquecedora.

Dado que, el hibridismo forma parte de la cultura tijuanaense compuesto de una mezcla de idiomas, costumbres, mitos, tradiciones entre otras entidades, sobre las cuales se construye una peculiar identidad, visualizada en simbolismos cotidianos, cómo la comunicación visual de la ciudad. Si bien, Tijuana mantiene una relación política, social y cultural con Estados Unidos, de la que resultan en su mayoría los componentes del hibridismo que la envuelve, también la migración de otros estados de la república mexicana, así como, de otros países complementan en su totalidad este fenómeno social.

El objetivo general de esta investigación es favorecer los procesos de comunicación visual, a través, de las estructuras conceptuales y de significación, de manera que se generen discursos visuales asertivos, según el contexto cultural para el que se diseñen. La investigación es de tipo documental basada en el análisis de fundamentos teóricos, que implica previamente la revisión, comprensión y discriminación de información; al mismo tiempo que, la consulta de diversos autores que ahondan en temas de comunicación visual, percepción humana, semiosis, semiótica, procesos metodológicos en procesos creativos. De la misma forma, un análisis sobre la producción visual en la frontera de Tijuana, como ejemplo, sobre la significación multicultural; de manera organizada, sistematizada y resumida.

Lo anterior, me llevó a plantear un modelo que considera la representación de la semantización y sus interrelaciones, construyendo una estructuración de significados y conceptos, a partir de la dialógica implícita en un proceso de comunicación visual; mismo que se compone de cuatro ejes: Semantización, Significación, Morfología y Conjeturas Visuales. Esta propuesta es respuesta a la búsqueda desde el planteamiento inicial:

—Favorecer los procesos de comunicación visual, a través de las estructuras conceptuales y de significación; sincretismo en la frontera—

Se propuso el enfoque semiótico para el análisis del diseño por ser una acción comunicativa; esto implicó el estudio de los sistemas de comunicación, cómo un fenómeno interpretativo en donde intervienen entidades que se atendieron por separado, tales cómo, el código, signo, intérprete, mensaje. La base de los argumentos para este momento de la investigación, fue el modelo de

Charles Sanders Peirce con el planteamiento de tricotomía en un proceso de significación acotado a lo visual; el cual proporcionó elementos de análisis aplicados a las redes de significantes y conceptos culturales implicados en un objeto de diseño.

Se abordó a la cultura como el fenómeno que da sentido a estos objetos, ya que aporta conocimiento, identidad, lenguaje entre otros recursos de los cuales se sostiene un significado. Para la comprensión de la construcción del sentido se consideraron a los autores Yuri Lotman y Umberto Eco, quiénes aportan elementos teóricos en relación al signo y su comportamiento dentro de un seno social. Otro aspecto relevante, fue entender la semantización con un enfoque dinámico; en donde dentro de cada sistema de comunicación se encuentra otro y así, multiplica su sentido, en un llamado *continuum* semiótico según Lotman, o interpretante para Peirce.

Por otra parte, fue necesario adentrarnos en un recorrido por las teorías de la percepción de Arnheim y Lewin que nos permitió conocer los procesos de la mente para entender cómo se aprenden los conceptos entre las relaciones de aprendizaje, memoria y pensamiento. De manera que, los seres humanos complejizamos nuestros hemisferios cerebrales, mientras estamos en el proceso de entendimiento del mundo que nos rodea. El conocimiento evolutivo del ambiente que nos rodea dará la pauta para darle significado a todo lo que se ve. En este sentido, la comunicación visual forma parte de la cultura a la cual pertenecemos. Tiene un sentido de identidad con los elementos que somos capaces de entender, que nos representan y nos proyectan, como seres fenoménicos interpretativos de una realidad en la que hemos crecido. Comprendamos que solo somos capaces de entender aquello que conocemos y de lo cual tenemos una experiencia previa.

Nuestros filtros cognitivos, fisiológicos, culturales entre otros darán ese significado a nuestro mundo. Debido a que, entendemos lo que somos, suena lógico que asimilar el código cultural, concerniente al lenguaje propio de un núcleo social, es elemental para cumplir con un funcionamiento efectivo de cualquier mensaje. El lenguaje es por sí mismo, el recurso que tenemos los seres humanos para socializar, así que, analizamos sus relaciones sígnicas, los tipos de lenguajes con los que cuenta el ser humano para comunicarse, entre ellos el lenguaje visual. Es la propia lingüística la que ha provisto de normas estructurales al lenguaje visual, bajo una réplica

de la gramática y sintaxis que se aplica en el lenguaje escrito. En este entendido, se desglosaron los elementos fenoménicos que constituyen a una gramática en las composiciones visuales, para comprender las posibilidades morfológicas hacia soluciones de diseño.

Esto, partiendo de autores clásicos como Wucius Wong, quien enlista los elementos básicos para creaciones de diseño, sin embargo las aportaciones como gradación, similitud, rítmica entre otros, parecieran iguales para el diseño que para el arte, que también se apreciaron, en la teoría sobre gramática visual propuesta por Kanizsa quién expone actos perceptivos de la visión.

Ese punto de encuentro con el arte y el diseño, se debe a la técnica que comparten ambas disciplinas; sin embargo, queda como tema pendiente de investigar, ya que es importante entender que además de formas, el diseño es un discurso, por lo tanto, se consideran otros actores participando en el acto de comunicar. Dentro del acto de comunicar visualmente, se presentan los procesos de creación que para esta investigación se enfocaron en el acto discursivo, interpretativo y estratégico; analizando la transformación de dichos procesos como consecuencia de las demandas sociales y los estatus en las que estas se encuentren. En la actualidad, las propuestas de modelos o métodos son conducentes a una conciencia socialcultural que aborda estrategias comunicacionales en busca de afectar las conductas humanas; ahondando en cuestiones humanísticas y de impacto ambientales.

La intención de este proyecto doctoral fue desde el inicio aportar elementos conceptuales que hicieran estos procesos creativos más eficientes en su significación contextual. El desarrollo del trabajo investigativo, nos condujo a proponer un modelo basado precisamente en el concepto y el significado, articulado en cuatro etapas fundamentales: semántica, experimentación, morfología y conjeturas visuales. Esta propuesta se postula como un recurso para creativos, que permite analizar y crear composiciones visuales; nos ayuda a llevar un orden lógico, coherente y contextualizado en el momento, lugar y origen del problema a resolver. El modelo presenta una estructura basada en la forma y el mensaje, de manera que, nos permite entender los elementos compositivos de cualquier proyección visual. Las metodologías sostienen una estructura entre la preconfiguración, configuración y posconfiguración. Es en la primera etapa que generalmente se atiende la teorización del problema a resolver, sin embargo, fortalece en la práctica del

diseño llevar la teoría a la práctica. Dicho de otra manera, conceptualizar visualmente lo que se ha investigado para sostener el diseño.

Ya diseñado el modelo, se propuso realizar su valoración mediante una muestra de sujetos con conocimiento y práctica en el diseño gráfico, repartidos en tres grupos. La metodología se aplicó desde el enfoque cualitativo. Los dos temas claves para contrastar la operatividad fueron la valoración de la conceptualización de las formas y la valoración de los significados. Es así, cómo se desarrolló el trabajo doctoral con estas directrices. Finalmente, el aporte principal es un recurso que sirve de apoyo para diseñadores y estudiantes en sus procesos creativos, y a futuro se contempla implementar este modelo de análisis como parte de la currícula de un programa educativo en diseño.

CAPÍTULO 1.
**SEMIÓTICA EN LA
PRODUCCIÓN DE
SIGNOS VISUALES**



CAPÍTULO 1. La semiótica en la producción de signos visuales

1.1 Principios básicos de semiótica cultural en los procesos sígnicos

En el presente apartado se proporcionan fundamentos teóricos basados en los análisis de los procesos de significación desde un enfoque semiótico, mismos que permitan la aplicación de estas teorías hacia sistemas de comunicación y sus fenómenos, de manera que podamos identificar elementos para incorporar a procesos creativos en aras de sumar a la eficiencia de éstos, ya que todo acto de proyección visual es un acto de comunicación significativa. Es entonces por medio de signos y códigos expresados de distintas maneras que se analizan estas funciones sistemáticas.

Para iniciar, nos acercamos a una definición del signo dentro de un sistema de significación. Klinkenberg en el *Manual de semiótica general* (2006) remonta a una de las definiciones más antiguas: “el signo es una cosa que vale por una cosa diferente” (p. 43), es decir, el signo tiene la condición de tomar papeles distintos que los preceptos de otros. Es una representación de ideas abstractas de las que se tiene referencia de ello, consciente o no.

El signo tiene la capacidad de ser sonoro, visual, literal, por ejemplo. El signo visual tiene la función y capacidad elemental de emitir significados, que por sí mismos, pueden desdoblarse *ad infinitum* de otros significados. Los signos por consiguiente, configuran estructuras de comunicación dentro de una red de identidad, que precisamente, toman su identificación en función los mismos. Generalmente no son universales, pertenecen a una cultura y geografía, de manera que concierne a un sistema de códigos de un contexto sociocultural situado.

Cualquier sistema o fenómeno de comunicación se compone de la interacción de los signos y códigos conducentes a una significación conceptual; este fenómeno recae dentro del estudio de la semiótica, a la cual, se le reconoce como ciencia encargada de la interpretación de los signos, así como de las normas de relación entre ellos y la carga de sentido que llevan consigo. Para comprender los componentes de un proceso de significación, mencionaremos el modelo perciano, estructurado por Charles Sanders Peirce, quien describe un planteamiento tricotómico para explicar tres elementos que forman parte de un proceso de significación del conocimiento, es decir, en un semiosis articulada.

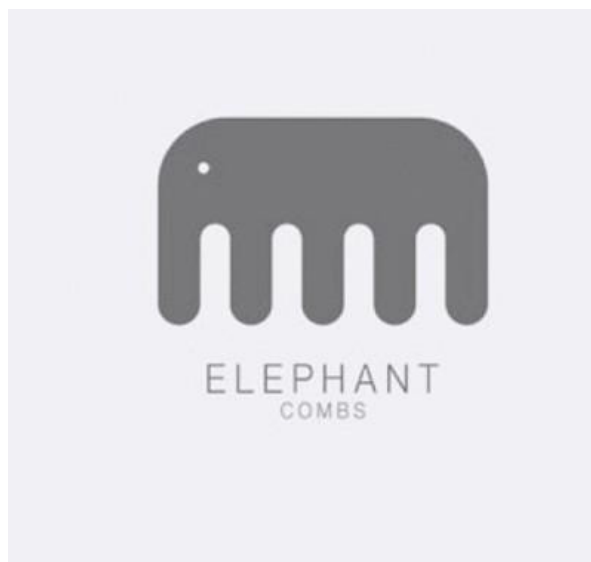
Para Peirce, toda experiencia humana puede explicarse en tres categorías divisibles, en tres tricotomías (Peirce, 1974) la primeridad, segundidad y terceridad. La primeridad no depende de la interacción con la segundidad y la terceridad. En cambio, la segundidad depende de la primeridad y la terceridad. La terceridad depende de las dos anteriores. La primeridad es entendida como la naturaleza del ser de un signo sin depender de nada. La segundidad refiere al signo en relación con otra cosa, influenciando de alguna manera en su naturaleza; y la terceridad se enuncia cuando las dos primeras tienen relación, como lo explica Everaert-Desmedt (2004): “la terceridad pertenece al mundo de las reglas y las leyes. Sin embargo, una ley solo puede manifestarse mediante las apariciones de su aplicación, es decir, por signos de la segundidad y estos mismos sucesos actualizan cualidades (signos de la primeridad)” (p. 3).

Podríamos decir entonces que la primeridad pertenece al mundo de las cualidades del signo, la segundidad dependerá del contexto que influencia al signo y la terceridad pertenece al mundo de la semiosis, en donde se cumple la interacción de las tres entidades que corresponde al plano intelectual y del pensamiento. En este proceso semiótico triádico se involucran: el signo o representamen, que puede ser cualquier manifestación o cosa, un objeto y un interpretante.

En relación con la comunicación visual, pongamos por caso lo siguiente: en la Figura 1, se ejemplifica la propuesta de Peirce, aplicada a soluciones de composiciones visuales. El signo/representamen es el logotipo en su unidad, dos objetos o referentes operan en el mismo tiempo, un peine y un elefante. Sobre la base del pensamiento conceptual empírico, es decir un intérprete, la mente percibe las formas como “elefante y peine” y en realidad el punto es el único elemento que referencia a la forma de elefante; a su vez, las cualidades del signo (sinsigno) connotan productos para el cabello “peine” utilizando otros códigos de la cultura de la India como los elefantes.

Figura 1

Logo realizado por TBWA/India para Elephany Combs



Nota: Tomado de Cosas Visuales [Logo], Suárez (2015, 18 de mayo). Semiótica y diseño gráfico. (<http://cosasvisuales.com/2015/05/18/semiologica-y-diseno-grafico/>)

Por otro lado, Ferdinand de Saussure, describe en qué consisten los signos y las leyes que los gobiernan, proyectando a la semiótica como la “ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” (citado por Peirce, 1974, p. 9) proponiendo nombrarla semiología. En dicho estudio de los signos se consideran los sistemas de comunicación verbales, mientras que en la semiótica se contempla a los signos no verbales, bajo una corriente lógico-filosófica proveniente de Peirce.

Por otra parte, uno de los términos que explica cómo se construyen esta serie de sistemas de significaciones sociales, es propuesta por Yuri Lotman, donde identifica al humano como un ser individual que piensa, vive y que aprende de su interacción social; inclusive considera que ese aprendizaje surge de una reflexión crítica ante su propio contexto social. Para él, la significación de cualquier signo está sujeto a la interacción con otros signos, de la cual surgen otras interpretaciones, y por consiguiente otros significados; estamos hablando de lo que en el campo de la semiótica se denomina semiósfera: “término que definimos como espacio semiótico necesario para la existencia y funcionamiento de los diferentes lenguajes, y no en cuanto suma de los lenguajes existentes. En un sentido, la semiósfera tiene una existencia

anterior a esos lenguajes y se encuentra en constante interacción con ellos” En un *continuum* semiótico (Lotman, 2019, p. 10).

Para Lotman una cultura es dinámica, no puede haber un solo significado de los signos, el *continuum* semiótico está implícito en ese continuo movimiento, es decir, las formas simbólicas interactúan ya que son resultado de un individuo vivo, una conciencia cultural, significación y sistemas de comunicación.

Podemos interpretar que la semiósfera es entonces, el espacio intangible donde convergen todos esos elementos que construyen a un individuo, un círculo imaginario donde se entrelazan símbolos culturales como el lenguaje natural, el lenguaje visual, el arte, las costumbres, hábitos, expresiones de cualquier índole; el contexto inmediato que a su vez, es una mezcla de sistemas operacionales sociales, dando como resultado un constante significado cambiante el cual se encuentra inmerso en ese círculo llamado semiósfera.

Este proceso —tal cual lo describe Lotman— puede ser aplicado a cualquier sistema de comunicación atemporal, pongamos por caso lo siguiente: en la actualidad vivimos una reinterpretación cambiante de lo que es la educación tradicional, y se rompen paradigmas a razón de la contingencia sanitaria, fenómeno que ha afectado a la sociedad desde marzo del año 2020 a la fecha, situación que volvió necesario replantear las formas habituales de interacción en términos de los modelos de enseñanza-aprendizaje.

El profesorado de un día a otro, se encontró inmerso en un sistema no convencional, con plataformas virtuales para impartir todo tipo de clases en línea, independientemente de la naturaleza de la disciplina, así como el nivel escolar. A pesar del avance tecnológico y del carácter evolutivo de esa materia, ha sido un proceso complejo que muestra una serie de resignificaciones en cuanto a conceptos relacionados con la educación, los sistemas operativos, y las habilidades blandas del individuo.

Por otro parte, la comunicación efectiva por vía de filtros —que pueden tomar el nombre de tecnología— junto con sus pro y sus contras, son apoyos visuales más allá del lenguaje natural, la biología misma del instructor y el aprendiz, que juegan un papel fundamental en la

interpretación de dicha información; es una semiósfera compuesta por todos estos elementos que, en postura reflexiva, podríamos sugerir es un *continuum* semiótico que, dentro de su propio proceso de interacción de signos, arrojará otros signos conceptuales, escasamente explorados dentro del contexto de la educación.

La semiótica cultural es un fenómeno ampliamente complejo en sus significaciones, ya que es un proceso comunicativo como lo menciona Lotman, quien considera todo el conjunto de información no genética sumado a “la memoria común de la humanidad o de colectivos más restringidos nacionales o sociales, [y] plantea que la cultura es un texto definiéndolo como cualquier comunicación que se haya dado en un determinado sistema signico es decir, como una información codificada en un cierto modo” (citado en Pérez, 1998, p. 4).

Tanto la manera en la que pensamos, como en la que hemos aprendido a compartir-aprender ciertos conceptos, mitos, hábitos, e incluso la deformación cultural natural, inmersa en estos sistemas de comunicación, lleva consigo una reinterpretación constante de manera textual, verbal y visual. En este punto Lotman coincide con García Canclini, quien propuso el concepto de hibridación, refiriéndose al resultado de la mezcla de signos interculturales y transculturales, consecuentes de la migración de individuos.¹

Así mismo, existen elementos con los que se estructura un núcleo semiótico en el cual convivimos socialmente (semiósfera), ahí interactúan, las lenguas naturales, entre tanto los signos, los símbolos y los diversos eventos culturales. Sobre la base de estas reflexiones conceptuales podemos argumentar que el trabajo que se realice referente a las ciencias humanas, podrá tener un enfoque basado en la semiótica cultural, como es el caso de la comunicación visual y sus variables.

¹ Néstor García Canclini plantea una panorámica amplia sobre la convivencia en un núcleo social de varias culturas, mezcla de tradiciones, política, hábitos e idiomas desde la tradición hasta la modernidad. En su libro *Culturas híbridas*, hace un análisis de los entrecruzamientos culturales que aquí se presentan.

1.2 Generalidades acerca de la semiosis en el fenómeno de comunicación visual

Las aportaciones de la lingüística y la semiótica en los fenómenos de comunicación son amplios, y dichos campos de estudio han contribuido a los procesos creativos en el diseño de signos visuales, tanto en sus sistemas de operación como de conceptualización. Uno de los elementos más relevantes surge de la teoría del lenguaje, puesto que se retoman los componentes esenciales de la lingüística y de las teorías del signo en general, que contribuyen a una estructura de lenguaje visual, es decir, los elementos compositivos del diseño combinados entre sí, que establecen una gramática visual a partir del establecimiento de estas bases.

El significado es otro elemento intangible del lenguaje visual, sucede según la pertenencia a una determinada sociedad, lugar y contexto. Es posible representar esta semantización en la tríada propuesta por Peirce de manera que funcione como base para la operatividad de los signos visuales dentro de un discurso con nuevas propuestas para interpretar. En los procesos creativos visuales, podría considerarse la aplicación de esta tríada con la finalidad de conceptualizar asertivamente, según el criterio para quien se dirige. Establecer claramente la importancia del mensaje, su instrumento e interpretación. Y dado que permite la generación de múltiples conjeturas visuales en respuesta a la solución de problemas de comunicación visual. Así que bajo el esquema de la tricotomía de Peirce se propone trabajar con las siguientes tres premisas:

- (1) La inducción aplica una regla general para el intérprete (no se contemplan varias posibilidades de interpretación).
- (2) La deducción, con base en estudios de casos se aplica una regla general (se deducen ciertas interpretaciones).
- (3) La abducción se obtiene sobre la base de conjeturas de las evidencias que se presentan en un fenómeno, del cual se desconocen las causas. Esta última es la única que es capaz de dar vida a una nueva idea (se contempla diversidad de significados según el problema y el intérprete) (en Álvarez, 2006, p. 237).

Ante este planteamiento se considera al proceso de abducción como capaz de obtener respuestas distintas al mismo hecho, por lo que suena lógico probar este tipo de razonamientos en procesos

de diseño para dar soluciones creativas y diversas. En esta premisa, se considera al intérprete como variante para la multiplicación de significados, dentro de una dimensión semiótica; dicho en otras palabras, el signo y las relaciones interpretativas. Según Charles W. Morris, quién fuera alumno de Sanders Peirce, propone tres niveles de percepción del intérprete (Esqueda, 2003): pragmática, sintáctica y semántica.

La pragmática es la dimensión semiótica que estudia la relación del signo con sus intérpretes, en otras palabras, el entendimiento e interpretación que el individuo le da al signo. Es posible que la aplicación de la pragmática se aplique en el diseño gráfico, sobre temas de la usabilidad, así como, la hermenéutica y la retórica (Peñuelas, 2012). La prospectiva del diseño gráfico va relacionada de manera intrínseca con la pragmática, que establece una jerarquía de relevancia hacia los intérpretes o usuarios de los objetos de diseño.

La sintáctica es la dimensión que estudia la relación de los signos y otros signos. (Esqueda, 2003). No se considera la opinión del intérprete; se atiende a las normas y criterios ya preestablecidos para ordenar de manera lógica los signos, en función del área en la que se va desempeñar dicho elemento. Se desarrolla bajo cualquier sistema de signos con patrones ya articulados. Para las áreas del diseño gráfico, se puede ejemplificar con el diseño editorial al ser la legibilidad y leibilidad (Peñuelas, 2012) dos objetivos principales. Se tienen establecidos criterios universales, para el manejo de retículas, regla de tercios, simetría, principios del diseño en general, que sostienen una estructura relacionada de signos visuales para cumplir esos objetivos editoriales.

La semántica por su parte, refiere a la relación del signo con el objeto, es aquella relación que se da entre lo que se piensa del objeto y el objeto. Esta dimensión se relaciona con la percepción que tiene el intérprete del objeto (Esqueda, 2003). Su pensamiento, experiencias culturales y todo lo que ha sido aprendido, lo cual permite tener filtros intelectuales que dan sentido o construye significados de los objetos que vemos. Según Peñuelas (2012), el objeto es un entendimiento en el sujeto, más no el objeto en sí, es decir, que el objeto existe por sí mismo, pero los significados de ese objeto, solo existen en la mente humana. En palabras de Peñuelas (2012): “Es justo en medio del entendimiento del sujeto sobre el objeto, donde tiene cabida la semántica, lo cual la hace bastante interesante para el diseño gráfico” .

La comunicación visual o los signos visuales, son en gran parte un resultado de procesos interpretativos culturales; procesos que se comportan de manera dinámica consecuencia de los contextos a los que corresponden, y sin embargo, visto hacia el diseño gráfico es necesario razonar qué sucede en ese punto preciso, entre el entendimiento y apreciación del intérprete, es decir en la semántica, encontrando bases hacia un modelo de aplicación para la generación de mensajes destinados hacia un fin en códigos asertivos.

Los signos visuales también son parte de un sistema de comunicación significativa, así lo afirma Umberto Eco (2000), quien plantea que “la semiótica estudia todos los procesos culturales como procesos de comunicación. Y, sin embargo, cada uno de dichos procesos parece subsistir solo porque por debajo de ellos se establece un sistema de significación” (p. 23). Siendo que el discurso está implícito en el proceso y el sistema es conducente a un código —por lo tanto, un mensaje—. Para comprender totalmente un fenómeno, Eco sugiere ser analíticos con los contextos en donde surgen estos elementos sígnicos, distinguir entre un sistema de significación y un proceso de comunicación (al que pertenecen diversos actores), como dos entidades que actúan de manera disímil. La construcción de significado en la producción de signos visuales, requiere un lenguaje común entre los participantes del proceso comunicativo, es decir, un código en común.

En el tratado de semiótica de Eco (2000), se diferencia de manera concreta una teoría de los códigos que se define como “Un sistema de significación” (p. 24), en donde atiende tanto a signos verbales como simbólicos. Su aportación a las áreas del diseño es de suma importancia en el entendimiento de que estamos frente a una disciplina con factores dialógicos, que sus factores de interrelaciones descansan en los sistemas de significación y codificación de los mensajes, atendiendo a los elementos contextuales junto a los preceptos dispuestos por las mismas áreas, diseñando así un proceso dialógico en sí mismo.

Es entonces necesario concebir al proceso de producción de comunicación visual, como sistema comunicacional, que opera en virtud de las relaciones sígnicas semantizadas en contextos específicos culturales. Tanto en la generación como en interpretación de mensajes visuales. Para abordar el estudio de estos temas resultará más viable entender que estamos frente a un fenómeno

interpretativo en ambas direcciones, como se muestra en la Figura 2. En otras palabras, tanto interpreta el diseñador como el receptor. De esta manera, es entonces posible establecer relaciones entre un discurso y el diseño gráfico, considerando que la producción de signos visuales en sí misma, envuelve un proceso constante y dinámico de emisión de información codificada hacia cierto sector social.

Figura 2

Infografía que representa los elementos significativos en el diseño.



| DISEÑAMOS CON SIGNIFICADO |

Nota: Las infografías buscan resumir de manera gráfica la información obtenida, con el objetivo de difundir un mensaje simple y concreto. En esta figura se representa una visualización de datos semánticos de manera simplificada obtenidos de la investigación sobre semiótica y signo en el diseño. Elaboración propia.

1.3 Circunstancias semióticas aplicadas a la creación de signos visuales

La comprensión del fenómeno del pensamiento resulta compleja, y no es posible explicarlo de manera única, con una definición precisa; en este apartado revisaremos las posturas de distintos autores para llegar a una descripción que proponga elementos para hablar de un concepto más general, y que a su vez nos permita entender el vínculo intrínseco entre el pensamiento, semiosis y objeto.

Para Peirce, el pensamiento es un fenómeno que sucede a través de signos desdoblados en otros signos, y a su vez considera al pensamiento como un signo. No es así de simple, sin embargo, podemos considerar la siguiente afirmación que hace, para entender más a detalle este fenómeno sígnico: “el pensamiento puede materializarse en otros signos y ser interpretado por alguien, en su propio pensamiento (diferente de aquel pensamiento que generó el mensaje de una instancia previa) produciendo otros signos” (citado en González Ochoa, 1986, p. 1).

De ahí que podemos enunciar algunos elementos muy concretos que forman el fenómeno del pensamiento y la semiosis, a la que podemos llamar como la materialización sígnica del pensamiento humano: el pensamiento, el intérprete y el contexto histórico-geográfico; son los semas que construyen la significación estructural del individuo. Para Peirce (1974), la semiosis es un proceso que relaciona de manera intrínseca estos tres componentes, que no subsisten unos sin los otros como lo menciona en el libro *La ciencia de la semiótica*.

Al caso de la afirmación de la relación pensamiento-semiosis como proceso intrínseco, Magariños (2007) hace alusión a tres elementos que forman parte de la identificación ontológica del ser: pensamiento-semiosis-mundo. Magariños, al igual que Peirce, habla de la no individualidad de los fenómenos del pensamiento-semiosis en la producción sígnica, a ello se refiere de la siguiente manera:

No hay pensamiento que no consista en el sistema de interpretaciones emergente de las enunciaciones producidas en un estado de determinada semiosis acerca de alguna entidad del mundo. Y no hay entidad del mundo que no se identifique mediante la interpretación de alguna semiosis en el sistema del pensamiento posible. En esta interacción constructiva,

la transformación de cada uno de los tres elementos es constante, de modo que cualquier identificación que se pretenda es instantánea y una vez enunciada, histórica (Magariños, 2007, p. 24)

El autor hace referencia a la dependencia de cada uno de los tres temas en la manera de funcionar, tanto, que las significaciones no pueden ser lineales ni únicas, ya que están atadas a los códigos individuales de cada una de las entidades que forman el proceso semiótico, que a su vez conlleva una atemporalidad relativa, es decir, que existe un significado en el momento que se genera, pero se emite otro cuando se materializa.

En relación con la semiosis caracterizada en un contexto sígnico del diseño, Vilchis (2013 pp. 121-125) reflexiona sobre este proceso con el fin de atender la dialéctica involucrada en la producción de signos objetuales de diseño. La importancia que enfatiza en atender el discurso semiótico inmerso en un diseño revela la consideración de la retórica “tanto eidética como pragmática” (p. 121), entendiendo la correlación que existe entre la imaginería y la semantización, que son capaces de darle sentido a un signo objetual “que forma parte de un proceso de comunicación matérica” (p. 125). En ese mismo sentido, Vilchis menciona que el proceso de la semiosis será de mayor comprensión en cuanto se enuncien o denoten claramente “los factores del objeto, integrados en un proceso interpretativo que trascienda la subjetividad del gusto, la experiencia estética y el acercamiento sensitivo” (p. 122).

En relación a las entidades que se denotan en esa afirmación, se acciona el pensamiento intelectual al existir un intérprete, se atienden necesidades específicas direccionadas hacia un fin; composiciones funcionales que si bien habrán de partir de una sintaxis aplicada, también serán resultado de realidades culturales que transmiten información expresadas en estereotipos, símbolos, costumbres entre otras.

El ser humano construye una realidad basada en una correlación de signos, mismos que aprende de manera empírica e intelectual. A su vez, es un productor sígnico motivado por acción-relación con su entorno, de manera que, interactuando con su contexto inmediato obtendrá otras tantas significaciones para él mismo. El proceso de pensar-producir signos conlleva un

aprendizaje natural desde los inicios de la existencia humana. El aprender a reconocer formas, representar las propiedades de un objeto, los rasgos más distintivos; identificar objetos, personas, los elementos esenciales que nos hacen discriminar unas cosas de las otras, atiende al proceso de conceptualización mental del ser humano.

Como individuos pensantes, una de las virtudes en estos procesos mentales es que somos capaces de reconocer conceptos tangibles e intangibles, es decir aprendemos a distinguir formas concretas, por ejemplo, osos, árboles, sillas, flores; también conceptos como hermanos, mexicanos, parejas y conceptos que connotan cualidades como lo son la tolerancia, la humildad, la bondad, maldad, justicia, y otros tantos. De manera resumida, es una representación mental-visual de personas-objetos-situaciones-momentos de manera empírica, o mediante la experiencia de la asociación por medio de percepción.

No es posible un aprendizaje lineal de un concepto, siempre está en movimiento. Al respecto, Piaget menciona que “un niño considera que las paredes y las puertas tienen vida. Cualquier objeto que se corre como los autos, los autobuses entre otros. Con el tiempo comprenden que no son objetos animados, que solo las plantas y los animales están vivos” (en Lawrence, 2013). El autor nos habla de un proceso implícito en el aprendizaje de dichos conceptos, en donde el lenguaje es el fenómeno principal, que permite que puedan tomar forma; es una acción-motivación (estímulo-respuesta) desde la percepción por medio de los sentidos. Así mismo, no están sujetos a un solo significado, tal como hemos mencionado en el desarrollo de este apartado; cualquier interpretación está sujeta a los códigos de cada realidad-mundo del individuo.

La maduración en la discriminación de conceptos se obtiene de la experiencia misma, siendo la vivencia directa la que permite el reconocimiento de personas-objetos-situaciones, por ejemplo, el concepto en relación con un gato. La interacción que pueda tener el ser humano con la forma del animal, la textura de su pelaje, el maullido, inclusive una experiencia negativa con rasguños habrán de configurar el grupo de particularidades que conforman un gato, y por lo tanto el concepto mental-visual del animal. Otra forma de obtener una maduración de conceptos es por medio de una experiencia indirecta, es decir, por ver fotografías, por descripciones que hagan otros de personas-objetos-situaciones-, incluso sólo por escuchar a otros.

Por último, Piaget concluye que no siempre el concepto que tenemos de las personas-objetos-situaciones son los más precisos y correctos (Lawrence, 2013). La apreciación de conceptos que surgen de la ansiedad por obtener algo o el sentimiento de rechazo por una persona, son resultados de malas experiencias que generan concepciones equivocadas.

Hemos descrito el fenómeno cognitivo que le permite construir conceptos al ser humano, valiéndose del sentido de la vista principalmente, para obtener esta información del mundo exterior. Costa (2003) describe con claridad el proceso de ver, además de las estrategias de la mirada para captar el mundo; “una cosa es el ojo y otra cosa es la mirada” (p. 17). El ojo es un órgano del ser humano que funciona por vía de estímulos de luz. La mirada es la expresión en movimiento de los estímulos que recibe el ojo, busca información del mundo exterior, puede permanecer estática sin prestar atención a ninguna particularidad o moverse en el detallado momento de la observación. “La visión es el único órgano del aparato sensorial que posee esta doble capacidad receptora y emisora de mensajes” (p.15), entendido como el ver y observar². Partiendo de esta premisa, es entonces que el proceso de construcción de conceptos mentales se compone de tres partes: Percepción, abstracción y generalización.

Percepción. Se refiere al estímulo del mundo exterior por medio de los sentidos. La experiencia con el aprendizaje, de una manera formal o informal, nos da la oportunidad de empezar a generar una representación mental, con base en nuestras propias capacidades imaginarias de personas-objetos-situaciones.

Abstracción. El ojo percibe a nivel elemental encontrándose con un contexto generalizado en formas. Aunque existe una relación dependiente entre el contexto y las formas que lo componen (Arnheim, 1986), la mente separa un objeto cuando existe la observación a detalle sobre éste. Así mismo de los factores que lo componen, el observador reconoce sus partes y lo abstrae del contexto, en primera instancia.

² Ver lo entendemos como percibir estímulos visuales desde el contexto inmediato sin atender ningún objeto en particular, observar es en cambio poner la atención de manera consciente en algún objeto en particular, atendiendo sus detalles.

Arnheim menciona que “puede que el observador desee eliminar por completo el contexto para obtener el objeto tal y como se comporta por sí mismo, como si existiera en completo aislamiento” (1996, p. 52). Ciertamente que la capacidad humana tiene la facultad de percibir las formas de manera infinita, así como lo son las significaciones para cada individuo, pero existen ciertos mecanismos similares entre los individuos. Entonces la abstracción es el reconocimiento de la suma de las partes comunes, las que componen una persona-objeto, y a la vez un mecanismo mental totalmente momentáneo, al que han llamado “una operación cognitiva más refinada” (Arnheim 1986, p. 61).

Generalización. Una vez pasado el proceso de percibir y abstraer, se construye una generalidad de la idea conceptual en relación con las propiedades reconocidas de las personas-objetos-situaciones. Pongamos por caso lo siguiente, el primer encuentro de un niño con un gato negro. Se le dirá que es un gato, él trata de construir una idea de ello. En un principio la idea es muy natural. En otro momento mantiene otro encuentro donde percibe otro gato con otra gama de colores distinto al negro, el niño trata de comparar la representación visual-mental previamente adquirida de los gatos, pero ahora percibe distintos colores, comparando similitudes y disimilitudes, hasta encontrar las características semejantes al concepto mental del gato. Es así, cómo se construyen las significaciones convertidas en signos, sobre la base del pensamiento visual, por medio de las experiencias cognitivas almacenadas en la memoria que da forma a los conceptos en nuestra mente.

Para concluir este apartado, haremos énfasis en la importancia que tiene conocer las redes que configuran las estructuras de comunicación visual de los enfoques semióticos, con el objetivo de aplicar este conocimiento en futuros procesos creativos para hacer más eficiente su funcionamiento de significación. Los significantes que actúan en las distintas líneas estratégicas de este sistema de comunicación son pequeñas piezas de rompecabezas, desde el emisor hasta el receptor. En estos tratados semióticos el punto focal es atender el mundo signifiante que nos rodea, donde existen una serie de signos que se interrelacionan de manera infinita. La semiótica nos ayuda a entender la naturaleza de dichos signos en la vida sociocultural y sus significaciones,

para así sumar al entendimiento de las comunicaciones humanas. Estas consideraciones son atendidas en ciertos procesos creativos conceptuales, sin embargo, existe una brecha entre la teoría y el desarrollo conceptual de un diseño que tiende a perder la significación en el intento teórico-práctico. La relación entre comunicación visual y semiosis, puede establecerse de manera clara, al atender estos procesos de construcción de signos visuales, como fenómenos interpretativos de conceptos inmiscuidos en objetos de diseño. Entendiendo que estamos frente a un intérprete que dará sentido finalmente a la producción visual.

CAPÍTULO 2.
**LA CONSTRUCCIÓN
DEL SENTIDO EN LA
COMUNICACIÓN VISUAL**



CAPÍTULO 2. La construcción de sentido en la Comunicación Visual

2.1 Principios que sustentan las estructuras de conceptualización y significación

La construcción de sentido en los signos parte de considerar el discurso que lleva en sí mismo un manejo de lenguaje o códigos, que se comportan de tal o cual manera según el intérprete y su percepción; para ampliar esta idea partiremos de tomar textualmente lo siguiente: “toda percepción implica la búsqueda de significación; toda búsqueda de significación necesita un proceso ordenador, de los distintos elementos que construyen un proceso conceptual, y todo proceso ordenador requiere una hipótesis de diseño para generar acercamientos a signos conceptuales” (Frascara, 2000, p. 43).

Estas intenciones de estructuración de signos conceptuales, operan como intento de imponer una red de relaciones y jerarquías sobre un grupo de estímulos que percibimos del mundo para crear significado. El mundo lo capturamos por medio de nuestros sentidos, fenómeno que denominamos percepción, la misma que tiene la tarea organizativa de construir significado. Ante un caos incomprensible, distintas personas de diversas edades, creencias y habilidades, responden de manera diferente; sin embargo el objetivo es la comprensión del estímulo. En otras palabras, la naturaleza del individuo, lo lleva a construir una interpretación basada en el conocimiento empírico y en su capacidad interpretativa, resultado de su bagaje cultural. El conjunto de estímulos exteriores, así como, la interpretación del sujeto complementa el significado. Los mensajes no son unívocos, sin embargo, existen mensajes con esa intención, al referir a la universalidad dispar que representan las señales de tránsito, que “podrían ser un ejemplo de intención de sentido unívoco, y aun así no pueden evitar accidentes, seguramente porque las motivaciones personales de algunos peatones o conductores son más fuertes que el sentido inicial del mensaje” (Benítez, s.f.).

Esta suma de ideas, expresa que existen consideraciones subjetivas más allá que el mismo código del lenguaje y el diálogo, como motivaciones personales del individuo, elementos que van formando una estructura junto al carácter polisémico de los mensajes, cuya relación complejiza la significación de los objetos, en relación de quien emite, de lo que se construye y de quien percibe.

Para adentrarnos en la conceptualización del sentido es necesario entender la percepción como fenómeno fisiológico natural del ser humano, que tiene como principio el entendimiento del mundo por vía de los sentidos. Sobre esta afirmación, González C. (1986) escribe en su libro *Imagen y Sentido. Elementos para una semiótica de los mensajes visuales*, que:

El supuesto del sentido común se basa en que la fisiología del sistema de la visión no puede tener muchas diferencias entre individuos de diferentes sociedades o diferentes épocas; en todos ellos, todos los objetos del mundo producen por reflexión una cierta distribución de luz en el ojo (p. 14)

El proceso fisiológico de percepción visual es relativamente uniforme. Lo que entendemos es que el proceso de recepción de información de manera natural es de la misma manera para todos, sin importar la geografía o el lenguaje mismo. En ese sentido la percepción es un constructo cultural, en el cual los seres humanos integramos una serie de variables resultado de la socialización, en instituciones, en las escuelas, en el mismo hogar y de otros tantos elementos que la hacen particular.

En una descripción que aborda principios más profundos en relación con la percepción en procesos mentales nos encontramos con el enfoque de Arnheim quien pensaba que las operaciones cognitivas son elementos esenciales de la percepción misma. Al referirse a lo cognitivo, el autor aclara que busca “ significar todas las operaciones mentales implicadas en la recepción, almacenaje y procesamiento de la información: percepción sensorial, memoria, pensamiento, aprendizaje” (González, C. 1986, p. 27). En esta afirmación se ven referidos más componentes que se involucran en el fenómeno de la percepción que darán forma, temporalidad y significado a la información recibida.

A lo que refiere esta aseveración, es que en una primera aproximación a las cosas del mundo, como dice González (1986), existe una relación de orden sensorial de manera fisiológica, sin embargo existen otras posturas en donde lo fisiológico va ser abordado como percepción sensorial. Así mismo, refiere a la experiencia visual, como todo aquello que podemos ver de manera pasiva en el exterior, es decir, cuando abrimos los ojos recibimos estímulos visuales a manera de formas.

Cada cosa ha adquirido su nombre según la esencia del objeto mismo, y de manera empírica se aprende a reconocer esas configuraciones que a su vez conllevan una carga de significación. Por otro lado, la experiencia visual también es activa cuando se detiene a observar o se enfoca en un solo elemento buscando el detalle, a lo que el mismo Arnheim llama visión selectiva:

Al mirar un objeto tratamos de alcanzarlo. Con un dedo invisible, recorremos el espacio que nos rodea, nos dirigimos a los lugares distantes donde se encuentran las cosas, las tocamos, las asimos, examinamos su superficie, seguimos sus bordes, exploramos sus texturas. Esta es una tarea eminentemente activa (1986, p. 33)

Al cabo de este tipo de mirada nos encontramos con el reconocimiento de la participación de otros factores involucrados en el proceso, como elementos cognitivos: aprendizaje, memoria y pensamiento. En este mismo sentido, Joan Costa, en su libro *Diseñar para los ojos* (2003) describe a la mirada en un tono hasta poético, asegurando que el acto de ver es un fenómeno estratégico capaz de funcionar como una diana o un radar. Es decir, la función de ambos conceptos depende de percibir los estímulos del mundo exterior. Si el ojo mantiene una percepción meramente fisiológica, una simple mecánica óptica, sin prestar atención a ningún estímulo en particular, el ojo es una diana susceptible de ser capturada.

En caso contrario, cuando la mirada explora los objetos, el entorno, las señales, esa mirada es un radar en busca de cualquier información. La intencionalidad de la mirada al fijar la atención en cualquiera de los estímulos visuales del exterior, determinará si es una necesidad de obtener información o solamente un deseo del ojo. De manera que Costa (2003) dice que “el ojo- diana, que ve pero no mira, será atacado, atraído y si es posible retenido. [...] La mirada radar toma la iniciativa. Elige las imágenes en detrimento de todas las demás y se concentra en sus detalles en sus puntos de interés [...]” (p. 16).

En tal sentido, al señalar este mecanismo natural del ojo —tanto en concentrarse en un objeto o simplemente dejar la mirada libre—, Costa menciona elementos, como a los que alude Arnheim en su interpretación de conocer el mundo en sentido significativo, percibiendo de manera fisiológica las formas que llegamos a comprender, por medio de la racionalización de conceptos

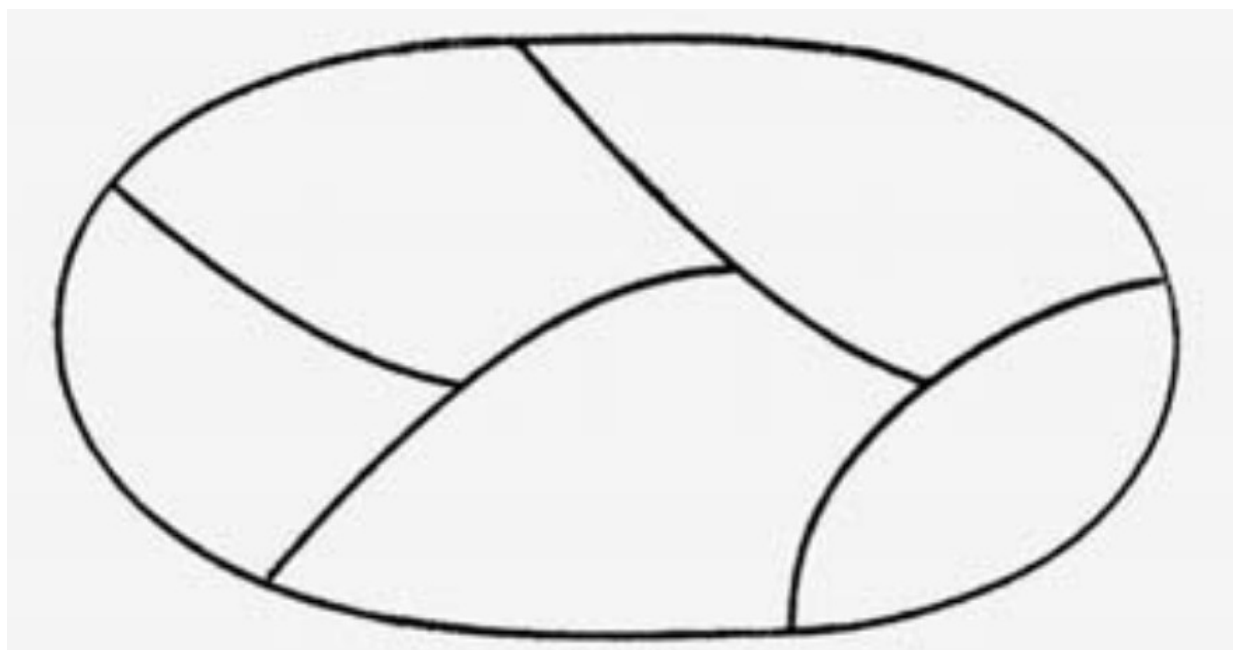
aprendidos; aún así, dicha recepción de información no puede ser unidireccional, ya que las motivaciones de cada individuo, como lo comenta Benítez, son individuales, por lo tanto tendrán significaciones infinitas. Es así, que los autores mencionan tres operaciones mentales cognitivas condicionantes, que están involucradas en el proceso de la percepción; si bien Arnheim lo menciona literalmente, en el discurso de González (1986) , y Costa (2003), van implícitos en su contenido.

De manera que la mirada como sentido natural del ser humano absorbe la información del mundo exterior, por vía de un proceso de reconocimiento visual cognoscitivo y evolutivo; es decir, que el aprendizaje mismo dará la pauta para la discriminación de la información que va a procesarse; de forma que da sentido significativo a todo aquello que se ve. En relación a los conceptos de aprendizaje, memoria y pensamiento, Lewin (2005), con un enfoque gestáltico — en *La teoría del desarrollo mental* (1972)— expone en diagramas las distintas relaciones de las áreas psíquicas de un ser humano. Subdivide las regiones de la mente que se encuentran en mayor proximidad con el medio ambiente, o las regiones más internas con menor exposición, en sus intentos por entender el desarrollo mental.

El autor describe que cuando un ser humano tiene pocas regiones psíquicas activadas se encuentra poco desarrollado, como se ejemplifica en la Figura 3 para el caso de un menor. La idea de las regiones psíquicas, en términos amplios, es lo que Lewin (2005) llama también regiones del espacio vital, entendido como la “totalidad de la realidad psicológica, la totalidad de posibles hechos que determinan la conducta de un individuo” (en Díaz, 1972, p. 37).

Figura 3

Las regiones de la mente de un niño

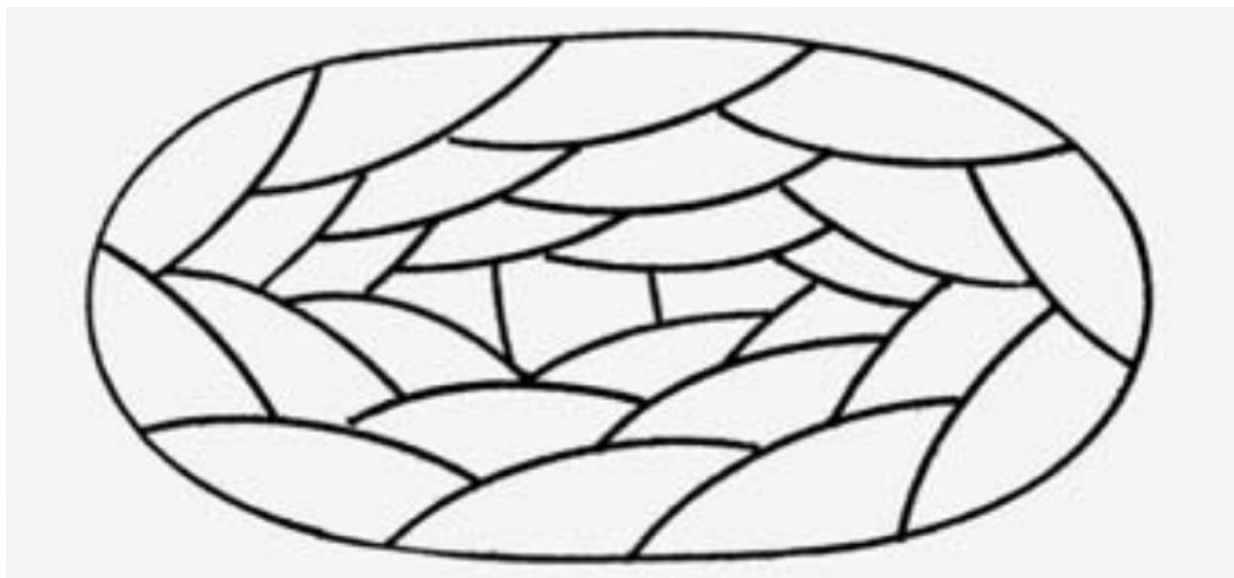


Nota: La evolución psicológica según Kurt Lewin, tomada de Revista Latinoamericana de Psicología [Imagen]. Díaz, 1972, p.37. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80540103.pdf>

En comparativa con la figura anterior se muestra lo que sería el espacio vital de un adulto en la Figura 4, con un mucho mayor número de regiones y subdivisiones laberínticas, que complejizan el comportamiento humano al estar relacionadas unas con otras.

Figura 4

Las regiones de la mente de un adulto



Nota: La evolución psicológica según Kurt Lewin, tomada de Revista Latinoamericana de Psicología [Imagen]. Díaz, 1972, p.37. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80540103.pdf>

En su intento por demostrar el desarrollo intelectual de un ser humano, Lewin (2005) muestra esta serie de esquemas que sugieren una evolución de niveles de entendimiento según se conoce el mundo de manera sensorial; así que habrá un proceso de aprendizaje desde la actividad motora de un recién nacido: sus reflejos, sus movimientos limitados, sus expresiones emotivas que más que otra cosa, son relacionados a su sentir físico, hasta la amplia gama de movimientos y expresiones de un adulto.

Por ello, el proceso cognitivo del aprendizaje dará las estructuras de conocimiento a medida que el individuo crece, y se desarrolla. Estas estructuras son formas de organizar la información de las cuales podrá hacer uso en experiencias similares. Como lo comenta Chadwick (1999) cuando describe estas redes estructurales como “amplias, complejas, interconectadas y que funcionan como esquemas para activar, filtrar, codificar, categorizar y evaluar la información recibida [...]” (p. 38).

Por lo tanto, el espacio vital creará otras regiones o podrá asociarse a otras tantas ya existentes; en este sentido, el aprendizaje es descrito por Lewin (2005) en términos de transformaciones que suceden en la conducta, y los menciona como reestructuración cognoscitiva, diferenciación, integración y motivación. Los factores socioculturales también son variantes consideradas en este proceso cognitivo, en su carácter de influencia significativa, al igual que lo mencionan Arnheim (1986) y González (1986), cuando dicen que el significado de lo percibido sensorialmente se ve afectado por el contexto sónico en el que actúa.

Para Chadwick (1999), el conocimiento es el resultado de interacciones sociales y culturales, donde aquellos fenómenos psicológicos superiores, se ven desarrollados en estas interrelaciones socioculturales; visto con una postura constructivista, el ser humano primero aprende del exterior y luego lo interioriza. En cambio para Lewin, desde el enfoque gestáltico, el ser humano es capaz de generar conocimiento y aprender de sí mismo. Sea cual sea el enfoque elegido—incluso correcto—, ambos exponen una red que se teje a partir de experiencias y de una serie de esquemas abstractos que aluden a la complejidad de la mente humana, aunada a la realidad abstracta que busca acercarse a entender la evolución intelectual del ser humano.

Para llevar a cabo este proceso cognoscitivo en el cual almacenamos, clasificamos, y simplificamos la información que recibimos del exterior, es necesario que suceda el fenómeno de la memoria. Las configuraciones de la memoria son preceptos de formas categorizadas más allá que un registro exacto de la realidad, según lo menciona Arnheim (1996), que más que definirla como un concepto, menciona las fuerzas que actúan sobre la memoria y de qué manera funcionan.

Estos impulsos actúan sobre la forma en que se percibe, la cual estará sometida a dos direcciones contrarias. Por un lado, se verá expuesta a que su estructura sea más simple, omitiendo detalles finos para enfatizar aquellos rasgos que definen el significado de la forma. Por otra parte, habrá una tendencia a la simetría y a la regularidad, de manera que pueda conservarse con más facilidad en la memoria. Las características que distinguen a la forma se exageran cuando se ha tenido una sobrecarga emocional al percibir las, Es decir, si sentimos admiración, coraje, o

asombro, entonces las percepciones se recuerdan más grandes, más bellas, más divertidas, o más dolorosas de lo que originalmente eran.

La memoria es un fenómeno subjetivo de captación activa estructural que permite la capacidad de reproducir imágenes mentales atemporales, con la carga significativa provista por vía de filtros. Las imágenes de la memoria tienen la función de interpretar, identificar y sumar a la percepción; sin embargo, la función más significativa de la memoria y de la percepción radica en que podemos reconocer las cosas que vemos (Arnheim, 1996). El conocimiento visual que tenemos sobre un objeto nos ayuda a entender su naturaleza y su posición en el sistema del contexto visual.

En cuanto al concepto de pensamiento con un enfoque conductista, Vigotsky afirma que “el pensamiento surge a través de algún conflicto del sujeto que obliga para su resolución revelar de la situación aquello que es nuevo. Se suceden entonces actos de significación que toman la forma de palabras, formas de habla” (en Melgar, 2000, p. 27), por tanto, es el acto de pensar lo que da sentido a las palabras, que conllevan un sinfín de significados de los cuales se construye un lenguaje y, al mismo tiempo, permite encontrar nuevos significados.

De la misma manera sucede con los significados objetuales, que dan sentido de identidad al ser humano como sujeto cultural. Un sentido enmarcado por un aprendizaje no lineal, que proviene de las interacciones sígnicas sociales; es decir, todo aquello que se reconoce en la memoria por medio del pensamiento, provee un conjunto de significaciones culturales proyectados en objetos semiotizados, una semiosis objetual. En la comunicación los conceptos visuales nos inducen a pensar en los elementos que nos recuerdan algo o nos connotan hacia aquello que nos es familiar, si ese ejercicio del diseño se produce de manera retórica, buscamos darle sentido sobre la base de experiencias previas y del entendimiento de aquello que nos identifica. La semantización aprendida se busca en la memoria de manera inmediata, decodificando el mensaje en diversos significados.

En relación con la multiplicidad de significados que podemos encontrar por medio del pensamiento desde una visión de la semiótica, Peirce mantiene, que el acto de pensar es generar signos, por ello, cuando esos signos tienen contacto con el mundo exterior del sujeto, sucede un desdoblamiento de signos en un número infinito de significaciones posibles; a este acto lo

denominó semiosis del pensamiento. González (1986) , por su parte, describe el proceso mental del ser humano en donde intervienen variables que indican la importancia de la conducta en el acto de pensar, desde la postura de Peirce:

Todo conocimiento es inferencia y hace uso de lo que llama abducción. La abducción es la forma más inmediata y aleatoria del razonamiento inferente; es una hipótesis construida sobre la base de premisas inciertas, que exige que sea comprobada por medio de inducciones sucesivas y de controles deductivos (En González, 1986, p. 32)

En otras palabras, el nivel de experimentación con premisas propuestas, tendrá como resultado más posibilidades de respuestas y, por lo tanto, mayor nivel de conocimiento. Peirce también sostiene que el pensamiento humano es un conjunto de signos que se reflejan en función de su conocimiento de un mundo semiotizado, por lo que deduce, el mismo humano es un signo.

Relacionado con lo anterior, Eco menciona otro elemento que se suma al fenómeno de la percepción visual, la semejanza. Ésta se refiere a la reproducción de la supuesta realidad exterior, por medio de los sentidos de los individuos, viéndose afectada por varios filtros culturales, sociales, o fisiológicos. En otras palabras, la manera en que hemos aprendido a representar o entender el mundo no es absoluta, por el contrario, es solo parecida a lo que en verdad es, el mundo se convierte en algo construido de quién lo percibe, y según el ángulo en que sea visto cambiará su significado. En el siguiente ejemplo Eco explica el fenómeno de semejanza:

La línea que traza el perfil de una mano sobre una hoja de papel representa la institución de una relación de semejanza mediante correspondencia transformada punto a punto entre un modelo visual abstracto de la mano humana, y la imagen dibujada. La imagen está motivada por la representación abstracta de la mano, pero al mismo tiempo es efecto de la representación cultural y como tal requiere una percepción adiestrada para que se le perciba como imagen de dicho objeto (en González, 1986, p. 13)

Esto es un ejemplo de la representación de la realidad concebida por el individuo, en donde los filtros culturales, sociales y fisiológicos proyectan una realidad mediática, por vía de capacidades cognitivas propias, obteniendo significaciones en relación con los signos del contexto. Hemos

abordado elementos del fenómeno de la percepción según algunas posturas y corrientes filosóficas que describen varios autores, en las que son recurrentes algunos conceptos centrales como: pensamiento, memoria, aprendizaje, la semejanza, lenguaje, motivaciones, inferencia, conducta, sensorial, entre otros; que tendrán lugar sobre la base de las manifestaciones mostradas en estímulos a lo que Peirce llamó —signo—, para dar sentido a la información que recibimos del exterior.

De estos diversos acercamientos para describir la construcción de sentido, enfatizaremos sobre la semiosis de la cual nos habla Peirce (Peirce, 1974), para adentrarnos en estas estructuras de significación. Estos procesos constituyen fenómenos de significación y construcción de conocimiento en el individuo, siendo el mismo sujeto quien le termina de dar el significado como menciona Halliday (2008), quien refiere al individuo con una entidad que significa. Esta afirmación coincide con Peirce, quien se refiere al individuo como un signo en sí mismo, como parte de un todo connotativo dentro de una cultura.

Con el objetivo de profundizar en la percepción de la significación en el individuo y los fenómenos en su contexto, como hemos mencionado anteriormente, nos encontramos frente a la necesidad de abordar el proceso de semiosis como parte intrínseca del pensamiento humano. Para Aletse Toledo y José Sequera, el proceso semiótico:

Es en sí mismo un acto de producción de sentido, en tanto que significar, no es otra cosa que dotar de significado, entonces desde la asignación de nombres a las cosas del mundo hasta los más acabados procesos de neurociencia o la física nuclear constituyen procesos de semiosis; es decir, procesos de interpretación del mundo con miras a una explicación plausible que le dé sentido a un fenómeno determinado dentro del orden de cosas y convenciones previamente establecidas a través de anteriores procesos semióticos (2015, p. 4)

Dicho de otra manera, proyectan que un individuo por sí mismo significa, dice, expresa, y conserva cierto lenguaje simbólico que forma parte de un proceso cultural empíricamente aprendido, con el cual se conduce y forma parte de un contexto específico. De ahí la importancia de conocer a fondo la interpretación de la cultura, ya que es mediante esta manifestación fenoménica que los signos adquieren sentido.

La definición de la palabra cultura depende del contexto y la diversidad de actividades humanas, así como, de la perspectiva de la cual sea analizada. Etimológicamente, la palabra cultura significa cultivo-cultivar que en analogía al ser humano implica una alimentación o cultivo individual; sustraído de las diversas áreas que perfeccionan las facultades intelectuales y morales como lo menciona Altieri (2010) de manera que se elimina el estado natural del individuo, dando lugar a un proceso de actividades humanas que transforman la manera de vivir o de pensar, resultados de la evolución individual o en conjunto.

La cultura en sí misma, es objeto de estudio de la Antropología, Filosofía, Comunicación, Sociología, Fenomenología, entre otras áreas que abordan tesis completas sobre la discusión del concepto. Encontrar una definición precisa es de entrada complicado; sin embargo dicho de manera simple: la cultura es un grupo de complejos procesos en los que el ser humano materializa objetos cargados de identidad o signos, de la misma forma que los modifica; valiéndose del uso de las herramientas necesarias o artefactos que le provee el lenguaje, la ciencia, la lingüística, la industria, la ley, el arte sumado a los valores que cada individuo posee, los cuales comparte con la comunidad de la que forma parte.

Parte de la estructura cultural son un conjunto de hábitos, actividades, costumbres, religiones, mitos, creencias, y lenguajes que afectan o moldean —los significados o sentido de las cosas—. Este conjunto de elementos forman el fenómeno de la cultura que conllevan significaciones que se verán expresadas en la comunicación humana materializadas en semiosis objetuales, cualquiera que fuese el medio de expresión y por medio del lenguaje.

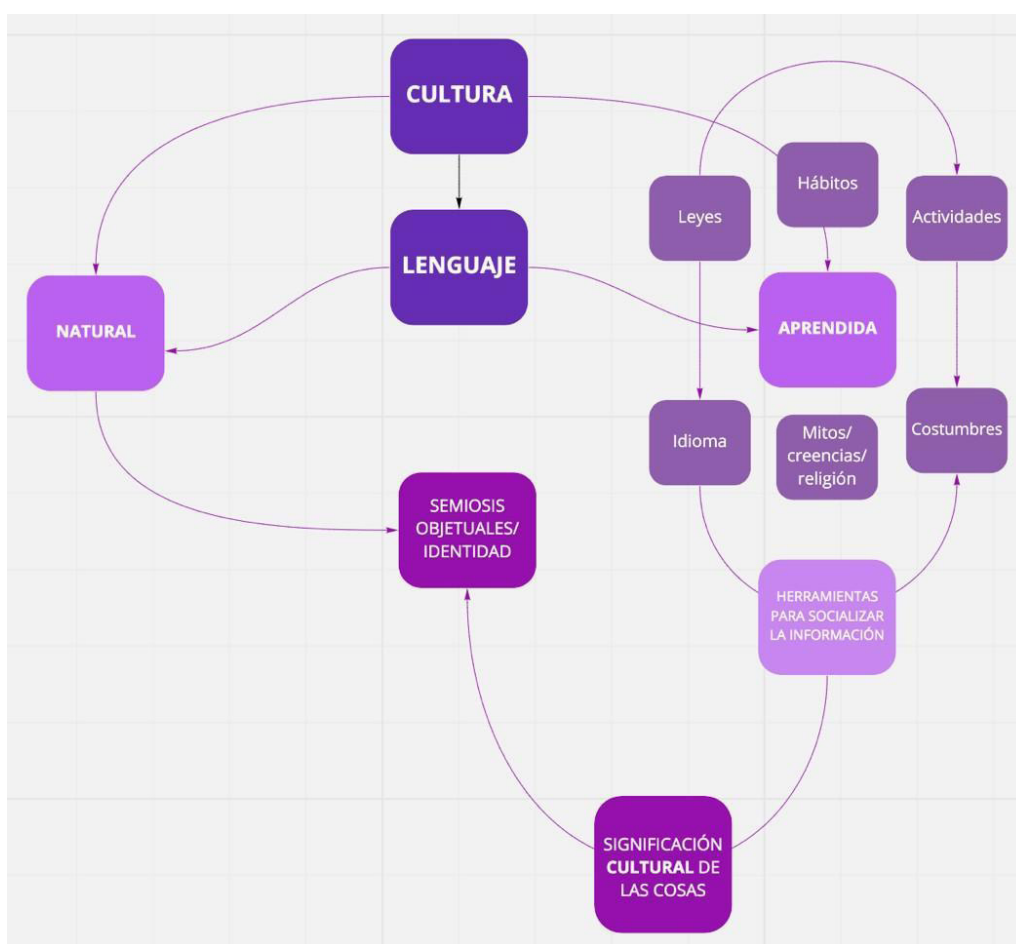
Al respecto, Zeccheto (2002), sostiene que las consideraciones semánticas deben referir al contexto donde están inmersas. Para encontrar esas líneas sígnicas culturales, es necesario observar al contexto donde actúan estos signos. Para que esto sea posible es necesario el uso de las herramientas individuales que posee el individuo, mismas que son resultados de las interacciones sociales como el lenguaje.

A continuación, se muestran los resultados alcanzados en cuanto a la semántica y las relaciones que cimienta la estructura del concepto de cultura, para lo cual se ha diseñado un

esquema (Figura 5), que simula la correlación del concepto de cultura y lenguaje, así como las dos formas de culturizarnos según lo planteado por Altieri, que suscribe la división de la cultura natural y aprendida. De aquí se desprenden elementos conceptuales como el lenguaje siendo la herramienta principal para la construcción de la cultura, de la misma manera que Eco nos habla del contexto que afecta el aprendizaje del individuo como las actividades humanas, religión, geografía, creencias, hábitos, costumbres que van dando sentido a los objetos.

Figura 5

La proyección de los elementos que estructuran el concepto de cultura



Nota: Las interconexiones de estos elementos muestran una semiosis objetual como resultado de los procesos culturales. Elaboración propia.

En el contexto de la cultura cobra relevancia la formulación del lenguaje, ya que este cumple la función de socializar la información que se envía o que se recibe, en virtud de los signos codificados entendibles dentro de una comunidad. Por otra parte, la lengua es el instrumento por el cual se aprende a cultivar las mentes intelectualmente, por ejemplo, el idioma de una comunidad a la que cada ser humano pertenece. Está claro que por medio del lenguaje se culturiza a los individuos además se sostiene una red de comunicación en los mínimos mensajes de sobrevivencia humana; es una coexistencia como elemento indispensable para la cultura.

Zeccheto (2002) en su libro *La danza de los signos*, hace una reflexión acerca de qué hace la diferencia, entre un grupo de humanos y otros, si todos forman parte activa en una sociedad. Al respecto señala que “la asunción que cada uno de ellos tiene de ciertos modales, patrones o estructuras que configuran las diversas dimensiones de su vida” (p. 36).

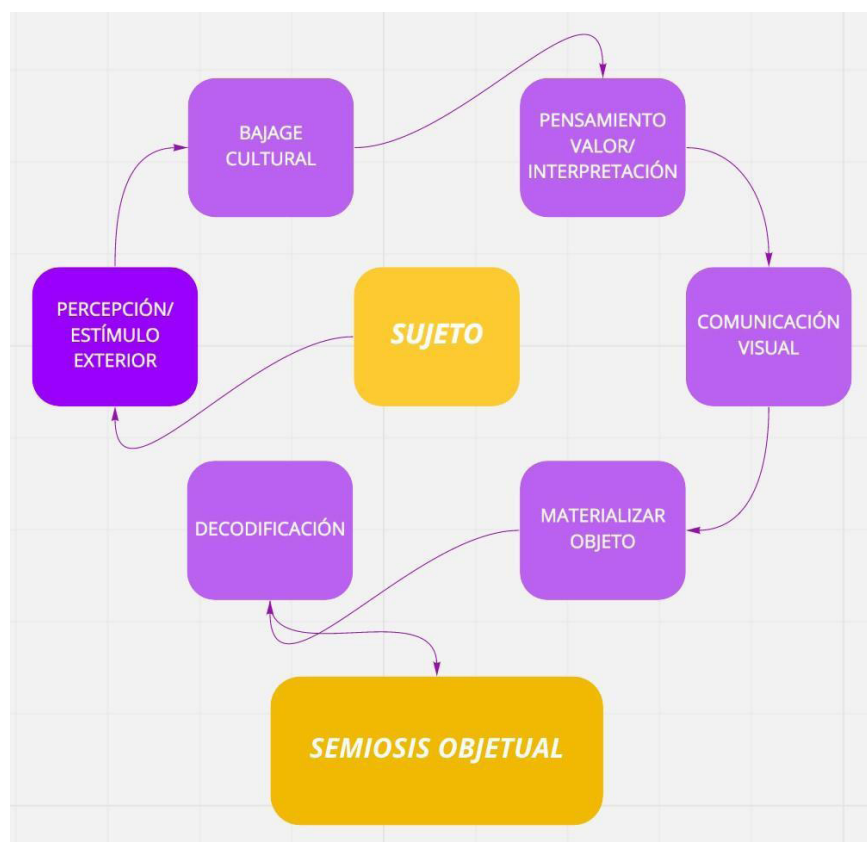
Es por ello que la diversificación de actividades, religión, estudios, pensamiento, costumbres y cualquier actividad humana, lleva consigo una modelación de signos que responden a significaciones sociales, bajo un sistema de códigos. Dicho en otras palabras, el ser humano aprende y desarrolla un lenguaje para expresarse, darle sentido a las cosas, y comparte con un grupo de personas que tienen su misma estructura social.

Toda significación forma parte de un proceso de semiosis: fenómeno que implica una creación y transformación de objetos sobre la base del pensamiento humano, con sus diversos mecanismos de comunicación hacia mundo exterior, sumando el bagaje cultural simbolizado en códigos. Al respecto de esto, González (2015) plantea que “la semiosis es la materialización o la forma de un pensamiento del mundo, en una construcción y transformación ontológica del ser” (2015, p. 4). Entonces, se puede argumentar que no hay una sola realidad en relación con el mundo, ya que va de por medio la interpretación humana, según el momento histórico, geográfico, y otros elementos antes mencionados relacionados con la cultura, por lo que es posible ver un nuevo mundo, aprenderlo y expresarlo de manera diversificada. Por otro lado, el autor enfatiza la semiosis como proceso intrínseco del pensamiento humano y el mundo, ya que para que exista este proceso se necesita un intérprete, relacionándolo directamente con el pensamiento humano.

En la Figura 6, se representan los elementos principales sobre los que sucede el proceso de semiosis; las aportaciones semánticas que se distinguen son tomadas de Eco, quien refiere el contexto cultural hacia la carga signífica de las cosas, así como Vilchis que describe cada elemento que actúa en una semiosis objetual. Arnheim nos aporta los elementos de la percepción humana y la manera de entender el mundo, entre otras referencias.

Figura 6

Los distintos elementos que conforman el fenómeno de la semiosis



Nota: El esquema indica la trayectoria sugerida que sigue una semiosis en el individuo hasta llegar a la interpretación de la materialización al mundo. Elaboración propia.

Lo anterior nos lleva a considerar que existe un concepto principal en la construcción de sentido en los signos y mensajes visuales: la cultura del individuo. La cultura da sentido a los

significados entre tanto construye a un individuo en su conocimiento visual, que son todas aquellas convivencias en su contexto del cual aprende, y de la misma manera expresa sus creencias, si es que las tiene, reconociendo signos, símbolos e íconos según su formación, hábitos, y la pertinencia visual que mantiene en convivencia a un grupo determinado de individuos entre otros elementos. Esta suma de elementos señala al fenómeno de comunicación formado por signos que se comportan según la percepción del receptor. Siendo así, todo acto de diseñar lleva implícito un proceso de comunicación significativa, que, si bien algunos de sus factores son visibles, otros son de carácter abstracto y donde intervienen sistemas sígnicos. Es un acto poético que va más allá de un producto mediático, ya que el diseño es la parte de la vida cotidiana que emite signos culturales, mientras es quien aporta signos de reconocimiento, pertinencia, así como, experiencias de convivencia entre individuos.

Así, el sentido del diseño mantiene estructuras de significaciones y concepciones de una cultura que carga una serie de experiencias que generan conocimiento, motiva al cambio de acciones en los individuos que se logra por vía de estrategias comunicacionales con distintos objetivos, y coexiste una relación intrínseca en estos dos fenómenos: la cultura y el diseño, ya que uno construye al otro y le da sentido. La comunicación visual es un lenguaje amplio que engloba términos análogos en relación con lo gráfico y su construcción como un mensaje no verbal independientemente del objeto de diseño que se proyecte; de aquí que surgen acercamientos como la comunicación gráfica, la comunicación sígnica, el sentido de la comunicación visual, entre otras.

Dondis, en su libro *La sintaxis de la imagen* (1980), se refiere a la comunicación visual como un lenguaje que va más allá de la intuición o de las apreciaciones personales, donde se encuentran diversas expresiones artísticas y coloquiales, aun cuando la intención comunicativa no tenga un objetivo concreto, que se vale de una gramática de las formas en donde puedan identificarse fácilmente códigos visuales, que son entendibles para diversos sectores de la sociedad. Es decir, señala la importancia de la correcta emisión de signos codificados en un discurso de entendimiento mutuo, o sea, un mismo lenguaje sin dejar a interpretaciones ambiguas, considerando los elementos sociales que aporten a desarrollar dicho código de manera que pueda lograrse diálogo en la

interpretación. La gramática de la forma, es el medio que nos permite organizar las composiciones visuales, en relación a una estructura de los elementos visuales del diseño, proporcionando normas del enfoque estético y funcional.

En el mismo sentido Frascara en su libro *Diseño gráfico para la gente*, menciona el impacto que tienen estos mensajes visuales en el comportamiento de un individuo. El autor hace énfasis en la transformación de un contexto por medio del uso direccionado de elementos gráficos; esta referencia está inclinada al diseño social, y a la necesidad de concientizar el uso de estos componentes para favorecer de alguna manera la educación de los individuos.

La alfabetización visual es otro concepto utilizado para responder a la necesidad de explicar el proceso de formación en la educación visual. A propósito de ello, Hernández (2010) plantea que la comunicación visual es un fenómeno que no es solo es una manera de socializar el conocimiento científico, sino una forma de permitir un lenguaje internacional auxiliar dominante; es decir, que no es exclusiva de la socialización de la ciencia, pero es un elemento fundamental para hacerla inteligible.

Sin embargo, hay quienes se han apegado a definir la semántica implícita en este fenómeno de construcción de significados, no así en el proceso mismo. Vilchis (2016) menciona puntualmente que la comunicación gráfica es una forma de percibir el mundo:

La comunicación gráfica se refiere a los actos del sujeto que no pueden estar sometidos sino a la interpretación, a los elementos cualitativos de la civilización, a la idea antropológica de cultura y su entendimiento como ámbito de la cultura visual. La comunicación gráfica significa también un importante aspecto de la cultura visual que posee el individuo, así como el proceso por el que se adquiere; por ello se entiende como: un saber práctico (phronesis) orientado a situaciones concretas, una habilidad creativa (dynamis) y una forma de saber (sophia) y conocer (episteme) el mundo (p. 10)

Por un lado, la interpretación que el individuo pueda darle a un signo dependerá de lo que lleve consigo como miembro de una sociedad en sentido temporal y geográfico, así como del lenguaje, modo de percibir el mundo, la formación, la simbología que reconozca, entre otras.

Estos elementos le darán la pauta para una codificación o decodificación; mientras que por otro lado está el cómo vive este fenómeno derivado de estos componentes. En este sentido, Vilchis, (2016 p. 11), sostiene que:

En la cultura visual resulta relevante el entendimiento de la imaginaria visual de acuerdo con el fenómeno de semiosis por su polisemia y excedente de sentido, incremento de significados que trascienden el concepto del texto visual y provienen de éste, del intérprete y su contexto.

Entendemos por ello que es preciso resaltar la manifestación de la semiosis para enunciar que la manera en cómo entendemos el mundo, será la manera en que demos múltiples significados a los signos. El proceso de pensar involucra en sí mismo la capacidad de construir respuestas inmediatas y reflexivas, según su interpretante. El pensamiento naturalmente se imagina soluciones gráficas que pueden ser verbalizadas, es decir, existe en el individuo el pensamiento visual que da respuestas a un estímulo externo comunicado en palabras. La semiosis entonces es la “materialización o la forma de un pensamiento del mundo, en una construcción y transformación ontológica del ser”³ (González, 2015).

Es posible encontrar variables similares entre una descripción y otras, sin embargo, cada uno de los autores aportan elementos que van sumando a construir un concepto amplio y explícito de la comunicación visual. Vilchis (2016), contribuye con un componente más abstracto al definir a la comunicación gráfica como:

Un proceso dialógico porque en la trayectoria de la acción comunicativa, se manifiesta una serie de momentos que establecen las condiciones de diálogo. Per se un discurso visual es un discurso representado y directo cuya estrategia incluye el diálogo entre el emisor que se encuentra en el texto visual mismo —al cual se entiende como emisor interno que, además de ser virtual, puede estar identificado indistintamente con una persona, un objeto, una marca o lo que sea que dice algo a alguien—, y que como

³ No hay una sola realidad en relación con el mundo ya que va de por medio la interpretación humana. Eco, en su libro – Semiótica de los signos, menciona que cada sistema de comunicación interpretativa lleva consigo un sistema de comunicación más, y así, se multiplican los significados. Lo que

en toda relación dialógica, pone el énfasis en el receptor que pretende una distancia mínima entre ambos (p. 17)

Ante esto podemos interpretar las fases de un proceso en donde se van construyendo los significados, utilizando elementos que permiten generar un discurso de entendimiento pertinentes al grupo social al cual se direcciona. Sandoval (2018), por su lado, se refiere a la comunicación gráfica como una manifestación cultural, ya que esta misma comunicación sucede en un contexto social donde se involucran intercambios de códigos por medio de un discurso. Es a partir de esta búsqueda que podemos encontrar algunos elementos para lograr un acercamiento al concepto general de comunicación visual, entendida como un proceso de semiosis en el que intervienen códigos propios del individuo y una manifestación visual capaz de socializar el conocimiento, transformar un contexto, formar un criterio en base a composiciones visuales de pertinencia cultural; elementos que construyen un sentido y un lenguaje que forman parte de un diálogo social construido con el fin de que encontrar un significado coherente con el contexto inmediato.

2.2 Elementos para la construcción de un lenguaje visual

Dentro del proceso de comunicación visual existe un elemento fundamental por medio del cual se codifican los mensajes según su sentido, y en relación con el contexto: el lenguaje, el cual podemos interpretar como un sistema de signos que se relacionan entre sí, para permitir una comunicación con el objetivo del entendimiento común. Estos signos pueden ser sonoros, gráficos o gestuales. Los primeros se entienden como todos aquellos signos que pueden escucharse, los segundos son aquellos expresados con imágenes, dibujos, e íconos, y los terceros refieren a los que se expresan con la cara y con movimientos corporales que sugieren ciertos mensajes.

Para precisar una definición de lenguaje habrá que delimitar, que este sistema de signos es exclusivo del *Homo sapiens*, como lo menciona Lewin (2005) en *Human evolution: An illustrated introduction*) y que a su vez tiene la función primitiva de permitir la comunicación, creando una realidad cognitiva. Una de las primeras muestras de lenguaje según las hipótesis más recurrentes

para Lotman es un continuum semiótico considerando que el ser humano es una entidad dinámica, no existe una sola interpretación de los objetos.

sobre la evolución del lenguaje son los mensajes gestuales, ya que el humano por naturaleza expresa sin necesidad de aprender palabras.

El lenguaje ha sido analizado por distintas disciplinas, con propuestas de conceptos que abarcan diversas características del fenómeno, como la propuesta de la psicolingüística, rama del conocimiento dedicada a la facultad humana, funciones neurofisiológicas y capacidad psicología que indican que otra definición de lenguaje desde la perspectiva sýgnica, es la que menciona ciertas condicionantes que interrelacionan elementos naturales y sociales, al decir que es la “facultad semiótica manifestada en una actividad condicionada por las características biológicas de los sujetos y por la adaptación al canal de trasmisión” (en Masso, 2005, p. 2).

La relación pensamiento-lenguaje considera las manifestaciones culturales como parte de las expresiones de signos aprendidos por un conjunto de sujetos con códigos compartidos, formando un sistema semiótico representacional de la realidad con el objetivo de comunicarse entre sí. Con relación a ello, Jerison menciona que “el papel del lenguaje en la comunicación evolucionó al principio como un efecto secundario de su papel fundamental en la construcción de la realidad” (en Lewin, 2005, p. 8).

Esta afirmación, permite reflexionar sobre la construcción de dicha realidad por medio de imágenes en relación con el pensamiento, expresado en signos diversos que forman parte de un lenguaje. Por tanto, podemos definir al lenguaje humano como un fenómeno natural-aprendido que se compone de signos verbales, sonoros, escritos, íconos y gestuales, en donde el pensamiento y la capacidad comunicativa de los sujetos, permiten manifestaciones codificadas en el contexto cultural al que pertenecen. Es el lenguaje quien permite que tengamos una comunicación hacia el exterior formando sistemas sýgnicos elaborados, que articulados entre sí, cumplen esta función. Las funciones del lenguaje desde el enfoque de la lingüística estructural se clasifican de la siguiente manera:

- Hablante (expresiva)
- Oyente (conativa)
- Tema (representativa)

- Lengua (el propio lenguaje)
- Mensaje (poética, estética)
- Contacto (fática, permite el contacto comunicativo)

Estas funciones permitirán que el emisor pueda mostrar ciertos criterios o intenciones al momento de transmitir el mensaje, bajo ciertos signos propios del lenguaje que sean inteligibles para ambos —tanto para el emisor como para el receptor—, valiéndose de recursos como la retórica, que se utiliza tanto para el mensaje escrito como el visual.

Existen varios tipos de lenguaje o métodos para comunicarnos, como el natural, artificial, verbal, oral, escrito, no verbal, icónico, científico, formal e informal; y su clasificación dependerá del nivel de naturalidad que contenga el código que forma el lenguaje. Es decir, como lo explica Corbin (s.f.), el lenguaje va desde el no pensado, como el coloquial y natural que expresamos en el día a día, hasta artificiales, más formal, preciso, y técnico como el lenguaje de programación o científico. En lo referente al lenguaje visual, su construcción es por el reconocimiento de las formas, que son manifestadas en íconos codificados según el contexto cultural al que atienden.

El ser humano tiene la capacidad de conceptualizar de manera natural, así que por vía del aprendizaje sucede un reconocimiento de los signos visuales o símbolos interrelacionados bajo ciertos criterios, estructurales, compositivos, estéticos, direccionales, contextuales, entre otros aspectos fenoménicos que son acogidos dentro de un esquema de la gramática visual; siendo un conjunto de relaciones sígnicas que pueden aplicarse al lenguaje visual combinando los elementos gráficos tangibles e intangibles. Las propiedades que se distinguen en la conformación de este tipo de lenguaje se resumen en fonemas visuales figurando la representación de lo que se busca comunicar; la semántica que proporciona el significado, así como la sintáctica reguladora de las relaciones de los signos entre sí mismos. De igual modo, los argumentos teóricos normativos en los que actualmente se basan las composiciones gráficas, que han sido retomados de las reglas del lenguaje verbal, del estructuralismo lingüístico.

2.3 Posibles vínculos entre gramática y lenguajes visuales

Cuando hablamos de lenguajes visuales no estamos anclados necesariamente a normas y significados precisos, debido a naturaleza cambiante de los signos visuales; sin embargo, partiendo de las reglas, términos y acuerdos que se tienen en la comunicación verbal, se retoman argumentos en este sentido para construir una gramática visual que provee un conjunto de formas organizadas conducentes a generar composiciones visuales funcionales, de manera que la percepción procesada reciba una experiencias visual estética. Entonces podemos decir que: la gramática visual es una forma articulada de construcción de mensajes visuales que considera la sintaxis, la semántica y la significación de las formas.

Una de las funciones más relevantes del lenguaje y la gramática visual es el acto mismo de comunicar. En este entendido habrán de considerarse los elementos que intervienen en este proceso comunicativo, atendiendo la formulación esquemática básica del emisor responsable de emitir un mensaje, con el fin de llegar a un receptor, de manera que las composiciones visuales deben atender estos objetivos. Estas composiciones visuales son abordadas en relación a las estructuras de elementos básicos como el balance, contraste, simetría, dirección, entre otros; sobre la base de una sintaxis formal del lenguaje.

Los íconos visuales están dentro de la clasificación del lenguaje. Al respecto, Aceituno (2009) señala que un factor que diferencia al lenguaje icónico del verbal, es que las referencias del lenguaje visual son precisas y no genéricas. Es decir, al pronunciar una palabra, ésta puede tener varios significados; sin embargo, es posible que la referencia visual tenga un solo significado dentro de un determinado contexto, ya que funciona en relación con analogías entre imagen y concepto. El emisor produce signos visuales de códigos aprendidos en los distintos contextos culturales, y esto le permite al lenguaje visual emitir signos con distintos grados de iconicidad.

Estas cualidades de los signos visuales se relacionan con los niveles de representatividad de la realidad, es decir, el nivel de abstracción al que son sometidas las formas: alto, medio y bajo. Todos los signos visuales llevan consigo dos componentes que son el significado y el significante, siendo el primero el concepto o idea que se quiere transmitir y el segundo el ícono en sí mismo.

No hay reglas obvias o estrictas en cuanto a la gramática visual, sin embargo, hay autores que proponen algunos lineamientos para ordenar composiciones, que sugieren una sintáctica basada en las reglas lingüísticas.

Como todo lenguaje, el visual tiene sus propios signos interactuando entre sí para componerse en un espacio, articulados y bajo criterios de estética, compuestos como un alfabeto visual. Wong en el libro de *Fundamentos del diseño* (1979) hace una de las propuestas más utilizadas en el ámbito del diseño en cuanto a dicha composición:

En realidad, los elementos están muy relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general. Tomados por separado, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño. Se distinguen cuatro grupos de elementos: [conceptuales, visuales, de relación y prácticos]. (pp. 42-44)

Wong propone sistematizar los procesos de creación y no recurrir a la intuición, si no a la objetividad, según el problema a resolver. Sin embargo, partiendo de que el lenguaje visual es emitido por un sujeto con sus propios filtros intelectuales, podemos agregar a esta afirmación que los códigos culturales son relevantes en la construcción de un mensaje visual. Los elementos conceptuales que menciona Wong refieren a los no visibles pero que son parte de la composición; es decir, el punto, la línea, el plano y el volumen se encuentran implícitos en las formas de los objetos, pero no están actuando como elementos gráficos independientes.

Los elementos visuales son aquellos que forman la parte tangible de las composiciones y son la materia prima del diseño, ya que son con los que trabaja el emisor. Los elementos de relación son intangibles, pero actúan como unificadores de los elementos que dan sentido a una composición visual: dirección, posición, espacio y gravedad. Abordaremos más adelante los factores fenoménicos perceptivos propuestos por Kanizsa (1986), que sugieren una similitud entre estos últimos mencionados.

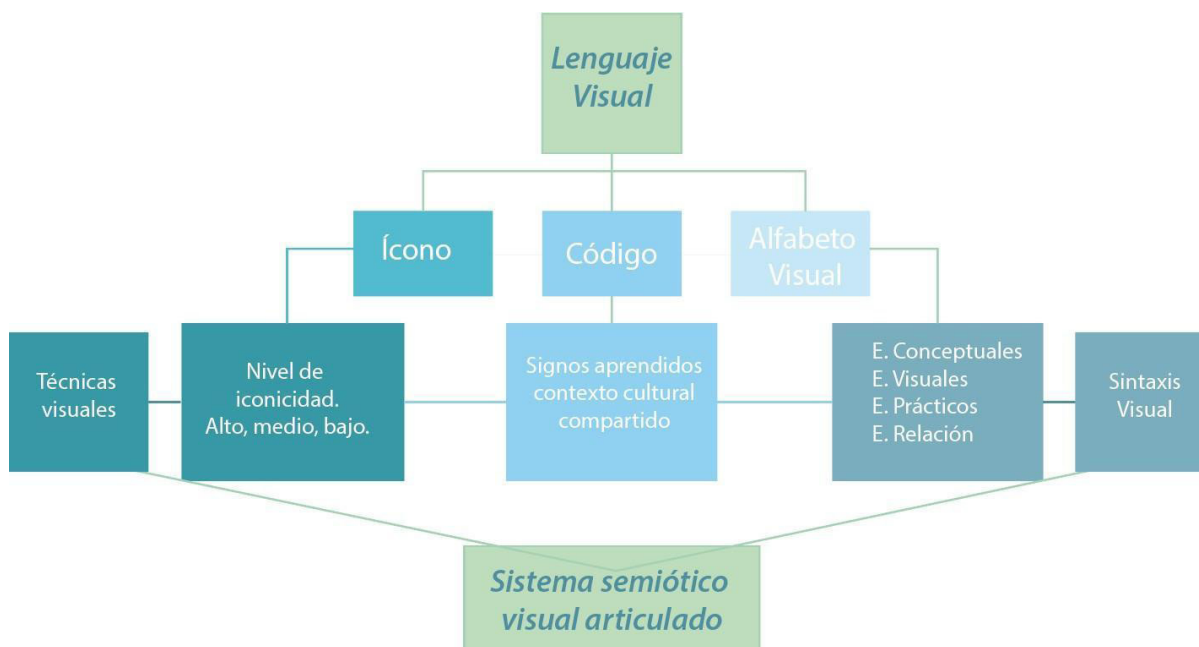
Los elementos prácticos funcionan como significantes y cuestiones técnicas en la ejecución de una composición visual. El significado es la trasmisión del mensaje o concepto en

sí mismo, y la función práctica de aquello que se proyecta. En conjunto, los elementos del diseño conceptuales, visuales, de relación y prácticos propuestos por Wong y por Kanizsa, forman parte de un lenguaje visual que sigue cierta estructura en relación con las reglas gramaticales de la lingüística; sin embargo, hay una apertura a la creatividad, que por naturaleza lleva cualquier actividad de creación visual.

Será entonces la sintaxis del lenguaje visual quien aporte ciertos lineamientos sistematizados para producir composiciones visuales sin dejar de sumar la creatividad de aquel que la ejecuta. En la figura 7, se muestra el diseño esquemático basado en el análisis de los distintos componentes de un lenguaje visual: ícono, código y alfabeto visual, según lo visto con Wong, Kanizsa y Aceituno.

Figura 7

Elementos y las relaciones que mantienen entre sí, que dan estructura a un sistema semiótico

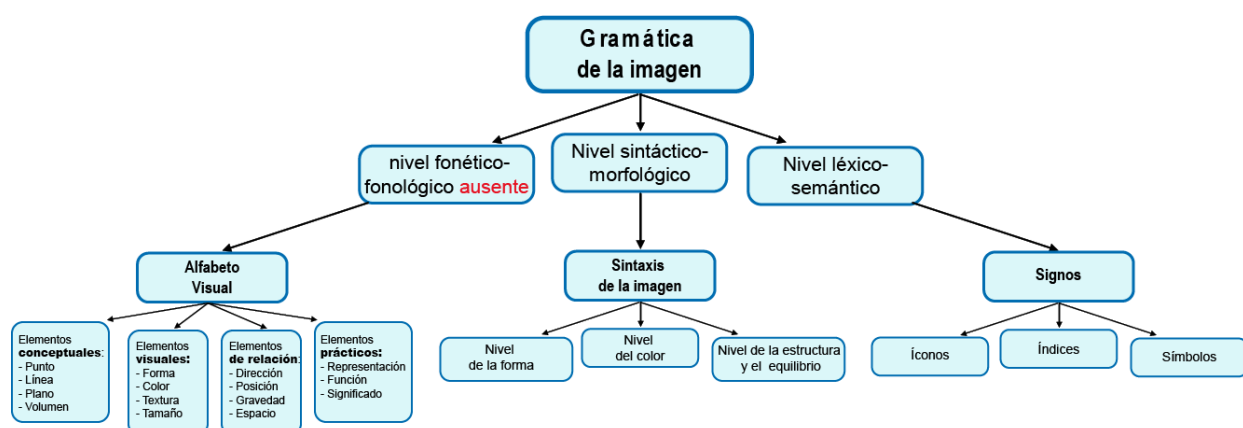


Nota: Desde su significado hasta la configuración de un alfabeto visual, se propone una representación que resume de manera esquemática los principales elementos y la relación que mantienen entre sí mismos, formando un —sistema semiótico visual—. Elaboración propia.

Si bien, hemos mencionado la relevancia que el estructuralismo lingüístico ha tenido sobre la gramática visual, también es cierto que algunos estudiosos del tema, se oponen a la existencia de reglas gramaticales que puedan aplicarse, o que existan como tal, en otros lenguajes; sin embargo, es el modelo más utilizado para conceptualizar un sistema de comunicación en general. En la siguiente Figura 8, Aceituno presenta una organización de los elementos que componen el modelo de la gramática visual, en comparativa con el modelo propuesto por Saussure para la lingüística.

Figura 8

Representación esquemática de un modelo de la gramática visual



Nota: En esta representación esquemática se muestra la ausencia de un alfabeto formal tal cual lo tiene la lingüística; sin embargo, existen elementos propuestos por varios autores que coinciden en elementos tangibles como intangibles que forman la base del lenguaje visual. Tomado de Diseño de Hipermedias Didácticos [Esquema] Aceituno, 2009 p. 4. <http://libros.uvq.edu.ar/>

El nivel sintáctico-morfológico se entiende como la relación de los elementos entre sí; es decir, cómo actúan unos en función de los otros, ya que en una composición visual no es posible entender la presencia de un solo elemento sino un todo, la unidad representa la idea que se quiere transmitir sumando la interpretación de quien lo recibe: “no es lo mismo las propiedades en sí mismas de un objeto, que la forma en que percibimos a través de nuestros sentidos” (1985, p. 72); la forma perceptual de ver un todo y no las partes del objeto.

Las formas pueden representarse en distintos niveles de abstracción, manejo de color y diversas estructuras que darán orden, balance y estética visual a la composición. Entonces la gramática visual es un conjunto de normas y principios visuales que nos proporciona eficiencia y estética en las composiciones visuales.

Una construcción visual permite la comunicación visual, con base en una gramática visual propia, que además, puede ser creativa, disoluble y flexible. Comparar el modelo de gramática visual con el de modelo tradicional de la lingüística enriquece la significación del lenguaje visual, al cual se le conoce como poliedro: la posibilidad de significar varias cosas a la vez, según sea la perspectiva con la que se le vea. (Rodríguez, 2020)⁴

En este mismo sentido, Kanizsa (1986) aborda otros factores que toman lugar en las composiciones visuales en un contexto determinado, como son los espacios donde actúan todos los elementos que componen ese medio. A estos principios visuales los denominó las leyes de segmentación del campo visual o leyes de la formación de las unidades fenoménicas. Estos fenómenos están relacionados con la correspondencia entre las propiedades de la realidad física y la realidad que captamos con nuestros sentidos, a la que llama *realidad fenoménica*. Son entonces las distintas experiencias sensoriales que cada individuo tiene a través de sus propios sentidos, es decir, el mundo en que transitamos y el mundo como se percibe.

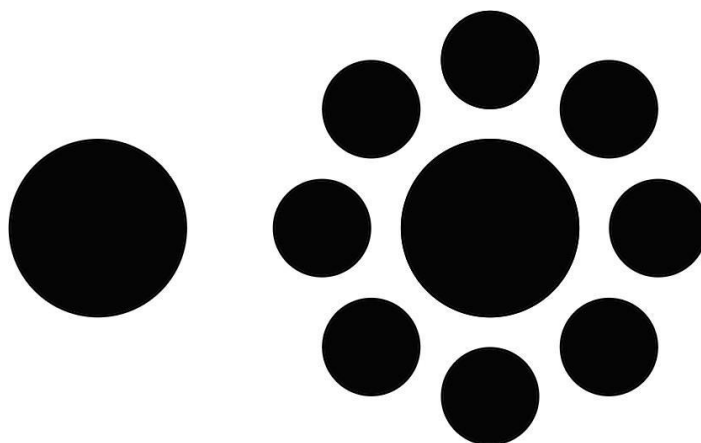
Inclusive hace referencia de la conciencia que tenemos como seres humanos ante este fenómeno por medio del sentido común, expresando en algunas experiencias de percepción, por ejemplo, cuando decimos “nuestros sentidos nos engañan o se ha sido víctima de una ilusión”. La importancia de estos fenómenos sensoriales que parecieran oponerse a la lógica, es que permiten demostrar que la dimensión de la realidad perceptiva tiene algunas relaciones que complejizan la manifestación física, que de hecho no tienen explicación. Como lo menciona Kanizsa (1986), “en efecto, pueden o no estar ‘físicamente’, sin que por ello dejen de estar ‘perceptivamente’”(1986, p. 20). Como se muestra en la Figura 9, estos factores que alteran de alguna manera la realidad que se percibe, no actúan de manera solitaria, para que esto

⁴ Esta idea es sugerida por Rodríguez, quien trabaja para Genetsis Group despacho de diseño, (Rodríguez, 2020)

tenga suceso se necesitan otros elementos actuando en diversos sentidos en el plano donde se desarrolla el fenómeno.

Figura 9

Figuración de la fuerza de los elementos pertenecientes a un contexto, que actúa sobre una forma



Nota: Pongamos por caso lo siguiente: tenemos dos círculos del mismo tamaño en un plano, pero sucede que a uno lo rodean otros tantos círculos de menor tamaño, y al primero no le rodea ninguna figura. Nuestra percepción visual captará que el tamaño del primer círculo es de mayor tamaño en relación con el segundo, debido a la fuerza visual que provocan los elementos que se encuentran a cierta distancia y con ciertos colores del segundo círculo. Elaboración propia

Es entonces que podemos decir que el entorno fenoménico, que se construye por las diversas formas y situaciones que se tienen alrededor, no se perciben como una realidad única, es decir, que no podemos proyectar una copia exacta del entorno, en realidad lo que vemos es una composición de estructuras armadas con los múltiples filtros individuales de los seres humanos, a través de una serie de relaciones espaciales, direccionales, experiencias, articulaciones, sinergia y organizaciones perceptivas a las cuales Kanizsa engloba como los enigmas de la percepción.

Acerca de las bases de un lenguaje visual como hemos visto, aportan elementos —prácticos, abstractos— que utilizados bajo ciertos criterios de orden, así como estéticos, es necesario también atender aquellos elementos sígnicos que dan sentido identitario a un mensaje visual. Esto

es, incorporar en el esquema general de la gramática visual, la atención al discurso de manera objetual, incorporando estrategias de comunicación que haga más eficiente el uso de los elementos prácticos y abstractos de un lenguaje visual.

Las apreciaciones de Kanizsa (1986), se inclinan hacia el arte de las formas libres, es decir, sin un objetivo o fin en específico. Sin embargo, el diseño gráfico va más allá de una gramática visual que se sostiene en el arte. Si bien hay una similitud en ambas áreas el diseño gráfico está lejos de ser solo creación de formas. Es importante replantearse desde qué enfoques se estudian estos fenómenos visuales que involucran otras áreas de estudio, como la retórica del discurso inmersa en el lenguaje visual e inclusive verbal. Considerar otros campos del conocimiento como la antropología aplicada al diseño, atendiendo la adecuación simbólica cultural que ello implica, de manera que se identifiquen las necesidades comunicativas actuales. El reto para el diseño es lograr interpretar al intérprete, para diseñar una estrategia comunicativa asertiva.

Además, la información se ve afectada por la velocidad en la que se trasfiere, por medio de plataformas digitales que si bien, nos permiten tener acceso a una información visual sin límite, la discriminación de esta información visual atiende a la capacidad que tengamos de manejar la proyección-recepción del mensaje, que a su vez dependerá de atender elementos más allá de la practicidad del uso gramatical, cuyos componentes forman parte del lenguaje visual; igualmente entender aquellos fenómenos implícitos en la percepción visual humana, sumará a construir un sistema semiótico visual articulado (Figura 7), que en consecuencia proyecte significantes asertivos.

En suma, los seres humanos somos parte de un sistema que implica las relaciones articuladas entre infinitos signos propios y ajenos, lo que significa que tenemos la capacidad de generarlos y adoptarlos del mundo exterior. El fenómeno de la percepción sensorial mediante los sentidos nos permite conocer cada parte y sensación del mundo; es enigmático cómo podemos interpretar los signos según las experiencias; sin embargo, es así cómo ocurre el desarrollo en individuos significantes.

En general, los autores citados, coinciden en que el factor mecánico-físico por el cual percibimos el mundo visual es similar para todo ser humano, y sus preceptos son resultado de una

convivencia sociocultural. Por otro lado, no existirá un mundo físico con la semejanza absoluta del mundo actualmente percibido.

A lo largo en la historia de los estudios de la comunicación visual y áreas como el diseño, se han propuesto conceptos sobre la comunicación visual y su desarrollo discursivo. La evolución del concepto mismo ha versado en relación hacia las necesidades mediáticas de la sociedad; por lo que se considera que existen elementos que acogen de manera notable la descripción del concepto en estos tiempos, como el discurso inmerso en el fenómeno de la comunicación visual que es necesario entender su naturaleza y sus redes funcionales. Es de primer orden la necesidad de plantear un conjunto de estrategias comunicacionales que incorporen conceptos como la multiculturalidad, la importancia de la comunicación visual como responsable de significantes que son motores transformadores de una sociedad.

De la misma manera, es la cultura un fenómeno rector en la generación de significantes transmisores de ideas; y si bien el lenguaje visual nos permite hacer composiciones visuales para proyectar dichos mensajes, existen otros factores de relaciones espaciales dentro del formato como las direccionales, fondo-figura, segmentación del espacio, factores fenoménicos y preceptos que fortalecen de alguna manera a la disciplina de las artes.

CAPÍTULO 3.
**SUSTENTACIÓN
DEL MODELO DE
CONCEPTUALIZACIÓN
Y SIGNIFICACIÓN**



CAPÍTULO 3. Sustentación del Modelo de Conceptualización y Significación

En relación con los objetivos de este trabajo de investigación, es necesario encontrar las premisas teóricas que nos permitan fundamentar el modelo de significación y conceptualización, que forma parte de la estructura sistemática de procesos de comunicación, y ubicar el espacio donde tomará lugar en estos procesos metodológicos; por lo tanto, habrá que conocer la adaptación de los distintos métodos de creación-producción del diseño en diferentes momentos sociales. Las metodologías para el diseño han sufrido modificaciones, entre tanto, los sistemas de producción actuales. Estos cambios, se relacionan con las estructuras culturales dinámicas de una sociedad, a su vez, estos procesos de trabajo, se inclinan hacia la creatividad e intuición junto a una operatividad sistematizada (en lo posible) que pueda aproximarse a soluciones específicas en el diseño que se construyan con base en las relaciones entre la lógica, la ciencia, la creatividad y la técnica. Vilchis (1998), menciona que el universo de conocimientos y los fundamentos teóricos (lógica) del diseño, implica un análisis detallado de sus modelos (ciencia) así como los principios de la metodología y los argumentos conceptuales (creatividad-técnicos).

3.1 Conceptos generales para la formulación de un modelo

Uno de los fundamentos de la metodología es la lógica componente natural que forma parte del raciocinio humano. El razonamiento está compuesto por dos partes, como lo comenta Pomata (2017), la premisa y la conclusión; las premisas mantienen un papel de justificación o entendimiento del signo o fenómeno percibido en relación con la conclusión. Es decir, las premisas son las razones explícitas de una conclusión. La relación que mantiene la lógica con la producción de signos en un proceso de diseño es simple, ya que la naturalidad de la que hablamos en la lógica, nos lleva a deducir o inducir las posibles soluciones a problemas, aún sin haber investigado a conciencia. Sin embargo, la creatividad en un proceso deberá someterse a ciertos criterios reguladores para obtener conclusiones significativas.

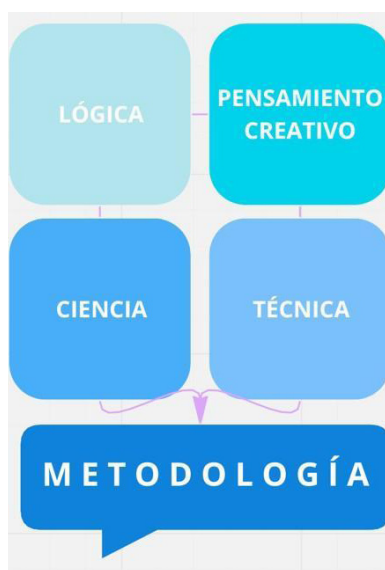
El pensamiento creativo desempeña un rol principal dentro de estos procesos; este fenómeno construye nuevas ideas o nuevas relaciones entre ideas y conceptos ya conocidos que proponen

soluciones innovadoras es posible que aporte nuevas preguntas sobre un problema ya conocido, sin dar necesariamente una solución; supone una relación de orden de signos mentales entre los que habrá una selección natural, que da origen a formular una estrategia planificada para generar dichos signos creativos. El pensamiento creativo supone un modo distinto de abordar las problemáticas, al volcar los esquemas de pensamiento tradicionales que filtran las relaciones de conceptos y abren otras posibilidades de soluciones.

Otros dos fundamentos en una metodología son la ciencia y la técnica que aportan al proceso de diseño precisión y orden, a su vez teorización para sustentar argumentos sobre las posibles soluciones a un problema. Las metodologías siguen una serie de pasos sistematizados, ordenados, así como estratégicamente la alineación y la cuantificación de datos en busca de un objetivo específico, planteamiento que tiene su origen en un método científico. (Figura 10) Conviene subrayar la importancia de los avances de la ciencia en asuntos tecnológicos, ya que es sobre la base de éstos avances, que se pueden producir diseños gráficos, facilitando su proceso con el uso de *software* hasta los métodos más modernos en impresiones.

Figura 10

Elementos básicos de una metodología



Nota: Se representa de manera abstracta la metodología y la manera en que se sostienen estos cuatro principios conceptuales: lógica, pensamiento creativo, ciencia y técnica. Elaboración propia

En el siguiente apartado analizamos los diversos matices en metodologías clásicas como la de Victor Papanek, Bruno Munari y Jorge Frascara, ya que dichos autores están relacionados a procesos proyectuales que se plantearon en los años setenta y ochenta. Sostenidas en tres estructuras abstractas: preconfiguración, configuración y posconfiguración de una idea, independientemente de las fases que mantengan en su desarrollo o el distingo que enuncie el método. En primera instancia, existe una propuesta de búsqueda argumentativa sobre lo que habrá de resolverse, así mismo, lo que fundamenta la creación de un diseño; en la segunda premisa se considera el desarrollo de dichos productos de diseño, y en la última se cumple con el principio poético.

Sobre la base de estas consideraciones nos enfocamos en conocer la diferencia entre los conceptos de metodología, método y modelo, con la finalidad de entender la función que corresponde a cada uno de estos, y rescatar los elementos que se necesitan para argumentar y estructurar la propuesta de solución a esta investigación doctoral.

Para hablar de metodologías, es importante referir que históricamente se considera a la Revolución Industrial como uno de los fenómenos impulsores del nacimiento del diseño gráfico, debido a los procesos de industrialización y producción que sustituyeron a la producción manual, y permitieron la evolución de la impresión publicitaria masiva. Esto daría paso a la apertura de la comunicación a gran escala. Como lo menciona Obregón (2017) a partir de este momento histórico, los avances de los medios publicitarios se valoran, entre otros, por su desarrollo técnico y las metodologías aplicadas.

Desde sus orígenes, los ejes de formación del diseño gráfico se encuentran en los campos de la tecnología, la investigación científico humanista, procesos y metodologías, la comunicación y el arte. Actualmente, la industria del diseño se basa en gran medida en la tecnología para su desarrollo y su producción. Los sistemas de software son cada vez más amplios en cuanto a oferta de paquetería para materializar las ideas del diseñador, una muestra de ello son las impresoras 3D que cuentan con un procesador de inteligencia artificial y ser capaces de reciclar materiales para usar en otras producciones (González, 2019).

La metodología para el diseño es un instrumento que implica adaptación hacia la mejora de un sistema operativo, que permite llevar al diseño a otras instancias formales, con el fin

de sistematizar, optimizar, organizar y sumar a la eficiencia de sus procesos de producción y concepción. Los procesos para el diseño suponen un avance en relación con los progresos tecnológicos de la ciencia en materia de diseño, por la tanto, están en constante intervención.

En relación a la semántica de la palabra metodología se reconoce una serie de métodos que dictan una investigación científica (en algunas ocasiones) de manera lógica y sistematizada en un fenómeno determinado. Para Vilchis (1998), la metodología del diseño implica “un conjunto de indicaciones y prescripciones para la solución de los problemas derivados del diseño, ella determina la secuencia más adecuada de acciones, su contenido y los procedimientos específicos” (p. 41).

Este conjunto de indicaciones secuenciadas, busca dar soluciones en correspondencia de la problemática planteada, sustentada en tres ejes fundamentales, que según Vilchis (1998) guardan una interrelación inseparable: teoría, método y técnica. Para la comunicación visual no existen métodos únicos como camino a la solución de problemas de diseño; dichos métodos están expuestos a diversos cambios según sea la necesidad. Por mencionar un caso, los métodos de conceptualización (que pertenecen a cierta fase de la metodología) se consideran dentro de la creatividad, técnicas de representación y técnicas de pensamiento entre otras; serán los propios diseñadores quienes en ese sentido, decidan el proceso.

Estos procesos creativos para el diseño tuvieron su momento de formalización e institucionalización académica en los años setenta, como lo comenta Fernando Julián (2017), quien aborda el auge de las metodologías para el diseño, hasta formar parte curricular como materia universitaria. Se hizo una reflexión entre la distancia que existía de la actividad proyectual en relación con las acciones tecnológicas-científicas, donde la industria de aquel entonces demandaba similitud de acciones como respuesta de los diseñadores. Es entonces que los procesos proyectuales se estructuran con una serie de pasos lógicos, sistematizados y organizados; que toma en cuenta el contexto y propone soluciones de diseño

Dentro de estos posibles métodos creativos, para la comunicación visual se recurre al proceso de brainstorm; técnica con tendencia a dos ejes fundamentales: la ciencia y la

creatividad. La cuál consiste en una lluvia de ideas relacionadas aleatoriamente con el tema central, y a la ciencia en cuanto a seguir un proceso sistémico dando como resultado premisas de cierta manera esperadas, reproducibles.

Se seleccionaron tres metodologías clásicas para el diseño como se mencionó al inicio de este apartado, de las cuales se retomaron sus elementos distintivos. El criterio que se utilizó para elegir las, radica en la importancia de los subproblemas en un proceso creativo, tal es el caso de la metodología de Bruno Munari (1968), dando la pauta para atender cada componente del problema principal. Así como priorizar el contexto como lo hace Papanek (1984) para la creación de objetos, considerando los aspectos psicológicos, con los que el usuario relaciona elementos culturales que le son familiares, de manera que se proyecte una conceptualización basada en los entornos propios de los usuarios. Y la relevancia que Frascara (1988) sostiene en el acto de comunicar inmerso en la producción de objetos de diseño, lo cual implica el desarrollo de una estrategia comunicativa.

A continuación se revisarán los principios básicos propuestos por estos autores: La propuesta metodológica de Bruno Munari (Figura 11) concentra los esfuerzos en dividir tantas veces el problema como sea posible, obteniendo subproblemas de los cuales se obtendrán otras interrogantes de investigación que se irán resolviendo durante el proceso. Propone una serie de pasos sistematizados que llevan un orden lógico, los cuales tienen como objetivo encontrar soluciones constructivas a problemas de diseño.

Figura 11

Elementos esenciales de la metodología de Bruno Munari y sus elementos

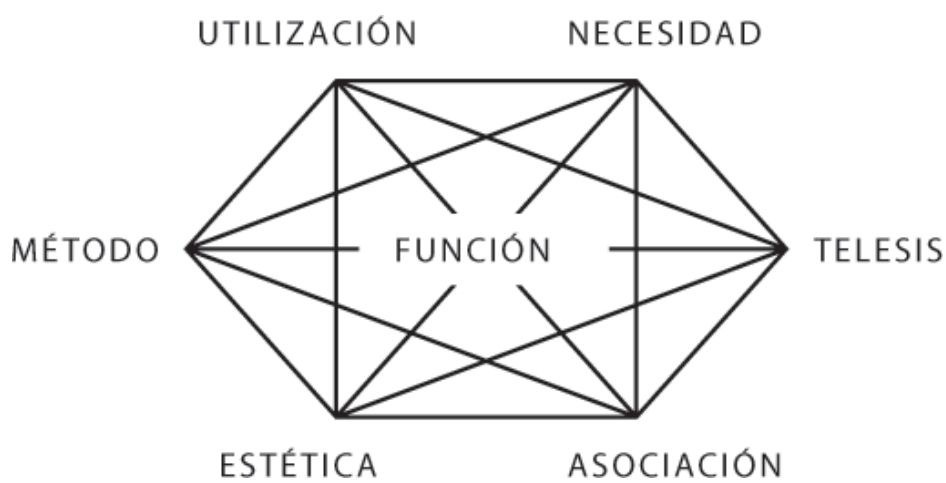


Nota: El hecho de que sea una metodología planteada con ciertos pasos ordenados no significa que sean inamovibles en cuanto a jerarquía y repetición, lo que da lugar a que el proyectista pueda someter a criterio propio, algunas fases del proceso para enriquecerlo. Figura adaptada de Munari tomada de Gràffica [Imagen] (2011, 30 de sep), <https://graffica.info/>

Papanek, por su parte, propone una metodología funcionalista, alejado de sostener pasos precisos sistematizados indicando cómo se realiza un producto (Figura 12), considera el elemento de la posmodernidad en aquellos años adentrándose en la significación ordenada, siendo consciente de la semántica objetual dándole valor al concepto. Es de primer orden la importancia que se le da a los materiales con que se producen los diseños con el objetivo de respetar el uso necesario del producto y no sumar al daño ambiental. En este proceso metodológico, la función y la estética deben estar en armonía. Propone una reflexión para hacernos conscientes de un diseño responsable, que suma y no que reste en calidad de vida al futuro del ser humano.

Figura 12

Elementos que componen de manera esquemática la metodología de Víctor Papanek



Nota: se representan los elementos esenciales de la metodología de Papanek, y cómo se relacionan sus elementos entre sí; dando prioridad a la función sobre cualquier otro componente. Tomado de Ecodiseño en EEAASS de Diseño Gráfico [Esquema] Oviedo, P. (2018, 20 de abril). <http://eaggraphicdesign.blogspot.com>

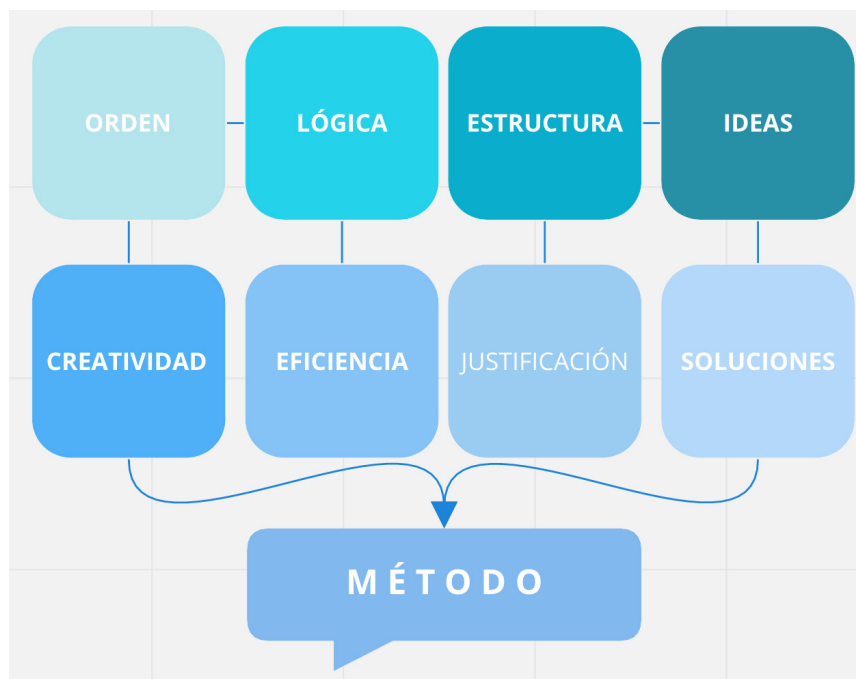
La propuesta de Jorge Frascara pone su atención en el usuario en relación con el diseño. El perfil del cliente es un elemento indispensable en este proceso metodológico, y así mismo atiende un sistema comunicacional y de visualización del destino del producto de diseño. El mismo autor, desarrolla una serie de estrategias que puedan ser aplicadas en distintos puntos del proceso creativo. Estos procesos guardan en común ciertas premisas que buscan una proyección en tres instancias de una solución a un

problema de diseño. La primera proyección refiere a una preconcepción de soluciones, problematizadas en cuestionamientos de investigación, la fundamentación teórica y los argumentos correspondientes, es decir una preconfiguración; en segunda instancia plantean una búsqueda conceptual argumentada en la preconcepción, configura propuestas o rutas de trabajo y, por último, la tercera premisa que es conducente a la deducción de conjeturas objetuales.

Los métodos en el diseño se entienden como una serie de pasos secuenciados que, a su vez, guardan un orden lógico y atienden una acción técnica y teórica. Los métodos funcionan para analizar sobre la posible solución de un problema, estructurar el proceso de creación y producción, de la misma manera que implican elementos creativos que suman a generar ideas. Estas condiciones heurísticas los convierten en procesos versátiles, es decir, que el orden de las fases del método puede cambiar en cualquier momento; sin embargo, nos proporcionan argumentos para sustentar el diseño que se ha generado, y suma en la eficiencia de trabajo evitando acciones sin sentido (Figura 13).

Figura 13

Elementos esenciales de un método



Nota: se presentan los elementos principales de un método relacionando los elementos de manera aleatoria, es decir, no necesariamente guardan un orden secuencial.

La palabra modelo como tal, proviene del italiano *modello*, siendo un diminutivo de *modus*, que significa “manera” (Raffi, 2020). El sentido de su significado, es la representación abstracta simplificada de una serie de relaciones entre los elementos de un sistema, con el objetivo de entender y reflexionar sobre su funcionamiento para mejorar su ejecución, o bien para imitar o reproducir este sistema.

Los modelos en el diseño gráfico o comunicación visual, tienen la función de representar esquemáticamente las relaciones que existen entre los distintos elementos que construyen un diseño, con el objetivo de describir, comprender o explicar ciertas premisas. Podríamos representar en un esquema los elementos del lenguaje visual, los principios de un sistema de comunicación visual y sus interacciones, el proceso de conceptualización de un objeto de diseño; un modelo de simplificación visual que nos suma a proyectar los elementos abstractos que componen un sistema, cualquiera que este sea, y la naturaleza de su función.

Existen distintos tipos de modelos según sea el propósito que corresponda. La variedad de ellos se utilizan para hacer representaciones físicas a escala de cualquier entidad, como puede ser un avión, una estatua o maquetas. Existen algunos más complejos utilizados en *softwares* o sistemas de computación. Los simbólicos son aquellos que utilizan la morfología del lenguaje visual para representar conceptos abstractos; son los más sencillos de realizar y por su naturaleza permiten obviar gran cantidad de lecturas debido a la visualización gráfica de datos. Es posible considerar al grupo de las infografías como modelos de información visual, ya que sintetizan datos científicos en elementos visuales.

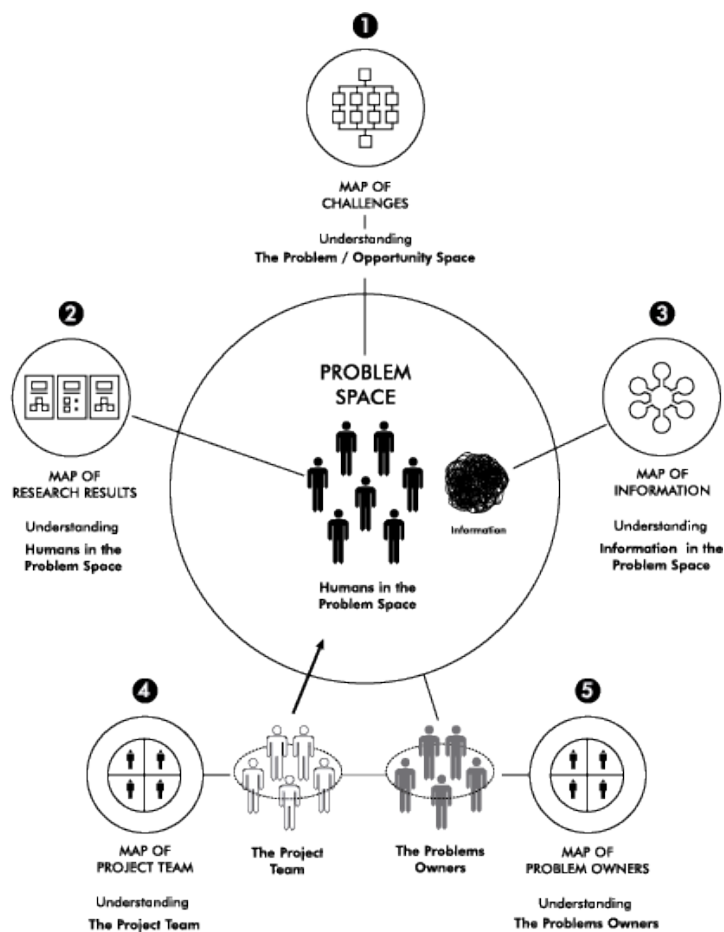
Uno de los modelos que resalta en la segunda década del 2000 dentro del diseño gráfico, es la propuesta por los diseñadores Garry Van Patter y Elizabeth Pastor (Taranto, 2013), quienes desarrollaron un sistema de trabajo responsable en el que el diseño es agente de cambio dentro de la sociedad. Este modelo se vale de herramientas enfocadas en los individuos, para sumar con las organizaciones a construir caminos por medio de la estrategia y la aplicación del modelo *SenseMaking visual* llamado así por los creadores (Figura 14).

El modelo se compone de cinco dimensiones para comprender: “el reto/problema/oportunidad en sí, las personas dentro del problema, la información, los propietarios y el equipo de trabajo que va a ayudar a los propietarios a resolverlo” (Taranto, 2013). Ambos diseñadores, Van Patter y Pastor, asumen la relevancia que conlleva la complejidad cultural y el trabajo multidisciplinar en relación con la praxis del diseño gráfico. Existe una preocupación referida en cómo deberá evolucionar el diseño y quiénes van a liderar la disciplina, en el sentido de responder con certidumbre a estos desafíos de la sociedad, aportando soluciones conjuntas con otras áreas del conocimiento en problemas complejos.

El modelo *SenseMaking visual* se enfoca en una idea humanista socialmente responsable; en ese punto es clara la comunión que hace con la propuesta de Papanek, que centra la función con responsabilidad social, y que, si bien la intención mediática es el cuidado del medio ambiente así como la función objetual, esta acción tiene beneficios directos para el ser humano. Son propuestas en tiempos distintos, sin embargo, la metodología de Papanek ya proponía una evolución del diseño buscando el mismo fin que Patter y Pastor (Taranto, 2013), una transformación social.

Figura 14

Modelo de SenseMaking visual



Human tific
Strategic Lab | Understanding Lab | Innovation Lab

Nota: Representación de los elementos que componen el modelo de *SenseMaking visual*. Tomada de I+DISEÑO [Esquema] Humantific . 2010, 12 de noviembre. <http://www.disenho.uma.es/>

Otro modelo de pensamiento sobre el diseño y los procesos de gestión, que fue desarrollado en la última década de los noventa, es el llamado *Design Thinking* (ITMadrid, 2020). Aunque el

concepto evolucionó y se expandió, fue hasta la segunda década del 2000 cuando se enfatizó el interés en este modelo de pensamiento que implica un proceso de diseño de productos y servicios en cualquier sector. Se basa en la innovación, en la creatividad, y tiene como centro de interés al ser humano mediante el concepto de diseño centrado en el usuario.

Sus características permiten resolver problemas de procesos de negocios, de emprendimiento. Atiende la empatía con el usuario, llevando cuidado en todo el proceso de gestión hasta la presentación y prueba del producto. Una de las cualidades del *Design Thinking* es la atención brindada a los conceptos abstractos como la inteligencia emocional, la motivación, emociones, liderazgo de equipos de trabajo, gestión de personas; ya que la esencia, de este modelo, es la relación e interacción de personas.

Este tipo de modelos representa la evolución de las sociedades y los aspectos que ahora deben ser considerados en la gestación cualquier idea, ya que proponen un trabajo multidisciplinario, consideran la competencia de un mundo globalizado en el que los intereses de los individuos cada vez son más diversos y magnificentes, y entre tanta demanda de productos es de vital importancia la necesidad de atender cada uno de los factores que envuelven un proceso poético en tiempos complejos. Este modelo tiene sus similitudes con la metodología de Jorge Frascara, centrada en las necesidades del cliente, sin embargo, la demanda social era otra, por lo tanto, las aristas evolucionaron para cubrir la demanda actual.

En conclusión, las metodologías de la época de los setenta, que tuvieron a bien institucionalizar la praxis de un método, dieron formalidad a la disciplina del diseño industrial y gráfico, y sumaron a encontrar procesos en donde se integrarían los fundamentos teóricos conceptuales, los métodos tecnológicos, la conceptualización creativa y semiótica del objeto.

Los modelos que se presentan muestran una similitud en relación con las prácticas evolucionadas del diseño gráfico y todos los elementos que forman parte de estas, ya que retoman elementos planteados en momentos anteriores; sin embargo, van sumando consideraciones en función con las necesidades sociales cada vez más complejas. Los elementos de significación resultan de principal relevancia en procesos donde el humano es el tema central del diseño.

Cabe destacar hacia dónde se han direccionado los productos de diseño, que, en tiempos pasados, eran resueltos por un individuo creativo que trabajaba en solitario, y atendía problemas de función y forma. Sin embargo, el trabajo con otras disciplinas empezó a ser necesario en estas estructuras de procesos que rompen el paradigma del diseñador “sentado haciendo proyecciones visuales”, ya que dentro de la misma evolución se involucran otras áreas de conocimiento, como la economía, las estrategias, las experiencias de uso, y en este sentido Patter y Pastor van al punto de ver al diseñador como parte del proceso estratégico que envuelve al cliente, a las personas mismas apoyando a equipos de trabajo a co-crear.

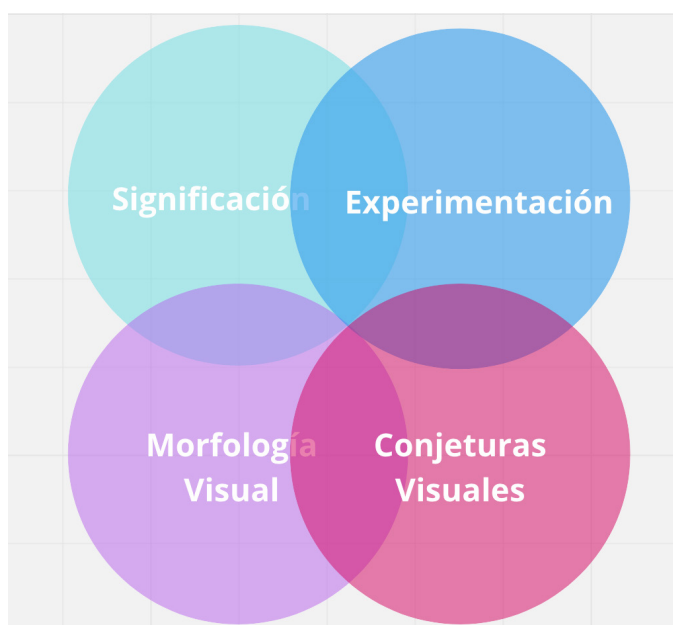
En los procesos de creación visual, existe una carencia en cuanto a aportar lineamientos para el sustento argumentativo de una producción de diseño. Mantienen atención particular en la producción y sistemas de proyección en mayor escala que en la necesidad de la estrategia comunicacional. Las metodologías que hemos mencionado, si bien indican fases en las que se atienden aspectos teóricos, no profundizan en atender otros campos del conocimiento para fortalecer la semántica del producto visual, esto se presenta como área de oportunidad y de estudio para los actuales modelos de creación visual. En el desarrollo de este trabajo doctoral se ha fortalecido la idea de que el acto de comunicar visualmente, es un fenómeno interpretativo, por lo que, es importante poner especial atención en otras áreas del conocimiento en el desarrollo de un diseño, como antropología, semiótica, retórica del discurso, psicología, entre otras para fortalecer los métodos proyectuales.

3.2 Sustentación para la construcción del Modelo Conceptual y de Significación

Del análisis del lenguaje conceptual utilizado en la realización de cualquier producto de diseño, se reconocen cuatro ejes, que sostienen al *Modelo Conceptual y de Significación* —el cual será identificado como **Modelo CS**—, A) Significación, B) Experimentación Visual C) Morfología Visual D) Conjeturas Visuales (Figura 15). Su propósito lleva a generar un análisis con ejecuciones formales en relación con las soluciones visuales en donde el diseñador sigue una ruta trazada que facilite la exploración de conceptos así como sumar con su criterio. En la Figura 15

Figura 15

Representación de los elementos que sostienen el Modelo CS



Nota: se muestran los cuatro ejes que componen el **Modelo CS**, cada uno de sus elementos mantiene la misma jerarquía dentro de las relaciones semánticas. Elaboración propia

En los siguientes párrafos se presenta de manera descriptiva cada una de las fases del **Modelo CS**, su origen, desarrollo y aplicación. Sobre la base del proceso de desarrollo de un concepto visual, se plantean elementos precisos que habrán de validar las relaciones entre signos que constituyen un sistema de comunicación, compuesto por un mundo semiotizado que, al reconocerlo como parte fundamental de cualquier proceso de emisión de mensajes, enriquecerá la carga de signica hacia un objetivo determinado (Figura 16).

Figura 16

Representación de la fase de proyección en la que se ubica el Modelo CS



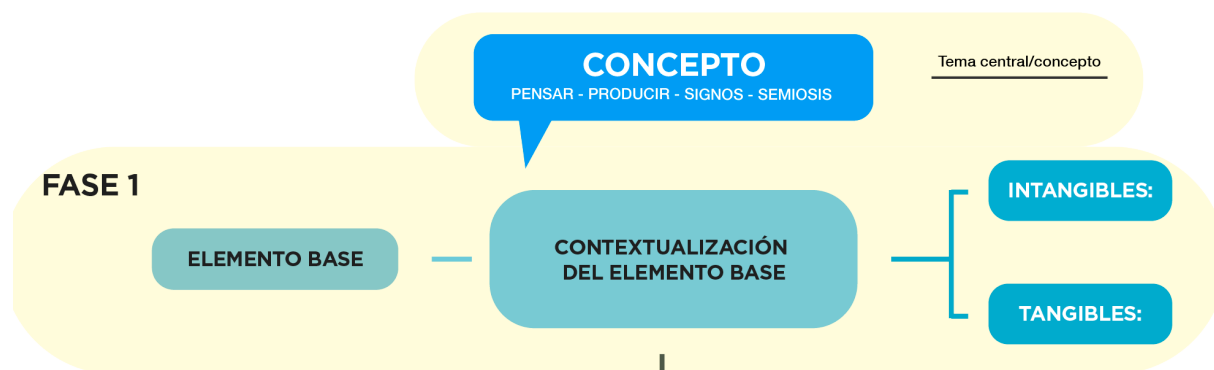
Nota: La inserción del Modelo CS, se considera una adaptación al interior del proceso metodológico que se encuentra entre la preconfiguración y la configuración, a razón de que, en la transición de la teoría al boceto, se pierde el concepto entre la forma y la función. Elaboración propia

Las primeras intenciones de representaciones gráficas relacionadas con un problema visual se asemejan a la caja negra de Christopher Jones (1950), que consiste en un diseño basado en la creatividad, la visión repentina, y la intuición por encima de la razón. Sin embargo, si bien se propone empezar por una semantización contextual de la idea y su relación icónica, este proceso lleva una dirección que procede de la etapa de preconfiguración, donde habrá una relación de signos teoría-ícono indisoluble.

El acto de conceptualizar requiere del pensamiento sígnico, según Peirce, el mismo pensamiento es un signo que se desdobra en otras tantas relaciones sígnicas de manera infinita (infinitos significados); la producción de signos mentales será conducente hacia búsquedas de lo deductivo hacia lo inductivo, bajo ciertos criterios en el sentido heurístico contextualizado en el origen del elemento base (la idea principal). Este procedimiento llamado *brainstorming*, es retomado de las metodologías que tenían como principio la liberación de ideas con cierta semántica, así, una lluvia de ideas es la base para iniciar con el proceso de búsqueda conceptual, tal como se muestra en la siguiente.

Figura 17

Elementos considerados en la primera fase del Modelo CS y su relación



Nota: Elaboración propia

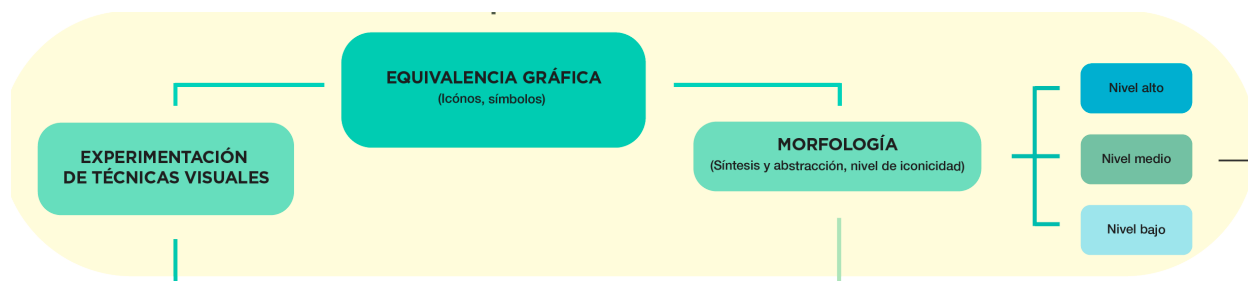
Velázquez (2008), en su intención de describir los conceptos proyectados en un objeto de diseño, expresa que la conceptualización es una representación simplificada de varios signos que percibimos y generamos. Los conceptos visuales se expresan mediante relaciones sígnicas semánticas-simbólicas (conos); las cuales son de atributos que se convierten en una entidad de

una idea abstracta, dando lugar a un objeto material que utiliza como principio la morfología visual como base de comunicación significativa.

Para proceder a relacionar los signos semánticos y generar los signos icónicos dentro del **Modelo CS**, en la Figura 18, se muestra una estructura conducente para el proyectista o diseñador, donde desde la semantización contextualizada, se empezará a construir una preconfiguración morfológica, experimentando niveles de síntesis gráfica, abstracción y creatividad en la equivalencia visual, con apoyo de las diversas técnicas de representación.

Figura 18

Elementos involucrados en la segunda fase del Modelo CS y sus relaciones



Nota: El objetivo de esta etapa es empezar a reconocer, desarrollar y explorar las relaciones entre palabra-figura-concepto, con apoyo desde la intuición y la creatividad del proyectista. Elaboración propia.

Significación y Experimentación (Primera y segunda fase)

Las significaciones no pueden ser lineales ni únicas, ya que están atadas a los códigos individuales de cada una de las entidades que forman el proceso semiótico que, a su vez, conlleva una atemporalidad relativa, es decir, que existe un significado en el momento que se genera, pero se emite otro cuando se materializa (el signo actuando en el mundo). Vilchis (2013) hace referencia de la importancia de atender el discurso semiótico inmerso en un diseño, lo considera

desde la retórica “tanto eidética como pragmática” (p. 121) que refiere a la correlación que existe entre la imaginaria y la semantización, que son capaces de darle sentido a un signo objetual “que forma parte de un proceso de comunicación matérica” (p. 125).

En este sentido, el discurso del mensaje implica una serie de relaciones entre elementos que constituyen “todo lo que significa”, o el “signo objetual”, de la idea abstracta a la semiosis del signo. La significación del mensaje forma parte de un proceso de comunicación visual entendida como un proceso de semiosis en el que intervienen códigos propios del individuo, esta manifestación visual es capaz de socializar el conocimiento, transformar un contexto, formar un criterio con base en composiciones visuales de pertinencia cultural; dichos elementos construyen un sentido y un lenguaje que forma parte de un diálogo social estratégicamente construido.

En estas fases del modelo se propone el análisis de los elementos descritos en el párrafo anterior, con el objetivo de construir la significación objetual que corresponda a la necesidad comunicacional que el problema de diseño requiera. Así mismo, se plantea una formalización morfológica en relación con la concreción de significados a través de los distintos elementos del lenguaje visual. Este fundamento teórico se desprende de la semiótica y la producción de signos, en particular los signos que interfieren culturalmente en una sociedad, siendo partícipe de un proceso de significación tanto consciente como inconscientemente. La significación de cualquier signo está condicionada a la interacción con otros signos, lo que será conducente a otro significado; esto es denominado semiósfera.

Bajo este enfoque se propone trabajar estas fases del **Modelo CS**, considerando todos aquellos elementos que, siendo tangibles o intangibles, convergen en un espacio que delimita la construcción de un individuo y sus contextos, sus hábitos, costumbres, religión, creencias, gustos, idioma, geografía (como se muestra en la Figura 19), ya que estas entidades producen un cúmulo importante de significación que debe considerarse en la producción de diseños conceptuales.

Figura 19

Elementos involucrados en la primera y segunda fase del Modelo CS y sus relaciones



Nota: Este proceso puede considerarse para cualquier sistema de comunicación atemporal ya que las significaciones y los sistemas son cambiantes. Habrá que entender el código del signo en el que está codificada la información que de cada análisis de caso resulte, en aras de estructurar un mensaje con los códigos y sistemas de comunicación visuales más acertados, es decir, un enfoque en semiótica cultural. Elaboración propia

Morfología y conjeturas visuales (Tercera y cuarta fase)

Existe una necesidad de comunicarnos visualmente, para ello requerimos el uso de signos visuales utilizando la sintaxis formal, que será la base del sistema de comunicación entre los receptores y los diseñadores. La misma evolución de los sistemas de comunicación en la actualidad demanda una constante consideración de características diversas, que por su naturaleza van cambiando. En la tercera fase del modelo, es necesario dar formalidad a la morfología visual por medio de la gramática visual, considerando los niveles morfológicos, la sintaxis, los niveles semánticos, y definir el código que previamente se ha identificado.

En cuanto a las composiciones visuales que materializan aquellas propuestas conceptuales, Kanizsa (1986), expone que existe una realidad fenoménica y una realidad física, y que la percepción

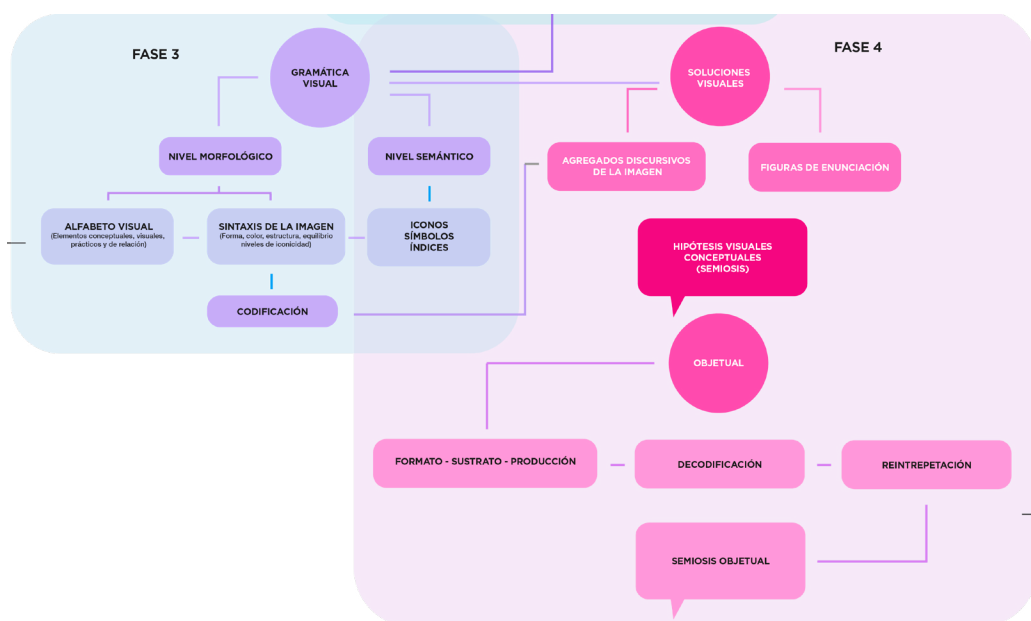
juega un papel importante en la interpretación de aquello que se proyecte. Los fenómenos perceptivos nos permiten aislar o resaltar atributos que no podrían ser resueltos de otra manera y permiten hacer diseño disruptivo, mediante el cual se presentan una serie de articulaciones estructurales entre signos visuales. Al respecto, Kanizsa (1986) comenta lo siguiente:

La existencia de una característica determinada en el plano físico (por ejemplo, la forma, el tamaño o el color de un objeto), no es siempre una condición suficiente para que esa característica se dé en el plano fenoménico. Es necesaria la presencia de otras condiciones [...] tarea fundamental de la percepción (p. 56)

En la Figura 20, se muestra la tercera y cuarta fase en donde se estructuran aquellas propuestas visuales que resuelven un problema de conceptualización, proyectándose en hipótesis gráficas codificadas en el sistema de signos conducente al contexto cultural y social, es decir, la semiosis articulada bajo un sistema de comunicación visual en el plano fenoménico, del cual la significación será reinterpretada dando como resultado un “signo conceptual-objetual”.

Figura 20

Elementos que interactúan en la tercera y cuarta fase del Modelo CS y sus relaciones

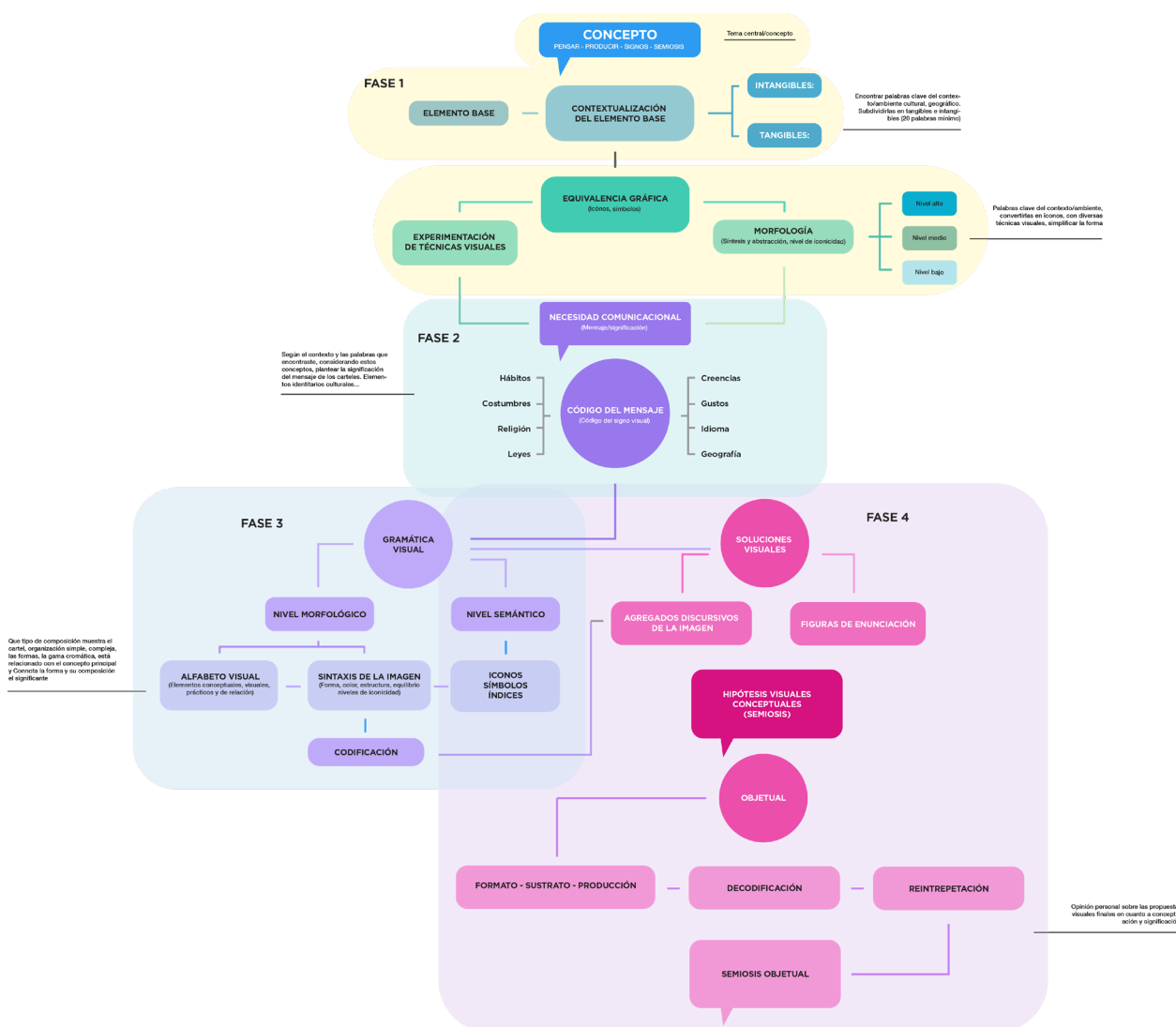


Nota: Elaboración propia

En la siguiente Figura 21 se muestra de manera completa el **Modelo CS** con todos los componentes y sus interrelaciones. Se han explicado por separado cada una de sus partes en relación a sus etapas, en el apartado anterior.

Figura 21

Sistema de relaciones en el Modelo CS



Nota: Elaboración propia.

3.3 Componentes del vínculo entre semiótica cultural visual fronteriza y fenómenos híbridos: caso Tijuana

El presente apartado tiene como objetivo hacer un análisis de algunas composiciones visuales Tijuanaenses, evidenciando los cuatro ejes propuestos en el **Modelo CS**, dejando ver aquellos significantes que forman parte de la estructura del concepto utilizado en cada imagen y de qué manera están relacionados. Para abordar esta comparativa analítica es necesario entender aquellos aspectos que dan sentido identitario a la ciudad, a razón de ello habremos de estudiar o describir elementos significantes de un entorno multicultural como Tijuana, uno de los principales enclaves de la frontera México-Estados Unidos, esto con el propósito de hacer presentes aquellos signos que se interrelacionan en su cultura visual.

La intención es describir lo que el común de las percepciones imagina de Tijuana en su condición fronteriza, y cómo los elementos fenoménicos de la percepción son tomados para incorporarse en una cotidianidad visual. Habremos de empezar por analizar cómo se construye el imaginario social de Tijuana y adentrarnos en el concepto de cultura híbrida en la frontera base de —las estructuras signíicas conceptuales de los sistemas de comunicación internos— que nos permitirán encontrarnos con los elementos esenciales que forman parte de una cultura visual fronteriza.

Existen culturas visuales muy particulares que proyectan una mezcla de signos culturales que van configurando propuestas híbridas en relación con sus significaciones, por ello es de suma importancia conocer las significaciones que subyacen dentro de otros signos —como lo menciona Eco— con miras a resolver los códigos actuantes en cada mediación entre unos y otros signos. En los siguientes párrafos, se describen los elementos que actúan como condicionantes para significar dentro una geografía híbrida, como lo nombra García Canclini (1990), las múltiples relaciones sintácticas en los sistemas de comunicación visual que han permitido el desarrollo de un llamado tercer lenguaje debido a la triple relación entre Tijuana, México y Estados Unidos.

Para aproximarnos al análisis de la cultura visual de Tijuana, empezaremos por distinguir el imaginario social tijuaneño con diversos elementos signícos. El concepto de imaginario social tiene su principio en que “Tijuana no es México”, podría ser una tierra de nadie y de todos, un sitio donde, por la naturaleza propia de las condiciones fronterizas, se adoptan signos identitarios de culturas diversas mediante el fenómeno de la hibridación cultural, que radica en la interacción de elementos históricos, de lenguaje, el arte, las técnicas, entre otros.

Entre los términos que se utilizan para nombrar los fenómenos sociales que convergen aun cuando sus procedencias son cultural y geográficamente múltiples, se han utilizado términos como sincretismo, hibridación y mixtura, considerado por Ceriana Cernadas (en Rubinelli, 2017) como sinónimo de hibridez cultural.

Autores como Saldívar, quien hace una clara diferenciación entre los conceptos de hibridación y sincretismo, alude a los procesos culturales en tiempos de la Colonia: migración de esclavos, fusión entre panteones religiosos, tradiciones y lenguajes (españoles/indígenas), construcción de ideologías occidentales. Así mismo, hace alusión a la posmodernidad, la desterritorialización de la cultura derivado de la migración internacional, desplazamientos que resignifican los símbolos locales y que producen múltiples identidades: “del mismo modo, se hace evidente el consumo de la cultura por vía de los anclajes de familias transnacionales y la mercantilización de lo diferente como categoría translocal (2017, p. 14).

Con base en el mismo autor, el sincretismo mantiene su significación con los procesos originales de una cultura, incluyendo sus métodos de organización política, su construcción de lenguaje nato, su ideología religiosa y sus creencias, raza, identidad; sin embargo, no considera los procesos de globalización en los que se ve inmerso el movimiento de desterritorialización a causa de la migración internacional. Esto refiere directamente al proceso de mezcla cultural en las fronteras, fenómeno que está presente en los procesos migratorios de la frontera norte de México. La resignificación es una de las características más importantes de la hibridación, ya que sugiere hasta un tercer lenguaje que nace a raíz de esta mezcla de elementos. Por ejemplo, a Tijuana se le ha llegado a llamar como la “tercera nación”; resultado de todas las fusiones que componen a una cultura híbrida relacionada con Estados Unidos como principal variante.

Por otro lado, García Canclini (1990) asevera que el término hibridación es superior al de sincretismo, ya que el primero se refiere a los procesos de integración/interacción y reconstrucción de culturales locales. Además, este fenómeno se caracteriza por la mezcla de distintos elementos e implica una sucesión de pasos para su adaptación. También hace referencia de la importancia de la modernidad como elemento que pone en peligro las tradiciones culturales; sin embargo, enfatiza que en América Latina no ha sucedido tal abandono cultural. Menciona a la globalización entre los procesos mercantilistas internacionales, movimientos ideológicos que cabrían en el término transculturalidad. De esta manera, el concepto de hibridación resulta el más apropiado para abordar los fundamentos de la cultura visual en Tijuana.

El cruce fronterizo más importante y transitado de la frontera México-Estados Unidos se ubica en Tijuana, donde existe un movimiento migratorio constante, multidireccional, y alimentado no solo por habitantes de la República Mexicana, sino de otros países —mayormente del continente americano—, flujo cuyo objetivo principal es el de llegar a Estados Unidos. Sin embargo, la mayoría de los migrantes no logran cruzar la frontera, por lo que al tiempo se ven inmersos en la cotidianidad del flujo social de Tijuana.

De este paso migratorio se derivan otros tantos fenómenos, entre ellos la interculturalidad y multiculturalidad, se entiende a la primera como la interacción entre los elementos de todas las culturas que se mezclan entre sí, como lo describe José M. Del Val Blanco: “en la interculturalidad están explícitos el contacto, la interacción y las correlaciones entre los portadores de distintas culturas, universos y bienes culturales” (2012, p. 111). La multiculturalidad se comprende como una manifestación de culturas que confluyen en un mismo espacio geográfico; derivado de esta correlación de signos se puede hablar de hibridismo idiosincrático, que conlleva una carga de significación manifiesta en toda expresión humana, una de ellas la cultura visual.

Es entonces que podemos concluir que las definiciones más cercanas a la temática cultural de la frontera en Tijuana son globalización, desterritorialización, interculturalidad, transculturalidad, hibridismo como resultado de la evolución del sincretismo, y posiblemente el más central para este trabajo doctoral es el de resignificación; que nos lleva a la construcción de un tercer lenguaje único, creativo, y con sentido de pertenencia identitaria.

Tijuana no necesita identificaciones, clasificaciones o interpretaciones, tiene su propia propuesta que no es mexicana ni americana, que tampoco es de aquí o de allá; es un punto de encuentro de muchos, donde convergen utopías subjetivas, algunas de ellas se vuelven tangibles y al mismo tiempo mutantes por el movimiento continuo de la naturaleza propia de la ciudad. Para comprender la significación de la cultura visual en Tijuana es importante destacar el papel que juega la historia con relación al imaginario social de la ciudad, construido por medio de las representaciones simbólicas en las distintas épocas, circunstancias y, sobre todo, en su carácter de frontera con los Estados Unidos. Heriberto Yépez (2018) se refiere a la representación simbólica de Tijuana como un producto histórico:

Tijuana la Horrible es, a final de cuentas, una representación compartida por todos. Es un “imaginario social” producto de la historia y el mito. El carácter fronterizo de la ciudad y las circunstancias históricas de su desarrollo temprano contribuyeron a generar el contraste entre un San Diego, que del lado norteamericano de la frontera, se esforzaba por proyectar la imagen de una ciudad pulcra, libre de vicios y tentaciones, sobre todo durante la prohibición; y una Tijuana que creció estimulada por una economía política del turismo del placer y del hedonismo negado a los habitantes de la opulenta San Diego, y por ello se trasladaban al otro lado de la línea para dar rienda suelta al gozo y al placer (Yépez, 2018, p. 273)

El autor nos sugiere una historia con tintes pecadores de los que pueden desprenderse algunos de los vituperios que aún recibe la ciudad. Se percibe como un mundo aparte donde se propone una Tijuana libre de actuar y donde el “tequila, sexo y marihuana” (cantautor Manu Chao, 1998)⁵ son cosa de diario. Al exterior de México, e incluso dentro del territorio nacional, es una de las credenciales de presentación más relevantes de la ciudad. No es mito, no es realidad, es una de las piezas de construcción de un imaginario social que se ha ido formando por décadas.

⁵ En 1998 el cantautor de rock Manu Chao produjo la canción “Welcome to Tijuana” que hace referencia al modus vivendi de la ciudad, en su discografía Clandestino. En dicha canción la frase —Tequila, sexo, marihuana— se quedó de alguna manera como identificativo de la ciudad.

El estudio de la historia de Tijuana con una perspectiva sociocultural y sociopolítica ha sido abordado, entre otros, por Humberto Félix, José Manuel Valenzuela, y Heriberto Yépez, quién además de escribir sobre la frontera, mantiene cercanía con tópicos relacionados al narcotráfico.

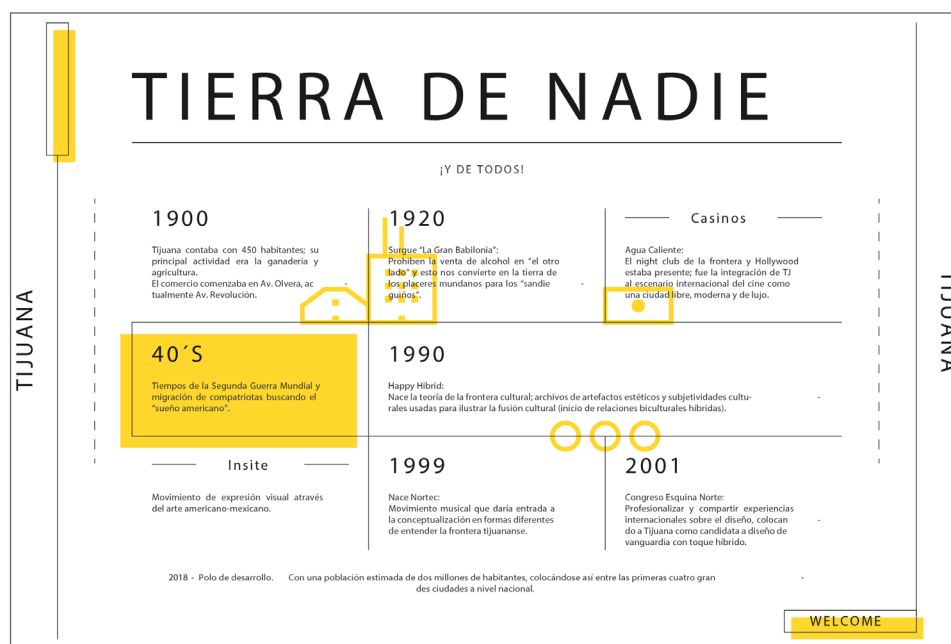
Algunos datos relevantes sobre los inicios de la historia de Tijuana es que para 1900, según el INEGI, contaba con 450 habitantes (en Felix, 2003) dedicados principalmente a la ganadería y la agricultura. El comercio era apenas una actividad que empezaba a generarse en la Avenida Olvera, hoy conocida como Avenida Revolución, misma que después sería testigo del crecimiento en todos los aspectos de esta Ciudad.

Para 1920, la cercanía con los Estados Unidos y la prohibición de la venta de alcohol “del otro lado” propició algunas de las etiquetas más oscuras de Tijuana, entre las que destacan Leyenda Negra, La Gran Babilonia, Tía Juana, el patio trasero de los gringos, Sodoma y Gomorra, entre otras tanta, mismas que revelaban un discurso compuesto por los excesos en materia de sexo, drogas, alcohol, prostitución, juegos de azar, y todo aquello que podía envolverse en los placeres mundanos del ser humano.

Fueron los turistas—santiaguinos, visitantes de San Diego, California quienes disfrutaban de su desahogo moral, como lo menciona Félix (2003), mientras se empezaba a gestar lo que es aún hoy parte fundamental de la historia negra de Tijuana. El crecimiento económico estaba basado en gran medida en la inversión norteamericana; los comerciantes tijuanaenses cubrían su necesidad de materia prima del “otro lado”, la capital del país no era una opción, y la inversión americana estaba enfocada en bares, casinos, cantinas, centros de entretenimiento, ferrocarriles para el comercio, “y de alguna manera aseguraban la supervivencia sea cual fuera el escenario” (Felix, 2003, p. 45). En la Figura 22, se resumen datos relevantes sobre la historia de Tijuana, buscando simplificar e interpretar de manera iconográfica el contexto histórico de la ciudad.

Figura 22

Referencias contextuales de la historia de Tijuana



Nota: Elaboración propia

Uno de los fenómenos más importantes en la construcción de significado y promoción pública de Tijuana como centro recreativo, casino de lujo y *night club* de la frontera, fue la presencia de la industria hollywoodense del cine en los años 20. Tijuana era proyectada a nivel internacional, y fue integrada a dicha industria como escenario —del cual fue parte en un importante número de películas— y como sala de recepción para artistas y directores del momento. Estados Unidos creó una percepción visual alusiva a una Tijuana libre, moderna y de lujo, desde el “otro lado” hacia acá. (Félix, 2003)

Es así como nace parte del discurso social que envuelve a la ciudad, mismo que compone la realidad percibida mediante las diferentes representaciones simbólicas, cuyas expresiones pueden verse en corridos, películas, imágenes, composiciones literarias, entre otras, que a su vez van dándole sentido a la significación cultural. La frontera es el principal referente para la construcción del imaginario social de Tijuana; Campos (2012) menciona tres dimensiones para

entender la identidad de frontera: la histórica, física y simbólica. Al respecto Foucher (1991) comenta que “la primera alude al momento socio histórico en el cual fueron delimitadas, la segunda a la infraestructura de control implementada por los Estados nacionales y la tercera concierne a los referentes de inclusión y exclusión que en ella se materializan” (en Campos, 2012, p. 112).

Estos elementos no pueden separarse en el imaginario colectivo, ya que hay una construcción de identidad que parte de la historia en ambos lados de la frontera: el “otro lado” y “de este lado”. Los elementos simbólicos culturales están entrelazados, desde el lenguaje (*epanglish*: mezcla de los idiomas español-inglés) hasta las múltiples costumbres cotidianas de ambas nacionalidades. Un ejemplo de Tijuana como polo de atracción migrante son las empresas maquiladoras, la mayoría de origen japonés, coreano y norteamericano, que representan una de las principales fuente de empleo en la ciudad, oportunidad laboral que conlleva la promesa de mayor bienestar y calidad de vida. Sin embargo, la principal razón de la migración es el llamado “sueño americano”, entendido como “cruzar al otro lado” con miras de buscar una mejor calidad de vida, objetivo que no siempre se logra. Algunos migrantes se ven obligados a establecerse en la ciudad al no acceder a Estados Unidos, lo que ha provocado que en la Tijuana contemporánea existan comunidades de migrantes chinos, coreanos, haitianos, salvadoreños,, hondureños, entre otros.

Estos son algunos de los fenómenos sociales que se viven en el cruce fronterizo más importante del continente americano, provocando que los distintos signos que se unen y se resignifican por su interacción, den forma a una identidad cultural híbrida que se percibe en el imaginario social de Tijuana; imaginario convulso, intercultural, transfronterizo, donde la ciudad, más que ser un espacio de paso, es un sitio que abraza a quien decide quedarse, un hogar donde caben todos. Hablamos entonces de una ciudad cosmopolita para ser de “provincia” (como se nombra desde la visión centralista en el país) que se levanta con la fuerza identitaria de la gente que en ella habita y que, a su vez, es señalada por el crimen y los vicios. Eléctrica, vanguardista, dinámica, múltiple en sus significaciones. Su relación con el servilismo americano californiano deja mitos, analogías, migración, encuentros y desencuentros. Mezcla de etnias, costumbres, lenguas, colores y religiones. Tijuana la bella, Tijuana la noble, Tijuana la pecadora, Tijuana la

fiesta, Tijuana la criminal, Tijuana la sirvienta, Tijuana la trabajadora, Tijuana la pocha, Tijuana en la imaginación de todos y de nadie.

Cada cultura construye su propio imaginario mediante el cual se representan a sí misma. La estructura principal del imaginario social de Tijuana se plantea en la Figura 23, que muestra una propuesta de tópicos que se entrelazan unos y otros que surgen de la investigación que se llevó a cabo sobre las descripciones de frontera, cultura, interculturalidad, entre otros, siendo palabras recurrentes entre los diversos autores que se encontraron.

Figura 23

Taxonomía de referentes del imaginario social de Tijuana



Nota: Elaboración propia.

Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana

La concepción del imaginario social se refleja en las manifestaciones de comunicación humana, dejando en claro que el concepto de hibridación es una de las características principales para entender el mundo fronterizo. La comunicación tiene varias vertientes, entre las que se encuentra la visual, vertiente que ha sido una de las principales exponentes del contexto social fronterizo. Según García Canclini (1990), habremos de concebir hasta un tercer lenguaje en la interculturalidad de la frontera: el lenguaje híbrido. En 1990 nace el movimiento del *happy hybrid*, *inSITE* que con base en Yépez (2005) representaba la teoría de la frontera cultural entre Estados Unidos y México, como a continuación se cita:

En los años noventa, la frontera cultural entre México y Estados Unidos fue motivo para una teoría del *happy hybrid*: archivo de artefactos estéticos y subjetividades culturales usadas para ilustrar la fusión o mezcla entre culturas, y donde las tensiones, fricciones, fallas, contradicciones, desigualdades, fisiones incompatibilidades se relajaban (p. 976)

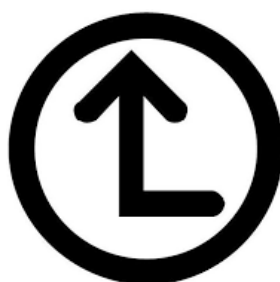
Era el inicio de las relaciones artísticas culturales híbridas reconocidas que mostraban, por medio de la cultura visual, lo que en ese momento sucedía. En esa misma década se presentaron otros movimientos no menos importantes como *inSITE*, que mantenía los mismos objetivos de expresión visual por medio del arte con la temática de la mezcla mexicoamericana, desde la gráfica hasta la música electrónica-norteña, pasando por los performances, la literatura, el cine, entre otros. *InSITE* logró permanecer hasta el 2004.

A principios del 2001 se realiza por primera vez el congreso de diseño *Esquina Norte*, con el fin de profesionalizar y compartir experiencias de actualización sobre el diseño en todas sus áreas, sumado a proyectar a Tijuana como candidata a formar parte de un diseño de vanguardia.

Esquina Norte, evento organizado por Johana Mora en todas sus ediciones (CECUT, 2011), permaneció 10 años en Tijuana, logró el objetivo de reforzar la cultura visual centrada en el diseño tijuanaense, y se proyectó en el ámbito internacional al cumplir con un distintivo de toque híbrido. Se muestra en la Figura 24, el logotipo del congreso internacional de promoción.

Figura 24

Logotipo del Congreso Esquina Norte



Nota: Logotipo conceptualizado con elementos identitarios propios de la ciudad de Tijuana: la esquina de México, donde das vuelta hacia el centro de la república, la esquina fronteriza.

Zoomx:<http://www.zoom96.mx/festival-esquina-norte-156/>

Para 1999 nace el movimiento musical electrónico *Nortec*, que daría entrada a la conceptualización en formas disímiles de entender la frontera tijuanaense y sus particularidades⁶. Señalaba la mezcla de los elementos básicos americanos y los mexicanos a partir de una estrategia de comunicación, resaltando los significantes principales de ambas culturas dando como resultado una imagen norteña-mexicana-americana. El Centro Cultural Tijuana (CECUT) recogió en el libro *Obra negra*, las impresiones artístico visuales de las que Tijuana ha sido testigo a lo largo de la historia. Una aproximación a la construcción visual de Tijuana en donde se menciona a *Nortec* como:

La materialización e internalización de la frontera, como un espacio de cualidades únicas capaz de formular un código nuevo y propositivo, con base en la fusión e hibridación, que manifiesta el suceder, ser y estar de la cultura transfronteriza global (CECUT, 2012, p. 84)

A continuación, se hace un ejercicio de aplicación del **Modelo CS**; cabe destacar que este tiene la particularidad de funcionar tanto para la creación de hipótesis visuales como para hacer análisis sobre una solución visual ya resuelta con la intención de verificar su sentido por medio del análisis de los elementos que componen las interrelaciones de signos, en una ejemplificación de expresiones visuales en la frontera norte, específicamente Tijuana, ya que como se ha mencionado, existen

particularidades⁶ de sentido de la cultura visual que pueden distinguirse en ello. En ese sentido, se trae una imagen que resulta icónica para la visión fronteriza, en este caso —*Paso del Nortec*— y la relación que mantiene con las fases del modelo.

En la Figura 25, se muestra la imagen que representaría el fenómeno de *Nortec* y que también se utilizó para la portada del libro *Paso del Nortec: This is Tijuana!* Esta edición se realizó en el 2004 y muestra una recopilación de los signos visuales más evidentes de la mezcla de culturas, la mexicana y la norteamericana y norteamericana. Proyecta el movimiento creativo de diseñadores, artistas visuales y músicos. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, fue quien apoyó a José Manuel Valenzuela, José Luis Paredes y Josh Kun, responsables de esta producción editorial, sumando a Fritz Torres, diseñador originario de Tijuana, como creador del logograma.

Figura 25

Logograma del Congreso Esquina Norte



Nota: realizado por el diseñador tijuanaense Fritz Torres. Tomado de Ananimation [Logogramatipo] <https://www.ananimation.design/project/paso-del-nortec-this-is-tijuana/>

⁶ Actualmente se considera a los Tucanes de Tijuana y el grupo musical Tijuana NO, como referencias en movimientos sociales fronterizos.

Con el propósito de hacer más sencilla la distinción de las fases y los cuatro ejes que sustentan el **Modelo CS**, se maneja el código del color con relación al esquema que se muestra en la Figura 15.

Significación
Experimentación
Morfología
Conjeturas visuales

Significación (Primera fase del Modelo CS)

En esta primera fase del modelo se contextualiza la idea principal, encontrando todas aquellas palabras que de alguna manera estén relacionadas en ese sentido. En La Figura 25, encontramos que la semantización está contextualizada en los elementos abstractos y tangibles de la frontera norte. La frase —*Paso del Nortec*— refiere una analogía del nombre —Paso del norte— canción popular nortea, que trata sobre un hombre quien se va a Estados Unidos en busca de tener mejores oportunidades de vida para sostener a su familia. Ante esa decisión deja a su gente en México. Se enfrenta a experiencias desafortunadas en el intento de cruzar ilegalmente la frontera y finalmente fracasa en su intento (Historias de vida cotidianas en la frontera México- Estados Unidos). Por otro lado, hace uso de elementos rescatados del fenómeno de la subcultura del narco en Tijuana, que forma parte de la compleja cotidianidad de la sociedad, así mismo es parte de la configuración de la ciudad.

La idea central: Concepto —Paso del Nortec—

- 1) De aquí surge semántica tangible e intangible que genera una serie de conceptos como referentes de Tijuana: Desierto, sol, arbustos, cerros, inmigrante, coyote, migra, troca,

frontera, ilegales, balas, río, bordo, agaves, norteño, botas, la línea, muerte, pistolas, tejana, drogas, sueño americano, dólares, ilusiones, familia, cultura, espanglish, narco, multicultural, binacional, inseguridad, los curios, fila, chafa, curada, calafia, baika, fierro, tirar party, morros, soda, nos wachamos, tijuaneado, carrilla, 100 bolas, echar un shower, ir por unas birrias, filerear, agüitar, entre otros.

Significación codificada a la interpretación semiótica de frontera norte de México: Tijuana

Desierto: calor, reseco, animales, soledad, cruce ilegal. **Sol:** elemento natural, sol del desierto, calor, muerte, sed. **Arbustos:** matorrales propios del desierto en el cruce fronterizo, café, espinas, alergias. **Cerros:** las cuestas de tierra que se cruzan para llegar —*al otro lado*—. **Migrantes ilegales:** aquellos que cruzan a Estados Unidos sin tener documentos. **Coyote:** personaje delincuente que por una importante suma de dólares cruza a Estados Unidos a personas de manera ilegal, por caminos desconocidos en los cuales arriesgan la vida. **Migra:** policía que resguarda la frontera, vía terrestre, aérea o marítima; generalmente utilizan unos lentes de sol muy característicos.. **Frontera:** la línea divisoria entre México y Estados Unidos. **Bordo:** la pared construida a lo largo de la geografía que divide México y Estados Unidos. **El otro lado:** Estados Unidos. **Norteño:** habitante de los estados de norte del país que mantiene algunas características de lenguaje y vestimenta que lo identifican como tal. **La línea:** así se le llama cotidianamente a las casetas en donde se muestra la visa para cruzar a Estados Unidos. **Tejana:** sombrero de un norteño. **Sueño americano:** alcanzar la superación económica y personal al irse a vivir a Estados Unidos. **Dólares:** billetes americanos. **Espanglish:** mezcla del Inglés-español. **Narco:** personaje dedicado al negocio ilegal de las drogas. **Curada:** término que se usa para decir algo que te parece divertido o es aceptado. **Calafia:** se le llama así al transporte urbano-público que se utiliza para desplazarse en la ciudad, **Morros:** jóvenes. **Baika:** palabra que resulta del *espanglish baika, baika*(bicicleta). **Parquearte:** palabra que resulta del *espanglish: parking, parquearte* (estacionarte). **El otro lado:** Estados Unidos. **Tirar party:** resulta del *espanglish* hacer fiesta. **Morros:** jóvenes. **Soda:** refresco. **Nos wachamos:** resulta del *espanglish watch* (vernos),

nos *wachamos* (nos vemos). Estas son algunas de las referencias semánticas con las que se convive en la cotidianidad de la frontera.

Experimentación visual de la semántica

No es posible representarla con este ejemplo de *—Paso del Nortec—* ya que no se cuenta con los bocetos experimentales de la semántica. Sin embargo, aún cuando no se cuente con la parte experimental de la semántica-ícono es posible confirmar que fue parte del proceso de creación, ya que sí encontramos una serie de referencias icónicas que representan la semántica de lo que se conoce de Tijuana.

Experimentación (Segunda fase del Modelo CS)

De la misma manera que en la fase anterior no es posible representarla con este ejemplo de *—Paso del Nortec—* ya que no se cuenta con los bocetos experimentales de la técnica. De manera que podemos aplicar el análisis de la imagen sin aplicar las cuatro fases en su totalidad. El modelo tiene la característica de aplicarse en un proceso conceptual-visual, en otra instancia también puede utilizarse como medio de análisis de discursos visuales; de tal manera que si lo aplicamos para desarrollar conceptos visuales conceptuales, será necesario abordar las cuatro fases del modelo ya que se construye un discurso visual desde el origen. En el segundo caso, cuando el modelo se utilice para hacer análisis, es posible obviar las primeras dos fases del modelo, que deducen las semánticas y significaciones según las conjeturas visuales que tengamos como caso de estudio.

La significación discursiva atiende el discurso del mensaje, conlleva una serie de relaciones entre elementos que constituyen “todo lo que significa” o el “signo objetual”, de la idea abstracta a la semiosis del signo, de manera que: *—Paso del Nortec—* representa un norteco sin una identidad concreta pero empoderado, aguerrido, alude a un norteco que puede tomar la identidad que haga falta en relación con los signos híbridos-fronterizos. Por otra parte, existe en el imaginario social la relación con la frase “*Welcome to Tijuana, tequila, sexo, marihuana*”, planta que aparece en la vestimenta del personaje, que a su vez podría ser un narco-norteco. *Nortec* fusiona los conceptos

musicales electrónico y norteño, representa aquello propio del norte, lo norteño tijuanaense, que alude a ambos lados y a la frontera misma. La interrelación de todos estos elementos constituye el precepto de todo aquello que significa; desde la idea abstracta hasta la semiosis del signo que deberá cumplirse al decodificarse el mensaje, en la percepción de los receptores que cuenten con el código en el cual está construido.

Morfología (Tercera fase del Modelo CS)

La tercera fase del Modelo CS es la morfología, referida a todos aquellos elementos que formarán parte de la composición, atenderán la gramática visual y sus referentes. De acuerdo a este principio la sintaxis visual de este logograma se compone de un elemento concéntrico que atiende a una posición jerárquica en el plano, de ahí que el peso de los elementos visuales que lo acompañan mantienen una disposición simétrica aun cuando no tenga las mismas proporciones visuales en ambos lados. Hay una intención de enfatizar el nombre —*Paso del Nortec*— con la composición tipográfica en la cual se proyecta; la técnica de representación visual refiere a un trazo contemporáneo, con un nivel de abstracción figurativo medio realizado en alto contraste. En otro sentido, la tipografía connota música electrónica mezclada con los sonidos norteños originales, dinamismo y el folclor propio de Tijuana. Las relaciones que mantienen los elementos mencionados constituyen un lenguaje visual codificado en la morfología representativa de un norteño, pistolas, botas, tejana y un especie de luz que da contraste a todas estas formas; figura retórica.

Conjeturas visuales (Cuarta fase del Modelo CS)

En la cuarta fase del Modelo CS, se muestra la conjetura visual que responde a la posible solución en donde se proyectan todas las relaciones sígnicas actuantes en ella. Las posibilidades de hipótesis son infinitas así como sus significantes. En la propuesta de —*Paso del Nortec*—, obtuvimos un logograma provisto de signos lingüísticos y visuales que cumple con cada uno de los criterios planteados, en aras de formular un concepto asertivo según el contexto cultural para el que fue realizado.

3.4 Aplicación de instrumento para valorar el Modelo CS

Para comprobar la funcionalidad y operatividad, se diseñó y aplicó un instrumento de medición, que tiene la intención de contrastar el **Modelo CS** con respecto al análisis de composiciones visuales que implica diversos actores.

El enfoque metodológico es cualitativo, con una selección de muestra no probabilístico, parcial, a partir, de los siguientes criterios: conocimientos previos que tenían los sujetos sobre composiciones visuales, edad, ubicación geográfica, estudiantes y profesionistas. Otra consideración para la selección fue la viabilidad con la que se contó para tener acceso inmediato a esta población, dado que profesionalmente se tiene trato directo con los sujetos; lo que permitió un trabajo básicamente fluido. La muestra se organizó en tres grupos para la aplicación del instrumento.

Se solicitó el apoyo de dos docentes diseñadoras, quienes accedieron a aplicar dicho instrumento, al grupo 1 y grupo 2. Esta aplicación fue por correo electrónico, dadas la contingencia de salud pública actual. Las maestras hicieron el contacto con los estudiantes, quienes regresaron el material resuelto por la misma vía. (cada uno de ellos). Por otra parte, se contactaron a los tres diseñadores profesionales a quienes se les hizo llegar el instrumento vía correo electrónico, con instrucciones para su solución. Básicamente se solicitó diseñar un cartel basado en las cuatro fases del Modelo CS. Ellos enviaron su respuesta convertida en propuesta de cartel. El primer contacto que se tuvo, fue para poner a realizar la prueba piloto del instrumento. La diseñadora señaló no haber entendido un par de instrucciones quedando modificadas según su sugerencia. Los resultados obtenidos se cuantificaron según el instrumento de medición, visualizando dichos datos en gráficas comparativas, que finalmente a criterio personal basada en la experiencia, conocimiento y dando prioridad a los objetivos de la investigación fueron interpretados.

A continuación se detalla la selección de muestra, la descripción de los grupos que participaron, así como, los instrumentos de aplicación aunado al material con el que se complementó el experimento. La muestra se compone de 57 sujetos. De los cuales, 30 son estudiantes inscritos en dos últimos semestres de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Baja California, unidad Valle de las Palmas (Tijuana). Los rangos

de edades de los estudiantes se encuentran entre los 23 y 24 años de edad, en su mayoría originarios de Tijuana.

Los sujetos cuentan con conocimientos de composición visual, así, como teoría conceptual del diseño. De la misma manera, tienen acceso a un computador. 24 alumnos más, son estudiantes de los dos últimos cuatrimestres de Diseño, en Universidad Xochicalco campus Ensenada. Los rangos de edades de los estudiantes se encuentran entre los 21 y 23 años de edad, en su mayoría originarios de Ensenada. Los sujetos cuentan con conocimientos de composición visual, así, como teoría conceptual del diseño. De la misma manera, tienen acceso a un computador. Los tres sujetos restantes son profesionistas del Diseño Gráfico, con tres años de experiencia en el desarrollo de conceptos visuales. Originarios y residentes de Tijuana, Baja California.

Características específicas del GRUPO 1

De esta muestra de sujetos, 27 conforman el grupo 1, de los cuáles 20 pertenecen a la Universidad Autónoma de Baja California, unidad Valle de las Palmas (Tijuana) y 7 a la Universidad Xochicalco campus Ensenada. Rangos de edad entre los 21-24 años. En su mayoría originarios de Tijuana y Ensenada. Estudiantes del último año de la licenciatura. Los sujetos cuentan con conocimientos de composición visual, así, cómo, teoría conceptual del diseño. De la misma manera, tienen acceso a un computador.

El instrumento de reactivos que resolvieron se orientó para obtener información en dos sentidos; el primero con respecto a la valoración de la conceptualización morfológica y el segundo en relación a la valoración de la conceptualización significativa, de manera que se formularon en factores:

- Los elementos visuales organizados que transmiten un mensaje multicultural de Tijuana.
- Uso tipográfico que de acuerdo a su forma transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.
- Los principios del diseño aplicados en la composición visual

- Uso de elementos compositivos de la imagen, por ejemplo agregado discursivo y figuras de enunciación (ejemplo, metáforas visuales, principios Gestalt,)
- La significación del mensaje
- Código multicultural de Tijuana
- Identificación de significantes aplicados en la gramática visual

El material complementario a la rúbrica de valoración que se les proporcionó, es específicamente sobre elementos significantes de tres carteles promocionales del Congreso Esquina Norte, realizado en Tijuana del 2000-2010. Evento que tenía por objetivo promover el Diseño Gráfico Internacional, elevar la calidad del diseño local y dar a conocer lo que se estaba construyendo en el Norte del país en ese ámbito. De la misma manera que promovía la motivación competitiva de los estudiantes, académicos y los profesionistas del diseño. Este congreso se convirtió en el evento de diseño más importante en el Noroeste de México, del 2000 a la actualidad; razón por la que se eligieron tres carteles (figs. 26, 27 y 28), que además muestran una propuesta gráfica híbrida en sus elementos compositivos, así como de la atemporalidad del concepto de hibridismo; hecho que se ve proyectado en los tres materiales de diseño que se produjeron en el año 2000, 2003 y 2010. Cabe mencionar que los creativos de estas composiciones visuales son autores distintos. La selección entre dichos años nos permite precisamente comprobar que los elementos del hibridismo fronterizo siguen presentes entre el inicio de la década y el final de ella. De esta manera dan pautas del conocimiento del norte en relación a los expresiones visuales sugeridas en una línea del tiempo. Para la aplicación del instrumento los sujetos contaron con:

- El material de análisis tres carteles promocionales de Esquina Norte, años 2000, 2003 y 2010.
- Una rúbrica para valorar la conceptualización morfológica y significativa.
- El Modelo (CS)
- Material de análisis (Carteles originales de Esquina Norte)

Figura 26

Cartel 1. Promocional del primer Congreso Esquina Norte



Nota: Material compartido por la autora del evento Johana Mora

Figura 27

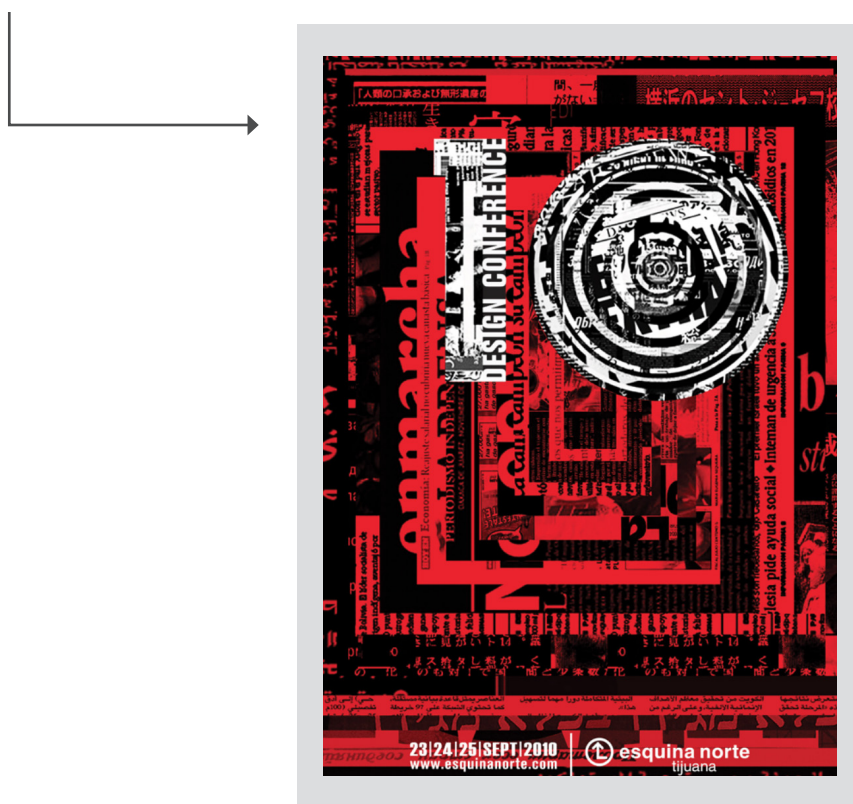
Cartel 2. Promocional del tercer Congreso Esquina Norte



Nota: Material compartido por la autora del evento Johana Mora

Figura 28

Cartel promocional del primer Congreso Esquina Norte



Nota: Material compartido por la autora del evento Johana Mora

Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana

Rúbrica para el análisis de cartel

La siguiente rúbrica se diseñó para hacer un análisis de contenido de uno de los carteles de Esquina Norte, con la intención de considerar dos aspectos fundamentales: **los elementos conceptuales proyectados en la forma y los elementos compositivos connotados en los significantes**. Se indica un valor de 1-4, en donde 4 es el más alto de acuerdo a la valoración de cada factor descrito según tu criterio. De esta manera nos permitirá asignar porcentajes en relación a cada rubro comprobando la funcionalidad y operatividad del modelo en función de un análisis.

Rúbrica

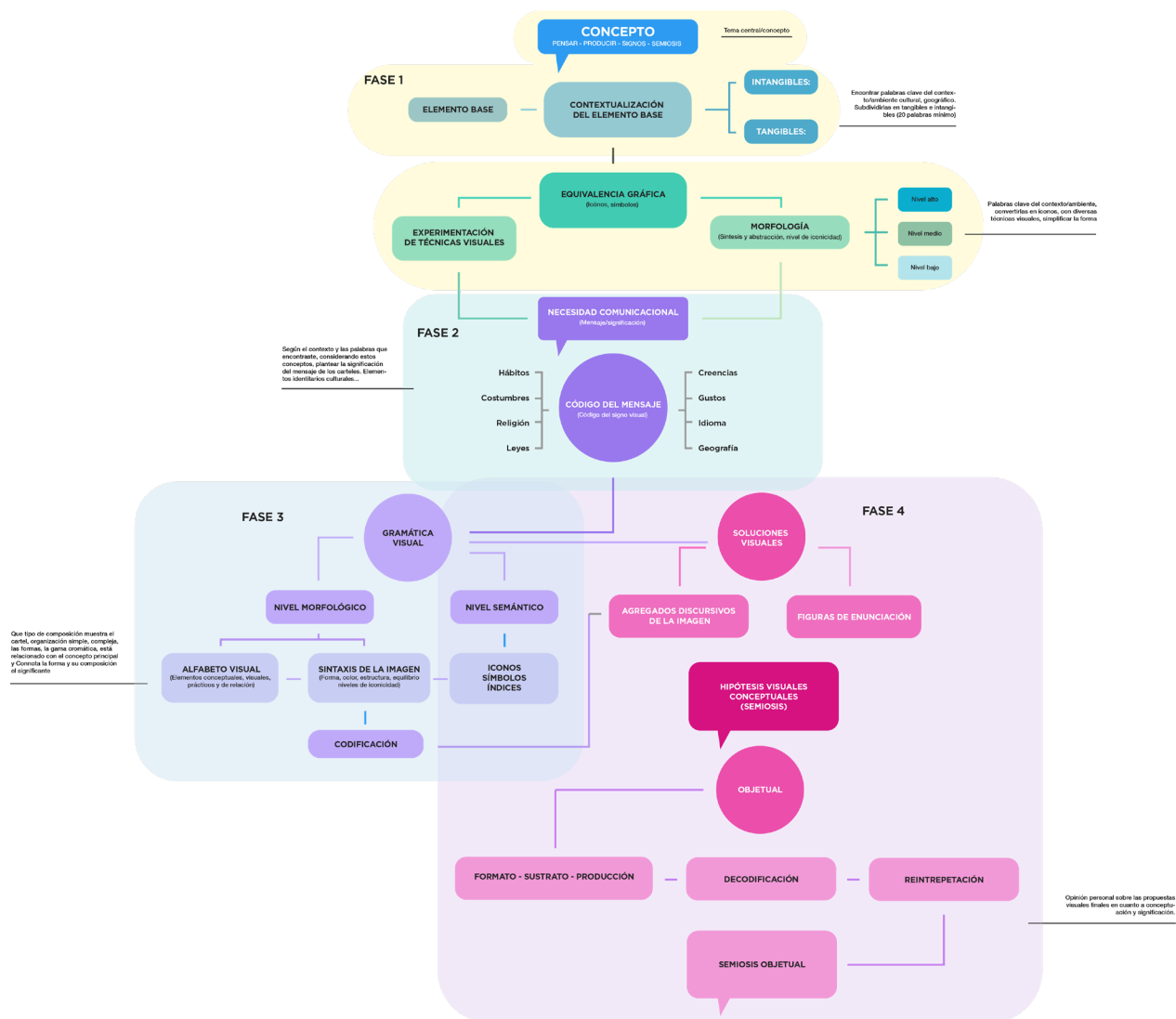
		Excelente (Valor 4)	Bueno (Valor 3)	Regular (Valor 2)	Deficiente (Valor 1)
Valoración de la conceptualización morfológica	Los elementos visuales, se trabajan bajo una composición organizada que transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.				
	Propone un uso tipográfico que de acuerdo a su forma transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana				
	Los principios simbólicos del diseño, se emplearon en la aplicación de la composición visual				
	Recurre al uso de elementos compositivos de la imagen, por ejemplo agregado discursivo y figuras de enunciación (ejemplo, metáforas visuales, principios Gestalt)				
Valoración de la conceptualización significativa	La significación del mensaje expone el uso de elementos multiculturales de Tijuana				
	Utiliza código multicultural pertinente a Tijuana, expresando en la unidad de su concepto				
	Se identifican los significantes según la gramática visual utilizada, (elementos de identidad fronterizas como la biculturalidad entre otros, se utilizan en los elementos del diseño)				

Principios simbólicos del diseño:

1. Principio Gestáltico: cada elemento funciona como un todo.
2. Principio sinérgico: interacciones que constituyen el discurso.
3. Principio cromático: el color como elemento señalético y ecomocional tratado técnica y psicológica.
4. Principio simbólico: universo de signos y símbolos
5. Principio de universalidad: la universalidad temporal, especial y psicológica.

Figura 29

El Modelo CS



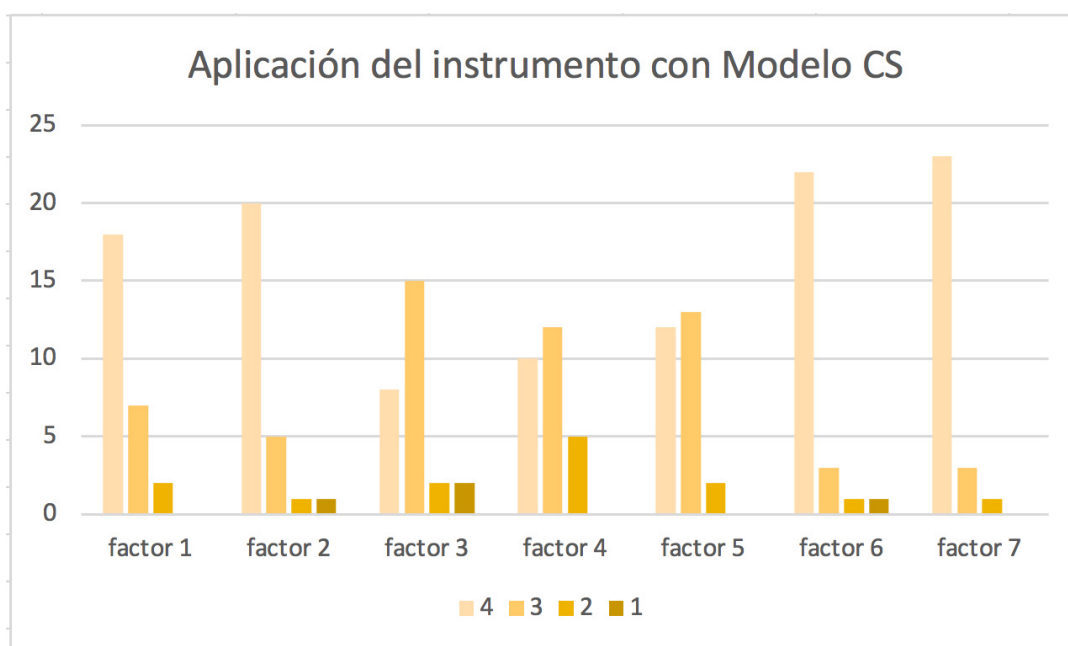
Nota: Modelo CS como propuesta de análisis y producción de diseño gráfico. Elaboración propia

Aplicación del instrumento

Indicaciones para la ejecución del instrumento grupo 1:

- 1) Escoger un cartel de Esquina Norte de los tres que se te dieron de referencia. Con base al cartel seleccionado se deberá realizar un análisis que siga las relaciones de conceptos que muestra el Modelo CS, y que responda a la rúbrica que se anexa al final de este documento. La rúbrica será de selección de valor numérico según tu criterio.
- 2) Habrás de considerar los siguientes aspectos para su análisis:
 - Elementos multiculturales que identifican a la ciudad de Tijuana y de significación.
 - Elementos organizativos de cada composición visual (principios simbólicos del diseño, retóricos y estructuras de construcción)

Los resultados de los alumnos que se basaron en el Modelo CS para la aplicación de instrumento:



Interpretación de datos

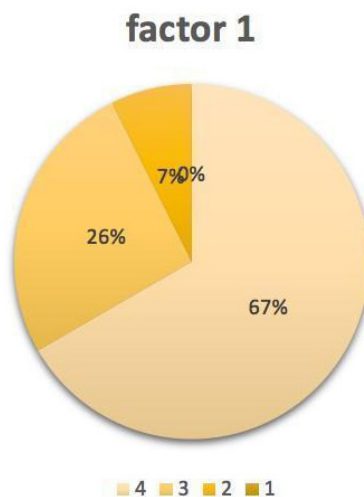
Los alumnos de las Licenciaturas en Diseño Gráfico y Diseño que utilizaron el modelo para la solución del instrumento, muestran una tendencia hacia reconocer favorablemente, aquellos elementos visuales organizados que son capaces de transmitir un mensaje multicultural,

relacionado con la frontera de Tijuana. Así mismo, el 74% reconoce el uso de una tipografía en cuanto a su forma es un elemento visual que suma a la trasmisión del mensaje. El 56% por ciento opina que hay un buen manejo de los principios del diseño en la composición visual sin embargo aquí, entra el factor —Conocimiento individual de la teoría del diseño— por lo que tenemos una variable externa que pudo afectar el resultado. Los factores 6 y 7, con un 81% y 85% son los indicadores que los alumnos mostraron como mejor logrados. Es decir, identifican un código cultural claro y pertinente para Tijuana expresados en significantes visuales bajo criterios organizativos de una gramática visual.

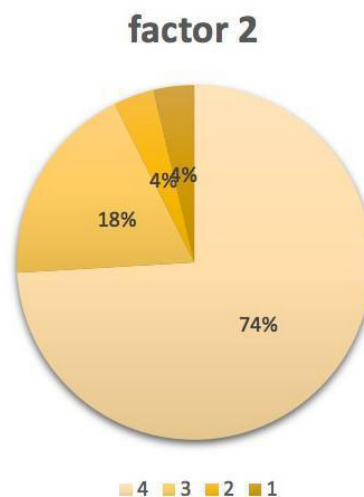
Los porcentajes con menor valor están los factores 4 y 5, lo cual indica que los alumnos indicaron menos valor a las técnicas de solución de diseño como figuras de enunciación, metáforas y agregados discursivos quedando expuesto que entienden lo que significa el mensaje, sin embargo existe más complejidad al ponerlo en conceptos de diseño. Con los porcentajes obtenidos podemos deducir que se puede aplicar el Modelo CS, para analizar composiciones visuales con valor conceptual de significación. El análisis de conceptos significantes es la ruta que quedó más clara. En relación a la parte morfológica se debe considerar el conocimiento previo del sujeto, en relación a la teoría propia del diseño. Aún cuando se definió un grupo específico de sujetos es una variable que no es posible controlar al 100 por ciento.

Las gráficas de los resultados de cada factor quedaron de la siguiente manera:

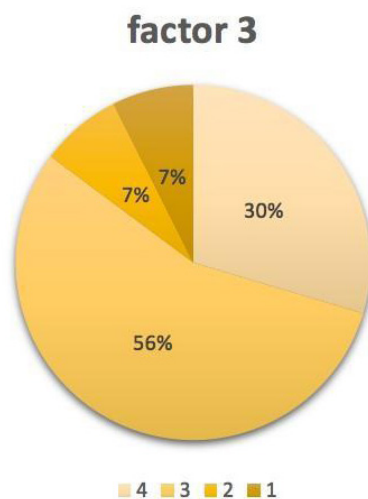
Factor 1: Los elementos visuales, se trabajaron bajo una composición organizada que transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.



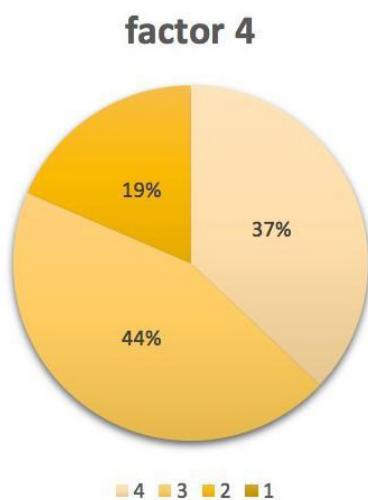
Factor 2: Propone uso tipográfico que de acuerdo a su forma transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.



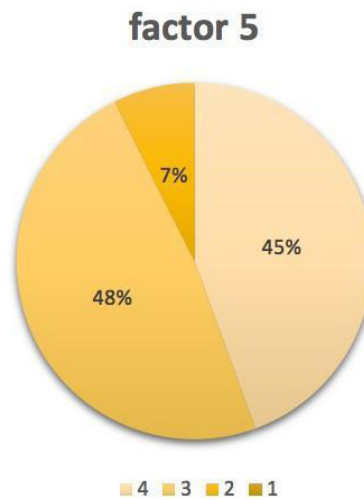
Factor 3: Los principios simbólicos del diseño* se emplearon en la aplicación de la composición visual



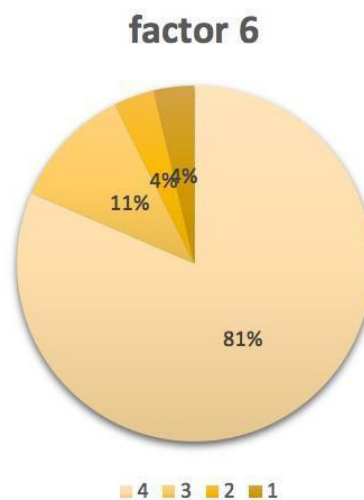
Factor 4: Recurre al uso de elementos compositivos de la imagen, por ejemplo agregado discursivo y figuras de enunciación (ejemplo, metáforas visuales, principios Gestalt)



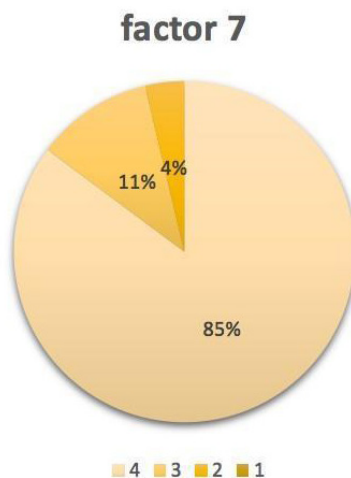
Factor 5: La significación del mensaje expone el uso de elementos multiculturales de Tijuana



Factor 6: Utiliza código multicultural pertinentes a Tijuana, expresado en la unidad de su concepto



Factor 7: Se identifican los significantes según la gramática visual utilizada. (elementos de identidad fronterizos como la biculturalidad entre otros, se utilizan en los elementos del diseño)



Características específicas del GRUPO 2

De esta muestra de sujetos 27 de ellos, conforman el grupo 2, de los cuáles 20 pertenecen a la Universidad Autónoma de Baja California, campus Valle de las Palmas (Tijuana) y 7 a la Universidad Xochicalco campus Ensenada. Rangos de edad entre los 21-24 años. En su mayoría originarios de Tijuana y Ensenada. Estudiantes del último año de la licenciatura. Los sujetos cuentan con conocimientos de composición visual, así, cómo, teoría conceptual del diseño. De la misma manera, tienen acceso a un computador.

El instrumento de reactivos que resolvieron se orientó para obtener información en dos sentidos; el primero con respecto a la valoración de la conceptualización morfológica y el segundo en relación a la valoración de la conceptualización significativa, de manera que se formularon en factores:

- Los elementos visuales organizados que transmiten un mensaje multicultural de Tijuana.
- Uso tipográfico que de acuerdo a su forma transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.

- Los principios del diseño aplicados en la composición visual.
- Uso de elementos compositivos de la imagen, por ejemplo agregado discursivo y figuras de enunciación (ejemplo, metáforas visuales, principios Gestalt,)
- La significación del mensaje
- Código multicultural de Tijuana
- Identificación de significantes aplicados en la gramática visual

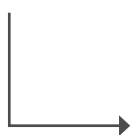
El material complementario a la rúbrica de valoración que se les proporcionó, es específicamente sobre elementos significantes de tres carteles promocionales del Congreso Esquina Norte, realizado en Tijuana del 2000-2010. Evento que tenía por objetivo promover el Diseño Gráfico Internacional, elevar la calidad del diseño local y dar a conocer lo que se estaba construyendo en el Norte del país en ese ámbito. De la misma manera que promovía la motivación competitiva de los estudiantes, académicos y los profesionistas del diseño. Este congreso se convirtió en el evento de diseño más importante en el Noroeste de México, del 2000 a la actualidad; razón por la que se eligieron tres carteles, que además dan muestran una propuesta gráfica híbrida en sus elementos compositivos, así como de la atemporalidad del concepto de hibridismo; hecho que se ve proyectado en los tres materiales de diseño que se produjeron en el año 2000, 2003 y 2010. Cabe mencionar que los creativos de estas composiciones visuales son autores distintos. La selección entre dichos años nos permite precisamente comprobar que los elementos del hibridismo fronterizo siguen presentes entre el inicio de la década y el final de ella. De esta manera dan pautas del conocimiento del norte en relación a los expresiones visuales sugeridas en una línea del tiempo.

Para la aplicación del instrumento

Los sujetos debían contar con:

- El material de análisis, 3 carteles promocionales de Esquina Norte, años 2000, 2005 y 2010.
- Una rúbrica para valorar la conceptualización morfológica y significativa.
- Material de análisis (Carteles originales de Esquina Norte)

Cartel 1



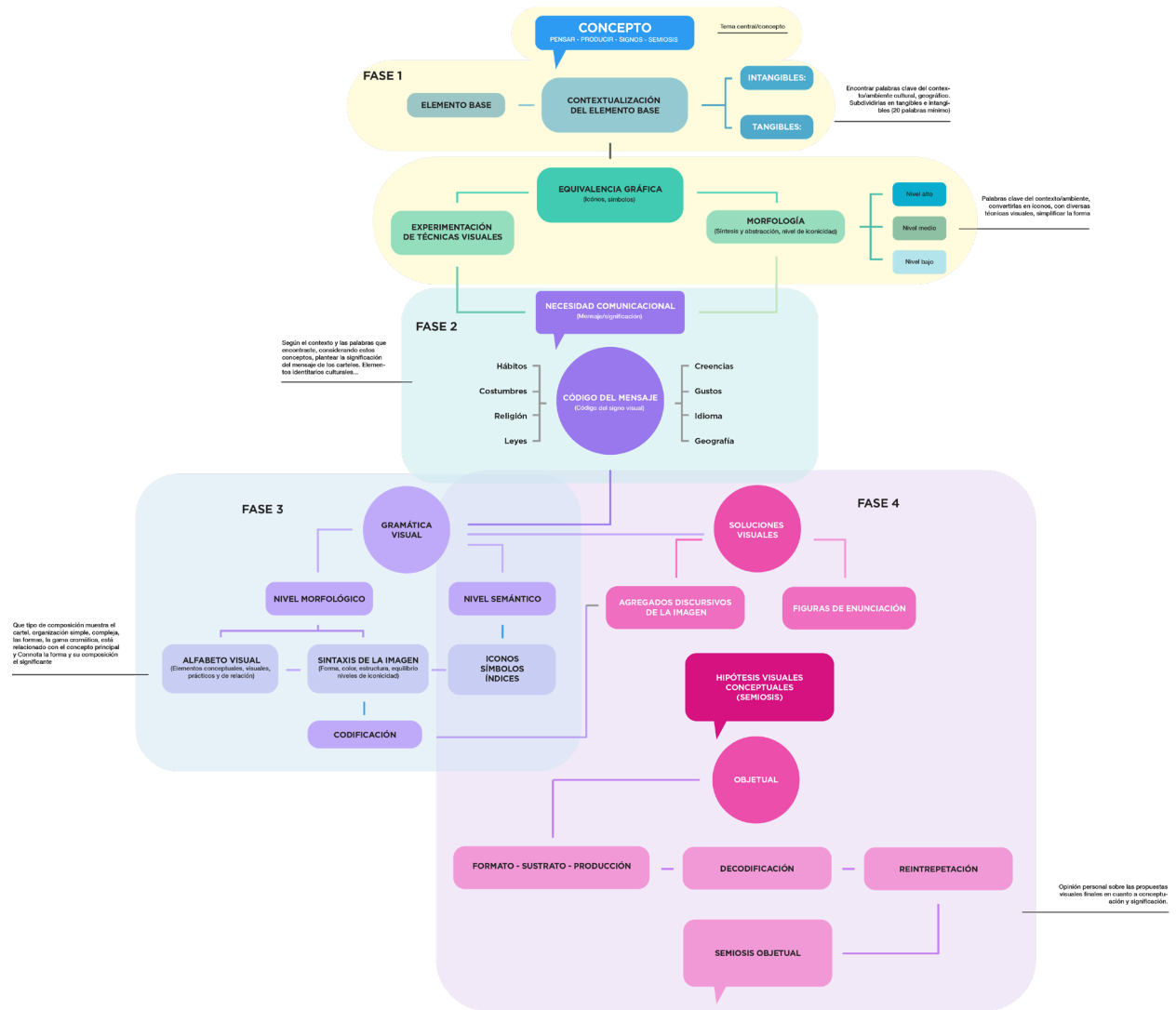
Cartel 2



Cartel 3



Modelo de conceptualización y significación base para el análisis



Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana

Rúbrica para dar solución al cartel

La siguiente rúbrica se diseñó para hacer un análisis de contenido de uno de los carteles de Esquina Norte, a partir de considerar dos aspectos fundamentales: los elementos conceptuales proyectados en la forma y los elementos compositivos connotados en los significantes. Por lo que le pide que indique un valor de 1-4, en donde 4 es el más alto de acuerdo a la valoración de cada factor descrito según tu criterio. De esta manera nos permitirá asignar porcentajes en relación a cada rubro comprobando la funcionalidad y operatividad del modelo en función de un análisis.

Rúbrica

		Excelente (Valor 4)	Bueno (Valor 3)	Regular (Valor 2)	Deficiente (Valor 1)
Valoración de la conceptualización morfológica	Los elementos visuales, se trabajan bajo una composición organizada que transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.				
	Propone un uso tipográfico que de acuerdo a su forma transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana				
	Los principios simbólicos del diseño, se emplearon en la aplicación de la composición visual				
	Recorre al uso de elementos compositivos de la imagen, por ejemplo agregado discursivo y figuras de enunciación (ejemplo, metáforas visuales, principios Gestalt)				
Valoración de la conceptualización significativa	La significación del mensaje expone el uso de elementos multiculturales de Tijuana				
	Utiliza código multicultural pertinente a Tijuana, expresando en la unidad de su concepto				
	Se identifican los significantes según la gramática visual utilizada, (elementos de identidad fronterizos como la biculturalidad entre otros, se utilizan en los elementos del diseño)				

Principios simbólicos del diseño:

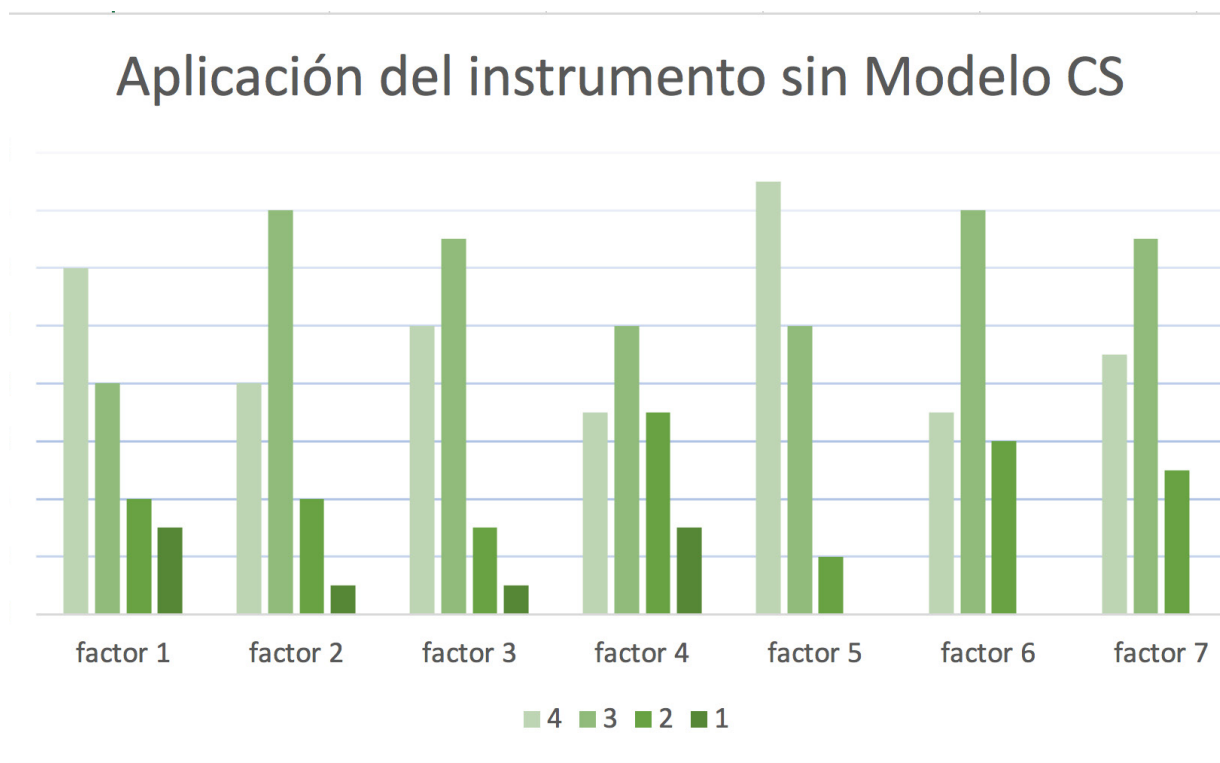
1. Principio Gestáltico: cada elemento funciona como un todo.
2. Principio sinérgico: interacciones que constituyen el discurso.
3. Principio cromático: el color como elemento señalético y emocional tratado técnica y psicológica.
4. Principio simbólico: universo de signos y símbolos
5. Principio de universalidad: la universalidad temporal, especial y psicológica.

Aplicación del instrumento

Indicaciones para la ejecución del instrumento grupo 1:

- 3) Escoger un cartel de los tres que se te dieron de referencia (de Esquina Norte). Con base en el cartel seleccionado se deberá realizar un análisis en función de tu propio conocimiento, respondiendo a la rúbrica que se anexa al final de este documento. La rúbrica será de selección de valor numérico según tu criterio.
- 4) Habrás de considerar los siguientes aspectos para su análisis:
 - Elementos multiculturales que identifican a la ciudad de Tijuana y de significación.
 - Elementos organizativos de cada composición visual (principios simbólicos del diseño, retóricos y estructuras de construcción)

Los resultados de los alumnos que se basaron en el Modelo CS para la aplicación del instrumento:



Interpretación de datos

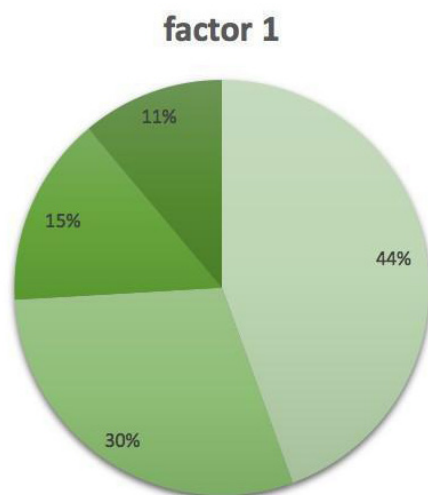
Los alumnos de las Licenciaturas en Diseño Gráfico que no utilizaron el modelo para la solución del instrumento, muestra un 44% y 52% en relación a la valoración de los elementos visuales organizados que son capaces de transmitir un mensaje multicultural, relacionado con la frontera de Tijuana, resultando valores más bajos en contraste con los alumnos que sí utilizaron el modelo, lo que podemos interpretar que para el factor 1 y factor 2, la efectividad de la aplicación es favorable.

Así mismo, con el 48% y 37% de los alumnos, muestran menos elementos propios para analizar el uso de una tipografía en cuanto a su forma: elemento visual que suma a la trasmisión del mensaje y los elementos compositivos de la imagen, tópicos asignados al factor 3 y 4. Teniendo una diferencia menor de 8% y 7% en relación de los alumnos que contaban con el modelo para su realización. Inferimos entonces, que en consideración de la primera parte del análisis contenido en la rúbrica, utilizada como instrumento de medición del modelo, —Valoración conceptual morfológica— la escala de valores es menor a la obtenida de manera general, lo que favorece la propuesta del Modelo.

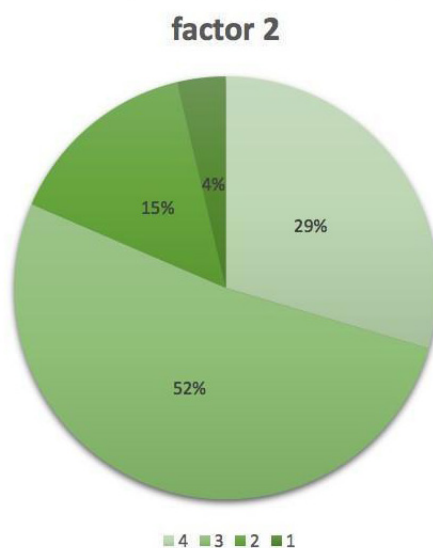
La interpretación de los datos obtenidos hacia los factores 5, 6 y 7 muestran un contraste porcentual diferencial amplio. Es decir, sin utilizar el modelo, los alumnos entienden el significado del mensaje, que atiende significaciones sobre identidad fronteriza como la biculturalidad e hibridismo en un 52%, mientras que con el uso del Modelo CS, lo alumnos muestran un 71% de comprensión de dichos elementos basados en los factores propuestas en la rúbrica de evaluación. Concluimos que el Modelo CS aporta criterios relevantes de análisis en conjeturas visuales, así como la ruta de proyección de trabajo. Tanto en la valoración del concepto y significado, dirigidos a la obtención de componentes, dando paso a entender estructuras que sujetan conceptos visuales, relacionado en este caso, a los elementos identitarios de la frontera norte de México, Tijuana.

Las gráficas de los resultados de cada factor quedaron de la siguiente manera

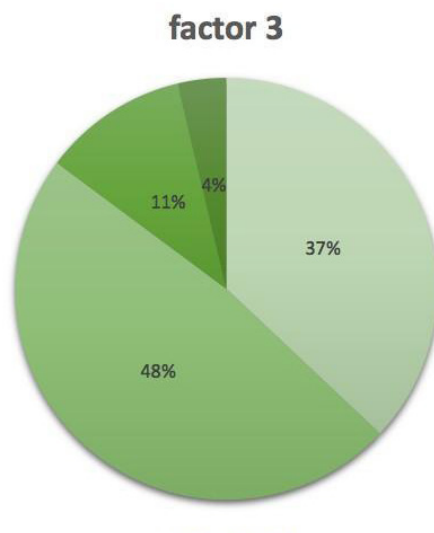
Factor 1: Los elementos visuales, se trabajaron bajo una composición organizada que transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.



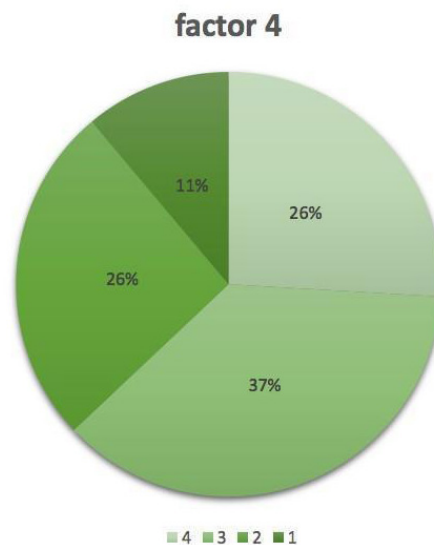
Factor 2: Propone uso tipográfico que de acuerdo a su forma transmite el mensaje principal multicultural de Tijuana.



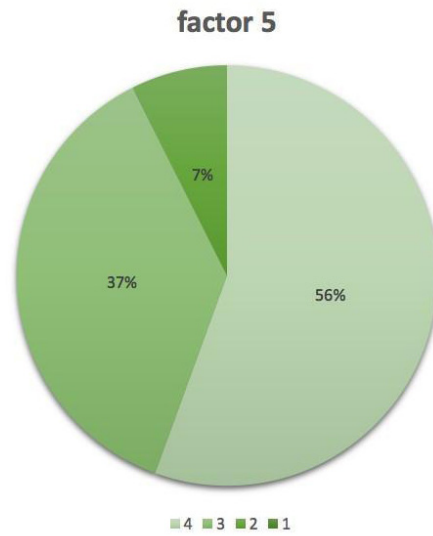
Factor 3: Los principios simbólicos del diseño* se emplearon en la aplicación de la composición visual



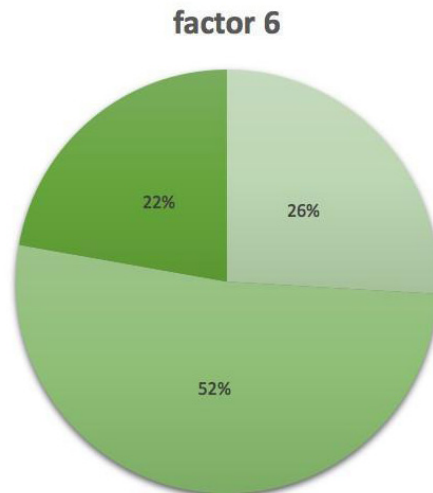
Factor 4: Recurre al uso de elementos compositivos de la imagen, por ejemplo agregado discursivo y figuras de enunciación (ejemplo, metáforas visuales, principios Gestalt)



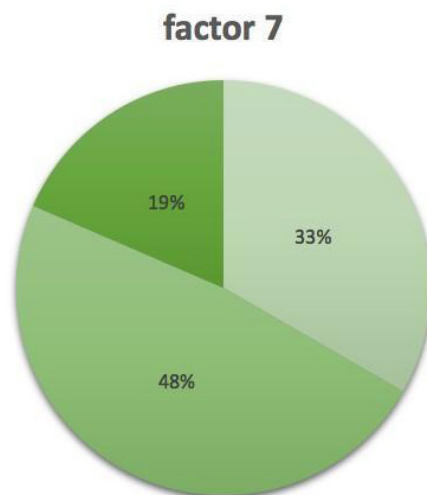
Factor 5: La significación del mensaje expone el uso de elementos multiculturales de Tijuana



Factor 6: Utiliza código multicultural pertinentes a Tijuana, expresado en la unidad de su concepto



Factor 7: Se identifican los significantes según la gramática visual utilizada. (elementos de identidad fronterizos como la biculturalidad entre otros, se utilizan en los elementos del diseño)



Características específicas del GRUPO 3

La muestra del grupo tres, se compone de tres sujetos en total. Dos mujeres y un hombre, originarios de la ciudad de Tijuana; los sujetos cuentan con características similares en edades, en su mayoría de 26-36 años. La selección de los sujetos en relación a su origen es por el distingo de contar con elementos conceptuales del imaginario de Tijuana. Cuentan con tres años de experiencia en el desarrollo de conceptos visuales. Originarios y residentes de Tijuana, Baja California. Aplicaron el instrumento para la creación de una composición visual, para comprobar la funcionalidad del Modelo CS, utilizando de base las etapas y rutas planteadas en el Modelo.

El material que se le proporcionó es específicamente sobre elementos significantes de tres carteles promocionales del Congreso Esquina Norte, realizado en Tijuana del 2000-2010. Evento que tenía por objetivo promover el Diseño Gráfico Internacional, elevar la calidad del diseño local y dar a conocer lo que se estaba construyendo en el Norte del país en ese ámbito. De la misma manera que promovía la motivación competitiva de los estudiantes, académicos y los profesionistas del diseño. Este congreso se convirtió en el evento de diseño más importante en el Noroeste de México, del 2000 hasta la fecha actual; razón por la que se eligieron tres carteles, que

además dan muestran una propuesta gráfica híbrida en sus elementos compositivos, así como de la atemporalidad del concepto de hibridismo; hecho que se ve proyectado en los tres materiales de diseño que se produjeron en el año 2000, 2003 y 2010. Cabe mencionar que los creativos de estas composiciones visuales son autores distintos. La selección entre dichos años nos permite precisamente comprobar que los elementos del hibridismo fronterizo siguen presentes entre el inicio de la década y el final de ella. De esta manera dan pautas del conocimiento del norte en relación a los expresiones visuales sugeridas en una línea del tiempo.

Los sujetos debían tener conocimientos en:

- Tener experiencia profesional en el desarrollo de conceptos visuales
- Composiciones visuales
- Elementos significantes en el diseño gráfico
- Elementos compositivos en producciones visuales gráficas

Los sujetos contaron con:

- El material de análisis son tres carteles promocionales de Esquina Norte, años 2000, 2003 y 2010.
- Una hoja carta y lápices de colores que podían sustituir por lápiz o computador.
- El Modelo CS.

Material de análisis (Carteles originales de Esquina Norte)

Cartel 1



Cartel 2

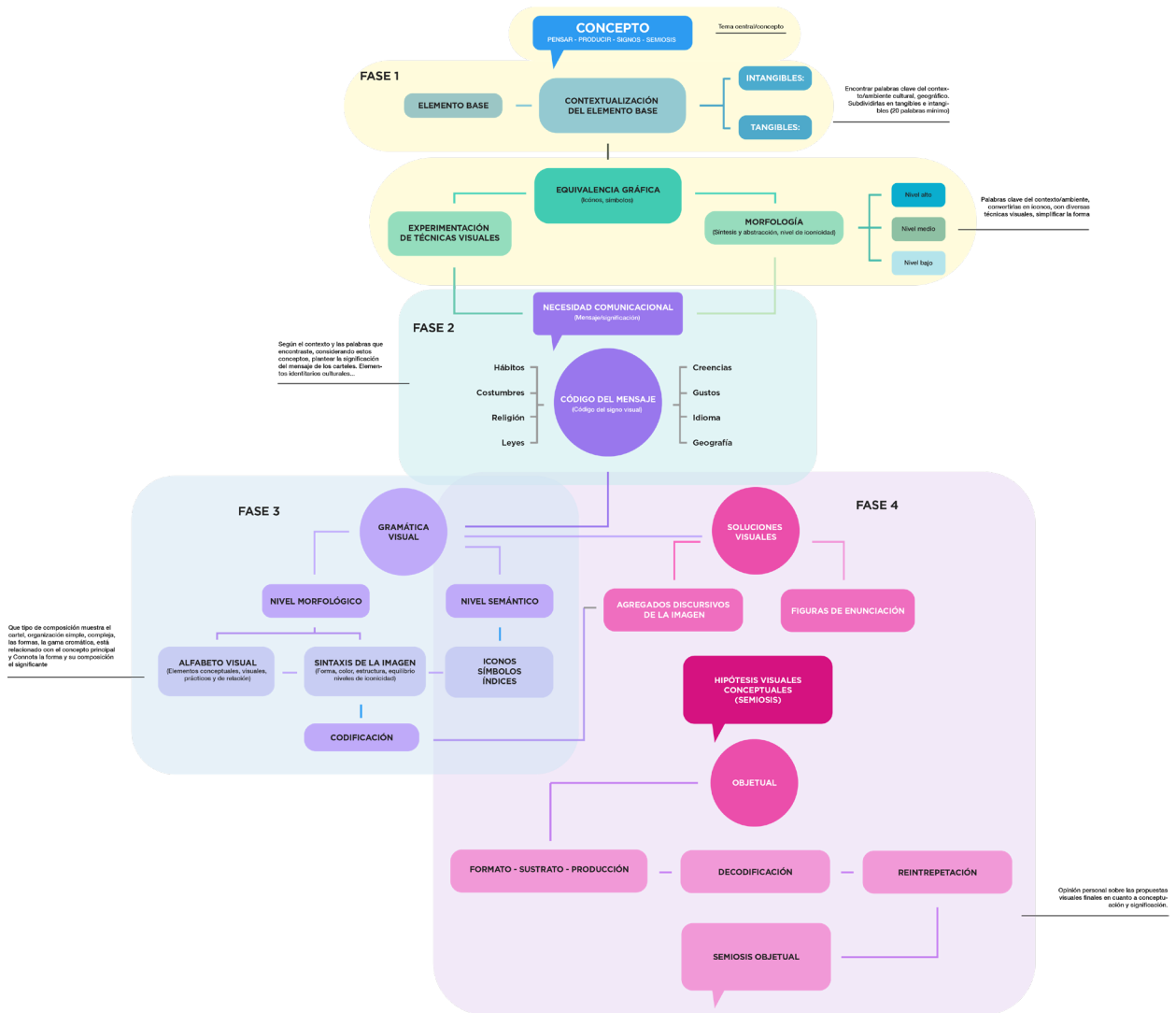


Cartel 3



Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana

Modelo de conceptualización y significación base para la creación del cartel



Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana

Aplicación del instrumento

Indicaciones para la ejecución del instrumento grupo 3:

- 1) (Tarea 1) Después de revisar el material que se le ha entregado, realizar una propuesta gráfica de manera manual o digital, que promueva el Congreso de Esquina Norte (en un supuesto caso que el evento se realizará en el año 2021) en un formato que funcione para cartel. El tiempo estimado para su realización son 30 minutos. Es muy importante que se siga la estructura y relaciones de conceptos que se presentan en el Modelo guía de conceptualización y significación que se le entregó.
- 2) Habrá de considerar los siguientes aspectos para su creación:
 - Elementos multiculturales que identifican a la ciudad de Tijuana y de significación.
 - Elementos organizativos de cada composición visual (principios simbólicos del diseño, retóricos y estructuras de construcción)

Resultados

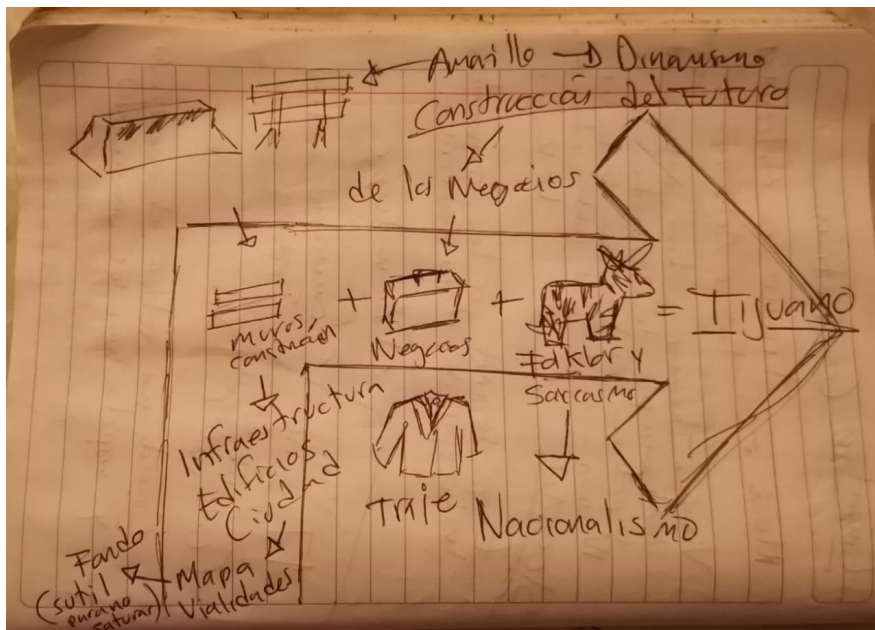
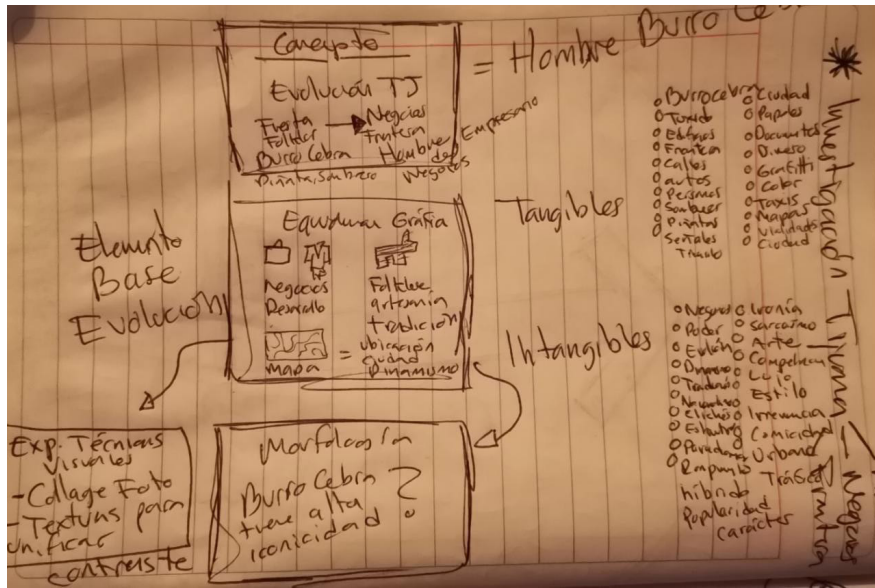
Resultado 1:



Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana

Resultado 2:

En este caso en particular el diseñador incluye su ruta de trabajo en borrador, relacionado con el esquema del modelo.



Modelo de conceptualización y significación para procesos de comunicación visual, aplicado al caso de sincretismo y multiculturalidad de la frontera norte, caso Tijuana



Resultado 3:



Conclusiones sobre los resultados de aplicación de Modelo CS para la creación visual formato cartel, temática promocional del Congreso Esquina Norte 2021. (Se agregan los carteles originales).

El primer cartel muestra signos culturales fronterizos, como lo es el muro que divide Estados Unidos de Norte América y México, colorido, disruptivo, surrealista. Utilizando la

metáfora de los letreros (mensajes de paz, valor, recuerdos, familiares, unión) que lleva marcado el muro, para promocionar el evento. La composición visual es simple, basada en un soporte fotográfico intervenido digitalmente. Con alteraciones cromáticas que parecieran representar el ruido visual que se percibe en el sitio. La tipografía está unificada simulando ser parte del contexto visual de la fotografía. La unidad, el contraste son los principios más evidentes del cartel.

El segundo cartel proyecta un elemento característico de la ciudad de Tijuana, que a través del tiempo se ha vuelto un elemento de identidad gráfica entre la comunidad fronteriza —El burro cebra—. Este componente identitario, tiene múltiples significantes que se le han adjudicado en sus 100 años de historia que ahora forma parte del muestrario para el turismo. Este se encuentra sobre una de las avenidas principales de la ciudad, la Avenida Revolución. Su composición visual se centra en el Burro Cebra siendo jerárquica su posición en cuanto al plano. El principio del diseño más evidente es el contraste.

El tercer cartel podría representar aquellos códigos cromáticos relacionados con el lado —*underground*— de Tijuana. La nota roja, la subcultura no visible a primera instancia. El ruido de una comunidad formada por múltiples culturas en un caos clandestino nocturno. En relación a su composición visual, de nuevo es una composición simple utilizando como base una fotografía con alteraciones en cuanto a las formas originales y cromáticas. La tipografía forma parte del contexto visual. En esta propuesta se expone el uso del doble idioma español/inglés. La conceptualización lograda en los tres carteles refiere a elementos compositivos y significativos que pertenecen a un grupo geográfico/cultural. Particularmente a la frontera de Tijuana-USA en donde actúan signos que evocan una cultura híbrida multicultural, energética en sus diversos contextos.

Las líneas de trabajo sugeridas en el Modelo CS, permitieron construir estos formatos visuales que lograron atender el código preciso de la frontera norte, así como la morfología conceptual, sin temporalidades; arrojan significantes culturales que también actúan de manera natural, formando parte del imaginario social de una comunidad. Cabe mencionar que los diseñadores cuentan con la técnica, experiencia y forman parte de dicha comunidad por lo que se logró formar un todo en cuanto a códigos y formas.

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

Haber concluido este proyecto Doctoral representa de manera personal, un avance significativo en mis habilidades para la investigación, dentro del marco de herramientas necesarias, para construir un trabajo de esta categoría. Es decir, que aun, contando con cierto criterio de Profesor investigador; ya que mi labor académica dentro la Institución en donde laboro, fomenta y promueve la actividad como tal, vas formando algunas bases que te permiten desarrollar documentos de investigación. Sin embargo, estos cuatro años, me brindaron fortalecer esos principios, en el aprendizaje de otras estrategias de búsqueda, discriminación y aplicación entre otras más.

En cuánto al marco teórico del proyecto, la búsqueda sobre Semiótica relacionado a temas de comunicación visual significativa, no es escasa, pero enfocarnos hacia la Semiótica en procesos metodológicos de comunicación visual, resultó más complejo. Aún así, se encontraron los criterios teóricos que sustentan el Modelo de conceptualización y significación (MCS) que da respuesta a la problemática planteada al inicio del proyecto: Fortalecer la conceptualización en composiciones visuales. Esta carencia de cierta de información sobre semiótica en procesos metodológicos, en la comunicación visual, fue un hallazgo relevante, ya que se plantea como área de oportunidad para generar documentación relacionada al tema.

Se comprendió al acto de diseñar mensajes visuales, cómo un fenómeno cultural, en el cuál es primordial atender el código de origen, correlacionado con los signos sociales que eso implica, y que dan significado por medio de sus mismas interacciones; por tal caso, es imposible que existan significados únicos, pues se encuentran en constante movimiento, es decir, en ad continuum semiótico. El diseño es entonces resultado del seno cultural en constante comunicación y a la cultura la define la comunicación misma.

Dentro de este mismo contexto referencial, encontré al diseño de comunicación visual como un acto dialógico, desde la gestación de una idea hasta su destino final, entendido como un tránsito que lleva consigo una carga de toma de decisión-acción, y es ahí donde radica la

importancia de conocer cada pieza, que construye esta ruta de conexiones. Una comprensión consciente de lo que significa el acto de diseñar, siendo un fenómeno semiotizado considerando las dimensiones de la sintáctica, semántica y pragmática.

Se construyó una articulación de elementos semióticos y una ruta para generar conceptos significantes, en los cuales descansan las bases del Modelo MCS, dando respuesta al planteamiento de este trabajo de investigación. Así mismo, representa la obtención de los objetivos planteados, que refiere favorecer los procesos de diseño en relación a signos visuales conceptuales, más acordes al contexto sociocultural de origen.

Es entonces, que la respuesta que da solución al objetivo general de este proyecto, es el desarrollo de un recurso creativo, para diseñadores y estudiantes de diseño; que por sí mismo, orienta, organiza y conduce las ideas hacia soluciones visuales conceptuales. Un modelo estructurado de manera que sea posible analizar una composición visual, que tome en cuenta el contexto donde se originó, sin tener que formar parte de él. Es decir, el Modelo de conceptualización y significación, traza una ruta ordenada y lógica, entendible, aplicable y flexible hacia diversos contextos geográficos.

Se mostró que también es posible crear, a partir de ese orden lógico, planteado desde la idea hasta el concepto por medio de las formas, manteniendo un código cultural propio del contexto para el cuál se va generar el mensaje. Estas respuestas se obtuvieron de la validación parcial del modelo, aplicando un instrumento que da valor tanto al concepto como a la forma. Solucionando problemas de comunicación visual en diversos contextos temáticos.

La validación parcial que se aplicó, también nos mostró que es posible transmitir a través de composiciones visuales, los imaginarios sociales construidos en los individuos, esos elementos formativos desde el lenguaje aprendido culturalmente, traducidos a colores, texturas, palabras, formas, compuestas por su nicho social; siendo en este caso, la biculturalidad cotidiana de la frontera entre Tijuana y México. En entonces, donde confirmo la relación estrecha e inseparable del diseño y la cultura; cada entidad da sentido a la otra.

De ahí que, si bien, se confirma que sí funciona el modelo, también presenta algunas observaciones a resolver, para mejorar el trayecto del trabajo. El modelo necesita plantear con más claridad o simplicidad los puntos que se encuentran en la tercera fase, -Morfología-. Ya que, el usuario debería tener un conocimiento explícito, sobre la teoría del diseño y la gramática visual, de no ser así, dificulta la ejecución precisa de este paso. La semantización contextual es la fase que da sentido al diseño, es posible que siendo más descriptivos en esa fase, se facilite el entendimiento del diseñador sobre el código que analiza o sobre el cuál crea.

Dentro una mesa de trabajo con otros dos expertos en temas de comunicación visual, se expuso el Modelo MCS, una de las sugerencias fue ampliar la fase 3, posibilitando trabajos tridimensionales, y enriquecer las variaciones dentro de la misma estructura. Siendo esta, una de las áreas de oportunidad más enriquecedoras que encontré, ya que esta propuesta del Modelo MCS, se limita a producciones bidimensionales. También es posible, pensar en ampliar las fases que muestra el esquema, desglosar en sub-fases las ya existentes, de manera de que se abordé de forma más explícita los problemas a resolver, desde lo técnico hasta lo teórico.

Así pues, el Modelo MCS, aporta a la disciplina de la comunicación visual, una ruta de trabajo entre la preconfiguración y configuración del concepto en un diseño, atendiendo ampliamente la brecha que existe entre la argumentación teórica y la creación de una composición visual. Por otro lado, este trabajo abre la puerta hacia una discusión sobre si se deben considerar aún en estos tiempos, las teorías de diseño sobre la percepción fenoménica en composiciones visuales como lo plantean Kanizsa y Wicius Wong, ya que estos planteamientos en gran medida derivan de un análisis hacia el arte; caso totalmente contrario es el de la comunicación visual, vista desde un enfoque retórico discursivo inclusive antropológico.

Así mismo, es discutible, la lejanía que muestran ya, algunas metodologías clásicas, con la realidad actual en las necesidades sociales de países como México. Mencionar como ejemplo a México, implica la carencia de recurso humano, técnico, económico; los nuevos modelos como Design Thinking, SenseMaking, y otros relacionados al medio ambiente por ejemplo, muestran algunos sesgos entre la realidad social y el emprendedurismo, aunque

enfaticen en priorizar a la cultura y a la experiencia de usuario; esto es sólo por mencionar algunos conceptos. Desde el enfoque personal estos modelos y/o metodologías surgen en nichos sociales con otra realidad.

Este proyecto doctoral sobre la base del desarrollo del marco teórico y su propuesta de solución, propone cómo línea de investigación, los caminos conducentes a una inclusión de este tipo de modelo, en una estructura curricular de estudios profesionales del diseño, de manera que pueda ser utilizado como otro recurso creativo que sume al desarrollo de proyectos metodológicos creativos.

ÍNDICE DE FIGURAS



NÚMERO	TÍTULO DE LA FIGURA	PÁG.
FIGURA 1.	LOGO REALIZADO POR TBWA/INDIA PARA ELEPHANT COMBS	12
FIGURA 2.	INFOGRAFÍA QUE REPRESENTA LOS ELEMENTOS SIGNIFICATIVOS EN EL DISEÑO	18
FIGURA 3.	LAS REGIONES DE LA MENTE DE UN NIÑO	30
FIGURA 4.	LAS REGIONES DE LA MENTE DE UN ADULTO	31
FIGURA 5.	LA PROYECCIÓN DE LOS ELEMENTOS QUE ESTRUCTURAN EL CONCEPTO DE CULTURA	37
FIGURA 6.	LOS DISTINTOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL FENÓMENO DE LA SEMIOSIS	39
FIGURA 7.	ELEMENTOS Y LAS RELACIONES QUE MANTIENEN ENTRE SÍ, QUE DAN ESTRUCTURA AL LENGUAJE VISUAL	48
FIGURA 8.	REPRESENTACIÓN ESQUEMÁTICA DE UN MODELO DE LA GRAMÁTICA VISUAL	49
FIGURA 9.	FIGURACIÓN DE LA FUERZA DE LOS ELEMENTOS PERTENECIENTES A UN CONTEXTO, QUE ACTÚA SOBRE UNA FORMA	51
FIGURA 10.	ELEMENTOS BÁSICOS DE UNA METODOLOGÍA	56
FIGURA 11.	ELEMENTOS ESENCIALES DE LA METODOLOGÍA DE BRUNO MUNARI Y SU RELACIÓN	60
FIGURA 12.	ELEMENTOS QUE COMPONENTEN DE MANERA ESQUEMÁTICA LA METODOLOGÍA DE VICTOR PAPANEK	61
FIGURA 13.	ELEMENTOS ESENCIALES DE UN MÉTODO	62
FIGURA 14.	EL MODELO SENSEMAKING VISUAL	65
FIGURA 15.	REPRESENTACIÓN DE LOS ELEMENTOS QUE SOSTIENEN EL MODELO CS	68
FIGURA 16.	REPRESENTACIÓN DE LA FASE DE PROYECCIÓN EN LA QUE SE UBICA EL MODELO CS	69
FIGURA 17.	ELEMENTOS CONSIDERADOS EN LA PRIMERA FASE DEL MODELO CS Y SU RELACIÓN	70
FIGURA 18.	ELEMENTOS INVOLUCRADOS EN ESTA FASE DEL MODELO CS Y SUS RELACIONES	71
FIGURA 19.	ELEMENTOS INVOLUCRADOS EN ESTA FASE DEL MODELO CS Y SUS RELACIONES	73
FIGURA 20.	ELEMENTOS QUE INTERACTÚAN EN ESTA FASE DEL MODELO Y SUS RELACIONES	74
FIGURA 21.	SISTEMA DE RELACIONES EN EL MODELO CS	75
FIGURA 22.	REFERENCIAS CONTEXTUALES DE LA HISTORIA DE TIJUANA	81
FIGURA 23.	TAXONOMÍA DE REFERENTES DEL IMAGINARIO SOCIAL DE TIJUANA	83
FIGURA 24.	LOGOTIPO DEL CONGRESO ESQUINA NORTE	85
FIGURA 25.	LOGOTIPO REALIZADO POR EL DISEÑADOR TIJUANENSE FRITZ TORRES	86
FIGURA 26.	CARTEL 1. PROMOCIONAL DEL PRIMER CONGRESO ESQUINA NORTE	94
FIGURA 27.	CARTEL 2. PROMOCIONAL DEL TERCER CONGRESO ESQUINA NORTE	95
FIGURA 28.	CARTEL 3. PROMOCIONAL DEL PRIMER CONGRESO ESQUINA NORTE	95
FIGURA 29.	EL MODELO CS	97

REFERENCIAS



Bibliografía

- Arnheim, R. (1986). *El pensamiento visual*. Paidós Estética.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Grupo Editorial Design.
- Dondis, D. A. (1980). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. (Trad. C. Manzano). Lumen.
- Esqueda, R. (2003). *El juego del diseño*. Designio.
- Frascara, G. (2000). *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masas y cambio social*. Ediciones Infinito.
- García, C. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- Kanizsa, G. (1986). *Gramática de la visión*. Paidós Comunicación.
- Félix, H. (2003). *Tijuana la horrible. Entre la historia y el mito*. El Colegio de la Frontera Norte, El Día.
- González, C. (1986). *Imagen y sentido. Elementos para una semiótica de los mensajes visuales*. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Filológicas.
- Lewin, R. (2005). *Human evolution: An illustrated introduction*. (5ª ed.). Blackwell Publishing.
- Klinkenberg, J. M. (2006). *Manual de semiótica general*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Peirce, C. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión.
- Velazquez, A. (2008). *El pensamiento complejo como herramienta como nuevas propuestas de diseño en objetos de uso*. Editorial
- Vilchis, L. C. (1998). *Metodología del diseño. Fundamentos teóricos*. Editorial Claves Latinoamericana.
- Vilchis, L. C. (2016). *Semiosis hermeneútica de lenguajes gráficos no lineales*. Qartuppi.
- Wong, W. (1979). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional* (1ª ed.). Gustavo Gili.

Yepez, H. (2005). *Made en Tijuana*. Instituto de Cultura de Baja California.

Zeccheto, V. (2002). *La danza de los signos. Nociones de semiótica general*. Ediciones Abya-Yala.

Capítulo en libro

Vilchis, L.C. (2013). El fenómeno de la semiosis en el diseño gráfico. En L. Elizalde, R, Mangieri, Ledesma, M. (Coords.) *Designis Semióticas Gráficas*, 21 (pp. 120-128). FELS Lcrj' La Crujía.

https://ddd.uab.cat/pub/designis/designis_a2013n21/designis_a2013n21p120.pdf

Artículos en revistas arbitradas

Campos, A. E. (2012). La construcción del otro “del otro lado”. Imaginarios de frontera de jóvenes de Tijuana, México, y Tecún Umán, Guatemala. *Religión y sociedad*, XXIV (55), 131-158. <http://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v24n55/v24n55a4.pdf>

Chadwick, C. B. (1999). La psicología del aprendizaje desde el enfoque constructivista. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 31 (3), 463-475.

<https://www.redalyc.org/pdf/805/80531303.pdf>

Correal, F. y Ramírez, G. (2013). La semiótica en el estudio de los objetos de Diseño. *Iconofacto*, 9 (13), 106-122. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204363>

Díaz, R. (1972). La evolución psicológica según Kurt Lewin: dos conferencias. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 4 (1), 35-74.

<https://www.redalyc.org/pdf/805/80540103.pdf>

Fragoso, O. (2008). La aplicación de la semiótica al proceso de diseño. *Actas de Diseño III* (5), 115-124. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A096.pdf

Magariños, Juan (2007, 18 de julio de 2007). La semiótica de los bordes. *Tópicos del Seminario*, (18), 97-112. Puebla, México. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=594/59401805>

Melgar, A. (2000). El pensamiento: Una definición interconductual. *Revista de Investigación en Psicología*, 3 (1), 23-38. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v3i1.4913>

Toledo, A. y Sequera, J.A. (2015). La producción del sentido. *Semiosis social*. (88) 521-536. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/301/338>

Documentos electrónicos

Aceituno, M. L. (2009). *Seminario de producción multimedia*. Diseño de hipermedias didácticos. http://libros.uvq.edu.ar/spm/221_gramtica_del_lenguaje_visual.html

Álvarez, D.(2006, 7-8 de septiembre). *Abducción y fenomenología de Peirce aplicada en procesos de diseño*. II Jornadas “Peirce en Argentina. Buenos Aires, Argentina”. <https://www.unav.es/gep/IIPeirceArgentinaAlvarez.html>

González, C. (2015, 20-21 de agosto). *Pensamiento y semiosis: relaciones en la transformación de los discursos* [Ponencia]. VI Jornadas Peirce, Buenos Aires, Argentina. <https://www.unav.es/gep/JornadasPeirceArgentina.html>

Kloss G, (2006) *Algunos apuntes históricos sobre las escuelas de diseño*. México: Encuadre: <https://encuadre.org/algunos-apuntes-historicos-sobre-las-escuelas-de-diseno/>

Lawrence, A. (2013, 6 de noviembre) *Concept formation*. Arul Lawrence AS. <https://arullawrence.wixsite.com/arul/post/concept-formation>

Taranto, F. (2013). *Humantific: haciendo sentido hoy, de la complejidad del futuro*. I+DISEÑO: http://www.disenio.uma.es/i_disenio/i_disenio_8/fabian_taranto_entrevista.htm

Peñuelas, L. Luis, E. (2012, 15 de septiembre). *Teorías para el Diseño*. Blogger. <http://teorias-para-el-disenio-grafico.blogspot.com/2012/09/pragmatica-sintactica-y-semantica.html>.

Suárez, F. (2015, 18 de mayo) *Semiótica y diseño gráfico*. Cosas Visuales. <http://cosasvisuales.com/2015/05/18/semiotica-y-disenio-grafico/>

Tesis

Hernández, O. (2010). *La dimensión comunicativa de la imagen científica: Representación gráfica de conceptos en las ciencias de la vida* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/11672/1/T32414.pdf>

Artículos de divulgación

Benítez, A. (s. f.). *Construcción del sentido del mensaje diseñado*. Foroalfa. <https://foroalfa.org/articulos/construccion-de-sentido-del-mensaje-disenado>

Corbin, J. A. (s. f.). *12 tipos de lenguaje y sus características*. *Psicología y Mente*. <https://psicologiaymente.com/social/tipos-de-lenguaje>

La silla vacía. (2016, 11 de marzo) *La semiótica o el eco de Humberto Eco*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/blogs/la-silla-vacia/semiotica-eco-umberto-eco.html>

González, E. (2019, 9 de enero). *El avance de las impresoras 3D y su uso en el mundo del diseño*. Esdesign. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-industrial/el-avance-de-las-impresoras-3d-y-su-uso-en-el-mundo-del-diseno>

Everaert-Desmedt, N. (2004). *Semiótica de Peirce* (Trad. H. Balmaceda). https://nicole-everaert-semio.be/PDF/esp/semiotica_peirce.pdf

ITMadrid. (2020, 3 de diciembre). *Qué es y para qué sirve el Design Thinking*. ITMadrid Digital School. <https://www.itmadrid.com/tag/design-thinking/>

Proceso. (26 de enero de 2021). *ConceptoDefinición*. <https://conceptodefinition.de:https://conceptodefinition.de/proceso/>

Rodríguez, A. (2006) El diseño como estrategia cultural. *Foroalfa*. <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-estrategia-cultural>

Obregón, A. (2017). *La revolución industrial y el diseño gráfico*. <https://historiadeldisenograficoblog.wordpress.com/?s=La+revoluci%C3%B3n+industrial+y+el+dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico>

Sandoval, M. (2018). *Diseño social y cultura*. *Foroalfa*.. <https://foroalfa.org/articulos/pdf/disenio-social-y-cultura-2.pdf>

Otras fuentes consultadas:

Ávila, J. y Acosta, C. (2016). *Epistemología del pensamiento visual contemporáneo desde el imaginario transdisciplinario*. *Anagramas*, 14 (28), 167-204. <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v14n28/v14n28a09.pdf>

Bañuelos, J. I. (2006). *Aplicación de la semiótica a los procesos del diseño*. *UNED. Revista Digna*, 15 (1), 233-254. <https://doi.org/10.5944/signa.vol15.2006.6134>

Ladino, A. (2009). *El pensamiento complejo como herramienta como nuevas propuestas de diseño en objetos de uso* [Tesis de maestría, Universidad de Palermo]. Publicaciones proyectos de graduación. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1021.pdf

Cultier (2014). *Bauhaus, la primera escuela de Diseño del siglo XX*. Cultier. <http://www.cultier.es/bauhaus-la-primer-escuela-de-diseno-del-siglo-xx/>

Balcázar, M. (Marzo, 2019). *Cómo se creó la identidad de los juegos olímpicos de 1968*. Foroalfa. <https://foroalfa.org/articulos/como-se-creo-la-identidad-de-los-juegos-olimpicos-mexico-68>

ANEXOS



A veces también te odié pero incluso en esos momentos no dejaba de quererte.
(Pedro, Almodóvar)

