

Del signo a la experiencia

Reflexiones sobre el objeto de estudio en las disciplinas de Diseño

Alejandro Brizuela García

Universidad de las Américas Puebla

Departamento de Diseño de Información

alejandro.brizuela@udlap.mx

Oficina: (222) 229 3152 y (222) 2293106

Celular 222 543 6710

Del signo a la experiencia

Reflexiones sobre el objeto de estudio en las disciplinas de Diseño

Alejandro Brizuela García

Universidad de las Américas Puebla

Departamento de Diseño de Información

Resumen

Determinar el objeto de estudio disciplinario en una operación necesaria para seguir reflexionando sobre sus prácticas, teorías y metodologías, por lo que en este artículo se cuestiona si el objeto de estudio aceptado tradicionalmente en el Diseño Gráfico define la práctica profesional. Se propone un movimiento epistémico que coloque a la interacción con la información como eje disciplinario.

Abstract

To promote a reflection over theories and practices in any discipline, it is necessary to determine and clarify the object of study. This article questions if the traditionally accepted object of study in the discipline of Graphic Design really defines professional practice. An epistemic movement is proposed to place the study of information interaction as the disciplinary center.

1. Ese oscuro objeto del diseño.

Buñuel propone en *Ese oscuro objeto del deseo*¹ –su última película– la atormentada relación de un hombre obsesionado con la belleza y sensualidad de una mujer que nunca le da acceso a sus proposiciones. Curiosamente para caracterizar el temperamento cambiante de *Conchita*, se necesitaron dos actrices que se alternaban constantemente. Con el cambio de actrices, Buñuel quiso hacer hincapié en lo escurridizo del objeto deseado y por ende su casi imposible captura. *El objeto del deseo* se vuelve esquivo y difícil de asir precisamente por su constante transformación y volatilidad.

Hacer este símil retórico con el objeto de estudio del Diseño es precisamente porque parece que éste nos ha quedado fuera del alcance. Ya casi cum-

¹ Luis Buñuel, *Ese Oscuro Objeto Del Deseo = Cet Obscur Objet Du Désir* Realización de L. Buñuel. (Francia, España, México: París Francia Greenwich Film Productions; México Videomax [dist.], 1977).

pliremos cien años de la enseñanza del Diseño a nivel global y 50 años en México,² y **los objetos de estudio siguen estando en un proceso lento de clarificación.**

Reconocemos que para algunos colegas no exista tal problema y en su visión disciplinaria, se presenten paisajes con contrastes y contornos bien definidos; sin embargo, proponemos esta discusión para seguir aportando a los fundamentos disciplinarios y replantear los puntos de partida epistémicos que redefinan los ejes del quehacer académico y sobre todo los de la práctica profesional.

Hablamos de los edificios para caracterizar a la Arquitectura, de artefactos y herramientas cuando pensamos en el Diseño Industrial y de imágenes en medios impresos y audiovisuales cuando revisamos al Diseño Gráfico, pero sabemos bien que aunque esos objetos son los resultados tangibles de la actividad proyectual, no nos refieren necesariamente a los *objetos teóricos* que se esconden bajo esas estructuras tecnológicas.

Este artículo pretende responder a esa pregunta básica a la que se enfrenta cualquier disciplina **¿Cuál es su objeto de estudio?** En el caso del Diseño gráfico propondremos aquí un cambio de perspectiva que nos moverá del estudio de la imagen visual y sus estrategias de configuración, al estudio de la información y sus estrategias de interacción para la generación de experiencias significativas.

2. Diseñar gráficamente

Hace quince años que participábamos en las reuniones académicas para la renovación del plan de estudios que entraría en vigor en el año 2000 en la UD-LAP,³ nos preocupaba mucho la deteriorada percepción social que se tenía de la

² Si tomamos en cuenta a la Bauhaus como marca de arranque a nivel global y las acreditaciones oficiales de programas de Diseño en México. Gerardo Kloss, "Algunos Apuntes Históricos Sobre Las Escuelas de Diseño | Encuadre," *Encuadre.org*, 2006, <http://encuadre.org/algunos-apuntes-historicos-sobre-las-escuelas-de-diseno/>.

³ En el año 2000 entró en vigor el plan de estudios de licenciatura en Diseño de Información que cambió la visión de la disciplina en la Universidad de las Américas Puebla. La discusión comenzó desde 1996 con la puesta en marcha de la Maestría en Teoría del Diseño que fue desarrollada por notables dise-

disciplina y de sus egresados, no terminaban de posicionarse ni como artistas visuales ni como estrategias de la comunicación. Los híbridos que habíamos venido intentando en México en las últimas décadas habían dado buenos frutos pero no eran suficientes. Aquella discusión académica se centró en la definición del objeto de estudio disciplinario, nos cuestionábamos entonces, si la **imagen visual** era verdaderamente el objeto alrededor del cual deberían girar nuestras actividades académicas.

Los diseñadores usamos la representación visual como técnica de proyección. El *bocetaje* y *prototipado* que se realiza de manera heurística es dominio de la imagen, pero no sólo los diseñadores gráficos la usan. Lo gráfico es un adjetivo que se refiere al proceso de proyectar, es decir a la manera de diseñar. Se diseña gráficamente, pero ¿qué se diseña?

La representación visual estableció en algún momento de la historia, la posibilidad de pasar de la producción de objetos limitada por las técnicas y la praxis artesanal, a un método basado en la posibilidad de hacer. El dibujo se convirtió en una herramienta cognitiva para visualizar un acto o un objeto en el futuro. El dibujo evitó la necesidad de hacer pruebas con el objeto mismo y permitió entender sistemas complejos sin necesidad de fabricarlos o construirlos. Sin el dibujo es imposible imaginar el desarrollo de la ingeniería, la arquitectura, o incluso la ciencia. La imaginación encontró en la representación visual una salida para el registro de las ideas que permitió con la memoria, el desarrollo del conocimiento humano.

Jack Goody en *La domesticación de la mente salvaje*⁴ hace un recuento de las diferencias entre las culturas orales y las culturas que guardan registros escritos, proponiendo que éstos últimos hicieron posible el advenimiento de la Ciencia y el pensamiento crítico ya que el registro del texto permitió analizarlo, criticarlo y entenderlo. En cambio en las sociedades orales, la tradición y el conocimiento dependen siempre de la mediación del relato y es en esa mediación

ñadores y académicos internacionales. El primer coordinador académico del programa fue el profesor Gui Bonsiepe, quien estuvo colaborando con el programa hasta el año 2002.

⁴ Jack Goody, *The Domestication of the Savage Mind* (Cambridge: Cambridge University Press, 1977).

constante que el conocimiento vive y se transforma. La *alfabetidad* por tanto no se termina con la lengua, sino que incluye otras formas de registro como la imagen visual.

No sólo la Arquitectura y el Diseño Gráfico utilizan la representación visual como método proyectual, un sinnúmero de prácticas profesionales la utilizan, y tal vez lo que ha emparentado en primera instancia a las disciplinas del Diseño, haya sido el uso del dibujo y otras técnicas de representación como método de innovación. Sin embargo el dominio de la representación visual no es suficientes en la especificidad técnica, el acto de proyectar está ligado irremediabilmente al conocimiento de las prácticas y tecnologías de producción, distribución y consumo de lo bienes resultantes, por lo que el uso de la técnica visual no hace del que la aplica, un experto en todas las áreas del Diseño.

El Diseño Gráfico tiene una doble articulación: es proceso y es producto. No es el caso de la Arquitectura, ni del Diseño Industrial ni de ninguna de las Ingenierías o Artes Aplicadas que usan la representación gráfica como método de diseño. Es decir, en el Diseño Gráfico, el proceso de creación requiere de herramientas de visualización que en muchos casos son las mismas configuradoras de los productos resultantes. Esta confusión ha llevado a poner a la imagen visual en el centro de los estudios del Diseño Gráfico, pues lo que se produce en esta disciplina son en su mayoría, objetos expresados visualmente.

Habría que pensar en las imágenes –interactivas o no– como elementos mediadores que no tienen un fin en si mismas, sino que establecen interacciones que van mucho más allá del objeto visual. Esas interacciones producen articulaciones cognitivas, sensoriales y emocionales entre por lo menos dos sujetos, a través de la información. La información se coloca al centro, como el objeto mediador entre los espacios cognitivos, y los Diseñadores Gráficos serían entonces productores de interfaces donde lo gráfico emerge como el lenguaje principal con el que se configura dicha información.

Si aceptamos este punto de vista, estamos reconociendo que no es la imagen visual el objeto teórico alrededor del cual giran las acciones de la disciplina, éste se coloca solamente como el lenguaje de proyectación y configura-

ción de los objetos resultantes. La representación visual en el Diseño Gráfico se puede comparar a la *doble articulación* del lenguaje que propone Saussure⁵ quien explica que el signo escrito se refiere a su vez a un signo fonético que es el mediador del objeto al que representa. En ese mismo sentido, la información diseñada se establece como una interfaz que media el espacio cognitivo entre las personas permitiéndoles llevar a cabo la construcción simbólica de la realidad. Los productos del Diseño Gráfico son efímeros puesto que no son un fin en sí mismos, actúan como mediadores en un proceso interminable de intercambio de contenidos.

Si ponemos en el centro a la *mediación*, entonces el Diseño –sin ningún apellido– sería el conjunto de disciplinas que estudian, promueven, desarrollan y construyen las interfaces que permiten a las personas interactuar entre sí y con su medio ambiente. El objeto de estudio que emerge desde esa perspectiva del Diseño es precisamente *la interacción*, donde los ámbitos particulares se colocan en el medio ambiente, el medio cognitivo y la acción eficiente.

Lo que diseñamos los Diseñadores Gráficos es la información y las formas de interactuar con ella, por lo que podría definirse como la actividad de construcción de las interfaces necesarias que permitan a las personas interactuar entre sí mediante el intercambio de información.

3. El Diseño de Información: espacio de mediación

Hemos dicho que los objetos gráficos son intermediarios de operaciones ulteriores que generan interacciones sensoriales, cognitivas y afectivas entre las personas, por lo que la atención debería ponerse en la promoción de dichas operaciones, entendiendo que las interfaces gráficas por sí solas no aseguran que dichas interacciones se lleven a cabo. Proponemos al **Diseñador de Información**

⁵ Ferdinand de Saussure, Curso De Lingüística General, 24ta. ed. (Buenos Aires: Editorial Losada, 1945).

como el profesional que procure los mecanismos de *interacción con la información*⁶ como centro de su actividad.

Un dato en si mismo, no es información útil, y no sólo basta hacerlo accesible para que funcione. Por eso vemos tal cantidad de aberraciones informativas, todos los días, en todas partes. La información se diseña precisamente para que deje de ser un dato inerte y se convierta en una herramienta útil para el desarrollo adecuado de nuestras actividades cotidianas.

La creencia generalizada entre los Diseñadores de que lo que se diseña es un objeto tangible que se va a producir de una u otra forma y se va a poner al alcance del público a través de los medios adecuados, no es falsa pero es incompleta; sobre todo si pensamos en las formas de medir la efectividad de nuestras acciones. Diseñar un cartel o cualquier otro objeto informativo, tiene que ver con la experiencia sensorial, cognitiva y afectiva que éste puede generar: experiencias de aprendizaje, de toma de decisiones, de instrucción o persuasión; experiencias que se llevan a cabo más allá del contacto con la interfaz, en la interacción social entre por lo menos dos sujetos.

La interfaz supone la interacción entre una persona y cierta información para lograr un propósito particular de interés tanto para el promotor de la información como para el lector⁷. La interacción se circunscribe al espacio cognitivo a partir de un estímulo sensorial que produce en el lector una reacción afectiva. De ese modo, el diseñador debe cuidar tanto la configuración del objeto informativo como la experiencia interactiva de producción de significados.

Hemos dicho que la interfaz informativa se completa cuando existe un artefacto que contiene la información, un lector que interactúa con dicha información, y una experiencia que será resultado de esa interacción. La tendencia profesional ha sido la de centrar la atención proyectual en la configuración del artefacto in-

⁶ Nathan Shedroff, "Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design," *Information Design* (1994): 267–292. Aquí el autor ya habla de una disciplina global que incluye al Diseño de Información, al Diseño de Interacción y al Diseño Sensorial.

⁷ Nombramos aquí promotor a la persona física o moral que tiene el propósito de comunicar cierta información. Podríamos usar otros términos como emisor, autor o patrocinador, así como del otro lado hablaríamos de receptor, usuario o beneficiario en vez de lector. La discusión de las teorías de la comunicación podría traerse aquí, sin aportar ningún elemento ni distintivo ni significativo.

formativo y poco se ha dedicado a revisar el espacio de las interacciones y las experiencias que se producen. Presentamos a aquí una reflexión sobre las experiencias que el Diseño de Información promueve en cada una de las dimensiones humanas.

La **dimensión sensorial** establece un umbral, una puerta de contacto con el mundo. El cuerpo humano con sus sentidos construye el primer espacio de mediación que el Diseño de Información debe transitar. El segundo espacio, la **dimensión cognitiva** se integra cuando la persona decodifica los elementos percibidos generando significados a partir de operaciones de razonamiento lógico –*logos*. Finalmente en la **dimensión afectiva** se activa cuando los elementos significativos en consonancia con el sujeto, adquieren *sentido* dentro de sus estructura de valores –*ethos*– y sentimientos –*pathos*.

Podríamos pensar que las **funciones del Diseño de Información** aquí propuestas deberán promover en los sujetos interactuantes, operaciones sensoriales, cognitivas y afectivas que apoyen a la consecución de los propósitos comunicacionales. Las acciones que presentamos a continuación no son excluyentes, pero siempre habrá alguna que prevalezca sobre las otras. El orden en que las presentamos se estableció a partir de la complejidad de las operaciones, por lo que el nivel apelativo está en los primeros lugares y el nivel argumentativo, que implica operaciones de simbolización abstracta con múltiples connotaciones y alta polisemia, está al final.

4. Funciones del Diseño de Información

Operaciones sensoriales

Percibir es la primera de las operaciones que se debe llevar a cabo. Está en el plano de la interacción sensorial, donde los receptores de la información deben ser capaces de discernirla con su aparato sensitivo. Se basa en la legibilidad y el contraste, es la operación fundamental que permitirá la realización posterior de operaciones cognitivas. El Diseñador de Información aplicará técnicas⁸

⁸ Gaetano Kanizsa, *Gramática de La Visión* (México City: Paidós Comunicación, 1986).

de representación y distribución que aseguren la buena percepción de la interfaz informativa.

Reconocer implica la apertura del canal de comunicación. En términos de Jakobson⁹ se trataría de la *función fática*, llamar la atención, permitir que el sujeto lea la información al reconocer el contexto y el código de lectura. Para que pueda hacer una decodificación adecuada.¹⁰ El Diseñador deberá entonces procurar los códigos de configuración adecuados para el público destino. Asegurándose que estos, sean comprensibles.

Operaciones cognitivas

La **apreciación** implica el reconocimiento de un orden de los elementos que integren el sistema del objeto. Busca la coherencia relacional y la efectividad perceptual de dichos elementos, aduciendo a factores estético-cognitivos y culturales. El lector se enfrenta a identificar los elementos compositivos y busca esa coherencia perceptual fundamentada en aspectos ergonómicos. El Diseñador debe procurar estrategias que le den coherencia compositiva al objeto informativo. En el Diseño editorial por ejemplo, el uso de la retícula tipográfica ofrecerá un orden plástico a los elementos para una mejor sensación de integración.

La **jerarquización** es la operación que realiza el lector para entender el orden cognitivo de la información. Es la configuración inicial que el Diseñador muchas veces olvida: la **arquitectura de información** implica un diseño coherente y lógico que da orden de lectura y navegación y permite un primer acercamiento cognitivo de la información.¹¹

La **identificación** es la operación que realizan los usuarios de la información para nombrar, reconocer o diferenciar un objeto o un concepto, pertenece al espacio de la representación. Tiene una cualidad apelativa, pertenece a un pri-

⁹ Roman Jakobson, *Lingüística Y Poética* (Madrid: Ediciones Cátedra, 1981).

¹⁰ Stuart Hall, "Encoding / Decoding," in *Culture, Media, Language, Working Papers in Cultural Studies* (London, Melbourne: Hutchinson, 1980).

¹¹ Saul Wurman, *Information Architects* (Graphis, 1976).

mer nivel de significación. El Diseñador utiliza signos y objetos como nombres, logotipos una fotografía que sirva de identificación.

Una **descripción** proporciona información sobre la estructura y el estado general de las cosas. Es una operación informativa que no involucra procesos ni valores o juicios críticos. Presenta el hecho tal cual como en mapas topográficos, esquemas constructivos, planos arquitectónicos, maquetas o prototipos.

El **relato** da cuenta de un hecho sucedido (real o ficticio). Presenta información que involucra la dimensión *temporal*. Muestra los cambios sufridos en un lapso por un objeto (físico o conceptual) , un sujeto o una institución social.

La **instrucción** proporciona indicaciones de cómo proceder para solucionar una problemática específica que requiere acciones secuenciales. Presenta una interfaz interactiva que involucra al menos a un sujeto con un objeto y un contenido específico.

La **orientación** involucra la dimensión espacial y su representación visual. Determina o media el entendimiento de un espacio y sus posibilidades de recorrido. Permite tomar decisiones y es altamente interactivo. Las interfaces que regularmente se diseñan para ayudar en la experiencia de orientación son sistema de señales o mapas.

La **explicación** procura el entendimiento del funcionamiento, de las causas y los efectos de un objeto (físico o conceptual) o un fenómeno natural. La explicación permite el entendimiento de situaciones complejas y representa las relaciones entre los componentes y procesos. Se centra en las acciones y las relaciones interactivas más que en los componentes, por ejemplo el material didáctico, científico o las infografías interactivas.

El **control** es una experiencia que permite la operación de un artefacto (físico o conceptual) a través de interfaces interactivas de retroalimentación directa. Implica un conocimiento especializado del proceso y un aprendizaje del código operativo. Ejemplos de estas experiencias se pueden encontrar en el uso de cajeros automáticos o juegos interactivos de video.

El **análisis** es un proceso dirigido al establecimiento de escenarios posibles. Es una acción que procura la operación predictiva de visualizar situaciones

futuras y comparar distintas posibilidades en la toma de decisiones críticas. Presenta de manera clara datos complejos como en horarios de viajes, estadísticas demográficas o gráficas comparativas de desempeño.

La **comunicación** es una experiencia interactiva que implica operaciones de intercambio de información y participación en experiencias activas. Se ubica en el ámbito social por lo que se basa en la capacidad de compartir distribuir y analizar información útil. Este tipo de experiencias rebasan el ámbito tradicional del Diseño Gráfico pero establecen una mejor posibilidad de tener éxito en la consecución de objetivos. Casos de esta experiencia pueden encontrarse en el diseño de servicios (Service Design) o el diseño educativo o cultural que impliquen un alto grado de interacción.

Operaciones interpretativa

La **argumentación** es una experiencia que implica operaciones cognitivas complejas que se fundamentan en los juicios de valor y por tanto en el dominio subjetivo. Normalmente involucra a todas o a gran parte de las operaciones anteriores. Es un espacio socio-cognitivo ya que es en extremo dependiente del contexto de aplicación. Procura convencer y defender una posición que contrasta con otras. Los diseñadores en este nivel realizan campañas publicitarias, propaganda o campañas sociales.

La **innovación** implica operaciones predictivas y de planeación estratégica. Está fundamentado en el ámbito de la resolución de problemas por lo que se basa en la investigación, el análisis y los procesos creativos de propuesta de soluciones. Es una actividad de diseño estratégico que pretende cambiar una situación presente por una mejor. Los profesionales que trabajan en este ámbito se encuentran en el *Branding*, *Design thinking* o en el *Diseño social*.

Conclusión: Los Diseñadores de Información

Los nuevos diseñadores son expertos en el proceso de la información entendiendo tanto los procesos de configuración como los de la recepción, para lo cual deben contar con herramientas teóricas y metodológicas que les tomar de-

cisiones adecuadas en sus estrategias de implementación de las acciones informativas. La estrategia formativa que se propuso en La Universidad de las Américas Puebla se estableció cubriendo tres frentes: el estudio de la estructura de los textos y mensajes significativos, el estudio de la recepción de la información por parte de los públicos y por último, los procesos creativos de integración de la información, abriéndose siete campos de estudio.

1. La comunicación con imágenes se lleva a cabo con procesos como los de la lengua hablada y escrita. Por lo tanto, la imagen se estudia en su aspecto comunicativo y se establecen los aspectos de la gramática básica para la configuración de textos visuales a través del **lenguaje visual**.

2. La **imagen es un texto** con narrativas lineales y no lineales que se construye con códigos visuales. En ese campo teórico se colocan las disciplinas desde las cuales se estudian los textos y la manera en que son leídos por los diferentes públicos. *La Semiótica* de la imagen se aborda desde la lingüística, la lógica y la cultura para conocer los mecanismos metodológicos de configuración textual. *La Retórica* se estudia como estrategia de configuración de textos efectivos y se aborda desde su forma tradicional. Se aplica en la construcción de mensajes. *La Narrativa* se estudia aplicada a todos los aspectos interactivos del Diseño de información.

3. Una Función fundamental del Diseñador de Información es establecer estructuras lógicas de los contenidos de los mensajes. **La arquitectura de información** se estudia para que los diseñadores sean capaces de organizar la información de forma que sea comprendida fácilmente y de manera eficiente.

4. Las imágenes comunican con códigos distintos al de la palabra por lo que la **visualización de la información** implica conocer las estrategias adecuadas para presentar la información visual de manera legible e impactante.

5. Entendemos que cada medio es una interfaz que establece una relación entre la información y el lector. **La interfaz informativa** es un evento fenomenológico que funciona sólo cuando los elementos que la forman se relacionan en condiciones que cumplen con una función eficiente.

6. El **Diseño de la Interacción** define la estructura y el comportamiento de los sistemas interactivos que permiten establecer relaciones significativas entre las personas y las interfaces que utilizan. La atención se pone en las relaciones y los usos y no en los objetos mismos.

7. Los diseñadores de información buscan provocar **experiencias significativas** en los participantes que los lleven a realizar sus actividades cotidianas de manera eficiente. Las experiencias cognitivas entre los participantes, obliga a los diseñadores de información a estudiar la dinámica de las interacciones que promueven la apropiación de conocimientos a través de experiencias simbólicas significativas.

Bibliografía

- Buñuel**, Luis. *Ese Oscuro Objeto Del Deseo = Cet Obscur Objet Du Désir* Realización de L. Buñuel. Francia, España, México: París Francia Greenwich Film Productions; México Videomax [dist.], 1977.
- Goody**, Jack. *The Domestication of the Savage Mind*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- Hall**, Stuart. "Encoding / Decoding." In *Culture, Media, Language, Working Papers in Cultural Studies*. London, Melbourne: Hutchinson, 1980.
- Jakobson**, Roman. *Lingüística Y Poética*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1981.
- Kanizsa**, Gaetano. *Gramática de La Visión*. México City: Paidós Comunicación, 1986.
- Kloss**, Gerardo. "Algunos Apuntes Históricos Sobre Las Escuelas de Diseño | Encuadre." *Encuadre.org*, 2006. <http://encuadre.org/algunos-apuntes-historicos-sobre-las-escuelas-de-diseno/>.
- Saussure**, Ferdinand D E. *Curso De Lingüística General*. 24ta. ed. Buenos Aires: Editorial Losada, 1945.
- Shedroff**, Nathan. "Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design." *Information Design* (1994): 267–292.
- Wurman**, Saul. *Information Architects*. Graphis, 1976.