

Fecha de recepción: mayo 2021  
Fecha de aceptación: junio 2021  
Versión final: julio 2021

## Expresión metodológica de las relaciones dialógico- semánticas en el diseño

Luz del Carmen Vilchis Esquivel <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** Este artículo presenta una síntesis de las reflexiones y principios acerca de un proyecto hermenéutico-semiótico del diseño con base en las visiones de la razón filosófica sobre el sentido y la razón crítico dialéctica conocida también como interlenguaje o, desde el campo semántico hermenéutico, razón dialógica. La pertinencia o legitimidad metodológica de esta propuesta radica en la adecuación de la visualidad a las funciones o dimensiones del lenguaje crítico: descriptiva, interpretativa y valorativa. La primera indica lo que se percibe de la realidad, el código formal, su léxico y sintaxis, la segunda descubre otros matices porque se relaciona con el contenido, interroga al objeto que se quiere interpretar cuya comprensión se encuentra en la estructura misma y requiere de conocimientos y medios para descifrar desde lo que suele describirse como intento de entablar una conversación. La tercera es consecuencia ya que todo diálogo antecede a cualquier interpretación y ésta precede a la valoración que conlleva y impulsa los efectos del sentido como carácter icónico de la realidad que transforma el signo expandiendo sus dimensiones simbólicas, indicativas y apelativas.

Uno de los principios que se formulan es que el diseño se entiende desde el proceso proyectual en cuyas etapas se manifiesta acciones que definen el sentido arriba mencionado. Este proceso, además de proyectual es comunicativo y en esa secuencia aleatoria se involucran momentos dialógicos y semióticos en vínculos de semiosis en los que se constituyen circunstancias del significar o intercomunicación dialógica. La representación intencionada implica al diseñador y a lo diseñado y se manifiesta en la analogía o noción de semejanza reconociendo lo representado porque se parece al objeto del cual tenemos algún tipo de percepción o lectura. La variedad histórica de la semejanza pone de manifiesto la importancia de la intersubjetividad basada en la pertinencia morfológica, sígnica y semántica.

**Palabras clave:** hermenéutica - diálogo - semiosis - diseño - proceso

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 82 ]

---

<sup>(1)</sup> Mexicana. Catedrática de la Facultad de Artes y Diseño-UNAM desde 1979. Perteneció al Sistema Nacional de Investigadores (CONACYT) Nivel II. Licenciada en Diseño Gráfico, Filosofía y Psicología; Maestra en Comunicación, Diseño Gráfico y Neuropsicología; Doctora en Bellas Artes por la Universidad Politécnica de Valencia; Filosofía en la UNAM, Docencia en Artes y Diseño en la UNAM y Honoris Causa en Filosofía Educativa por el

Consejo Iberoamericano de Uruguay. Autora de 45 libros originales, colaboradora en 47 libros y escritora de 152 artículos internacionales y manuales didácticos. Ha coordinado 28 proyectos de investigación y formado 105 investigadores para la Academia Mexicana de las Ciencias. Ha elaborado planes de estudio para 7 universidades; dirigido 275 tesis de licenciatura, maestría y doctorado; impartido 93 cursos y dictado 225 conferencias internacionales en 43 países. Evaluadora de más de 300 proyectos en UNAM, INBA, CONACYT, SEP, MIT, Royal College of Art y University College of London y MERLOT; es miembro de prestigiados colegios, asociaciones y comités editoriales arbitrando 205 artículos, libros, proyectos y programas. Diseñadora gráfica para más de 250 empresas y ONGs en 5 países, ha ganado premios en México, Grecia y Suiza. Artista visual, ha expuesto obra en 176 exposiciones individuales y colectivas en 60 países. Primera Directora de la Facultad de Artes y Diseño-UNAM (2002-2006), ha recibido 71 Distinciones y Premios Internacionales.

## Introducción

En esta exposición se extractan las bases conceptuales que sustentan un proyecto hermenéutico del diseño gráfico, disciplina que es posible describir como un corpus epistemológico totalizador de sentido situada entre el *mythos* en tanto vivencia, intuición o sentido común inmediato y la razón abstracta o *lógos*, en la misma concepción que inspiró al Círculo de Eranos para llevar a cabo los desarrollos dialógico-filosóficos que han retroalimentado las disquisiciones que aquí se postulan con base en la denominada nueva hermenéutica.

Es así como, como principio básico se define a la razón filosófica como “razón crítico-dialéctica o interlenguaje [...] o sea, como razón dialógica” (Ortiz-Osés, 1986, p. 105), cuya legitimidad metodológica radica en las funciones “descriptiva (*rojo*)”, interpretativa (“*sereno*”) y evaluativa (“*perfecto*”)” (Rubert de Ventós, 1976, p. 61), también entendidas como dimensiones del lenguaje crítico que delimitan un espectro de comprensión de la visualidad y por ende del diseño. La primera indica lo que se percibe de la realidad, el código formal, su vocabulario y sintaxis, la segunda descubre matices relacionados con el fondo o contenido y la tercera interroga a lo diseñado desde un horizonte de interpretación cuya comprensión se encuentra en la estructura misma y requiere de conocimientos y medios para entenderla requiriendo, para entablar un diálogo, del dominio de las particularidades que le sean propias.

Es aquí donde las acciones hermenéuticas voltean hacia el ámbito de lo semántico en cuyos espacios gnoseológicos se ubican los significados nucleares o esenciales, así como los significados secundarios complementarios o accidentales que, en conjunto, constituyen el sentido. El diseño y lo diseñado en su calidad de ideas se manifiestan a través de los conceptos materializándose en la objetualidad y es en esta materialización que se expone

su ser y su decir a los que se accede desde la construcción de su discurso y del diálogo. El diseño se expresa en la exposición de sus comunicaciones que entran en conversación mientras se expongan a los perceptores y receptores en ese diálogo que Gadamer entiende como un con-sentido desde el cual las realidades objetivas, subjetivas e intersubjetivas son re-presentadas y aprehendidas en ese “carácter icónico de toda realidad, como signo necesario y único que remite a la palabra fundante [que] adquiere en el hombre dimensiones también simbólicas, indicativas, sintomáticas y apelativas.” (Muñiz, 1992, p. 30)

Uno de los principios que aquí se postula es que, para comprender el diseño es menester entenderlo desde su manifiesto como proceso proyectual en esa secuencia reflexiva en la cual la necesidad se suma a la intencionalidad para definir, caracterizar y conceptualizar una idea que conduce a la construcción del sentido de lo diseñado. Dicho ordenamiento es tanto proyectual como comunicativo y por ello no puede prescindir de circunstancias dialógicas que involucran a los diversos figurantes: diseñador, emisor externo, emisor interno, lo diseñado y el receptor, asentando eslabones de semiosis en los que se compone. Cada una de las circunstancias del significar intencional se muestra como un intercambio dialógico en el que sobrentender, expresar y señalar son algunos de los actos derivados del signo icónico y el sentido único.

## Recorridos de la intencionalidad

Es en la representación intencionada que implica lo diseñado donde se evidencia la analogía, ese factor de semejanza que reconoce a lo representado en alguna circunstancia espacial o temporal, es la aproximación a lo denotado y ya percibido, la huella de la memoria que no permite describir la textualidad de manera literal ya que siempre hay implicaciones icónicas en el repertorio histórico de los imaginarios. Es esta semejanza la que eleva el rango de importancia de la intersubjetividad, un asunto que a decir de Valeriano Bozal aborda el problema de la semejanza sin olvidar que ésta implica una comparación intencional. No hay semejanzas en abstracto y la analogía sólo es posible si hay un basamento que aglutine rasgos pertinentes y dicha pertinencia se fija desde la percepción para que la sumatoria de elementos propicie la selectividad, es por ello por lo que “cada época posee una representación gráfica legitimada intersubjetivamente” (Bozal, 1987, p. 36-41)

Lo icónico implica la capacidad de ver, reconocer y comprender visualmente fuerzas contextuales y sensibles que forman parte de la cultura visual en las cuales el simple hecho de ver llega a “significar comprender [...] visualizar es la capacidad de formar imágenes mentales [...]” (Dondis, 2017, p. 19) El sentido es un entramado de significatividad, una gama semántica conocida como *polisemia* cuyo origen radica en variables contextuales, sentidos especializados y lenguajes figurados como la metáfora u otras figuras retóricas que abren paso a las reinterpretaciones y a la absorción constante de los dominios culturales.

Cualquiera de los discursos de lo diseñado que se explican en el ámbito del diseño (Vilchis, 2016, p. 37-46), como todo lenguaje, representan la lógica del diseño en tanto confirman la factibilidad de *pensar* y *dialogar* con, desde, hacia y para el diseño. Esto se percibe

como una de las funciones de la intuición sensible que se adhiere a la capacidad de generalizar y abstraer en un esquematismo estético cuya función no es cognoscitiva, más bien está enfocada a “la visualización, a la configuración en imagen de una relación fundante, la de aparecer del ente y de su coherencia de significado” (Zecchi, 1990, p. 155 y 157). Se trata así de una forma discursiva directa la cual refiere a la conversación entre el emisor, ubicado en el texto mismo de lo diseñado –al cual se entiende como emisor interno que, además de ser virtual, puede estar representado indistintamente por sujetos, objetos o símbolos que dicen algo a alguien– y el diseñador o el receptor, enfatizando sus coloquios con este último con una distancia hermenéutica mínima.

La intención en el diseño determina el proceder y la elección de un campo semántico que condiciona la posible satisfacción de una necesidad. El lenguaje siempre se objetiviza y genera dominios, en el diseño este factor se multiplica exponencialmente por la infinitud semántica de la imagen, sin embargo, los campos semánticos son esas barreras que se transforman en hábitos del pensamiento incorporando a la inmediatez de la mirada la inmediatez de la palabra. Todo elemento de lo diseñado desvela una interioridad que comunica, es decir, que pone en común y unifica algo con alguien, ya que, en un paréntesis hay que apuntar al hecho de que la semiosis es un privilegio de la condición humana. Dicha unificación sólo se define como exposición del ser al diálogo enunciado en pausas que hilan el desarrollo y la culminación del discurso visual.

“[La intención del diseñador] no tiene por qué ser eliminada aunque hubiera transferido su potencial aporético a lo que nos dice, sino que debiera ser, precisamente, recuperada, si esa aporía o esa ambigüedad, hubiera de formar parte de lo que el texto transmite [...] la intención se encuentra efectuando una doble y a veces contradictoria tarea, una si está presente y otra si está ausente [...] la intención será cualquier cosa menos algo interno que compensa algo externo [...] ¿para qué la intención? [...] porque guía al mensaje, aunque no sea su condición material de posibilidad [...] reconocer una intención en un contexto dado es, por lo tanto, responder a una forma de intención en un contexto dado, es, por lo tanto, responder a una forma de requerimiento que configura qué se quiere decir o qué se quiere conseguir con lo que se dice [...]” (Thiebault en Herrera, 1998, p. 42-47)

La intencionalidad orienta la dirección tanto del sentido como del proceso proyectual, es la acción comunicativa que genera un texto visual, condicionando al sujeto emisor en la voluntad determinada por un fin, donde el acto de voluntad sustenta la posibilidad de que el ser por sí mismo trascienda en la interpretación del mensaje y, en el excedente de sentido, el sujeto no permanece ajeno al objeto diseñado.

## Condiciones dialógicas en el diseño

Para Foucault, toda práctica de la discursividad se configura desde que se concibe la materialización de los objetos que la componen razón por la cual, para analizar la estructura semántica de la exterioridad en los discursos de lo diseñado, hay que exponer sus contenidos de significación. El diálogo con los discursos del diseño no se define por las formas, colores, letras o imágenes sino por el “conjunto de reglas que son immanentes a una práctica y la definen en su especificidad”. (Foucault, 1972, p. 76 y 79) generando la interrogante acerca de la fiabilidad del conocimiento de la imagen. Zunzunegui (1998) revisa las respuestas filosóficas sobre el saber de lo diseñado:

- *Empirista*, inspirada en Hobbes, Hume y Locke, que destaca el papel de la experiencia y la asociación de ideas considerando la mente una *tabula rasa* sobre la que la experiencia escribe.
- *Innatista*, desde las bases de Descartes y Kant para la que la mente posee ideas innatas sobre las propiedades de los objetos, recursos que permiten asumir y prevaler la experiencia sensible.
- *Gestaltista*, para la que el mundo ya se descubre sistematizado por las leyes connaturales que integran los campos visuales. Desde la Gestalt, la percepción visual es un todo integral y no una simplista asociación de ideas.
- *Gibsoniana*, también conocida como *realismo ingenuo* o teoría de la extracción de información, para la que en un acto psicossomático sin interrupciones es posible percibir cualquier cambio en lugares, objetos, sustancias y acontecimientos de la visualidad cotidiana tanto como en cualquier campo visual limitado que implica análisis e introspección.

El proceso dialógico del diseño está focalizado y delimitado por ideas, representaciones y adjudicaciones peculiares del diseñador o de terceros. En dicha conversación se procesan desde las entrañas de los diseñado preguntas que deben ser contestadas desde el horizonte de alguno de los emisores, incluyendo el diseñador. El diálogo puede ser sincrónico, desde la misma espacialidad y temporalidad o diacrónico en una narrativa atemporal. En este proceso por lo general se expide una interpretación desde lo semántico para después dar paso a lo sintáctico, el fondo aquí antecede a la forma.

La idea del diálogo es el establecimiento de las fuerzas semióticas o disonancias armónicas bajo el principio hermenéutico de que “lo que se intenta comprender puede esclarecerse en un contexto más amplio [extendiéndolo expresamente, afirma Gadamer] a otras formas de arte” (Gadamer, 1999, p. 95) La manera de proceder es el reconocimiento de fracciones de sentido hasta lograr la completitud del todo adecuadamente articulado y estructurado.

Las condiciones dialógicas del diseño siempre son comunicativas y sus pausas se entienden como *momenta* de semiosis analógicas debido a que las interrogantes y sus consecuentes respuestas siempre dan lugar a cuestiones exegéticas. También se establecen ciertas condiciones del pensamiento por lo que hay “una identidad de formas entre la mente y la materia [...] que la realidad siempre es análoga.” La analogía se relaciona con la sinestesia

o el isomorfismo entre los cinco sentidos, por ella la forma que se percibe es la misma ya sea que el gusto registre una imagen, un sabor o el tacto una textura como describe Pablo Fernández Christlieb en su texto sobre *La sociedad mental* (2004, p. 51)

Cuando se habla aquí de comunicación se hace referencia a la denominada *semiótica de la significación* que reconoce desde la obra de Barthes y Eco la posibilidad de que el mundo de los objetos esté sometido a procesos de semiosis contraria a la semiótica de la comunicación que, con base en los desarrollos de los lingüistas Trubetzkoy, Buysens, Martinet o Prieto insisten en que los eventos semióticos sólo tienen lugar en los sistemas de comunicación implícita.

Barthes extiende el campo de la disciplina a todos los hechos significantes, incluyendo hechos como el vestido [la distinción] entre *la auténtica comunicación* y la *simple manifestación* o entre la *comunicación* y la *significación*, puede proporcionarnos igualmente la clave de la diferencia que separa las tendencias que representan. Lo que constituiría el objeto de la semiología sería para Buysens la comunicación y para Barthes la significación [...] (Mounin, 1970, p. 12-17)

Las condiciones dialógicas del diseño están sujetas a las grandes preguntas de indagación que se transluce durante los eventos comunicativos, desde el mismo origen de la necesidad. Estos hechos dialógicos, que lo son también de *semiosis*, se observan en el carácter mismo del proceso derivando de protocolos de pertenencia, niveles prescriptivos, parámetros, códigos, formas de expresión, sobrecargas comunicativas, implicaciones, indicadores temáticos, categorización de destinatarios, acciones previstas, constantes y variables dependientes o no dependientes, todo ello obtenido de desde la instrumentación de preguntas elementales que aluden a qué, cómo, quién, de qué, con qué y para qué con sus bifurcaciones y derivados lingüísticos.

Conocimiento es mediación que ordena y cada respuesta se aunará a una red de conceptos con la que aprehender la realidad de lo diseñado bajo la orientación de la intencionalidad. Las condiciones de conocimiento tienen así fronteras y suponen principios y categorías que permiten mediar cada campo semántico desplegando las condiciones pertinentes de interpretación. Es la valencia óptica de lo diseñado que se fija al ser sensible del sujeto que diseña y si bien es cierto que la intención del diseñador está involucrada, por encima de ella siempre está la intención del mensaje que es la que delimita a lo diseñado y es la que enfrentará el receptor, perceptor e intérprete en sus múltiples facetas.

En la práctica profesional del diseño, la idea de una necesidad es el origen de la *espiral hermenéutica* en que se involucra el diseñador antes de concebir un texto visual y el discurso bajo el cual se condicionará su lectura. El diseñador debe implicar estructuras de sentido y las más claras son aquellas encaminadas por los arquetipos que se definen por las relaciones *isonómicas* complejas para conformar imágenes primordiales, originales o prototipos, es lo que algunos filósofos denominan *sustantificación*, desde ahí los arquetipos se relacionan con imágenes culturales fuertes que significan un ejemplo de virtudes o cualidades que se destacan por su unicidad.

Durand parte de una concepción que postula la *semantización* de las imágenes en las que reconoce como campo semántico de lo imaginario a los signos, símbolos, alegorías, arquetipos, esquemas, ilustraciones, representaciones esquemáticas, diagramas y sinepsias. El *arquetipo* se adecua a las situaciones particulares de comunicación y se interrelaciona con el símbolo, aquél se ubica en la idea, éste en el devenir de la polivalencia. Por ejemplo: la rueda es arquetipo del sistema cíclico, sin embargo, en algún momento se esquematiza y migra hacia el simbolismo de la cruz y deviene en simple signo de suma. (Durand, 1981) Entre los conceptos bajo los cuales se comprende la *dialogicidad* en el diseño están esquemas, arquetipos y estereotipos, símbolos, sistemas míticos y alegóricos, isomorfismos e imágenes polarizadas que constituyen repertorios formales de lo imaginario promoviendo el relato visual, términos que Durand denomina categorías topológicas y estructurales, son modelos de la imaginación del diseñador que suponen sintáctica y semánticamente esquemas de representación visual; transposiciones imaginarias en las que el “carácter de polivalencia de interpretación se acentuará más [...] los objetos simbólicos [...] constituyen redes donde varias dominantes pueden imbricarse” (Durand, 1981, p. 48), sin olvidar que, después de todo el mito se opone a lo real y a lo racional, por lo que siempre presenta al menos un aspecto ficticio en el marco de la poética y la ensoñación.

El mito [...] se caracteriza por la inconsistencia, es decir, por el hecho de que siempre se le pueden añadir nuevos elementos, matices, modulaciones, lo cual significa que el mito se encuentra constantemente sometido a inacabables procesos de metamorfosis y transformación [...] la mutabilidad expresiva y axiológica de los mitos no debería sorprendernos, ya que el mito, cualquier mito, es una expresión de la profunda extrañeza que siempre y en todas partes experimentan los humanos en medio de su vida cotidiana. (Duch, 1998, p. 47-52)

Como en todo proceso de semiosis, en el diseño se corre el riesgo de confundir los mitos con las alegorías y los estereotipos con los arquetipos dando lugar excedentes de sentido deformados y por lo tanto, como afirma Lluís Duch (1998), los mitos degradados que genera una *civilización del olvido*, como muchas formas y fórmulas del *new age* o de las series de televisión que irrumpen como *objetos no-identificados* en nuestra conciencia, porque olvidamos las características identificadoras o criterios que posibilitan el tránsito coherente por la semantización de una idea o de un concepto.

## **Diálogo y sentido en lo diseñado**

En el diseño los procesos de significación no son muy diferentes de los que se consignan en otros lenguajes y las alternativas semánticas siempre cuentan con bordes en elementos como la necesidad, el problema y la intencionalidad y el hilo conductor que los articule en códigos y entornos precisos. El tema para el diseñador es generar un sentido icónico

que para autores como Mauricio Beuchot se encuentra en la *analogicidad* como aquella “conveniencia proporcional entre el ejemplar y su imagen” lo diseñado basa sus criterios de representación en el establecimiento de diferencias, por ello es conveniente mencionar que el mismo autor indica que “la analogía es la semejanza que contempla también la diferencia”. (Beuchot, 1999, p. 80) donde comprender algo desde el diseño implica descifrar su parecido con otra cosa, interpretarlo e insertarlo en un significado convencional dando cuenta del código que posibilita la comunicación y sus posibles efectos en los receptores, así expresa Rubert de Ventós el análisis que requiere todo diseño. (Rubert de Ventós, 1973, p. 110-111)

El diseñador se mira, desde esta óptica, como un mediador que hace frente a signos, discursos y procesos significantes que siempre interpreta en una relación dialógica y semántica cuyos principios subyacen a la teoría de la comunicación. El diseñador nunca se enfrenta a repertorios lineales y determinados, siempre confronta complejos significativos que debe decantar.

[El diseño se configura a partir de representaciones analógicas, de signos que, a través de los denominados códigos de reconocimiento] están en lugar de algo, simplemente porque se le asemeja [sirven para identificar los rasgos pertinentes y caracterizadores] puede hablarse de semejanza establecida a través de la comparación (por copresencia, recuerdo o confrontación) o a través de la analogía (ya sea ésta material o puramente convencional) [...] la semejanza se produce y debe aprenderse, lo que pone de manifiesto su carácter convencional [...] autores como Tomás Maldonado que toman como punto de partida las posiciones de Wittgenstein que consideran a la imagen como *proposición* concreta y material, defienden la validez del concepto de semejanza por su valor cognoscitivo. (Zunzunegui, 1998, p. 67-69)

El mismo autor ejemplifica con dos maneras de *producción icónica*: el *espejo* (formulaciones visuales derivadas del uso de perspectivas artificiales y de referencias aparentes) y el *mapa* (sistemas cartográficos esquemáticos de representación visual cuya codificación arbitraria sustituye la idea de parecido por la de equivalencia), ambos asumen el reconocimiento de formas y lugares como configuraciones dependientes de la necesidad, el contexto y la ubicación espacio/temporal. La necesidad es así merecedora de interpretación y cada nueva interpretación requiere de un satisfactor. Para Agnes Heller, las prácticas hermenéuticas, incluso las más espontáneas e ingenuas, realizan una labor cognitiva y enjuiciadora del texto visual por lo que “la densidad del significado no es un atributo ontológico, mucho menos una constante ontológica, ni es una cuestión de evaluación subjetiva. La multiplicidad de la interpretación singular conforma de forma conjunta la densidad: si tras un millar de interpretaciones [...] uno todavía puede decir algo nuevo, [tanto la necesidad como su satisfactor] son densos en significado” (Heller, 1996, p. 138-140) e inevitablemente, cargados con excedentes de sentido y seguramente anclados a un texto que les complementa.



Las necesidades se fusionan con un mensaje en los fenómenos comunicativos conllevando criterios axiológicos que precisan las prioridades. La solución a un problema de diseño no radica en su conceptualización, ésta constituye la parte medular, no obstante, hay que reunir las condiciones para materializar el concepto que incorporan en la flexibilidad metodológica: especificidad, temporalidad, factibilidad y viabilidad para proponer todos los tiempos del proyecto.

Así, el diálogo y la construcción del sentido circunscriben al diseño como anticipación y mediación, relacionando a dos sujetos: el que diseña y el que percibe lo diseñado en un vínculo finito. Este acto no es lineal ya que en él se manifiestan momentos mediales que muestran una dinámica circular y ésta, al concatenarse con cada evento, crea una dinámica espiral continua cuyos momentos dialógicos y por ende semióticos se definen en tres tiempos: *pre-proyectual*, *proyectual* y *post-proyectual* en los que el diseñador sigue una secuencia dialéctica permanente en que las ideas son abstracciones que, bien conceptualizadas, establecen nexos significativos en la materialización. Las relaciones dialógicas se amplifican o reducen en el control de la excedencia de sentido expresada en jerarquías visuales que posibilitan la semantización de variables visuales, compositivas, estructurales y de representación, por ello la mediación es toral ya que la aprehensión del mensaje y su proyección como transformación eidética es una categoría que sustenta la necesidad del diálogo y de la estructura.

[En el diseño] la imagen tiene significación porque hay personas que se preguntan por su significado. Una imagen por sí no significa nada [la relación visual real] supone la discusión sobre el iconismo [...] el concepto de semejanza [...] elemento clave de nuestra relación cognoscitiva con lo real [...] un objeto icónico se nos presenta en nuestro mundo con una apariencia sensible semejante al objeto real. De aquí nace una relación de tipo semiótico [...] el significado de una imagen se manifiesta a través de la expresión icónica [...] la semejanza no se da a causa de las propiedades físicas del objeto sino a través de la activación de una estructura perceptiva en el sujeto observador [...] existen diversos tipos de semejanza [...] semejanzas por comparación (o copresencia de dos objetos) [...] la semejanza por analogía (cuando se compara parte por parte, por ejemplo el rojo de la sangre con el rojo de la bandera) y la analogía conceptual [...] la semejanza no se debe aislar del contexto en que es utilizada. (Vilches, 1991, p. 14-19)

Es necesario precisar que estas relaciones nunca cierran el ciclo comunicativo ya que éste guarda una distancia con los receptores y sus reacciones a la intencionalidad las cuales sueles lograr que lo diseñado diferentes dimensiones en las que por ejemplo la expresividad plástica tenga tal fuerza que sustituya al mensaje trascendiendo la conciencia del fondo y la forma para dar paso a una experiencia sensible y contemplativa.

## Conclusiones

Lo que aquí se ha descrito es resultado de los cruces metodológicos entre hermenéutica, semiótica y diseño con base en la consideración de que este último se puede entender como un texto visual inmerso en fenómenos discursivos identificados cuyos códigos visuales y lingüísticos componen expresiones materiales que se crean, modifican y transforman con base en las mediaciones que sólo el diálogo y la emergencia de sentido hacen posible. El texto visual completa el ser de lo diseñado trascendiendo desde la *idea*, como condición de la abstracción del ser pensado, el *concepto*, como condición de la comprensión del ser inteligible, hacia la *materialización*, como condición del ser perceptible, para completar el ciclo dialéctico y dialógico.

La tríada descrita es condición de existencia del diseño y lo diseñado. Es en las expresiones del diseño donde se aplica sin lugar a duda ya que sus elementos y etapas proyectuales son bloques macroscópicos que se analizan desde la óptica holística porque sus elementos articulatorios y sus interacciones fundamentales, son discernibles mas no separables porque alterarían el sentido del fenómeno de significación.

El texto visual está en el objeto diseñado, de modo que el texto “*es*” y el objeto “*es*” y por lo tanto hay un incremento de ser. La interpretación de dicho texto representa el lugar de reflexión o tematización explícita del aspecto comunicativo/lingüístico en el cual no se valida la inmediatez ni la vivencia, “no puede mantenerse frente a la pretensión de continuidad y unidad de autocomprensión, [esto significa que el diseño] implica conocimiento, y que la experiencia de [lo diseñado] permite participar en este conocimiento” (Gadamer, 2017, p. 138)

[En el diseño] la razón hermenéutica aparecería como el lugar de intersección dialógica de razón analítica y razón crítico dialéctica [...] como razón traductora e interpretadora, como razón transformadora o productiva [...] la aplicación contextual o situacional es constitutiva de la *phrónesis* o razón hermenéutica pragmática [...] liberar el sentido –decodificar y recodificar el lenguaje [...] un lenguaje sin mediar (=interpretar) es un lenguaje ideológico; un lenguaje es crítico solamente en cuanto mediado, interpretado [...] un tal lenguaje correlacional es así un lenguaje específicamente humano capaz de interpretar, convertir, transformar el ruido en información [...]. (Muñiz, 1992, p. 30)

Desde estos basamentos se establece que, en las diferentes relaciones dialógicas del diseño y en el proyecto mismo, se incrementa el ser al interpretar el mensaje, al trascender el mensaje en el medio, ser percibido y ser recibido, la correspondencia entre contenido cultural e imagen trasciende hacia el sentido en el cual la *analogía* tiene implicaciones con respecto a nociones como *semejanza*, *isomorfismo*, *iteración* o *isotopía*, donde “la iconicidad es una constante que no puede negarse como forma” (Vilches, 1991, p. 25), en toda representación contenida en un texto visual hay una mediación que presupone convenciones contextuales y culturales.

Es así como el diseño se comprende desde el proceso proyectual en cuyas fases se generan acciones que definen el sentido de lo diseñado; la secuencia además de proyectual es comunicativa e involucra coyunturas dialógicas que a su vez originan enlaces semióticos gestando una cadena de semiosis o circunstancias del significar. La representación intencionada implica al diseñador y a lo diseñado y se manifiesta en la analogía o noción de semejanza reconociendo lo representado porque se parece al objeto del cual tenemos algún tipo de percepción o lectura. La variedad histórica de la semejanza pone de manifiesto la importancia de la intersubjetividad basada en la pertinencia morfológica, signica y semántica.

## Lista de Referencias

- Beuchot, Mauricio (1999) *Las caras del símbolo: el ícono y el ídolo*. Madrid: Caparrós Editores (Col. Esprit, 38)
- Bozal, Valeriano (1987) *Mímesis: las imágenes y las cosas*. Madrid: Visor (Balsa de Medusa, 3)
- Dondis, D. A. (2017) *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili
- Duch, Lluís (1998) *Mito, interpretación y cultura*. Barcelona: Herder
- Durand, G. (1989) *Estructuras antropológicas de lo imaginario*. Madrid: Taurus
- Fernández Christlieb, Pablo (2004) *La sociedad mental*. Barcelona: Anthropos (Psicología social, 26)
- Foucault, Michel (1972) *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI (Col. Teoría y crítica)
- Gadamer, H. G. (1999) *Poema y diálogo*. Barcelona: Gedisa (Col. Crítica Literaria)
- Gadamer, H. G. (2017) *Verdad y método I*. Salamanca: Sígueme
- Heller, Agnes (1996) *Una revisión de la teoría de las necesidades*. Barcelona: Paidós / ICE-UAB (Pensamiento Contemporáneo, 47)
- Mounin, George (1970) *Introducción a la semiología*. Barcelona: Anagrama
- Muñiz Rodríguez, Vicente (1992) *Introducción a la filosofía del lenguaje II. Cuestiones Semánticas*. Barcelona: Anthropos (ATT Filosofía, 41)
- Ortiz-Osés, Andrés (1986) *La nueva filosofía hermenéutica*. Barcelona: Anthropos (ATT Hermeneusis, 1)
- Rubert de Ventós (1976) *Ensayos sobre el desorden*. Barcelona: Kairós
- Thiebault, C. (1998) "Las intenciones de la ficción" en Herrera, M. (ed.). *Teorías de la interpretación*. México: UNAM
- Vilches, Lorenzo (1991) *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós
- Vilchis, L. C. (2016) *Diseño: Universo de conocimiento*. México: Qartuppi
- Zecchi, Stefano (1990) *La belleza*. Madrid: Tecnos (Col. Metrópolis)
- Zunzunegui, Santos (1998) *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra / Universidad del País Vasco (Signo e imagen, 15)

---

**Abstract:** This article presents a synthesis of the reflections and principles about a hermeneutical-semiotic project of design based on the views of philosophical reason about meaning and dialectical critical reason also known as inter-language or, from the hermeneutical semantic field, dialogical reason. The relevance or methodological legitimacy of this proposal lies in the adequacy of visuality to the functions or dimensions of critical language: descriptive, interpretive, and evaluative. The first indicates what is perceived of reality, the formal code, its lexicon, and syntax, the second discovers other nuances because it is related to the content, it questions the object to be interpreted whose understanding is found in the structure itself and requires knowledge and means of deciphering from what is often described as an attempt to strike up a conversation. The third is a consequence since all dialogue precedes any interpretation and this precedes the valuation that entails and certifies the effects of meaning as an iconic character of reality that transforms the sign by expanding its symbolic, indicative, and appellative dimensions.

One of the principles that are formulated is that design is understood from the project process in whose stages actions that define the mentioned sense are manifested. This process, in addition to being projectual, is communicative and in that random sequence dialogical and semiotic moments are involved in semiosis bonds in which circumstances of meaning or dialogical intercommunication are constituted. The intended representation involves the designer and the designed and manifests itself in the analogy or notion of similarity, recognizing what is represented because it resembles the object of which we have perception or reading. The historical variety of similarity highlights the importance of intersubjectivity based on morphological, signic, and semantic relevance.

**Keywords:** hermeneutics - dialogue - semiosis - design - process

**Resumo:** Este artigo apresenta uma síntese das reflexões e princípios sobre um projeto hermenêutico-semiótico do design a partir das visões da razão filosófica sobre o significado e da razão crítica dialética também conhecida como interlinguagem ou, do campo semântico hermenêutico, razão dialógica. A relevância ou legitimidade metodológica desta proposta reside na adequação da visualidade às funções ou dimensões da linguagem crítica: descritiva, interpretativa e avaliativa. O primeiro indica o que se percebe da realidade, o código formal, seu léxico e sintaxe, o segundo descobre outras nuances porque está relacionado ao conteúdo, interroga o objeto a ser interpretado cuja compreensão se encontra na própria estrutura e requer conhecimento e meio de decifrar o que é frequentemente descrito como uma tentativa de iniciar uma conversa. A terceira é uma consequência, pois todo diálogo precede qualquer interpretação e esta precede a valorização que acarreta e atesta os efeitos do sentido como personagem icônico da realidade que transforma o signo ao expandir suas dimensões simbólica, indicativa e apelativa.

Um dos princípios que se formulam é que o design é entendido a partir do processo de projeto em cujas etapas se manifestam as ações que definem o referido sentido. Esse pro-

cesso, além de projetual, é comunicativo e, nessa sequência aleatória, momentos dialógicos e semióticos estão envolvidos em laços de semiose em que se constituem circunstâncias de sentido ou de intercomunicação dialógica. A representação pretendida envolve o designer e o projetado e se manifesta na analogia ou noção de semelhança, reconhecendo o que é representado por se assemelhar ao objeto do qual temos algum tipo de percepção ou leitura. A variedade histórica da semelhança destaca a importância da intersubjetividade com base na relevância morfológica, signica e semântica.

**Palavras chave:** hermenêutica - diálogo - semiose - design - processo

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---