

Fecha de recepción: octubre 2022
Fecha de aprobación: noviembre 2022
Fecha publicación: diciembre 2022

Semiótica Aplicada a Proyectos de Diseño como Estrategia de Innovación Social

Miguel Ángel Rubio Toledo ⁽¹⁾ y
Sandra Alicia Utrilla Cobos ⁽²⁾


Cuerpo Académico Sostenibilidad y Desarrollo Estratégico
del Diseño del Centro de Investigación en Arquitectura
y Diseño de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la
Universidad Autónoma del Estado de México.

Resumen: La semiótica, como la disciplina del estudio de los signos, permite no sólo comprender textos a través del análisis de los signos escritos, sino que desde el diseño hace algunas décadas atrás, analizar y proyectar sistemas de objetos, de espacios o de imágenes que pueden fungir como posibilidades de realidades innovadoras para el beneficio social desde la significación, sus referentes y la construcción de los signos como significantes, cuyos procesos se llevan bajo una perspectiva estratégica. En sentido estricto, la semiótica permite “leer” los significantes que se encuentran en un determinado lugar, a través de los referentes del usuario y traducidos por quien realiza el análisis, con el objeto de otorgar un significado a dicho signo o cúmulo de ellos. No obstante, el modelo de análisis semiótico se puede invertir –como todos los modelos de análisis–, para efectos de proyectar sistemas de diseño. Es decir, se pretende, en primer lugar y partir de un problema concreto, definir el objetivo como una significación que permita el desarrollo sostenible de la comunidad para que, en segundo término, se analicen los referentes o procesos simbólicos y utilitarios de los usuarios en su contexto, con el fin de obtener la información cultural y tecnológica pertinente, y finalmente diseñar los significantes estratégicos que den sentido y desarrollo social, ya sea desde lo privado o lo público. Lo anterior implica al menos dos modos de beneficio a la sociedad, por un lado, se busca siempre el mayor bien de los sujetos o grupos desde una ética comunitaria como estrategia de desarrollo –educación, conciencia, empatía, entre otros–, y por otro, permite crear vínculos identitarios entre los significados pretendidos y los significantes creados, lo que otorga además una importante posibilidad de identidad.

Palabras clave: Semiótica aplicada - Proyectos de diseño - Estrategia - Innovación - Desarrollo social

[Resúmenes en castellano y en portugués en las páginas 74-75]

⁽¹⁾ **Miguel Ángel Rubio Toledo** es Licenciado en Diseño Gráfico, Especialidad en Diseño Estratégico de Productos Industriales, ambas por la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMex, Maestro en Artes Visuales con orientación en Comunicación Visual por la Escuela Nacional de Artes Plásticas (hoy Facultad de Artes y Diseño) de la UNAM, Doctorado en Ciencias Sociales por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEMex, y Posdoctorado en Innovación, Tecnología y Hábitat por la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Querétaro. Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), integrante del Cuerpo Académico Sostenibilidad y Desarrollo Estratégico del Diseño de la UAEM. Autor de más de cincuenta artículos indexados, veinte capítulos de libros y seis libros relacionados con la producción simbólica de grupos y comunidades con fines autopoieticos y de sustentabilidad, así como sobre Gestión Estratégica del Diseño. Trabaja temas sobre la producción simbólica en grupos sociales como fundamento del Diseño Estratégico para el desarrollo sostenible de comunidades marginadas y vulnerables, así como Diseño estratégico desde fundamentos teóricos tales como la hermenéutica, Semiótica, Retórica, Poética del Diseño para el desarrollo de productos y servicios.

⁽²⁾ **Sandra Alicia Utrilla Cobos** es Profesora e Investigadora de Tiempo Completo en la Facultad de Arquitectura y Diseño, Centro de Investigación de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx). Doctorado en Diseño con mención honorífica, Maestría en Estudios Socioeconómicos y Físicos del Turismo, egresada de la UAEMéx. Licenciada en Diseño Industrial egresada de la Universidad Autónoma Metropolitana. Perfil PROMEP. Patente modelo de Utilidad Registro 3279, ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Ganadora categoría de Diseño Industrial de la Muestra del Quehacer profesional en la Primera Bienal Académica de Diseño 2018, en el área de investigación. Autora de diversos capítulos de libros y publicaciones en revistas indexadas, así como ponente en Foros Nacionales e internacionales. Responsable de investigaciones registradas ante la Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados de la UAEMéx. Diversas exposiciones fotográficas, resultados de trabajos de investigación en organismos del Estado de México.  Código ORCID: orcid.org/0000-0002-7182-781X.

Introducción

Como es sabido, la Semiótica es la ciencia que estudia los signos. Estos son de diversos tipos y cualidades, y existen también diversas formas de aproximarse a ellos. Históricamente se han realizado estudios sobre la Semiótica para la comprensión de textos literarios o argumentaciones teóricas lingüísticas. No obstante, desde hace algunas décadas se ha ampliado su uso a otras áreas del conocimiento, entre las que se encuentra el diseño. Así, para efectos del presente trabajo, se pretende que algunos de los razonamientos, permitan comprender –a través de las clasificaciones y desarrollos conceptuales de diversos

autores— formas de mejorar las condiciones sociales a través de proyectos estratégicos de diseño. En este sentido, de la clasificación más aceptada señalada por Eco (2010a) en cuyas inferencias sostiene que hay tres elementos en relación necesaria (significado, referente y significante), se parte del significado como la intención hipotética que se dará al proyecto de diseño, el referente como la investigación del conocimiento de los usuarios en su contexto, y del significante como la producción de formas que den sustento a dicha intención propiamente la morfogénesis del diseño. En este orden de ideas, el significado o intención hipotética pretende que se traduzca el proyecto de diseño en condiciones de desarrollo e innovación social, previa comprensión de aspectos simbólicos del referente o sujetos en su contexto, a través de la creación de elementos formales o significantes diseñados *exprofeso*.

Desarrollo

1. El significado como intención. El signo y la semiosis

El signo es un elemento que se puede distinguir en casi cualquier aspecto de la vida del ser humano. Se trata de una manifestación, un objeto –o sujeto– que puede ser percibido por medio de los sentidos, tales como un árbol, un silbido, un olor o sabor determinado, o incluso una sensación física. El ser humano cuando lo percibe, le otorga determinado significado dependiendo de varios aspectos, que pueden ser el contexto físico, la memoria, el estado de ánimo, el grado de percepción, entre otros, no obstante, también existen signos que son de alguna manera fijos o estandarizados, dadas las características estrictas del lenguaje utilizado. En sus orígenes como ciencia moderna, dos teóricos definieron las características de los signos de forma general. Para el caso de Saussure, la argumentación de las características se observa desde posturas duales, es decir, dicotomías que explican el modo de funcionamiento de un signo; para Peirce, estas particularidades se explican en tricotomías. Es importante señalar, que las distinciones desde lo conceptual sirven como alicata para la propuesta de aplicación en proyectos de diseño, por lo que se hace una muy breve síntesis con toda la reserva que merece.

El signo es una entidad de dos caras para Saussure (2005), el significante y el significado, donde el primero es lo perceptible y lo segundo es el sentido que le damos a dicho ente percibido, esto es, existe una necesaria asociación entre ambos como proceso de comprensión o valoración. El signo, señala este autor, es un ente que es mutable e inmutable¹, lo que quiere decir que muta en cuanto a la explicación particular del sujeto que lo percibe dadas sus condiciones individuales, y es inmutable porque existen ciertas convenciones sociales que exigen que algo sea algo y no otra cosa. Lo anterior implica la explicación de algunos asuntos relacionados con las dicotomías, las cuales se encuentran vinculadas entre sí a manera de sistema², a continuación, algunas de ellas:

1. La lengua y el habla, donde la primera es el sistema lingüístico de un idioma determinado con sus reglas y excepciones tal como el español, y el habla es la forma particular de hacer uso de ese idioma, a partir de regionalismos, mestizajes, entre otros.
2. Implica la historicidad del signo, esto es, es sincrónico cuando se habla de un signo en un momento dado y cuya influencia de sentido se da en ese momento, y es diacrónico cuando se observa su desarrollo como proceso histórico, esto es, que se va nutriendo de las actualizaciones socioculturales particulares de la época.
3. El significante (expresión) y el significado (contenido), donde la percepción del primero conduce al segundo; sin embargo, existe siempre la posibilidad de que existan diversos significantes para un solo significado, y viceversa.
4. Paradigma y sintagma, donde el primero es un repertorio de unidades –palabras o frases sistémicas– (selección) y el segundo es la integración de dichas unidades (combinación) en un texto.

Por su parte, para Peirce (1958), como se señaló anteriormente, el signo es un elemento de tres partes, se trata del *representamen* –o signo– (se puede comparar con el significante de Saussure), el objeto –o referente–, y el interpretante (similar al significado en Saussure) que, para efectos del presente trabajo se equivaldrán. Estos tres elementos funcionan de manera simultánea volviéndose uno en otro en el proceso de primeridad (cualidad de potencializarse), segundidad (cualidad de facto) y terceridad (relación entre ambas). La tricotomía se divide además en tres elementos y, al igual que el planteamiento de Saussure, se trata de un proceso sistémico (de asociaciones y valoraciones). Dichos elementos son, del significante: 1) cualisigno (cualidades del signo), 2) sinsigno (singularidad del signo) y 3) legisigno (convencionalidad o legalidad del signo); del referente: 1) ícono (representación como signo), 2) símbolo (virtud convencional en el signo) y, 3) índice (signo como indicación); del significado: 1) rema (posibilidad del signo), 2) disigno (realidad del signo) y 3) argumento (signo representado como ley).

Las dos sucintas descripciones anteriores, se pueden observar insertas en un proceso de comunicación, en el que existe una fuente, un emisor, un canal, un mensaje y un destinatario. Sin embargo, Eco (2010a) sugiere agregar el elemento “código común”, en virtud de que resulta necesario para la comprensión del mensaje emitido por parte del destinatario, esto es, lineamientos comunes que permitan otorgar un significado al signo, caso contrario se trataría sólo de un proceso de estímulo-respuesta. Por su parte Morris (2004), distingue tres dimensiones del signo, relacionadas con sus componentes, esto es, semántica a partir del significado, sintáctica como secuencia de significantes, y pragmática como referente desde los destinatarios. Retomando a Eco (2010a), éste sugiere que para que un signo sea considerado en un proceso de comunicación debe existir una intención, es decir, si no existe dicha condición de intencionalidad no existe comunicación sino significación –indicio o síntoma–, lo que quiere decir que un signo puede comunicar o significar dependiendo de dicha cualidad. Este proceso comunicativo desde el signo se denomina semiosis, en cuyas relaciones de subprocessos se decantan los fundamentos de la propuesta que se realiza en este texto, lo cual se describe más adelante.

El signo, dadas sus características descritas de asociación mental entre el fenómeno o cosa y su significado, sostiene una vinculación directa con las figuras retóricas o tropos, esto es,

se puede deducir por ejemplo la causa por el efecto o su inversión (metonimia), el significado mediante el sentido figurado (metáfora), la exageración simbólica para significar su opuesto (hipérbole), la relación de una cosa o fenómeno con el todo (sinécdoque), entre otros. En este sentido, dado que existen signos naturales (indicios o síntomas) y signos artificiales (intencionados), la cultura y la vida social son susceptibles de ser analizados mediante los signos que le son propios, tales como las distancias entre objetos y sujetos, objeto de la proxémica o proxémica (uso en el diseño o la arquitectura, por ejemplo), o los significados de la gestualidad corporal entre sujetos, o incluso el lenguaje de los materiales de los que está hecho un objeto, lo cual estudia la kinésica (Eco, 2020a). Es necesario señalar que, según este autor, la naturaleza de la retórica como forma de persuasión no se relaciona con la naturaleza del signo, sino del discurso que, si bien se encuentran dentro del mismo espectro de la comunicación, no se afectan de manera necesaria, esto quiere decir que, si bien el discurso utiliza signos para su eficacia comunicativa, el signo permanece intacto en su estructura.

De acuerdo con Jakobson (1984), desde el punto de vista lingüístico se pueden definir seis funciones del lenguaje (a modo de modelo de comunicación), a saber:

	Mensaje (Función poética)	
Emisor (Función emotiva o intención)	Contexto (Función referencial)	Receptor (Función conativa)
	Contacto (Función fáctica)	
	Código (Función metalingüística)	

Lo anterior, permite distinguir las diferentes partes des componentes del proceso de comunicación, entre la que se encuentra la intención. Es decir, este proceso comunicativo surge desde un emisor, el cual tiene una intención de comunicar algo, lo cual lo hace a través de al menos cuatro componentes en el proceso antes de llegar al receptor. En términos de diseño, la intención desde el emisor es lo que se pretende que el usuario o receptor use, consuma, actúe, haga, etc., por lo que hasta aquí queda trazado el proceso de semiosis en uno de comunicación desde la intención del emisor como articulación discursiva.

2. El referente. La investigación socio-simbólica para el desarrollo social

Las sociedades actuales observan un sinnfin de problemas de diversos tipos, tales como los económicos, los psicológicos, los sociales, los culturales, los tecnológicos, entre muchos otros, manifestando diversas patologías sociales como resultado de éstos. Para efectos de la propuesta de este documento, no se realiza alguna tipología de dichos problemas, sino sugiere que la investigación de un problema se observe como un ente integrado a partir de sus aproximaciones interdisciplinarias o sistémicas³ en un determinado contexto, pero

también en la forma en que puede ser mejorado algún aspecto de vida de los sujetos que habitan dicho contexto. El diseño por su parte ostenta en su naturaleza la particularidad de proponer, a partir de la investigación, proyectos que permitan resolver problemas determinados. Así, la investigación de lo existente en una sociedad debe ser enriquecido con la investigación de lo que puede ser mejorado en dicha realidad, resolviendo –o coadyuvando a zanjar desde los cimientos– a problemas económicos, psicológicos, sociales, los culturales, los tecnológicos, entre muchos otros, a manera estratégica, esto es, el diseño para resolver problemas más generales y no sólo para los relacionados tradicionalmente al diseño (productos y servicios de consumo).

Papanek (1977), y más recientemente Margolin (2015), han argumentado la necesidad de desarrollar estrategias innovadoras de mejoramiento de las condiciones sociales desde el diseño, apuntando hacia la investigación de ciertos problemas para la creación de proyectos de mayor envergadura conceptual y práctica. Buchanan (1992) por su parte, amplía la aproximación del *Design Thinking* hacia esta postura, incluso sugiere sus alcances sistémicos en los que los problemas de diseño son en realidad problemas complejos que requieren soluciones también más complejas. Así, la propuesta para este documento es el uso del diseño como una disciplina que proyecte soluciones a problemas mayores, no sólo de comunicación de imágenes, objetos o espacios determinados a partir de la semiótica, sino llevar dichas soluciones a escenarios más amplios y profundos, esto es por ejemplo para el caso del diseño de la imagen, resolver no solo un problema de información (cartel, web, redes sociales, etc.), sino crear un sistema de procesos y objetos estratégicos que puedan informar, pero también educar o crear un pensamiento crítico sobre el contenido de la información para su consumo responsable o ético⁴.

El estudio de los rasgos socio simbólicos de una comunidad, permite comprender la posibilidad de otorgar ciertas regularidades sociales de conducta, opiniones, juicios de valor, entre otros, cuyo lenguaje expresado ejerce un papel de mediador entre lo común que se encuentra disponible en alguna forma objetivada o material y la comprensión y apropiación individual. Bajo esta perspectiva, el lenguaje en sus procesos de comunicación –en el que se incluye la semiosis anteriormente explicada–, otorga a los saberes particulares y a las prácticas sociales una función susceptible de indagar, generalmente percibidos mediante las expresiones de los miembros ya sea en los modos de socializar, en sus rasgos de vestimenta o gesticulación, así como en sus rituales cotidianos de vivir. En tal virtud, se trata de se haga uso como herramental teórico metodológico a los signos

... que permita articular los elementos de investigación de referentes empíricos generados a través de características de la cultura particular, con fines de otorgar sentido a la rasgos simbólicos de apropiación de vida de los consumidores o perceptores, expresados no de manera directa sino de manera simbólica y, particularmente, a través de metáforas objetuales y sociales, para efectos de generar objetos de diseño que ostenten vínculos identitarios con dichos consumidores, y del mismo modo a través de discursos metafóricos gráficos, visuales, objetuales o espaciales (Rubio, 2017, p. 58).

El modo de encontrar estos rasgos y, –en especial su posibilidad de innovación para el desarrollo social–, puede realizarse a través de la descripción densa descrita por Geertz (2001), cuyas técnicas de acopio de información son del orden de lo etnometodológico, vinculadas con las explicaciones elaboradas de los rasgos simbólicos narrativos –verbales y no verbales–, lo que denomina “descripción densa”. Ello implica descifrar la combinación sintagmática de estructuras paradigmáticas de significación (sentido y valor) a través de dicho lenguaje, para otorgar una explicación que sirva para generar una intención primaria de resolver un problema a partir del fenómeno o expresión social. Esta aproximación desde la antropología parece necesaria para el conocimiento del referente –sujetos en su contexto– para efectos de vincular dichos rasgos identitarios con los significantes que se diseñarán en consecuencia, es decir, a partir de lo anterior, se puede lograr una similitud simbólica –identidad– entre el objeto diseñado y el usuario a manera de identidad.

En necesario señalar, que las expresiones socio culturales son el resultado de la urdimbre del inconsciente colectivo, esto es, permite conocer la forma y contenido de sus creencias y pensamientos, hechas de extractos metafóricos de sus realidades. Estos hechos sociales reportables se observan como procesos, cuyos códigos propios establecen la medida de comunicación. Para tales efectos, se hace uso de los registros pertinentes como archivos que sugieran la reconstrucción de las formas de vida y sus expresiones generalmente metafóricas, esto es, la traducción de los sujetos en su contexto a manera de texto (Garfinkel, 1967). Según Heidegger (2013), que todo signo implica necesariamente una remisión –referente– de procedencia ontológica de “lo que se tiene a la mano”, lo que quiere decir que la relación entre el significante y el referente es una relación codificada desde la práctica cotidiana del mismo sujeto como *dasein* –estar en el mundo–, una utilidad práctica o simbólica que permite al sujeto existir⁵

El signo está ónticamente a la mano y, en cuanto es este determinado útil, desempeña a la vez la función de algo que manifiesta la estructura ontológica del estar a la mano, de la totalidad remisional y de la mundaneidad (Heidegger, 2013, p. 97).

Así, el diseñador investiga de manera profunda o densa las expresiones de los sujetos, les otorga un sentido determinado y, en consecuencia, conceptualiza desde la intención –como el significado pretendido– el sistema de objetos, imágenes o espacios necesarios para dar cumplimiento a dicha intención a través de los significantes sgnicos que diseñará, esto es conocido como poíesis en el diseño. Es necesario apuntar, que existen formas etnográficas ya conocidas para la investigación del diseño, denominadas etnografías “rápidas” o “sucias” (*quick or dirty ethnography*), las cuales realizan un proceso de descripción social superficial, no obstante, la amplitud, la profundidad, y en especial la cantidad y cualidad de la información resultan magras en comparación con la descripción densa.

Resulta fundamental entonces escudriñar y valorar en los rasgos sagrados del grupo de consumidores probables, como base de la conceptualización del diseño, con el objeto de crear vínculos significativos entre los objetos de diseño creados y el grupo mencionado, así como lograr los objetivos de innovación para su desarrollo social. De la tal suerte, cuando un grupo de consumidores reconocen –de manera consciente o inconsciente– partes im-

portantes de sus vidas o de sus creencias en el objeto de diseño, el vínculo identitario es logrado. Esto es, las características sagradas son trasladadas al pensamiento estratégico de diseño, y son recreadas en el objeto de diseño a partir del alfabeto visual (colores, formas, ritmos, líneas, dimensiones, escalas, proporciones, texturas, posiciones, entre otros). Se trata de significantes creados que se encuentran en objeto de diseño producido, siempre respetando las características simbólicas.

3. El signifiante. La producción estratégica de signos

Como se señaló anteriormente, el signo se encuentra en todo proceso de comunicación, en el que se encuentra el diseño de las imágenes, de los objetos y de los espacios. Para que exista dicho proceso, es menester que exista un discurso conformado por un lenguaje narrado con una intención determinada, y conformado por signos perceptibles desde un código común (texto) que, como acto, se vuelve un relato, cuya trama implica la selección y disposición (sintagmas y paradigmas) de los elementos para su significación. Es justo aquí donde la construcción del discurso del diseño tiene lugar desde el referente, señala Ricoeur:

...la trama es el conjunto de combinaciones mediante las cuales los acontecimientos se transforman en una historia o –correlativamente– una historia se extrae de acontecimientos. La trama es la mediadora entre el acontecimiento y la historia. Lo que significa que nada es un acontecimiento si no contribuye al avance de una historia (2000, pp. 480-481).

Como se puede apreciar, resulta necesario que la narración (referente diacrónico o sincrónico) implique una memoria histórica, cuyos referentes simbólicos contribuyen a configurar la realidad. Lo anterior sugiere que, la construcción paradigmática y sintagmática (selección y combinación) de los signos –observados como procesos según Saussure–, sea un ensayo de formas y procesos sgnicos que sean observados como verdades o ficciones, en ambos casos bajo la condición de verosimilitud, sin importar una u otra, esto es, debe ser coherente. La conformación de elementos discursivos para un proyecto de diseño ostenta la peculiaridad de transfigurar la realidad, esto es, de modificarla de acuerdo con la intención original del texto (significado). Nos encontramos en el mundo de la posibilidad de los tropos, cuyos contenidos permiten al usuario decodificar signos que no son evidentes o literales, permitiendo al diseñador crear innovaciones no de sentido o significado, sino de procesos sgnicos –mensaje o función poética en Jakobson–.

Por su parte, Barthes (2012), señala que los elementos constituyentes de un discurso deben probar su carácter de utilidad, cuya estructura debe eliminar lo no necesario, pero no así los elementos enigmáticos que permiten la función simbólica. Este autor sugiere la oposición de la historia con el relato, en el sentido de que la primera es un hecho (significado), y la segunda es vivencia (referente), esta última creada a través del discurso (significante) simbólico y verosímil, distinta a la representación fáctica. De tal suerte, la construcción de

significantes en el lenguaje discursivo del diseño debe ser cuidadosa –sin perder la función estética derivada del referente–, y sin olvidar que algunos de los elementos metafóricos son de necesaria conformación para otorgar o reafirmar un sentido determinado desde la intención (significado) y la investigación (referente).

Una condición necesaria de la producción del significante estratégico, además de lo simbólico es lo verosímil. A decir de Kristeva (2012), lo verosímil ha sido históricamente soslayado del carácter científico del signo, en virtud de que éste no contempla su contenido como verdad o ficción, sino sólo como estructura sistémica hacia sí mismo, suponiendo veracidad y objetividad

...la ciencia literaria, solidaria de la actitud vulgar consumidora respecto de la producción de textos en la sociedad de intercambio, asimila la *producción* semiótica a un *enunciado*, se niega a conocerla en el proceso de su productividad y le inflige la conformidad con un objeto verídico (tal es el gesto filosófico convencional que presenta a la literatura como una expresión de lo real) o con una forma gramatical objetiva (tal es el gesto ideológico moderno que presenta a la literatura como una estructura lingüística cerrada) (Kristeva, 2012, p. 64).

En este sentido, esta autora sugiere la desmitificación de lo verosímil, desde una postura abierta en cuanto a su veracidad y objetividad, y entendiendo que ostenta un carácter sustitutivo, su uso es necesario para todo relato de diseño, dadas las posibilidades simbólicas que una metáfora por ejemplo puede lograr. Se trata de un saber “disfrazado”, permitiendo la posibilidad de pensamiento allende lo literal objetivo, con la condición necesaria de una posible reflexión en torno a lo dado, esto es, a partir de la diferencia entre las estructuras de pensamiento anquilosadas en los sujetos y lo posible. Un nuevo modo de pensamiento aparece, susceptible a modificar las características cognitivas y operativas de los sujetos y sus comunidades para mejorar sus condiciones de vida. Así, el discurso construido desde los significantes estratégicos imita a lo real, pero lo supera en cuanto a significado, lo enfatiza y mejora, y permite que la productividad del texto sea sostenible⁶.

La estructura del mensaje, bajo esta lógica de lo verosímil, de lo simbólico, de lo retórico, conduce metodológicamente a que los elementos que lo constituyen, sean emanados desde la investigación de los referentes, lo que da lugar al conocimiento de lo necesario para la creación de objetos de diseño tradicionales y subsanar un problema y su ponderación identitaria; pero también sirve para observar las carencias que requieren un trabajo más amplio y profundo –complejo– de los proyectos de diseño integrales, esto es, que lo estratégico apunte al problema investigado desde varias disciplinas como pensamiento de diseño, especialmente desde lo emotivo simbólico. Es necesario señalar que, de las funciones de los mensajes, la emotiva tiende a ser la que mayor impacto cause en cuanto a persuasión, señala Eco:

Para inclinar al oyente a prestar atención a premisas y argumentos, conviene estimular su atención: para esto sirven las figuras traslativas y las figuras retóricas, que no son sino embellecimientos gracias a los cuales el razonamiento parece nuevo, inusitado, con una nota de información imprevista (...). Los

artificios aptos para provocar emociones no deberían catalogarse fuera de los sistemas de signos, ya que los signos tienen entre sus funciones propias, la de provocar emociones; más allá de los sistemas de signos sólo podrían existir estímulos (2010b, p. 152).

Este autor le asigna a lo emotivo simbólico la función estética del lenguaje, la cual permite generar conexiones cognitivas no existentes aún, y que tienden a enriquecer las posibilidades del código. Ello, en la práctica de la producción estratégica de signos y como forma de persuasión desde el discurso de diseño, no pretende poner en crisis al usuario al determinar los cambios orientado a fines de mejora, sino reestructurar lo que ya sabe, pero con la intención de dislocar sus pensamientos hacia algo que le dé mejores posibilidades de desarrollo.

Un elemento también necesario para esta producción estratégica de significantes es la estilística. Su importancia en la morfogénesis de los significantes para los proyectos de diseño se observa en que los objetos y sistemas de objetos de diseño ostentan una gramática, la cual está conformada por los elementos del lenguaje del diseño. Si bien el discurso del diseño utiliza estas formas gramaticales, los procesos de selección y combinación son distintos, así como el resultado –independientemente si se pretende el mismo significado o intención–, derivado del modo de narración o relato, el cual se desprende de las características particulares del emisor. Así, el tono del mensaje depende del emisor, y dependerá también de las características del referente, pero también la selección y aplicación de las reglas gramaticales de forma estratégica, a decir de Van Dijk:

De todas maneras, a menudo se distingue entre *reglas* y *estrategias*; así existen reglas para jugar (correctamente) al ajedrez, pero existen estrategias concretas, es decir, *aplicaciones* de las reglas, para hacer rápidamente jaque mate; también existen reglas para una configuración correcta de una petición y estrategias para conseguir que alguien reaccione ante una petición, orden o recomendación. El estilo de un texto, que se plasma tanto en la ‘forma’ y el ‘contenido’ de cada oración como en la ‘forma’ y el ‘contenido’ de todo el texto, parece estar íntimamente ligado a estas estrategias comunicativas (1992, p. 124).

Finalmente, si bien señala Eco (2010b, p. 167) que existen dudas y críticas para considerar a la semiótica fuera de su naturaleza lingüística, es necesario señalar que en cuanto a la postura dual de lengua y habla, la estilística tendría que extrapolarse a la segunda, es decir, existen reglas gramaticales para la creación de discursos del diseño, también existen modos heterodoxos de realizar tales discursos, tal como se señala anteriormente cuando se habla de verosimilitud en Kristeva y metáfora en Ricoeur:

... no sólo los textos publicitarios emplean intensivamente las operaciones retóricas. Bien al contrario, dado que la mayor parte de nuestro uso lingüístico cotidiano es de tendencia más o menos persuasiva, por lo que emplea las mencionadas estructuras retóricas. Como medio para la interacción, y como acción que debe dirigir otras acciones –es decir: influir en el interlocutor–, un

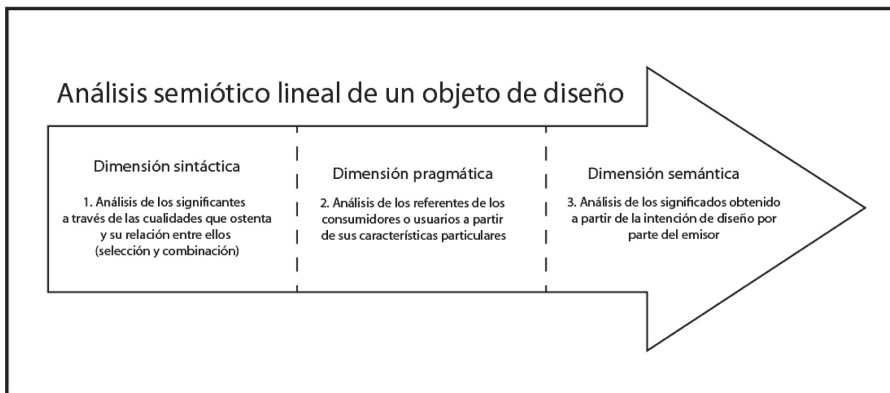
acto de habla finalmente no sólo debe ser correcto o estilísticamente adecuado en un contexto específico, sino que también exige un efecto óptimo en sentido *estratégico*. Esta estrategia es determinada y posibilitada por la aplicación de estructuras retóricas (Dijk, 1992, p.140).

Esto es, como se señaló anteriormente, el discurso simbólico a manera de relato crea condiciones de posibilidad de aceptación del significado de mejor manera que el discurso literal u ortodoxo, dadas sus características de reflexión de torno al sistema estratégico creado desde la intención, permitiendo al usuario o receptor dislocar su pensamiento hacia mejores condiciones de desarrollo social.

Discusión

Generalmente, la semiótica se ha utilizado en el diseño para realizar análisis de imágenes, objetos o espacios ya producidos, con el fin de otorgarles sentido y observar su eficacia signica en cuanto a su significado. Esto es, por ejemplo, el análisis de un cartel, un silla o una casa a partir de sus elementos constitutivos, valorando cada uno de estos elementos y la relación entre ellos para conocer su adecuado uso y, en su caso proponer algunas modificaciones en la construcción del mensaje para optimizar sus resultados (Ver Figura 1).

Figura 1. Modelo de análisis semiótico tradicional, a partir de Eco (2010).

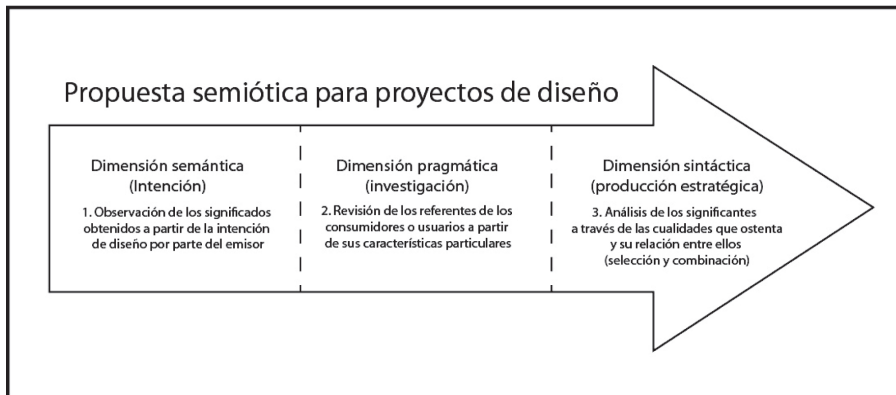


Nota. Elaboración propia, 2022.

Figura 1. Modelo de análisis semiótico tradicional, a partir de Eco (2010).

No obstante, bajo la perspectiva de que los modelos de análisis son susceptibles de invertir sus procesos a partir de la función de sus componentes sin modificarlos, y con el fin de convertirlos de modelos de análisis a modelos de proyección, se ha invertido el orden y, por supuesto, se ha transformado en un modelo de proyección de diseño. Así, a partir de la triada significado, referente y significante, se explica el modelo señalado para proyectos de diseño en la *Figura 2*:

1. El significado, interpretante, sentido, o estado de conciencia –dependiendo del autor– que es el resultado a partir de un análisis, se vuelve la intención para nuestra propuesta, esto es, la primera parte del modelo. Es necesario señalar que este significado primario o intención será permeado por los hallazgos de la investigación realizada con fines de desarrollo.
2. El referente, propiamente las memorias, los saberes, las creencias, las prácticas sociales, la ideología, en las que se incluyen los mitos y ritos, la lengua y el habla, las costumbres, las patologías sociales, los problemas particulares, entre otros, y el cual está conformado por los sujetos en su contexto, es el componente del cual se obtiene la información que dará lugar a la construcción de los significantes.
3. El significante, que es el componente perceptible del signo, y el objeto expresivo de los proyectos de diseño. Resulta necesario señalar, que este referente se construye ya sea por elementos no complejos para productos o servicios de diseño tradicionales, así como de sistemas de significantes que resuelven problemas más amplios y profundos.



Nota. Elaboración propia, 2022.

Figura 2. Modelo semiótico para proyectos de diseño.

De acuerdo con lo anterior, partiendo de que el signo y sus procesos son necesariamente conformados por un significado que se ha dado llamarlo intención, un referente que estudia las características simbólicas de un sujeto o comunidad en su contexto, y un significante que desarrolla las características perceptibles, se puede elaborar una propuesta estratégica que resuelva –o coadyuve a resolver– problemas de mayor envergadura. A continuación, algunos ejemplos de proyectos estratégicos que se han venido desarrollando en algunos posgrados relacionados con el diseño en México (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Ejemplos de proyectos estratégicos de diseño desde la semiótica para el desarrollo y la innovación social. La información del referente y la propuesta de significantes se realizan de manera interdisciplinaria para otorgar un significado o intención integral.

Nivel	Problema encontrado (no necesariamente de diseño tradicional)	Nombre del proyecto ⁷	Propuesta desde el diseño estratégico para el desarrollo social ⁸
Doctorado	Alta marginación, pobreza, viviendas precarias	Mejora del hábitat humano y calidad de vida en familias vulnerables con vivienda precaria en Pinal de Amoles, Querétaro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observación del problema <i>in situ</i> e hipótesis para resolverlo: marginación y pobreza extremas (intención como significado). 2. Revisión del sujeto en su contexto: pobreza real y simbólica (investigación de los referentes). 3. Propuesta estratégica: educación simbólica de cultivos endémicos, mejoramiento simbólico de vivienda por usuarios, políticas públicas, etc. (producción de significantes)
	Delitos y percepción de inseguridad real y en medios masivos	Delito, violencia en medios de comunicación y percepción de inseguridad en espacios urbanos: hacia un modelo predictivo con redes neuronales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observación del problema <i>in situ</i> e hipótesis para resolverlo: revisión simbólica de delitos, percepción simbólica de inseguridad, medios masivos (intención como significado). 2. Revisión del sujeto en su contexto: delitos reales y simbólicos, influencia de medios masivos, riesgo real y riesgo simbólico (investigación de los referentes). 3. Propuesta estratégica: creación de redes neuronales, tecnología simbólica para las masas, comunicación discursiva para la sociedad, políticas públicas, etc. (producción de significantes)
Maestría	Desempleo, debilidad laboral y falta de profesionalización en el sector inmobiliario	Diseño de servicios estratégicos para el sector inmobiliario residencial. Caso de estudio: Firgun Real Estate By Keller Williams	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observación del problema <i>in situ</i> e hipótesis para resolverlo: revisión real y simbólica del desempleo, revisión de las estrategias laborales y sensación de profesionalización en el sector inmobiliario (intención como significado). 2. Revisión del sujeto en su contexto: percepción simbólica de la debilidad laboral, información real de desempleo y su vinculación con el sector (investigación de los referentes). 3. Propuesta estratégica: manual de profesionalización del agente, aproximación discursiva y simbólica al cliente, catalizador simbólico de autoestima laboral, etc. (producción de significantes)
	Vulnerabilidad emocional de niños de casas hogar públicas, falta de resiliencia de niños al crecer	Diseño de programa resiliente para niños con vulnerabilidad emocional en el estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observación del problema <i>in situ</i> e hipótesis para resolverlo: determinar la condición real y simbólica de vulnerabilidad, proponer un programa de resiliencia (intención como significado). 2. Revisión del sujeto en su contexto: percepción simbólica de la autoestima del niño, información real y simbólica de su vulnerabilidad (investigación de los referentes). 3. Propuesta estratégica: diseño de programa de resiliencia para niños, catalizador simbólico de autoestima del niño, políticas públicas, etc. (producción de significantes)

Nota. Elaboración propia. 2022.

Conclusiones

La creación de proyectos de diseño con énfasis en lo estratégico y lo social se ha desarrollado desde hace algunas décadas. Como se ha mencionado, Papanek hace alrededor de cincuenta años señalaba la importancia de realizar proyectos de diseño con un sentido social y una perspectiva interdisciplinaria: “El diseño tiene que ser una herramienta innovadora, altamente creativa e interdisciplinaria, que responda a las verdaderas necesidades de la humanidad” (2014, p. 22). Margolin, más recientemente ha apuntado la necesidad de desarrollar proyectos como procesos colaborativos de intervención social, proponiendo enfoques metodológicos para la investigación:

Los métodos de investigación combinada que hemos esbozado pretenden explorar cuestiones que van desde el contexto social amplio dentro del cual los diseñadores trabajan hasta las especificidades del desarrollo de un producto para un sistema de cliente particular. El alcance de la investigación para el diseño social incluye las percepciones públicas y de las agencias acerca de los diseñadores, la economía de las intervenciones sociales, el valor del diseño para mejorar la vida de poblaciones marginadas, una taxonomía de nuevas tipologías de producto, la economía de la fabricación de productos socialmente responsables y la forma en que dichos productos y servicios son recibidos por las poblaciones necesitadas (Margolin, 2012, p. 70).

Los dos ejemplos anteriores, permiten comprender que la preocupación por el tema del diseño con énfasis en lo social no es nueva y hay que señalar que existen muchos trabajos con este sentido. Resulta menester subrayar la necesidad de que esta aproximación –con sus vertientes metodológicas– se vuelva más común, sin descuidar la relacionada con productos y servicios de consumo. La propuesta que aquí se describe, retoma el espíritu de los trabajos de diseño de naturaleza social, de la innovación y de la interdisciplina, no obstante, su aproximación se enriquece con la inclusión de la semiótica como forma de aproximarse a los proyectos estratégicos como investigación del referente y producción de significantes y, a diferencia de las posturas mencionadas, con un componente que permite la posible solución –o coadyuvar a ésta– a través de observar con mayor amplitud y profundidad problemas no necesariamente de diseño tradicional, sino de mejorar la calidad de vida mediante dichos proyectos estratégicos como los referenciados en los ejemplos señalados. Esta postura de desbordar el pensamiento de diseño hacia otros problemas que no son tradicionalmente de diseño, permite integrar la investigación que comúnmente realizan otras disciplinas con una propuesta, no sólo el análisis y descripción de los elementos de un problema, su tipología, su impacto y afectación, sino como una manera de proponer formas de mejorar las condiciones de vida de las personas y las comunidades, de forma sistémica, innovadora, interdisciplinaria y estratégica, aun cuando los rígidos defensores de las disciplinas no concuerden con ésta. Se trata de que las ciencias, las tecnologías y las humanidades resuelvan en conjunto con otras áreas del conocimiento problemas sociales, culturales, tecnológicos, educativos, entre otros, no sólo como análisis de facto, sino como posibilidad epistémica.

Notas

1. Valga decir que es el principio de la conocida Gramática generativa que desarrolla Chomsky en cuanto a la lingüística (1980), aun cuando, es mayormente argumentada desde las posturas psicocognitivas.
2. A decir de Morin (2001), se trata de opuestos y complementarios, no de excluyentes.
3. Se señala “sistémico”, en virtud de que un problema puede ser observado desde distintas posturas teóricas o metodológicas –interdisciplina–, como una unidad en la que se relacionan sus partes para su funcionamiento (Morin, 2001).
4. El consumo responsable o ético es aquél que permite retroalimentar dicho consumo, promoviendo la conciencia del sujeto sobre las posibilidades de mejorar sus condiciones de vida y las de su comunidad, ya sea de salud, alimentaria, política, ecológica, etc.
5. El ser se autorreferencia en la posible utilidad: lo útil lo vuelve hacia sí como posibilidad (*homo faber*).
6. Lo sostenible desde la perspectiva de mantener y mejorar las condiciones de vida desde lo económico, lo ecológico y lo social.
7. Es importante señalar, que estos proyectos se encuentran aún en proceso, por lo que se reservan contenidos sensibles por privacidad de los autores y de las instituciones educativas.
8. Se señalan en esta columna aspectos simbólicos en referencia a los procesos de semiosis y signicos, con el afán de verter lo discursivo, simbólico y retórico de las propuestas estratégicas.

Referencias bibliográficas

- Kristeva J. (2012). La productividad llamada texto. En Barthes R. *Lo verosímil*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21. <https://doi.org/10.2307/1511637>
- Chomsky, N. (1980). *Sintáctica y semántica en la gramática generativa*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Eco, U. (2010a). *Signo*. Madrid: Labor.
- Eco, U. (2010b). *La estructura ausente*. Madrid: Lumen.
- Geertz, C. (2001). *La interpretación de las culturas*. Madrid: Gedisa.
- Heidegger, M. (2013). *Ser y Tiempo*. Madrid: Trotta.
- Jakobson, R. (1984). *Lingüística y poética. Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel.
- Margolin, V. (2015). *Design for the good society*. Rotterdam: NAi Publishers.
- Margolin, V. (2012). Un “modelo social” de diseño: cuestiones de práctica e investigación. *Revista Kepes*, Año 9. No. 8. Enero-diciembre 2012 http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista8_4.pdf
- Morin, E. (2001). *El método. La naturaleza de la naturaleza*. Madrid: Cátedra Teorema.
- Morris, Ch. (2004). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Madrid: Paidós.

- Papanek, V. (2014). *Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social*. Barcelona: Pollen.
- Peirce, Ch. S. (1958). *Collected Papers*. Cambridge: Harvard University Press.
- Ricoeur, P. (2000). Narratividad, fenomenología y hermenéutica. *Revista Análisi: quaderns de comunicació i cultura*. No. 25. Universidad de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/record/801>
- Rubio T.M.A., et al (2017). La hermenéutica cultural como herramienta estratégica de la investigación para el diseño, *i+Diseño. Revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en Diseño*, Vol. 12, Año IX, Abril de 2017. ISSN 1889-433X. Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Málaga, España. <https://revistas.uma.es/index.php/idisen/article/view/3035>
- Van Dijk, T.A. (1992). *La ciencia del texto*. Madrid: Paidós. <http://www.discursos.org/oldbooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20La%20Ciencia%20del%20Texto.pdf>

Abstract: Semiotics, as the discipline of the study of signs, makes it possible not only to understand texts through the analysis of written signs, but also, from design some decades ago, to analyse and project systems of objects, spaces or images that can act as possibilities of innovative realities for social benefit from signification, their referents and the construction of signs as signifiers, whose processes are carried out under a strategic perspective. Strictly speaking, semiotics makes it possible to “read” the signifiers found in a given place, through the user’s referents and translated by the person carrying out the analysis, with the aim of giving a meaning to the sign or accumulation of signs. However, the semiotic analysis model can be inverted –like all analysis models- for the purpose of projecting design systems. In other words, the aim is, firstly and starting from a specific problem, to define the objective as a meaning that allows the sustainable development of the community so that, secondly, the symbolic and utilitarian referents or processes of the users in their context are analysed, in order to obtain the relevant cultural and technological information, and finally to design the strategic signifiers that give meaning and social development, whether from the private or the public sphere. This implies at least two ways of benefiting society: on the one hand, the greatest good of the subjects or groups is always sought from a community ethic as a development strategy –education, awareness, empathy, among others–, and on the other hand, it allows the creation of identity links between the intended meanings and the signifiers created, which also provides an important possibility of identity.

Keywords: Applied semiotics - Design projects - Strategy - Innovation - Social development

Resumo: A semiótica, como disciplina do estudo dos signos, permite não só compreender textos através da análise de signos escritos, mas também, desde a concepção há algumas décadas, analisar e projectar sistemas de objectos, espaços ou imagens que possam actuar como possibilidades de realidades inovadoras para benefício social a partir da significação, das suas referências e da construção de signos como significantes, cujos processos são

realizados sob uma perspectiva estratégica. Em rigor, a semiótica permite “ler” os significantes encontrados num determinado lugar, através dos referentes do utilizador e traduzidos pela pessoa que efectua a análise, com o objectivo de dar um significado ao sinal ou acumulação de sinais. No entanto, o modelo de análise semiótica pode ser invertido –como todos os modelos de análise– para efeitos de projecção de sistemas de concepção. Por outras palavras, o objectivo é, em primeiro lugar e partindo de um problema específico, definir o objectivo como um significado que permita o desenvolvimento sustentável da comunidade para, em segundo lugar, analisar os referenciais ou processos simbólicos e utilitários dos utilizadores no seu contexto, a fim de obter a informação cultural e tecnológica relevante, e, por fim, conceber os significantes estratégicos que dão sentido e desenvolvimento social, quer da esfera privada quer da esfera pública. Isto implica pelo menos duas formas de beneficiar a sociedade: por um lado, o maior bem dos sujeitos ou grupos é sempre procurado numa ética comunitária como estratégia de desenvolvimento –educação, consciência, empatia, entre outros– e, por outro lado, permite a criação de laços de identidade entre os significados pretendidos e os significantes criados, o que também proporciona uma importante possibilidade de identidade.

Palavras chave: Semiótica aplicada - Projectos de design - Estratégia - Inovação - Desenvolvimento social
