

Fecha de recepción: abril 2023
Fecha de aprobación: mayo 2023
Fecha publicación: junio 2023

Representación e Interpretación, binomio creador de metáforas

Omar Lezama Galindo⁽¹⁾

Resumen: Considerando las capacidades de adaptabilidad y encadenamiento lógico de la interpretación y la representación, estos dos recursos son fundamentales en la investigación y producción en diseño gráfico. Se trata de elementos de expresión visual que permiten utilizar herramientas convencionales como el color y la forma para transmitir mensajes de manera eficaz.

En paralelo, en el ejercicio de la representación intervienen fenómenos como la memoria y la observación que dan lugar a ideas y conceptos abstractos y procesables, gracias a la capacidad de síntesis del diseñador y todas las vinculaciones posibles provenientes de los campos disciplinares afines, sumado a la experiencia personal y habilidad de análisis informativa, escritos e ideas perfiladas en torno a un objetivo.

La identificación de patrones, códigos y tendencias, son algunos de los elementos de representación que conforman los diferentes lenguajes del diseño en su constante definición mediante recursos semánticos, a fin de obtener la mayor expresividad de un concepto.

Palabras clave: Imagen - Iconografía - Simbolismo y metáfora.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 140]

⁽¹⁾ Egresado de la carrera de periodismo y comunicación colectiva, maestro en artes visuales y doctor en artes y diseño por la UNAM. Actualmente es profesor de tiempo completo en la Facultad de Artes y Diseño, antigua Academia de San Carlos. Ha sido profesor de licenciatura y posgrado en universidades como La Salle, Claustro de sor Juana, Anáhuac campus norte y la Universidad de Barcelona. Ha sido editor de la página institucional de la Universidad Anáhuac campus norte, director de arte en la revista Entrepreneur y jefe de prensa y difusión de la Universidad Tecnológica de Neza. Autor de la novela Pasaje masivo en Oristano, producto de una estancia cultural en Cerdeña, Italia.

“En toda comunicación se emplea un lenguaje, pero no todos los lenguajes usan palabras...”

Peter Bonnici

(Menéndez-Pidal, (2010), p. 100)

La representación y su parentesco con la metáfora

A la representación y la metáfora los vincula su cualidad de comunicar significados dentro de lo figurativo o literal, y justo el representar se vale en primer lugar de palabras, imágenes o símbolos que ya sea de manera muy abstracta u objetiva expresan una idea determinada. En el representar existe un profuso bagaje de símbolos previos que en el proceso de la historia gráfica de la humanidad han ido derivando en significados que parten de la comunicación visual, verbal y no verbal y que llevados al lenguaje sonoro y gestual se reconfiguran en un entorno complejo cuya consigna es hacerlo a su vez entendible y procesable.

La capacidad de relacionar todos aquellos signos y códigos al alcance de cualquiera, requieren de un análisis mínimo dentro del contexto de un lenguaje simple e identificable en la producción de otros que se adaptan fácilmente a las tendencias de transmisión y consumo de ideas, mismas que están sustentadas en la lingüística. El desdoblamiento de los diversos significados tiene que ver con las capacidades de observación y expresividad del diseñador para lograr una traducción de aquello abstracto a un subproducto que puede ser también un factor de inspiración o aplicación comunicativa en diversas áreas del conocimiento o la transmisión de una idea.

El poder contrastar cualidades o características entre dos conceptos es lo que en esencia constituye el éxito de una metáfora; lo disímiles que puedan ser estos permite una descripción tal cuyos significados pueden situarse entre la literal o lo poético. La semántica se vale aquí de todos los recursos por asociación para producir nuevas o novedosas propuestas.

La transmisión objetiva del concepto que radica en la representación cuándo pasa a la metáfora, experimenta una transformación cuyo éxito está dado con base en el sentido figurado y la subjetividad lo cual permite permear en toda suerte de significados que expresan sus bondades en el terreno de lo literal.

Una de las cualidades de los signos es que pueden tener una o varias interpretaciones o representaciones, todas ellas estar provistas de significados diferentes. Podría citarse al caso el uso contemporáneo del símbolo arroba.

En retrospectiva esta expresión tiene múltiples aplicaciones si se la mira históricamente. En la antigüedad tenía la virtud de referirse a unidades de medida para líquidos como aceite de oliva o vino y en cada caso la medida variaba no sólo por la naturaleza del fluido sino por la región en donde se empleaba.

Así pues, la arroba ha mutado su popularidad de uso y se puede referenciar en tres momentos:

1 Medida de peso que equivale comúnmente a la cuarta parte de un quintal (es decir, a 25 libras de 460 g, que son 11.50 kg), pero que varía según las regiones

y materias que se pesen. Por ejemplo, en Sonora equivale a 11 kg, lo mismo que en Oaxaca (para el chile); en Tamaulipas, a 12 kg; en Chiapas, a 13 kg; en Veracruz, a 17.25 o 17.50 kg; en Nuevo León, a 18.40 kg (para el aguardiente); en Campeche, a 46 kg (para la fibra de henequén); etc: una arroba de aguardiente, una arroba de henequén, dos arrobas de chile, “¿Para qué quieres el catre tan fuerte? ¿Es que te vas a casar con Doña Justina, la del mesón, que pesa once arrobas?”

2 Arroba de sembradura (Rural) Medida de superficie que se emplea para terrenos cultivables y que varía según las regiones y las semillas que se siembren. En Chiapas, por ejemplo, equivale a dos hectáreas (para arvejón y frijol) o a una hectárea (para maíz); en Nuevo León equivale a una hectárea (para maíz) o a un cuarto de hectárea (para arroz)

3 Símbolo (@) que en las direcciones de correo electrónico separa el nombre del usuario del nombre de su servicio de correo, como en dem@colmex.mx, o que en los medios y las redes sociales sirve para identificar a un usuario u otro tipo de entidad, como en @foroCultural y @sorJuana (El Colegio de México)

Cabe mencionar que sus cualidades expresivas a propósito de la capacidad reconocen en la lingüística una aplicación muy importante cuya función era entonces como hoy, la de vincular y articular a dos entornos o entidades.

En el ámbito de la contabilidad este mismo signo significaba “a razón de” y como un sistema de encadenamiento natural; lo inconfundible de su significación y expresión gráfica vinculante lo llevó a territorios como el de la ingeniería y las matemáticas. Muy probablemente a nuestros tiempos de la manera en cómo se ha dado a conocer esta expresión, es gracias a los medios electrónicos del entorno digital concretamente.

A o *por*, es otras de las acepciones de este símbolo en el contexto de la oferta y la demanda para promover a tres al precio de uno (3@1) en un cierre de temporada como ejemplo. En lingüística a recientes fechas, se ha popularizado su uso para adjetivar o sustantivar a grupos de personas como parte del lenguaje de género aludiendo a ambos. La simplicidad de un símbolo expande sus capacidades expresivas por su síntesis y nula resistencia a ser entendido y comprendido. Los símbolos se desarrollan a la par de cambios culturales y van de la mano de los contextos históricos bajo la demanda de necesidades y percepciones sociales. El poder de representatividad de un símbolo adquiere cualidades compartidas cuando se utilizan para traducir ideas o como en el caso del diseño, emociones.

Previo a la era de las computadoras (ordenadores) la arroba ya estaba presente en otros sistemas lingüísticos, algunas de las máquinas de escribir cuando éstas estaban pensadas para el mercado anglosajón, carecían de algunos signos como los de admiración y exclamación que abren una pregunta, a cambio de los cuales podríamos encontrar la expresión centavos y arroba respectivamente, no como equivalentes sino para indicar unidad de media monetaria y vinculación entre dos o más usuarios homologados.



Figura 1. La arroba ha formado parte de muchas disciplinas dotando de sentido y haciendo las veces de conector; en tanto que signo lingüístico es un factor que articula dos conceptos, es indicativo de medida, y metáfora cuando se emplea figurativamente como ejemplo en un refrán: “Más pesa una gota de sangre que cien arrobas de carne” Imagen del autor.

Ciertamente una de las cualidades del símbolo es su posibilidad de ser interpretado, es la capacidad de ser traducido a un convencionalismo lo que determina una intención concreta como factor de continuidad, articulación, y lingüísticamente denota una condición de pertenencia, semejanza y organización. Los símbolos tienen la cualidad de poder vincularse a todo proceso de reinterpretación y reapropiación gracias a sus cualidades semánticas, su utilización regional permite el desarrollo de nuevos atributos y dando lugar a nuevos valores de fácil consumo y aplicación.

Representar implica una manera en que, valiéndose de los simbolismos, el creativo genera otra posibilidad dentro de lo ya conocido. La representación tiene la cualidad de visibilizar el rasgo identificable, simple y entendible de un concepto que a la vez de sintético puede ser muy descriptivo por la simplicidad de su naturaleza; no se trata de la expresión original sino del desarrollo o derivación de una idea cuyo génesis hereda en éste características inconfundibles susceptibles a ser interpretadas, sus rasgos expresivos al tratarse de intenciones contextuales pueden generar un mapa semántico de todo aquello que lo origina, explica su naturaleza y funcionamiento así como todo aquello necesario para su desarrollo y procesamiento mediante definiciones, descripción de perfiles, apuntalamientos mediante conjeturas y así decantar datos cuyos resultados son otros productos cuya raíz conceptual prueba su éxito en su facilidad de adaptabilidad y entendimiento.

El significado profundo de una expresión visual tiene mucho que ver con el entorno figurativo de su raíz, su valor de signo contribuye en su claridad y concisión como concepto complejo o derivado de otro dentro de una retórica visual determinada.

Basado en el hecho de que el lenguaje es un sistema de comunicación y medio de entendimiento para la transmisión de ideas, otro uso alternativo es como recurso clasificatorio

“sirve para tres finalidades: 1) para indicar hechos, 2) para expresar el estado del locutor, 3) tres para alterar el estado del oyente (Russell, 2003, p. 239).

Cabe mencionar que este fenómeno puede no ocurrir en este orden ni en esta nomenclatura; las capacidades del concepto pueden adoptar las más variadas maneras de interpretación derivado de su poder indicativo en lo individual por sus atributos comunicativos y semánticos. Sus cualidades atómicas forman parte del génesis de otro concepto que puede estar muy lejos de la raíz de la que deriva.

Al parecer, lo que hoy conocemos como una *metáfora visual* fue el resultado del estudio lingüístico del término llevado al terreno de lo que se percibe con la mirada. El entendimiento elemental de lo que significa un tropo para la creatividad, es uno de los factores esenciales para dar énfasis y generar significado o comparación tácita de manera que sus capacidades comunicativas deriven en una pregnancia o concepto cuya vigencia sea limitada o permanente. El nivel sígnico de esta figura debe llevar consigo un poder descriptivo en su génesis venido del lenguaje escrito cuya transferencia resulta tan ingeniosa o particularmente adecuada para diferenciar una semejanza o compartir un rasgo específico o figurado; esta característica es la esencia de lo que le dio lugar y por lo tanto es fácilmente identificable para hacer una descripción verbal con todos sus matices y con base en su propia retórica.

La retórica es un arte en el sentido de una *techné*, es decir, es un saber práctico. No se trata de una teoría que explica la estructura de los mensajes, se trata de un conocimiento que permite dirigir la acción hacia el logro de un fin. La finalidad con que se produce la acción retórica es la de persuadir. A pesar de que la retórica se sitúa en una tradición logocéntrica que origina gran parte de nuestros conceptos de persuasión y retórica como discurso, los textos clásicos sitúan la retórica en el ámbito de las acciones, de la actuación (performance) retórica. Lo que ahora conocemos como “textos” o “discursos retóricos” de la antigüedad, son, o ejercicios didácticos nunca presentados ante una asamblea o el resultado de procesos intermedios dentro de un proceso retórico que sólo se cumplía con la actuación del orador frente a la asamblea (Esqueda, p. 27).

En la metáfora están presentes conceptos propios de la comunicación convencional a fin de facilitar la identificación de parentesco con algún concepto relacionado a la representación percibida. Estos conceptos pueden ser campos semánticos o semejanzas fonéticas que se traducen en nuevas construcciones. La metáfora se convierte en una analogía lo cual pone a prueba la capacidad de traducción del diseñador, el poeta, arquitecto o cualquier creativo cuya habilidad de observación se ve enriquecida por las figuras que la retórica provee por similitud o contraste; así pues estas características de apariencia o familiaridad son recursos que el diseño gráfico sopesa, analiza, perfila por su naturaleza y que representa finalmente al concepto gracias a un color, como ejemplo, sustentado en la forma como reforzador en la generación de sentido y significación de un concepto complejo.

Admitiremos, según una antigua tradición, que la retórica pone en juego dos niveles de lenguaje (el «lenguaje propio» y el «lenguaje figurado»), y que la figu-

ra es una operación que permite pasar de un nivel de lenguaje a otro: consiste en suponer que lo que se dice de modo «figurado» podría haberse dicho de modo más directo, más simple, más neutro.

Este pasaje de un nivel a otro se realizaría, de modo simétrico, en dos momentos: en el momento de la creación (el emisor del mensaje parte de una proposición simple para transformarla con la ayuda de una «operación retórica») y en, el momento de la recepción (el oyente restituye la proposición a su simplicidad primera) (Durand, p. 1, 2).

Pero en la complejidad queda explicada o facilitado su entendimiento cuanto se tiene una idea simple y clara como base del proceso. Es el reducir lo complejo a lo esencial.

Una de las bases más prolíficas de la creatividad con referencia a la *base de inspiración* radica en el pensamiento simple “No necesitamos aprender a dibujar como niños. Tenemos que imaginar como niños” (Helguera, 2020, p. 65).

De este modo imaginar, aunado al recurso de la expresión verbal entre lo figurativo y lo que la palabra escrita puede llegar a concretar, resulta en una ecuación que gracias a su carácter atómico no se termina de definir ni de agotar por sus bondades creativas y definitivas. “Sobre la metáfora, Ricoeur defiende que no se trata sólo de una figura estilística; su presencia, permanente en las producciones de los sujetos, da cuenta que es parte de los procesos de construcción e interpretación de la experiencia humana” (Ilustrando).

El lugar común del *poder de la palabra* estriba en su capacidad de adaptación porque no se explica ni se expresa claramente de manera definitiva, y que para la investigación se tiene por materia de trabajo y base de creatividad; en términos de plasticidad expresiva, un diseñador gráfico debe dominar todas aquellas figuras retóricas que sean susceptibles al objeto de estudio, momento histórico e intencionalidad implícita.

La investigación en diseño gráfico es un ejercicio que requiere de amplios conocimientos lingüísticos cuya solidez y riqueza está dada con el nivel de síntesis unas veces, el nivel pregnante de otras tantas y la profundidad con la que sea capaz el creativo de generar una idea original a la luz de la metonimia y los tropos necesarios para hacer memorable una cualidad expresiva o de representación.

La ilustración como ejemplo, es una actividad donde de manera muy palpable e inmediata se perciben estas aplicaciones en sentido figurado y que se complementan con el diseño gráfico mediante expresiones retóricas basadas en aliteraciones, ironías, símiles y metáforas entre otras, para dotar de sentido trascendente que puede ser muy sutil o claramente dirigido.

En los años 60 se comenzó a realizar similitudes entre la imagen y la palabra, estudiando la imagen publicitaria desde la retórica, autores como R. Barthes o J. Durand definen la figura “como una desviación, una trasgresión de la norma”. Según J. Duran “La retórica es la forma y el repertorio de las diferentes maneras con las que se puede ser original” es el arte de la palabra fingida, con la retórica se transgrede la norma y su uso en la publicidad es lógico por el gran poder de comunicación gracias a ella el lenguaje se enriquece, se llena de fantasía e imaginación. Vivimos en un mundo de imágenes y son un referente universal,

todo se interpreta a través de las imágenes (mundo visual) y a través de ellas se educan nuestros hijos (Madoz, 2000, p. 95).

En la metáfora existe un componente consustancial que muchas de las veces viene de lo abstracto para la construcción de imágenes fácilmente traducibles al terreno de lo visual, partiendo de descripciones inacabadas a fin de ofrecer un concepto lo más preciso posible con base en una descripción que a su vez aunque no de manera explícita, implica otros entornos y campos semánticos que refieren y refuerzan partículas de valor en un discurso comunicativo o informativo, así en la presentación o representación de una idea la metáfora se vale de la memoria en tanto que proporciona una descripción imperfecta que el individuo pueda recordar en su momento bajo un estímulo asociado y este rasgo lo que produce es un banco de ideas inacabadas en la construcción de un archivo de referentes mediante un ejercicio de asociación aleatoria como ocurre en las dinámicas de creatividad donde con un par de elementos, tres quizá, se puede llegar a construir un todo más complejo. La importancia de esta complejidad es que en su configuración intervienen elementos que dentro de una investigación actúan como reforzadores o componentes de validación de esa narrativa.

Toda proposición empírica está basada en uno o más acaecimientos sensibles que fueron notados al producirse, o inmediatamente después, con la condición de que siguieran formando parte del presente aparente. De estos acaecimientos, diremos que son “conocidos” cuando son notados. La palabra “conocer” tiene varios significados, de los cuales este es sólo uno... (Russell, 2003, p. 58, 59)

En una época en donde prácticamente todo el ejercicio intelectual o visual tiene que ver en algún momento con la intervención de lo electrónico digital, es importante conocer el medio para saber cómo dominar y conseguir encontrar algo con el mínimo de palabras o de un referente o rasgo asociado a eso que se busca. En el lenguaje lacaniano reside una gran cantidad de estados anímicos que fluyen y se expresan de manera espontánea y aleatoria dentro de un sistema de ideas comandado por un tema; la receptividad de los participantes depende del emisor que inicia la interacción y el tono de la conversación.

Todos los conceptos son verbalizables susceptibles de interpretarse y ser re expresados en toda suerte de tesituras según las intenciones; las relaciones que se puedan establecer con base en un sólo término, son el terreno fértil en dónde estructurar, entender y procesar matices o ideas nuevas para la generación de nuevos sentidos ya que por parentesco un lenguaje tiene elementos o códigos esenciales y recursos de articulación entre sí que en la investigación pueden desarrollarse a partir de los colores, la forma, el espacio, el ritmo y toda suerte de combinaciones posibles e incluso imposibles para generar otros significados en diversos niveles. “Gran parte de los actos más originales provienen de lugares comunes, pero algunas de las ideas más originales devienen en lugares comunes” (Helguera, 2020, p. 49).

En términos de diseño gráfico el idioma está dado con base en símbolos reconocibles como pueden ser la tipografía, los ideogramas, los rasgos de escritura que aún y cuando no se entiendan como puede ser la escritura cuneiforme, formalmente se percibe una es-

estructura y un ordenamiento que sólo por su manera de organizarse denotan estructura, jerarquía y en consecuencia una dotación de sentido. Pero de cara a la representación perceptible y la visualidad no sólo se quedan en el papel o en una pantalla, sino que esto también se lleva a los escenarios donde la gestualidad en el cuerpo o el rostro o incluso en la manera de vestir pueden resultar una metáfora o un rasgo indexado.

Cuando dentro del contexto de los símbolos reconocibles existen las formas que pueden representarse de manera convencional mediante lugares comunes, la imaginación del creador plástico se desplaza a otros contextos donde recrear de manera original es lo que vemos todos los días en una versión propositiva; un objeto de uso convencional tal como un plato con una taza puede dar lugar a una propuesta inquietante como imaginativa.



Figura 2. “Juego de taza plato y cuchara forrados con piel de animal. *Encuentro inesperado*. Meret Oppenheim. “La metáfora consiste en una violación del orden, ... Es a la vez reconocer y transgredir la estructura del lenguaje” Ricoeur” (Internet). La representación mediante la metáfora, sugiere otra lectura con base en la misma estructura.

Sin duda una de las metáforas más conocidas que por parentesco representan un yelmo, lo es la bacía de barbero que porta el Quijote. Ese rasgo representativo del delirante caballero más que representar hace las veces de un atributo burlesco de la armadura robusta e impenetrable de algún caballero medieval que visto en su contexto, no resulta ofensivo dado que forma parte de un sistema de signos insólitos y artificiosos que se utilizan para dar énfasis y carácter identitario al perfil del personaje.

La representación tiene en la metáfora un aliado muy importante por cuanto a los referentes que pueden ser indicativos o incluso visualmente contundentes con sólo la mirada o su lectura. Una de las bondades del lenguaje escrito es que al igual que las imágenes, una palabra puede ser demoledora lo mismo que una imagen.

La diferencia que estriba entre ambas es quizás el nivel de alcance a simple vista, tal como la paleta de colores que se puede apreciar en el Muralismo Mexicano donde los frescos están en armonía con las formas que se caracterizan por sus expresivos personajes, arriesgado colorido, símbolos de alto contenido social político y sobre todo cultural.

“¿Podemos generar un estado mental creativo por medio de manipulaciones neurológicas?” (2017, p. 23). Es un planteamiento de Luc Delannoy que apela a que la creatividad aplicable al diseño gráfico no solamente es copiar, “inspirarse” y eventualmente expresar bajo el criterio del individuo, el poder de representación de un símbolo que puede conducir a variadas formas de representación basadas en la comprensión del principio, madurado en el pensamiento y procesado en la observación.

En un mural, las grandes dimensiones en que se expresa una situación social específica construida mediante un *collage*, dejan a la interpretación del espectador un entorno apto para la observación y la interpretación, éste público puede no saber leer y escribir para entenderlo y lo mismo ocurre en el diseño en una escala espacial menor, quizá de manera cruzada aplique la expresión acuñada en 1964 por Marshall McLuhan: *el medio es el mensaje* (1996, p. 29), lo cual en términos prácticos se refiere a que el recurso de transmisión de información influye de manera determinante en el contenido.

En la construcción de un mensaje y discurso visual derivado de la investigación en diseño gráfico, intervienen diversos factores compositivos entre los cuales, en el acto y efecto de representar, se invoca de manera directa o a veces tangencial algún tipo de experiencia emotiva para percibir en un producto de diseño; una pieza editorial magnífica por su composición, ritmo, contenido visual, aún y cuando solamente se trate de tipografía permite apreciar la familia tipográfica, su puntaje, la disposición en el universo de la página en blanco, los títulos, y toda suerte de ornamentación y algunas florituras como viñetas que hacen del entorno tipográfico un universo completo y expresivo, momento en el que se podría aplicar el principio de la Piedra Roseta cuyo fundamento tiene muchas aplicaciones, desde el diseño de instrucciones eficaces (por ejemplo, utilizar la familiaridad con un concepto para enseñar otros) hasta el desarrollo de juegos o puzzles (por ejemplo, crucigramas) o de comunicaciones para inteligencias extraterrestres (por ejemplo, las placas diseñadas para las sondas espaciales *Pioneer 10* y *Pioneer 11*) (Lidwell, 2016, p. 206).

Producción de significado a través de la interpretación

La investigación en diseño gráfico corre en paralelo al desarrollo de lenguajes sistematizados de los diversos signos ya existentes y otros de incorporación reciente. Previo al siglo XX cuando oficialmente nació el Diseño Gráfico, siempre fue visto como una actividad menor cuyos principios resultaron ser préstamos de otras disciplinas precedentes como la arquitectura y que fue enriqueciéndose de otras como la ilustración, el dibujo y la fotografía.

La construcción de la imagen en arte es un misterio incesante. La irrupción de la imagen y la red de analogías que suscita. La imagen que guarda el secreto de la visibilidad, la que emerge desde un ámbito desconocido y hacia allí parece

regresar, es la que parece salvaguardar mejor ese misterio en su propia opacidad. Siempre la imagen poética y artística está próxima a un vacío originario. (Patiño, 2020, p. 15)

El diseño gráfico gracias al estudio histórico, el análisis de las formas tanto retóricas en lo visual y lingüístico, así como en la exploración de técnicas cruzadas y la validación de los resultados, es que consolida finalmente una personalidad y perfil específicos cuya aplicación se revela como referente que sirve a su vez como registro, proyección y testimonio de la época en que fueron producidos.

De la gráfica popular se tiene cuenta de los cabezales de los diarios, los anuncios elaborados a mano o mediante estencil o los pasquines, como una necesidad de difusión en el sentido de la propagación de una idea y por la otra captar seguidores en torno a un servicio o producto.

Todos estos productos tienen una relevancia que sobrevive a nuestros tiempos por su función sociológico-política y comercial porque están encaminados al consumo de un público indiscriminado y que es justamente en los pasquines en donde la información es concreta, enriquecida con una ilustración, y que el soporte siempre era en materiales nobles y baratos como el papel y cartón para promover una idea o simplemente el desarrollo de la gráfica.

El valor semántico implícito en todos los gráficos y expresiones visuales ya sea en medios estáticos o animados, deben tener un grado de vinculación mínimo al significante para consolidar el significado. Los significantes tienen una afinidad fundamental ante la metáfora dado que su representación puede recrearse con casi cualquier forma, color o línea y también se pueden enriquecer con otros elementos más complejos para comunicar un significado concreto. En esta complejidad la investigación en diseño gráfico pone a prueba todo lo concebido y las relaciones funcionales.

En nuestro interior, ver y entender son procesos entrelazados y casi indistinguibles. Entendemos porque vemos y, como explicaré más adelante, esa relación causal también funciona la inversa: vemos porque somos capaces de entender. La nuestra es una especie simbólica, según una afortunada frase de Terrence W. Deacon, con la que titula su mejor obra (*The Symbolic Species: The Co-evolution of Language and the Brain*, 1998), pero los símbolos que usamos en nuestros procesos de pensamiento no son siempre de naturaleza verbal o textual, no se expresan únicamente en ese lenguaje interno que el gran psicólogo Steven Pinker denominó *mentales* (Cairo, 2011, p. 14, 15).

En el acto de interpretar la pareidolia como ejemplo, consiste en la percepción de rasgos o patrones familiares en objetos que pueden producir una dispersión semántica en un objeto cualquiera o conjunto de estos, allí se reconocen principalmente a la figura humana y animales. Pero la masiva presencia de estímulos interpretables es ya una idea absorbente el poder dominarlos todos y “Dado que todo puede ser arte es necesario imponer un sistema de valores (Helguera, 2020, p. 61). Esta bondad en analogía al diseño gráfico aplica al identificar valores comunicativos formales que son base de inspiración para desarrollos visuales en la producción de recursos de reforzamiento visual.

Como una norma internacional en torno a la señalización en las vías rápidas, carreteras autovías, existen señalamientos verdes para información, preventivos y de apoyo de flujo los amarillos, los rojos de peligro y los azules para obligaciones. En el caso de los rojos normalmente el color denota máxima precaución y uno de los más difundidos identificables es sin lugar a duda el señalamiento de: pare, stop o alto. La cromática asociada a la forma son la ecuación de la eficacia en estas aplicaciones.

Señal coreana de alto



Figura 3. Independientemente de que el lector entienda, escriba y hable el idioma coreano, este puede identificar la forma octagonal que contiene un mensaje universal para indicar en los cruces citadinos o carreteros la indicación de: “Alto”, “Stop”, “Pare”. El color rojo y una expresión verbal con cuatro letras en este contexto es por regla general, una señal restrictiva, el idioma no es relevante, la configuración sí.

El significado no requiere necesariamente de lo fáctico para su validación porque está sustentado en un convencionalismo que no se entiende como defecto sino como característica. La legitimación de un significado parte del hecho y entendimiento del concepto base que se tenga a partir de la palabra.

Antes de estudiar el significado de las palabras, examinémoslas primero como fenómenos del mundo sensible. Desde este punto de vista, las palabras son de cuatro clases: habladas, oídas, escritas y leídas (Russell, 2003, p. 25). Bajo la premisa de que la palabra es la unidad elemental de una lengua, ésta se encuentra asociada a una serie de códigos relacionados y conectados con otros sentidos, que permiten establecer parámetros y que a su vez generan un vínculo entre sus usuarios estableciendo una relación dialógica ya sea para comunicar o solamente informar.

Tanto la palabra escrita como la audible cuenta cada una con sus matices ya sea por la inflexión al pronunciarla o el empleo de eufemismos y todas aquellas intenciones que el dominio de la correcta puntuación puede llegar a transmitir el hacer una pausa indicada por una coma; la función de incertidumbre o alusión al lector al completar la idea por los puntos suspensivos y que así entre la escucha, lo percibido y cómo se interpreta el estímulo.

lo, se obtiene un significado que a su vez es susceptible de ser cotejable con el interlocutor y ser vehículo de una interacción fluida.

En este vaivén de expresiones y gestos, se tiene la garantía de que aún sin necesidad de explicar a profundidad un tema, existe también la posibilidad que ante la falta de claridad o recursos del lenguaje figurativo, esto dificulta percibir la intención con base en el bagaje del emisor apelando a sus conocimientos más fundamentales en el intento de otorgar un panorama ilustrativo mediante el uso de la palabra hablada. Por otra parte “el aforismo suele tener un aspecto reduccionista que en ocasiones parece caricaturizar la realidad con el fin de apuntar a una verdad más amplia” (Helguera, 2020, p. 12).

Pero en la libertad de ejercer el derecho a emitir una opinión, está también la posibilidad de enjuiciar con base en un criterio un poco fundamentado bajo el impulso de la primera mirada o la idea preconcebida. “Nunca he visto a alguien abrir un libro de física a la mitad y declarar que lo que dice ahí no es ciencia, pero es común ver a alguien entrar a una galería y declarar que algo no es arte” (Helguera, 2020, p. 12, 13). Así pues, el aforismo condensa una experiencia para expresar un aprendizaje que deriva en enseñanza, su relación con la metáfora como figura literaria concilia la comparación para visibilizar similitudes. Su principal característica es la descripción de dos expresiones abstractas que entre lo descriptivo-figurado y contiene valores específicos dentro del universo de la creatividad, lo abstracto y lo genérico poseen un rasgo reflexivo proveniente del ejercicio de la observación simple; es decir que la posibilidad de una explicación plena y profunda de un tópico tiene que ver por un lado el nivel de familiaridad con el fenómeno y por el otro con la claridad metafórica con los términos adecuados.

Hoy en día el diseño gráfico dadas las vicisitudes que ha tenido que sortear para configurar la disciplina que es hoy, sabemos que es mucho más que solamente líneas y colores; se trata de un conglomerado de semánticas, transcomplejidad, epistemología y una serie de códigos visuales que no dejan de actualizarse redefinirse y eventualmente reinventarse.

La metáfora revela al lector relaciones desconocidas, e incluso insólitas. Un lector que se encuentre con una metáfora, si se trata de una buena metáfora, quedará impactado por la magnitud de su belleza; ella es una invitación al deslumbramiento; se asiste de la exploración de recursos desconocido; a la inagotable capacidad de creación del lenguaje” (García, Escuela de arte de Murcia).

Los rasgos formales de la tipografía como ejemplo, otorgan una base fundamental de construcción eficaz de información que sirve de punto de partida para nuevas significaciones en la lectura visual o la palabra oída, su correcto entendimiento deriva en nuevos códigos cuyo éxito comunicativo alude siempre a la estructura elemental de transmitir; este fenómeno se replica en el terreno de lo representable (es decir en todos los órdenes) donde la vista nos puede inducir también al error dependiendo de las condiciones en que el mensaje es percibido.

Una de las virtudes de la investigación en diseño en tanto su función alfabetizante, implica revisar los conceptos e ideas que se tienen como antecedente a fin de cotejar y validar su vigencia para establecer referentes sólidos de creatividad.

el significado de una palabra aislada se define por las situaciones que causan que sea usada y por los efectos que resultan del hecho de oír-la. La significación de una oración puede ser definida de un modo análogo; de hecho, una palabra de objeto es una oración si se emplea en forma de exclamación (Russell, 2023, p. 222).

Es así como un concepto puede adquirir su relevancia de acuerdo con la intención y contexto donde se aplique; los principios que la sustentan en torno a un tópico son el origen intermedio de un sistema de pensamiento que tiene la cualidad de poder ser traducido o interpretado sin dificultad alguna.

La investigación que tiene lugar entre el diseño gráfico y la interpretación así como la representación plantea la posibilidad real y abierta para desarrollar otras preguntas basadas en tendencias y fenómenos sociales; es la actualización de la disciplina como el de una lengua. “Un requisito clave para la creatividad es participar en una actividad que no tenga sentido” (Helguera, 2020, p. 50) y es justo la falta de éste el factor que estimula la necesidad de reinventar algo a partir de un factor conocido para comprender el mensaje recibido; respuestas imaginativas cuya originalidad pueden dar paso a múltiples variaciones perceptuales.

Desciframiento y lectura para expresar unidades de representación

Partiendo de las bondades de una idea indefinida, el poder expresar un punto de vista original debe estar ligado a una significación emotiva de manera que la imaginación sea uno de los factores que mantengan la creatividad activa.

La comprensión, análisis y explicación de un concepto está íntimamente relacionado con la capacidad de interpretación y claridad con que se exponga a fin de generar nuevas ideas y maneras de explicar, es generar el matiz. La metáfora es un modo de representación semántica gracias a los diversos abordajes en el terreno de la significación que mediante la retórica ofrece un desplazamiento en cuanto al significado dentro de los términos de la estética expresiva tanto como si se describe como si se representa un objeto o una idea de manera gráfica. Su relación con el lenguaje permite articular ideas en apariencia disímiles gracias al uso de analogías y libre asociación, con la ayuda de conectores que pueden ser líneas, colores, expresiones figurativas de representación e interpretación visual.

Interpretar imágenes es un proceso que implica una relación entre la información visual percibida por los ojos y la información almacenada en la memoria. El proceso comienza con los ojos, que localizan las líneas primarias, los bordes y los límites de la imagen, haciendo coincidir estos elementos con los que se tienen en la memoria, y después procediendo adelante y atrás entre la vista y la memoria a niveles cada vez mayores detalles hasta que la interpretación se completa (Lidwell, 2011, p. 252).

El diseño gráfico se vale de este recurso de la semántica mediante la metáfora para conseguir matices expresivos y asegurar un alto grado la eficacia de un mensaje o efecto en el receptor. La estética no escapa a esta aplicación en tanto que característica de la visibilidad, ya que evalúa la eficacia de una imagen considerando su entorno compositivo en

donde intervienen estructuras visuales, calidades, paletas y tipos de color, proporciones y simetría entre otros factores. La interpretación basada en estas lecturas está enfocada a identificar aspectos armónicos que se traducen en una belleza diferente o por el contrario una representación propositiva y arriesgada.

En una ecuación simple, tal parece que el representar tiene como antecedente la base de la interpretación, la traslación de sentido de un código a otro permite un nivel emocional y perceptual muy importante dado que es una manera descriptiva original; exaltar una característica mediante figuras retóricas es un recurso válido para la visibilización de una idea o concepto, un tanto en el afán de añadir profundidad y matiza el tema llevando el término en dimensiones propositivas.

La observación por su afinidad a la interpretación centra su éxito en la posibilidad reflexiva de percibir la sustancia que Heráclito atribuía al cambio como un fenómeno permanente igual que la experimentación, la representación y la interpretación como motores constantes para el desarrollo de una idea visual. Dos de los recursos eficaces para la transmisión de una idea lo constituyen el correcto manejo de la lingüística y la elección del medio ideal en función de un objetivo claro; el diseño gráfico tiene una vinculación muy estrecha con la percepción dada dentro de los términos de una interpretación inducida proveniente de una realidad limitada por nuestros sentidos; al afirmar Heráclito que “La vista es un engaño” (Delannoy, 2017, p. 221) apela a estas fronteras ubicando las cosas en una realidad en apariencia diferente a como son en realidad, podría citarse aquí la existencia del trampantojo y por otra parte la pareidolia y en cualquiera de estos dos fenómenos percibimos un efecto expandido o una dispersión semántica.

Adentrados en esos otros factores fundamentales de creatividad y ejercicio semántico, tenemos que el “ser humano no es un estado sino un proceso dinámico impulsado por el desarrollo de nuestra percepción, por las relaciones vividas con el otro y por nuestras acciones en contextos” (Delannoy, 2017, p. 27). Esto nos lleva a que la representación es una manera vinculatoria entre el sujeto y sus entornos reconocibles en donde tiene lugar un reconocimiento consigo mismo, esta circunstancia es una validación personal de su *yo* al momento de relacionar sus recuerdos y bagaje frente a los contenidos; la lectura continua y progresiva de sus referentes apelan a su memoria e imaginación para interpretar esos códigos expresados en un cartel como ejemplo. “Este reconocimiento de sí mismo implica, entonces, una conciencia reflexiva, así como una voluntad de decisión. El reconocimiento es un acto intencional” (Delannoy, 2017, p. 333), esta acción deliberada de apreciación está determinada por la necesidad de validar; el reconocimiento de un esfuerzo y la agudeza mental y visual siempre se ven recompensadas como un signo sobresaliente de productividad que estimula la exploración dentro del espectro de la visualidad, la imaginación y la semántica.

En la memoria residen todas aquellas experiencias y datos aleatorios pero relacionados a un contexto, con lo cual se generan nuevas visiones en torno a una idea.

La imaginación es la memoria fermentada de nuestros deseos expandidos. Una galería de espejos cóncavos habla de multiplicidad insomne. Colores, sonidos, formas, ritmos, gestos, sabores, murmullos visuales, aromas cromáticos. Un *collage* trepidante...” (Patiño, 2020, p. 8)

En la capacidad de representación interviene la mirada aguda que requiere una preparación, comprensión y adiestramiento sensorial que con el ejercicio metódico configura un tipo de inteligencia visual constante; es un fenómeno personal de un matiz biográfico. En el diseñador gráfico existe un rasgo originario visual determinado por el color, las formas, en su infinito universo expresivo a fin de transformar y determinar mediante su visión creadora nuevos antecedentes para aprendizajes futuros.

Así pues, en el terreno de la representación toda suerte de construcciones ya sean simbólicas, lingüísticas o visuales llevan consigo el registro de un proceso superado. Rudolf Arnheim alude a una serie de relaciones reflexivas e imaginativas que no siempre corren en línea recta sino de manera transversal: “Los mecanismos sorprendentes por los que los sentidos entienden el entorno son todos idénticos a las operaciones descritas por la psicología del pensamiento” (Cairo, 2011, p. 14) tal parece que existe una complejidad natural en la tarea de la representación y forma parte de la psicología cognitiva que influye de manera directa en la toma de decisiones el cómo se procesa la información y se articula conocimiento, gracias a que esta disciplina observa las distintas maneras de funcionamiento del cerebro, se puede dar el paralelismo para desdoblarse con la investigación en diseño, el cómo se procesa la información, entender los mecanismos de la memoria y sobre todo la toma de la conciencia del mundo interior y exterior del individuo.

La decodificación de todos aquellos símbolos o códigos que sirven para leer un gráfico tiene en su éxito en un nivel avanzado de visualización de la información, cuando se aplica el mismo criterio a varios entornos como la visualización de un logotipo al estar impreso lo mismo que figurar en una página electrónica.

Si usted es de los que piensan que la infografía y la visualización consisten apenas en tomar un montón de datos y dotarlos de una forma visual agradable y espectacular, continúe leyendo con atención. Espero hacerle olvidar esta idea simplista, anticuada y dañina. Como reza una de las frases que abren este volumen, “*the purpose of visualization is insight, not pictures*” (Ben Shneiderman). –El propósito de la visualización es la comprensión, no las imágenes. – Las imágenes son apenas el vocabulario de un lenguaje con gramática y sintaxis; un medio, no un fin en sí mismas (Cairo, 2011, p. 18).

Las imágenes son un recurso cuyas bondades no sólo se limitan a la representación, sirven para transmitir alguna gestualidad o emoción, invocan la imaginación y sus límites están determinados por la creatividad.

Así creatividad que es una de las habilidades más importantes que los mercados aprecian por parte de los creativos en diseño gráfico. La sofisticación de los medios de visualización implica un ritmo de producción acelerado y en consecuencia la velocidad creativa tiene que incrementarse a la par, para conseguirlo el diseñador gráfico debe hacer inteligible la imagen ya sea de manera sintética o animada. En ocasiones el solo potencial de la imagen puede llegar a rebasar un nivel expresivo que quizás muchas palabras tengan que ilustrar; la emotividad de una imagen tiene la facilidad de vincular de inmediato experiencias preteritas que residen en la memoria o la experiencia. “El cometido principal de cualquier gráfico: ser un mecanismo que extienda la capacidad perceptiva” (Cairo, 2011, p. 25).

En cuanto a la representación, sin la abrumadora influencia de las tecnologías de visualización personalizadas, es sorprendente que la generalidad de las personas de cierta edad para arriba y aún los infantes con la cantidad de alfabetización visual disponible y de manera libre, sean capaces de comunicarse a través de composiciones abstractas cuya representación se circunscribe al universo de lo simbólico, no importando que esté en el contexto de la visualidad y que pese a ello las estructuras mentales del ser humano son capaces de vincularse a esos códigos a fin de lograr una representación armónica basada en el ritmo y equilibrio.

El equilibrio es de hecho, un bien extremadamente apreciado en nuestra cultura y no es sorprendente, por tanto, que nuestra relación implícita e intuitiva con él que nos haya preparado para percibir su presencia (o su ausencia) en todo aquello que vemos, oímos, olemos, saboreamos y tocamos. (...) El equilibrio visual surge cuando el peso de uno o más elementos se distribuye de una manera uniforme o proporcional en el espacio. Al igual que cuando colocamos los muebles de una habitación, jugamos con la posición de los elementos del diseño hasta que encontramos un equilibrio satisfactorio entre forma y espacio. Estos más grandes sirven de contrapunto a los más pequeños, así como los oscuros a los más claros (Lupton, 2016, p. 49).

Tras una aguda observación partiendo desde el procesamiento de la palabra al terreno de la representación visual, Cairo presenta un esquema enriquecido basado en un modelo de Richard Saul Wurman quién es creador de las conferencias Ted y un estudioso de las relaciones entre el lenguaje y la información, así como sus aportaciones innovadoras en comunicación visual y receptores capaces de interpretar la información. Con este antecedente el esquema en torno al arte funcional queda de la siguiente manera:

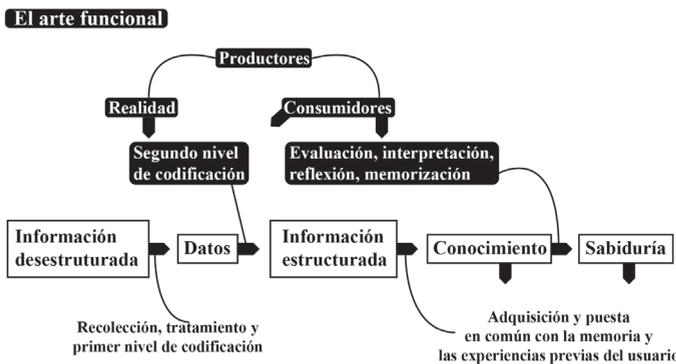


Figura4. Reproducción. (Cairo, 2011, p. 31) Para la producción de infografías o desarrollos de visualización cuyo origen sea la información escrita, es importante que los creativos tengan presente que se requiere de un proceso sistematizado en el manejo de datos escritos.

Los elementos incorporados consisten en hacer la diferenciación entre información *desestructurada* antes de datos y la información *estructurada* después de estos.

En el plano de representación se destacan de manera simplificada la trascendencia e importancia de cada uno de los puntos comenzando con:

1. Información desestructurada: es sinónimo de realidad, el mundo que nos rodea en toda su complejidad; todos los fenómenos susceptibles de ser observados están constituidos de información.
2. Datos: son registros de observaciones. Los datos se codifican como símbolos (números y palabras) que describen y representan la realidad. De ahí ese “primer nivel de codificación” que aparece en el esquema: corresponde, por ejemplo, a las anotaciones que un investigador hace cuando estudia algún fenómeno. (...)
3. Información estructurada (o semántica). Para que una serie de datos pueda ser entendida (ya sea por una audiencia o por el propio investigador que realizó las observaciones), es necesario aplicar un “segundo nivel de codificación”. Éste consiste en representar los registros de forma que se vuelvan comprensibles. Cuando un periodista escribe una historia que dota de sentido a un conjunto de observaciones (de ahí el adjetivo *semántica*), está generando información de este tipo. También creamos información estructurada cuando diseñamos gráficos que codifican cientos de números de los que de otra forma sería imposible extraer algo útil.
4. El consumo de información puede llevar al aumento del conocimiento. Para ello, el lector asimila lo que se le presenta, mezclándolo y comparándolo con su propia memoria y experiencia.
5. La sabiduría equivale a un conocimiento profundo, fruto de la evaluación y el análisis de lo absorbido en pasos anteriores. No todo el conocimiento se traduce en sabiduría, de la misma forma que no toda la información se transforma en conocimiento. Por otra parte la información, el conocimiento son transmisibles. La sabiduría no lo es (Cairo, 2011, p. 31, 32).

El diseñador debe tener a su favor una capacidad interpretativa y de representación robustecida con una riqueza conceptual nutrida de su agudo sentido de la observación ante la solución de problemas mediante la estilística formal adaptándose a las demandas visuales y necesidades de comunicación visual. En la actualidad la visibilización de datos es una actividad crucial debido a la cantidad de dispositivos personales de comunicación y consumo de imagen tanto en movimiento como estática, la gran variedad de datos que un diseñador es capaz de controlar debe formar parte integral de sus competencias al momento de desarrollar un proyecto o procesar información simple.

Leer implica necesariamente el interpretar y comprender unidades de significado, en consecuencia, entender lo que una palabra expresa tiene como finalidad conceptualizar el contexto, la intención y su carga semántica.

Al investigar en diseño gráfico deben tenerse presentes estos factores a fin de que el lector sea capaz de asociar, ponderar y en todo caso traducir en sus propios términos todo tipo

de significados a primer nivel o incluso aquellos intertextuales, así como plantear cuestionamientos congruentes para mantener la atención cautiva. El nivel de atención o penetración con un producto de diseño no se limita únicamente al impacto visual, sino que el investigador en diseño gráfico que puede o no ser necesariamente un diseñador, debe poner a prueba sus habilidades estéticas, capacidad de abstracción, poder de observación y de entre otras muchas asociadas al ejercicio reflexivo que plantea las preguntas fundamentales en investigación: “¿qué?”, “¿por qué?”, “¿cómo?”, “¿cuándo?” y “¿Dónde?”

Estos recursos aunados a la constante ilustración y exposición a efectos visuales implican la observación, análisis, valoración y registro de otros modos de materializar una idea ya sea menos o más afortunados que aporten información a fin de tener una visión más clara de un concepto. Reconocer, poder explicar y entender los cuerpos que conforman una pieza de diseño o expresión visual son la base que la investigación utiliza para comparar conceptos y tendencias para ubicar el perfil, su aplicación contemporánea, así como el devenir histórico.

En la tarea de la investigación encontramos un momento de experimentación y puesta a prueba de diferentes ideas y ensayos que permiten experimentar con información sensible para el desarrollo de la comunicación visual a fin de servir de base en la toma de decisiones para optimizar un resultado quizá a base de su complejidad, pero también existe la clara posibilidad de abordar temas de representación e interpretación los cuales en su momento fueron un hito frente a una situación determinada, es gracias a la maduración y desarrollo de pensamiento que la investigación contribuye en la decodificación y análisis de aquellos fenómenos históricos que dieron lugar a los productos que vemos en el presente. La importancia de la investigación contemporánea implica la colaboración horizontal no sólo de especialistas dentro del mismo rubro sino plantear alianzas de colaboración con otras instituciones u organismos, y que se vinculen antropológicamente a otras disciplinas que antaño parecían no tener mucho entre sí no por falta de interés sino porque todo lo que implica al ser humano es un registro informativo y de comunicación; las bondades de la virtualidad llevada a los medios electrónicos y digitales ha posibilitado un tránsito intenso y prolijo de información cuya descripción mínima es suficiente para que la investigación tenga un motivo y sustento de producción teórica susceptible de sintetizarse para a su vez volverse parte de una descripción de varios saberes.

En el marco de la memoria colectiva, la imagen se analiza como práctica social que se articula como signo-visible y convencional que no puede desligarse de los entornos de realidad en el tiempo, documento visual que es parte de la construcción social. Su producción e interpretación devela excedentes significativos e Pistémicos en distintos dominios: sociales, mágicos, imaginativos, comunicativos, estéticos, tecnológicos, y por supuesto, identitarios (Sandoval, 2022, p. 145).

Por otra parte, investigar en diseño ofrece la posibilidad de adiestrarnos para controlar la inconcebible cantidad de información visual disponible principalmente en los medios electrónicos, sin olvidar la importancia de la lectura de libros especializados y la capacidad de abstracción del individuo. En paralelo se necesita de un mecanismo de sistematización

para el procesamiento de todos estos datos procesables a fin de dotar de sentido y concierto a toda esta información bajo la sombra de la tecnología; como ve piensa y procesa el ser humano la información que, insisto, debido a la abrumadora cantidad de impactos visuales cómo tiende a razonar en el momento de interpretar un estímulo y lo que este representa dentro de un contexto o momento determinado. Las nuevas narrativas como producto de la investigación requieren una estrategia sistemática comprensible a fin de lograr una resonancia positiva en la percepción del individuo.

La inevitable circunstancia de crear nuevas realidades tiene su origen en la mente creativa del diseñador bajo el estímulo de la curiosidad proveniente de las preguntas simples, estas partículas elementales tienden a generar entornos más acabados cuyos productos indefectiblemente generarán un nuevo orden, la única garantía de avance es la investigación en aspectos visuales aplicados.

En algunos casos los procesos de recepción simbólica pueden provocar efectos de polisemia (múltiples significados), indeterminación de los mensajes, ambigüedades, asignificancias (no saber que significa un determinado icono) o ciertos tabúes para determinadas culturas. El significado de los iconos se establece a través de unos significados lingüísticos (signos de denominación) y unos significados perceptivos (signos de reconocimiento) (Gómez, 2005).

Lo que por ahora se llama trans disciplina es un entorno en tendencia cuya efervescente vitalidad y su sentido es gracias a la cantidad de preguntas cruzadas que pueden formularse como un ejercicio antropológico multimodal; todas las fuentes de información son útiles para apreciar otras vertientes, otros medios otros modos de pensamiento que derivan en un lenguaje o imágenes sorprendentes que al combinarse general narrativas más complicadas, innovadoras y productivas de apreciación; en auxilio esta inercia los esquemas conceptuales y están más vigentes que nunca en función de la realidad en qué el ser humano contemporáneo ha modificado –moldeado– su comportamiento para expresarse verbalmente y de manera escrita mediante mensajes fragmentarios o íconos que ofrecen una respuesta genérica, impersonal y predecible. Es el caso de los emoticones.

La visualización en el diseño es una de las tareas fundamentales de esta disciplina debido a que un porcentaje muy significativo de lo que nos explica y hacia donde nos hemos volcado es en el terreno del ciberespacio, ya que de una manera u otra o un momento u otro estamos implicados incluso de manera involuntaria. Los lenguajes cibernéticos, a la par de la investigación visual en diseño genera desarrollos visuales que tienden a volverse más complejos y eficientes trabajando junto a la planta de programación. La interactividad en estos entornos añade sus virtudes cognitivas para incorporar adeptos a las habilidades adquiridas fuera de estos entornos, muchos de ellos adquiridos desde el hogar y los jardines de infancia cuando el individuo se encuentra en contacto con las formas, los colores, la asociación de formas y la convivencia social con nuestros pares en los diferentes niveles de desarrollo. En consonancia:

En un mundo en el que prácticamente cualquier diseñador goza de acceso inmediato a motores de búsqueda Online, bases de datos y bancos de imágenes

inmensos, no es de extrañar que el diseño contemporáneo este plagado de soluciones mediocres y facilonas. Muchos diseñadores no están familiarizados con la clase de procesos que permiten alcanzar niveles más altos de innovación conceptual y formal.

La “lluvia de formas” (*formstorming*) constituye una herramienta de pensamiento visual que permite producir soluciones más profundas para problemas de diseño básicos (Lupton, 2016, p.13).

El procesamiento y aplicación de la información para ofrecer respuestas y superar situaciones es determinante por encima de un acto reflejo.

No obstante, y al margen de toda suerte de tecnologías, la cognición se alimenta de la observación directa. Los grados de significación y abstracción encuentran en lo figurativo, un referente definitorio que se sirve de elementos visuales basados en el color, la línea, formas reconocibles u otro tipo de estímulos a fin de provocar una reacción emocional visual en el receptor; como reflejo del individuo sea en una carta de presentación al identificar un estilo o tendencia.

La investigación en diseño gráfico abarca también la interacción con desarrollos multimedia de inteligencia artificial, realidad aumentada y toda clase de aportes interactivos haciendo que esta actividad implique el representar gráficamente cualquier concepto incluido aquellos no perceptibles a la vista que pueden ser incluso imágenes internas o lugares comunes.

Finalmente, ventilar todas las acepciones y posibilidades de la interpretación, así como la posibilidad de representar, tienen en el diseño la consigna de implicar la síntesis, la precisión, adaptabilidad, consistencia y escalabilidad. La característica de la representabilidad es que transfigure un concepto a través de una imagen o un rasgo que facilite el entendimiento como aprendizaje.

Los gráficos no figurativos representan fenómenos abstractos; en ellos, la correspondencia entre los representado y su forma visual es convencional. No se basa en una semejanza, sino en una “convención”, una especie de acuerdo tácito entre quien comunica y quien recibe el mensaje. Piense en la lengua escrita, que no es más que una forma visual no mimética de transmitir contenidos de una mente a otra. Una infografía que, por medio de tonos de intensidad variable, muestre la evolución de la tasa de desempleo codifica algo no físico y que no tiene relación natural alguna con su representación: una rejilla de rectángulos no se parece al número de personas sin trabajo (Cairo, 2011, p. 35).

Hacer investigación implica el sustentar y validar procesos, creativos, metodológicos y prácticos, y llevarlos al terreno de aplicación. La teoría queda sin verificar si no llega a la práctica. La generalización de que las tecnologías han llegado a las aulas es un tanto arriesgado porque en la realidad eso no es así, sin embargo los sistemas sintéticos aún y cuando se valen de recursos tecnológicos, el apoyo de software especializado y robots, sin dejar de lado el entorno virtual interactivo, es el contexto ideal para explorar contenidos e investigar, esto da lugar a que los estudiantes sean más autodirigidos ubicando al profesor en el

papel de asesor donde la retroalimentación es un vínculo importante en todo el proceso. Es así como el interpretar apela a la memoria y la representación a la inteligencia, es el desafío de conciliar lo conocido con lo posible en un aparato integrado. Representar alude de manera directa disciplinas que convergen en el diseño gráfico. Abordar las raíces de la metáfora implica valerse de la filosofía, la epistemología, la semántica mediante el lenguaje parabólico o figurado, y desde luego en la lingüística cognitiva.

Referencias

- Cairo, A. (2011) *El arte funcional, infografía y visualización de información*: Alamut.
- Esqueda, R. (2010) *La invención retórica. Un recurso para acceder al usuario del diseño gráfico*.
- Delannoy, L. (2017) *Neuroartes, un laboratorio de ideas*: Ediciones/metales pesados.
- Diccionario del Español de México. Definición de arroba. <https://dem.colmex.mx/ver/arroba#:~:text=1%20Medida%20de%20peso%20que,y%20materias%20que%20se%20pesen.4%20de%20junio%202023,0:32> (El Colegio de México)
- Durand, J. (s.f) *Retórica e Imagen publicitaria* <http://jacques.durand.pagesperso-orange.fr/Site/Textes/textes%20spain/Retorica%20e%20imagen%20publicitaria.pdf>
- Gómez, A. (2005) *Retórica fotográfica ingenio y provocación*. Icono 14
- Helguera, P. (2020) *Atlas de lugares comunes. Cuaderno para artistas*: Exit la librería
- Lidwell, W. et. al (2011) *Principios universales de diseño*. Blume.
- Lupton, L. (2016) *Diseño gráfico nuevos fundamentos*. GG
- Madoz, Ch. (2000) *Retórica Visual*
- Mc Luhan, M. (1966) *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Menéndez-Pidal, SN, (2010). Retórica visual: una herramienta necesaria en la creación e interpretación de productos visuales. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*.
- Patiño, A. (2020) *De dónde vienen las imágenes*: Fórcola.
- Russell, B. (2003) *Investigación sobre el significado y la verdad*: Losada.
- Sandoval, M. (2022) *Memoria en el diseño*. Unie.

Índice de imágenes

Figura 1. Arroba. Imagen del Autor.

Figura 2. Juego de taza plato y cuchara forrados con piel de animal. *Encuentro inesperado*. Meret “La metáfora consiste en una violación del orden,... Es a la vez reconocer y transgredir la estructura del lenguaje” Ricoeur. <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2014/01/bello-como-el-encuentro-casual-de-una.html> 23042023 13:09h.

Figura 3. Señal ALTO en coreano. https://www.pngitem.com/middle/JThJbw_korean-stop-sign-small-clipart-300pixel-size-free/ 23042023 13:38h

Figura 4. Cuadro de Arte funcional.

Abstract: Considering the adaptability and logical chaining capabilities of interpretation and representation, these two resources are fundamental in research and production in graphic design. They are visual expression elements that allow for the effective use of conventional tools such as color and shape to convey messages.

In parallel, the exercise of representation involves phenomena such as memory and observation, which give rise to abstract and processable ideas and concepts thanks to the designer's synthesis ability and all possible connections derived from related disciplinary fields, combined with personal experience and analytical capacity of information, writings, and ideas shaped around an objective.

The identification of patterns, codes, and trends are some of the representation elements that make up the different languages of design in their constant definition through semantic resources, in order to achieve the greatest expressiveness of a concept.

Keywords: Image - Iconography - Symbolism and Metaphor

Resumo: Considerando as capacidades de adaptabilidade e encadeamento lógico da interpretação e da representação, esses dois recursos são fundamentais na pesquisa e produção em design gráfico. Eles são elementos de expressão visual que permitem o uso eficaz de ferramentas convencionais, como cor e forma, para transmitir mensagens.

Em paralelo, no exercício da representação, intervêm fenômenos como a memória e a observação, que dão origem a ideias e conceitos abstratos e processáveis graças à capacidade de síntese do designer e a todas as possíveis conexões provenientes de campos disciplinares relacionados, somadas à experiência pessoal e capacidade de análise informativa, escritos e ideias delineadas em torno de um objetivo.

A identificação de padrões, códigos e tendências são alguns dos elementos de representação que compõem as diferentes linguagens do design em sua definição constante por meio de recursos semânticos, a fim de obter a maior expressividade de um conceito.

Palavras-chave: Imagem - Iconografia - Simbolismo e Metáfora

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