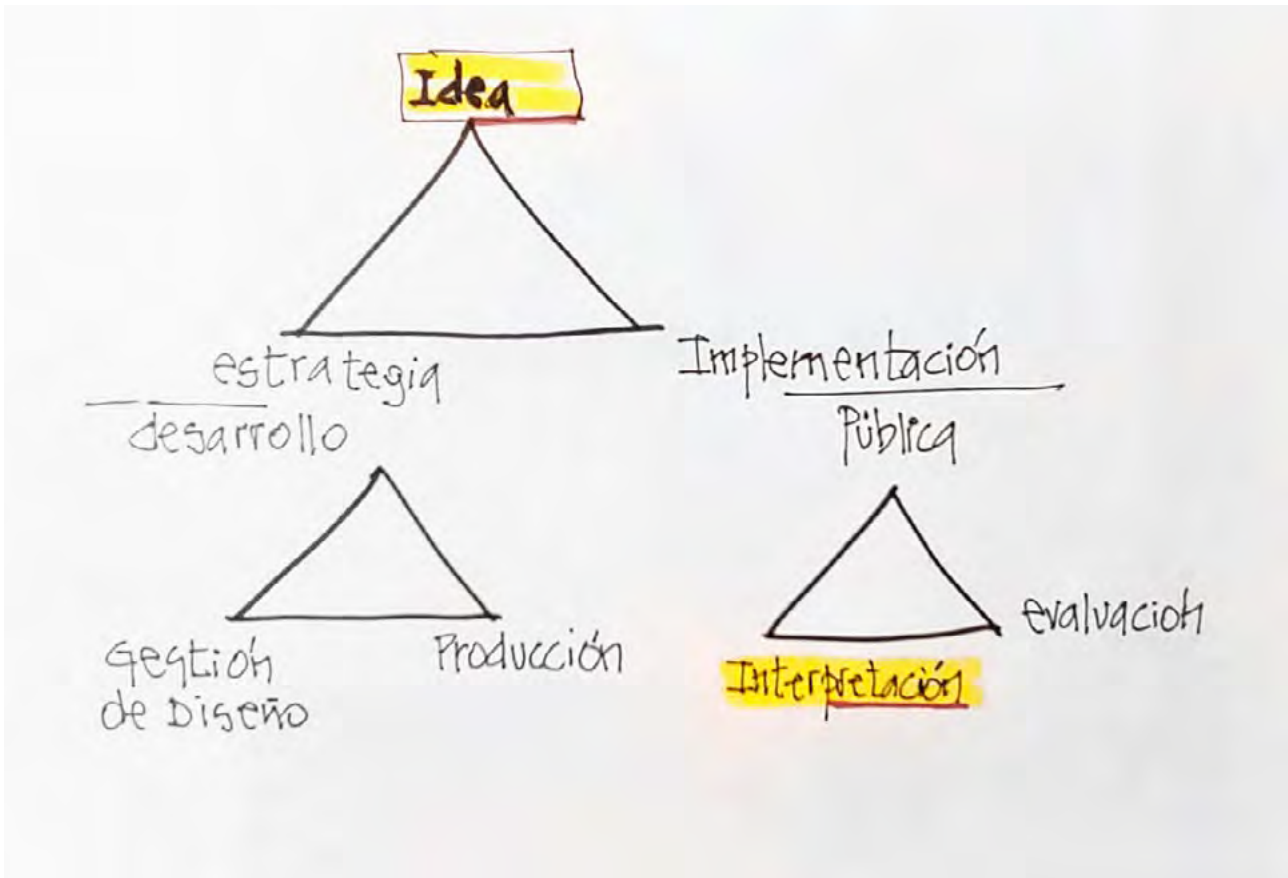


# Herramientas metodológicas para la producción de diseño.

\*Este apunte tiene vigencia para el programa 2021 y el anterior



# Herramientas metodológicas para la producción de diseño.



La semiótica es una herramienta posible para la evaluación y producción de diseño, desarrollo de gestión y de comunicación.

Las diferentes estratificaciones históricas acerca de las definiciones que intentan explicar en qué consiste la semiótica, pueden dar cuenta de su evolución hasta los tiempos actuales.

El punto de vista que hoy vamos a abordar es el referido a la producción creativa, de modo tal de desarrollar y comprender aquellas herramientas de análisis para la producción y evaluación de diseño.

Las semióticas en sus diferentes etapas dieron preponderancia a los protagonistas del proceso de semiosis, aquellos participantes que se identifican con diversos roles sociales en el proceso de producción del discurso visual. Podemos abstractizarlos en emisores, perceptores, usuarios, medios, canales y contextos para proponer diversas posibilidades de comunicación.



Ahora bien, la preocupación que nos ocupa a nivel empírico, es cómo interactúan estos "actores" en un enunciado complejo condicionado por su contexto de percepción y cómo se logra comunicar este enunciado si es que así lo permite la actitud del destinatario.

Entonces la noción de contexto pasa a ser determinante en los modos y sentidos en que estos enunciados comunican algo.

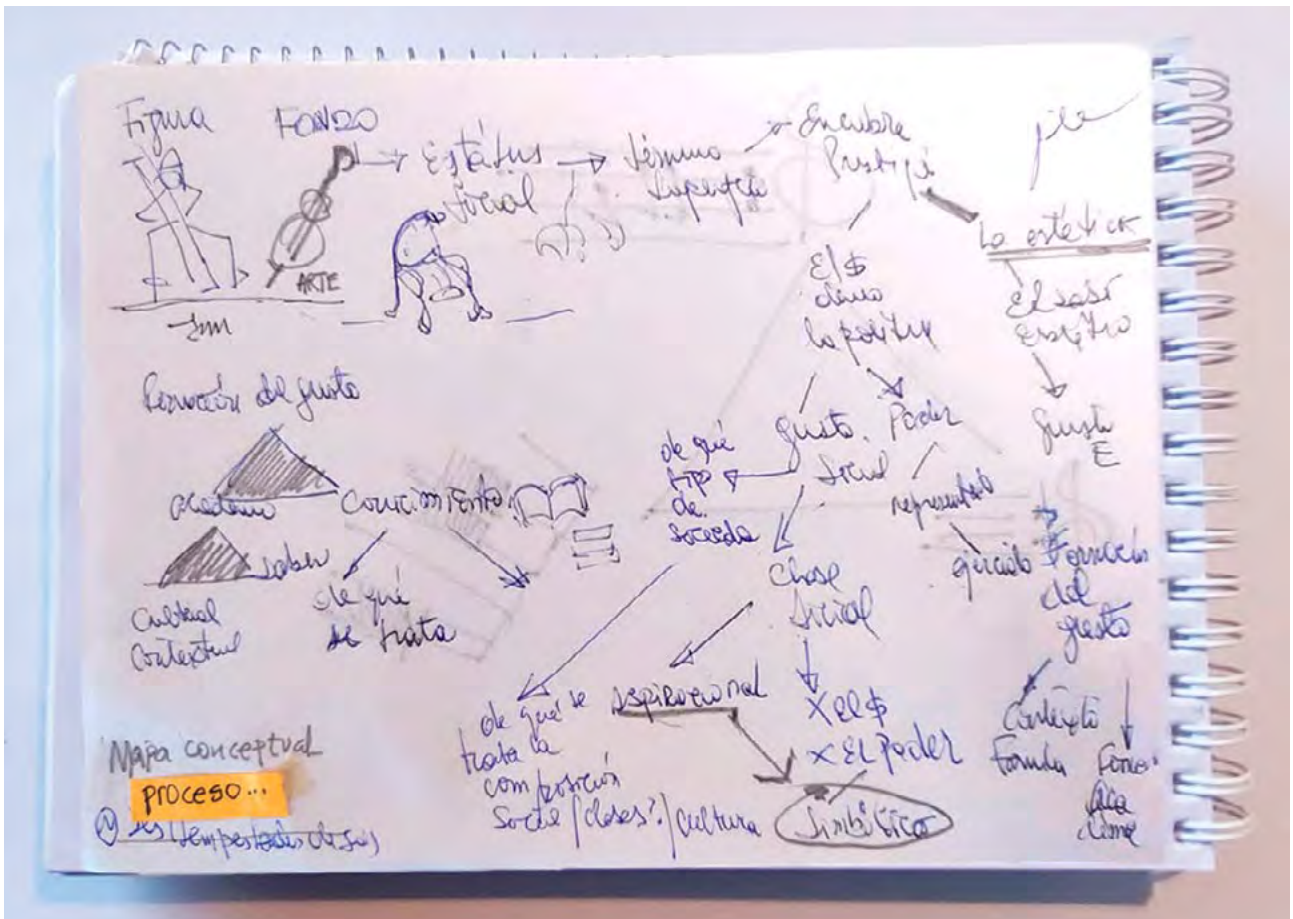
Como dato contextual primero, hay que considerar diversas cuestiones: cuál será el perfil del destinatario de la comunicación, cuál su actitud hacia lo visual, y cómo juegan estos sujetos de la comunicación de acuerdo a sus propios puntos de vista.

Una vez analizadas estas cuestiones debemos considerar cuáles son las estrategias que devendrán en acciones y condicionantes específicos que hacen factible toda expectativa de comunicación posible.

El conocimiento de estos factores contextuales, pone en juego a los actores sociales que intervienen en la producción y consumo de DCV, debiendo hacer foco en aquellos saberes que intervienen en todo contrato de productor - lector (Eco) de algo.

Toda proposición estratégica debiera dar cuenta del análisis de los diversos contextos de producción, circulación percepción y consumo.





Estas estrategias de comunicación deben analizarse en todos sus aspectos, que incluyan poéticas discursivas, y las diferentes formalizaciones de aquellos modos de comunicar enunciados complejos en sus contextos empíricos.

Los contextos determinan el sentido de los significados:

Hay marcos teóricos y disciplinas que “acompañan” y articulan con el encuadre metodológico semiótico como herramientas de análisis previos a la elaboración de contenidos visuales a comunicar, a representar o producir.

El concepto teórico de contexto de una comunicación visual se impone como determinante al momento de diseñar aquellos enunciados que concilian las circunstancias de producción y recepción en que va a circular un mensaje.

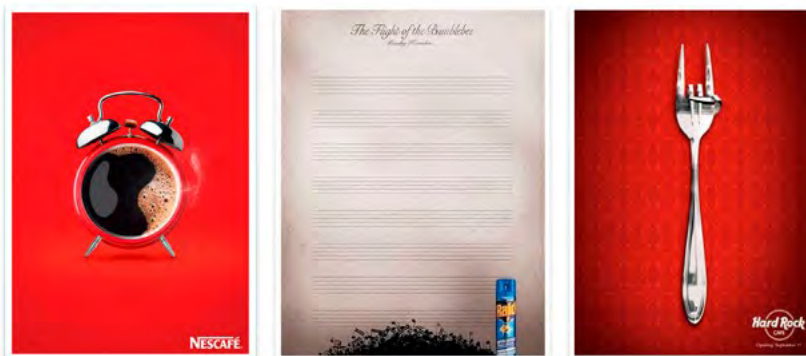
En términos de articular metodológicas complementarias, es interesante y apropiado utilizar como herramienta de análisis y producción, el denominado mapa conceptual, y entender la teoría de los contextos explicada por la cátedra:

La corriente de la semiótica social es aquella que sostiene a los diversos contextos como aquellos elementos que intervienen de modo condicionante en la producción de sentido en toda operación de comunicación visual.

Emisores y receptores interactúan dentro de una red contextual por el predominio de sentido en la comunicación.

Los analistas discuten con diversos marcos teóricos esta relación y vínculo.

Me inclino por analizar los criterios de interpretación en estas relaciones, y por el uso de la semiopragmática para desarrollar estrategias creativas.



En este punto la negociación entre las partes se transversalizan, y se diversifica. Los vínculos se hacen más complejos y se interrelacionan. Los contextos aquí juegan su roles, las audiencias juegan como factores sustanciales de la construcción de mensajes.

Ver: el concepto de trama y mapas conceptuales para el proceso de interpretación.

Si las audiencias generan sus propios perfiles y capacidades de interpretación, también transforman el desarrollo de los sistemas semióticos de comunicación que se manifiestan en los usos de los lenguajes.

Los públicos y los medios se interpelan mutuamente, se imbrican de modo tan complejo que los resultados se presentan como inciertos.

Estos actores –entre otros- se convierten y reconvierten en reproductores de sistemas de signos en un ámbito social particular, como productores de sentido en los mares y desiertos de la vida cotidiana.

Los sentidos comienzan una carrera vertiginosa en los intersticios de las más diversas estructuras sociales.

El vértigo de la circulación de sentido social, se van deteniendo en las estaciones en que los colectivos de recepción dan lugar a la posibilidad de actos de comunicación.



Una vez más, los destinatarios son quienes resuelven toda expectativa de posibilidad de comunicación social.

Las semióticas de las últimas propuestas conceptuales, además de involucrarse en el cómo se comunican enunciados complejos ponen el eje en los actores mediáticos que interactúan en los espacios de negociación con los múltiples contextos condicionantes.



## Conceptos

### Semiótica

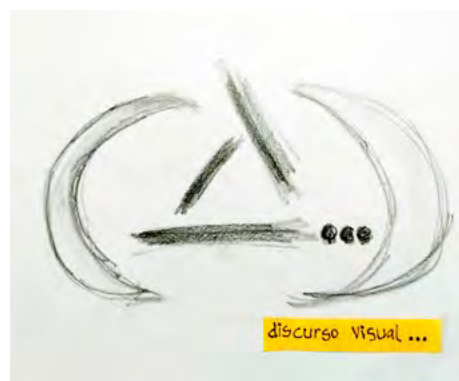
Es el corpus cognitivo a partir del cual se analizan y explican los signos en sociedad, y los fenómenos comunicativos, la vinculación entre significaciones y sentidos que se generan en los procesos de semiosis.

### Semiosis

Es la actividad de comunicación en sí misma en el proceso de interacción comunicativa que se genera entre sujetos sociales e institucionales.

### Lo semántico:

Es todo aquello que tiene sentido, es la relación entre los diversos vínculos que se establecen entre signos y significados, entre los enunciados complejos y los sistemas de signos que los generan en todo tipo de discurso mediático.



## La semiósis como proceso colectivo

El proceso semiótico implica analizar cómo se generan los signos en sociedad.

**Cómo se comunican las personas.**

**Para qué tenemos que crear signos.**

Esta posibilidad de comprender los mundos circundantes a través de la semiótica la convierte en un fenómeno social. Entonces si los procesos mentales son semióticos, he aquí una posibilidad de comprender las funciones intelectuales que implican comprensión de realidades psíquicas del entorno.

Las funciones mentales exceden lo material en el proceso de comprensión de algo. Lo conceptual, lo inmaterial, lo abstracto, componen esas funciones que constituyen esa capacidad de instituir el significado de un algo, un objeto o un concepto que ocupa el lugar de otro.

Entonces la semiótica asume su protagonismo como vía metodológica para el análisis y producción de comunicaciones visuales,

## Deconstrucción de imágenes

Si bien la semiótica se puede considerar como herramienta de producción de diseño, también se pueden combinar otros recursos metodológicos para entender los procesos creativos, por lo menos en algunos de sus aspectos.

De cómo buscar y proponer ideas, que den respuestas a los requerimientos de un cliente, de un comitente, de instituciones, organizaciones sociales, o de programas propios de producción.

El mundo de las ideas, es un mundo ilimitado, cuyo único



dique es la imaginación y la inteligencia, sin duda los inéditos caminos de las artes visuales.

Por supuesto que ya explicamos que en el proceso de diseño hay etapas racionales para comprender e identificar aquellos elementos a partir de los cuales vamos a producir discursos visuales, enunciados complejos, y mensajes que necesariamente estarán condicionados por realidades que tendremos que evaluar incluso con la ayuda de las ciencias sociales que correspondan.

La semiótica según lo propone Peirce también es una metodología que posibilita analizar el mundo entendido como aquellos contextos condicionantes del proceso creativo.

Aquí aparece el concepto de semiósis ilimitada como un sistema de asociación que favorece a la creatividad. Entender cómo funciona la cadena inferencial, entender en qué consisten aquellos signos que tienen la capacidad de evocar aquellas repercusiones mentales que ya están en la cultura de cada sociedad.

Ahora bien, este proceso de asociación inferencial no es lineal, si dijimos que el signo se abre hacia la izquierda y hacia la derecha, generando otro signo con otro objeto, el sentido de la deriva semiótica aparece como ilimitada. El sentido de la deriva se va determinando por los contextos condicionantes y por los objetos referenciales.

## Miremos hacia un caso concreto

Pongamos el ejemplo de una pieza de comunicación de una marca de pisos de "madera" industriales.

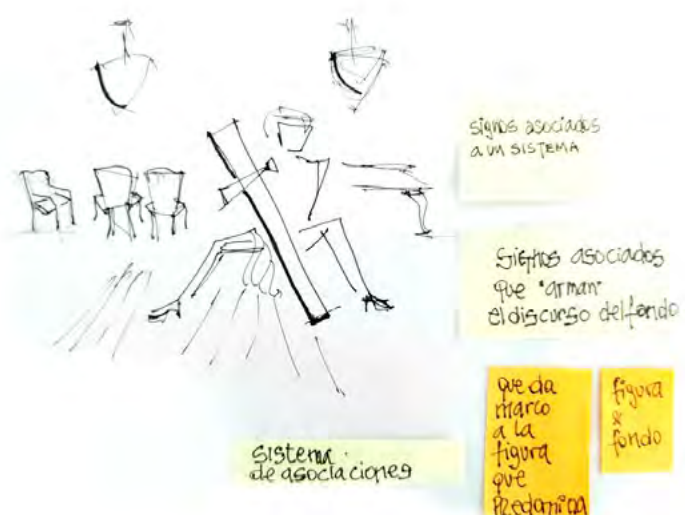
El proceso de deconstrucción de un imagen es un proceso interesante para comprender algunos mecanismos de diseño en sentido inverso. Es decir, descubrir cuáles son aquellos elementos que participan de las decisiones de este proceso.

Desde hace más de veinticinco años el concepto de deconstrucción ha sido sometido a diversas interpretaciones filosóficas. Para encuadrar el marco conceptual se puede decir que el reconstruir es un permanente desliz de sentido de los mensajes.

Una imagen publicitaria puesta a circular en el espacio público genera además del propio propuesto- una cantidad de mensajes que son impredecibles, que van a configurar parte del nuevo contexto de comunicación de la cultura visual, en la semiósfera al decir de Daniel Bounoux.

La idea de esta pieza es la de vender pisos de madera industrializada.

La imagen elegida como ejemplo, expresa en primer plano una modelo reconocible sosteniendo una tabla de madera. El mecanismo de fondo y figura semiótico aparece como premisa que excede lo compositivo.





Privilegia la propuesta de una figura reconocible.

Volviendo a la tabla como signo, representa el producto. Más allá de la imagen global es interesante empezar por el producto.

Utilizar las tríadas como metodología posibilita reconstruir el proceso de asociación creativa, del proceso inferencial.

Una "tabla de madera", y la deriva puede sugerir diversidad de caminos, pensar en el material, para qué puede ser utilizado, cuales son las ventajas de su uso, cuales podrían ser sus probables usos.

Muebles, bibliotecas, pero aparece la idea central de piso, un piso de "madera" con determinadas características organolépticas.

Si es de madera, tiene textura, tiene color, tiene brillo o no, tiene temperatura, expresa sentimientos...

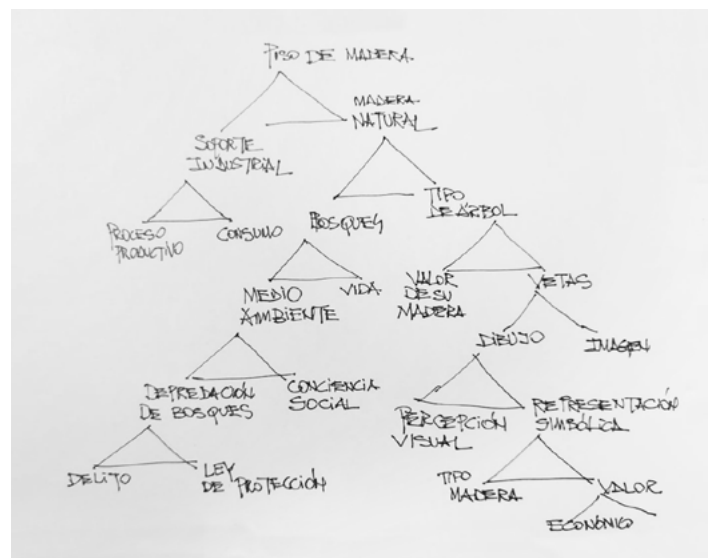
Son palabras, son signos que evocan imágenes mentales, de recuerdos, deseos, sensaciones. De comodidad, de placer, calidez, prestigio. La madera transmite una imágenes, comunica mensajes para cada cual, para cada grupo social.

Hablemos de lo que representa desde lo semiótico una textura, y una temperatura simbólica, la calidez es amable, evoca experiencias agradables, las imágenes se suceden de acuerdo a los propios recuerdos a la experiencias.

Esa temperatura visual, esa temperatura "semiótica" implica calidez, "calor para el alma".

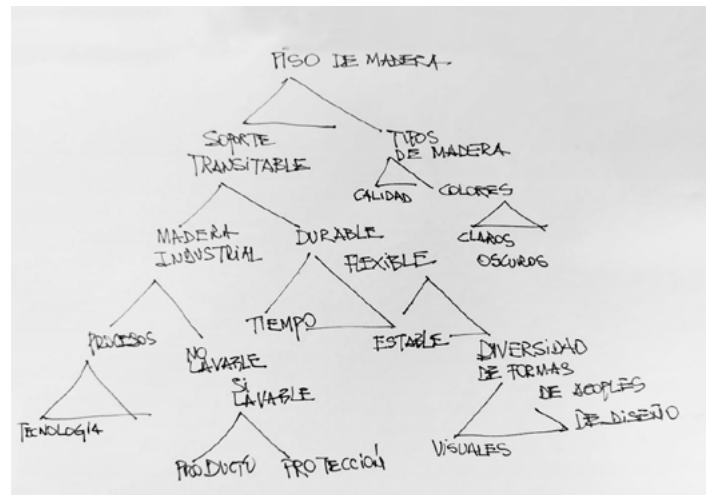
Pero estamos hablando de un piso de madera y su capacidad de evocar lo natural, aquella madera natural que daban cierto prestigio, en el barrio se decía que tal casa tenía roble de Eslabona. Incomprobable en muchos casos pero el imaginario social así lo pensaba.

Como piso de madera aparece otro sentido de la deriva contextual, y de acuerdo a el punto de vista de cada colectivo se representan en la pieza de comunicación aquellas evocaciones acerca de lo ambiental, de los procesos industriales, de proteger el medio ambiente, de los procesos productivos y el consumo.



De la conciencia social acerca de la depredación de bosques, de valores económico, qué tipos de árboles se utilizan, si hay estrategias renovables.

Si hablamos de madera y lo hacemos también desde el punto de vista de lo que representan las vetas, entonces vuelve a considerarse el tipo de árbol, de madera y cual es la representación simbólica de estos mensajes que portan el "dibujo" del material.



## Sistemas de signos

Entre lo general y particular del sistema de signos que propone este enunciado complejo como el que estamos evaluando, se produce una dialéctica entre aquellos signos particulares y sus posibles articulaciones con el fin de constituir el mensaje propuesto para el propósito solicitado por el comitente.

En términos de herramientas metodológicas es interesante también utilizar mapas conceptuales. Esta es una herramienta que se utiliza en con diversos nombres en diferentes procesos de diseño, en la estructuración de estrategias de comunicación y de gestión. Es una herramienta de interpretación de los contextos y un sistema de asociación articulado con propuestas gráficas para su comprensión.



"Increíble a dónde puede llevarte nuestros pisos"



"Increíble lo que un piso puede hacer"

Es importante proponer que al ser un sistema de asociación e interpretación se puede combinar con las herramientas triádicas de la semiótica.

Estas combinaciones favorecen los mecanismos creativos y posibilitan propuesta de mensajes con mejores posibilidades de eficacia comunicacional.

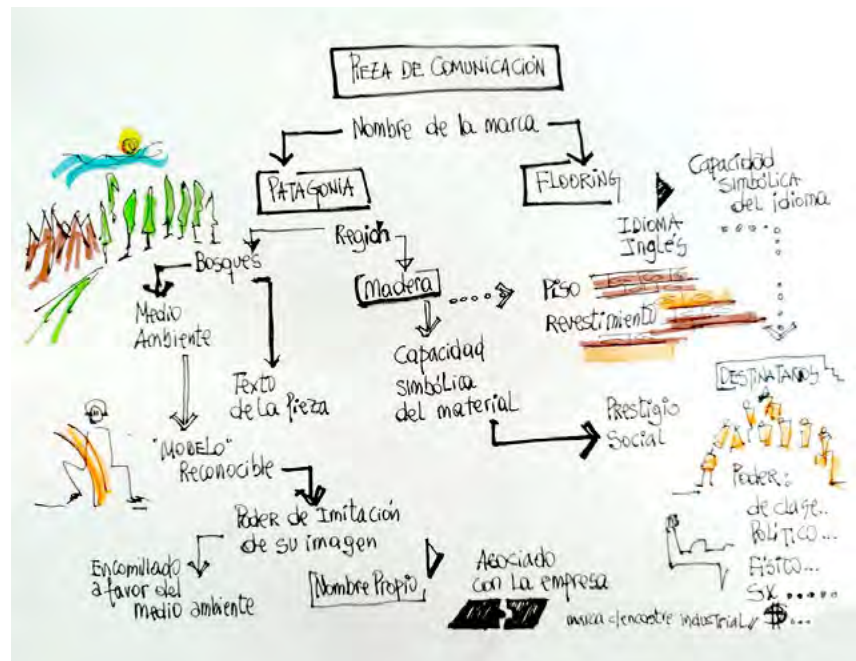
Volviendo a la pieza de comunicación elegida, es conveniente comenzar por el nombre de la marca, porque nominarla, nombrarla implica un dato contextual de primer orden para entender de qué se trata en mensaje a proponer.

Un lado de la deriva es la idea de "Patagonia" o naturaleza y la otra evolución de la deriva es la idea de Flooring. Estas dos vertientes son simultáneas y paralelas.



Comenzando por Patagonia, la asociación del nombre se articula con los conceptos de la región de origen de la madera utilizada, priorizando esta zona del país por sobre otras de producción maderera. También se vincula con las posibles especies de árboles y su calidad de madera con los aspectos visuales de sus colores y sus vetas, más allá de los procesos industriales posteriores.

El prestigio simbólico de la idea de Patagonia también juega un rol de comunicación importante.



El concepto de medio ambiente en los textos de la pieza de comunicación están asociados y vinculados a la elección de la modelo protagonista, y los dichos entrecomillados como

personaje reconocible:  
"Quiero bosques para siempre! En mi casa toco madera con Patagonia Flooring"  
Araceli.

Otro texto asociado al enunciado es:  
La única empresa argentina de pisos de madera "prefinished" con certificación internacional de manejo responsable de bosques.  
Utilizan el concepto de única empresa argentina con certificación internacional, este concepto de internacional esta vinculado a una garantía adicional en competencia con otras empresas.



El usuario que lee esto tiene varias alternativas de interpretación semántica de estas aseveraciones, una que es improbable, otra que le da más confianza, y la tercera que no le importe considerar los significados de este texto.

La otra vertiente de la de la deriva propuesta es la idea de Flooring que podemos entender como piso en idioma ingles. Otra vez lo vinculado a una expresión ingles como expresión de algún tipo de calidad, utilizando la capacidad simbólica de este idioma para algunos sectores sociales que motivan el consumo del producto ofertado.

Aquí entran en juego el análisis de los destinatarios del mensaje, tener un piso de madera en los ambientes de uso cotidiano, pareciera que desde lo simbólico expresa algún tipo de prestigio social.



## Concepto de prestigio

Empezamos a tener que analizar qué implica el concepto de prestigio, y ¿cuál es la consideración social de este concepto, prestigio para quién? ¿Para el usuario o para mostrar a otros?

Cuál es el origen del sentido de el término prestigio?

### Un origen de clase

**Un origen económico, físico, político, social...**

¿Se puede suponer que en esta pieza de comunicación se puede poner en juego algún tipo de prestigio cultural o estético?

Esta es una respuesta opinable y lo retomaremos al final de este texto.

## El personaje

El personaje elegido está identificado con la marca a través de la figuración de sus opiniones asociadas con la protección de bosques.

El personaje es una modelo reconocida, y caracterizada. Es una figura identificatoria, y con capacidad de imagen "imitable" para el destinatario.



En el sistema de signos, de elementos articulados para la configuración del mensaje (Jakobson), el personaje ocupa una posición simbólica predominante, no sólo por la asociación con el discurso de la marca referido al medio ambiente, sino también por el conocimiento social de su figura.

En cuanto a la posición y la actitud de la modelo, pareciera que se refiere a una persona ejecutando un violoncelo, el significante es ambiguo, de haber elegido esta deriva el sentido de la cadena inferencial es diferente.

Analicemos entonces las particularidades de los significantes asociados que participan en el discurso visual.



## Ambigüedad

Esta ambigüedad es orientada hacia otros sentidos simbólicos, el sistema de significantes cooperan hacia la representación de otros significados, hacia otras cadenas inferenciales.

El contexto global y los significantes parecen explicar aquellos signos propuestos para su interpretación.

En principio la mirada del personaje, su indumentaria, el vestido en contacto con el piso, cooperan para representar argumentos de venta y motivación que habría que precisar con el marco teórico que corresponde.

Hay términos que implican conceptos diferentes, a evaluar y desarrollar como: erotismo, sexualidad, sensualidad en el marco de un contexto de género con implicancias ideológicas en el momento de su diseño. Cabe aclarar que esta gráfica fue utilizada en 2018, y hay que evaluarla con esa distancia temporal.

De todos modos los argumentos de comunicación y motivación debieran ser evaluado con la profundidad necesaria, siendo tema para un capítulo particular para su análisis.



## Significantes asociados

Los significantes asociados, el sistema de signos del fondo cooperan para reforzar el sentido del mensaje global.

## Objetos / Símbolos

Si bien todo objeto de diseño representa una idea previa, también puede simbolizar otra cosa.

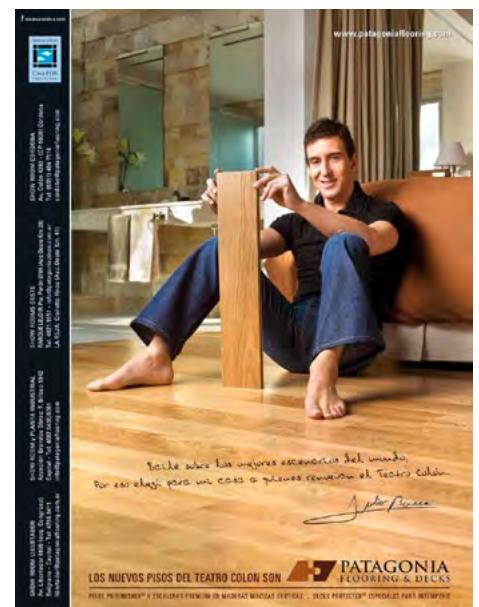
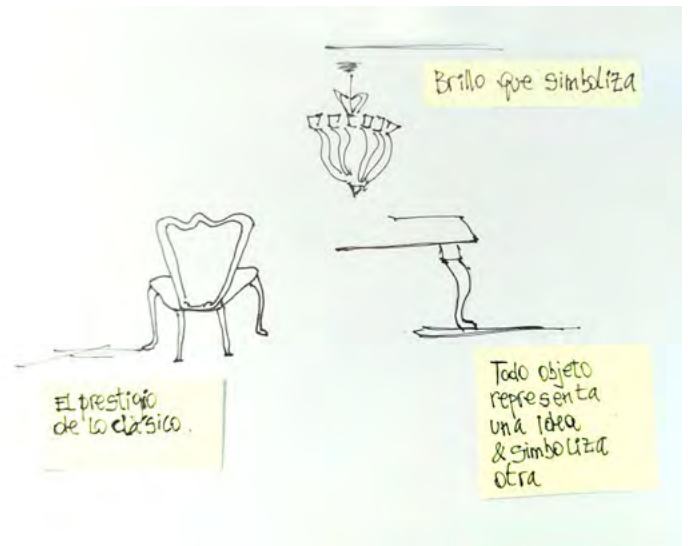
Aquí empiezan a jugar con esas evocaciones que tienen que ver con lo "aspiracional" social de los destinatarios.

Para Jorge Frascara la imagen tiene el poder de proponer imitación, pero este concepto de imitación también tiene que ver también con el gusto estético, con la imitación de la madera industrializada y asociada desde lo simbólico con la madera "natural".

Desde lo semiótico la propuesta simbólica está asociada con la imitación de lo clásico, que se asocia con el mencionado "Roble de Eslabona" y el concepto de prestigio. Esta imitación de lo clásico se vincula a un "gesto cultural" débil desde una interpretación semiótica.

Aparece en la imagen el espejo y las arañas con caireles, misma situación de imitación social del gusto, y desde los semiológico aparece el concepto de brillo.

El brillo seduce, deslumbra, oculta, connota faltas, ilumina, exagera y no permite ver las formas y contrastes, devuelve las imágenes, las deforma o las hace confusas o ambiguas. Otra vez las palabras que evocan algo para alguien, que evocan imágenes mentales.



"Bailé sobre los mejores escenarios del mundo, por eso elegí para mi casa a quienes renuevan el Teatro Colón"  
Julio Bocca.

## Algunas conclusiones

Cuando una imagen toma estado público, reitero, la cantidad de mensajes que dispara es impredecible y sus interpretaciones dependen de la mirada social y de los contextos en donde ocurre.

Como hemos dicho en otras oportunidades, consideramos al diseño -en parte- como un proceso de simbolización que va a proponer mensajes para alguien, y por lo tanto van a generar una expectativa de comunicación.



Entonces entender este tipo de procesos, también sería tratar de entender alguna de las cuestiones que atañen al diseño.

Para finalizar me parece oportuno comentar que el objeto de estos textos es explicar cómo algunas herramientas metodológicas pueden ser también utilizadas como mecanismos que favorezcan la creatividad en un proceso de diseño.

Finalmente cabe aclarar que no existen recetas para diseñar, si se pueden ejercitar a modo de herramientas transpolables.