

Fundamentos para la hermenéutica de lo diseñado

Dra. Luz del Carmen Vilchis Esquivel

Directora

Escuela Nacional de Artes Plásticas / Universidad Nacional Autónoma de México

Av. Constitución No. 600. Barrio de la Concha, Xochimilco. México, D.F.

Tels. 54895424 / 54894919 / Fax 54894923 /

Correos electrónicos: enap@correo.unam.mx ó linus@avantel.net

Abstract

Los paradigmas bajo los cuales se concibe, genera y aplica el conocimiento de las configuraciones gráficas, son escasos. Tanto el diseño gráfico como sus marcos conceptuales más importantes, la comunicación gráfica y la comunicación visual, se han ampliado planteando disyuntivas que es conveniente mencionar: por un lado, en una visión propia de la crítica moderna, la de definir la realidad misma en los términos de la propia disciplina; en otro sentido, más apegado al pensamiento posmoderno, está la posibilidad de reconocer una disciplina cuyo corpus epistemológico funda categorías a partir de la interdisciplinariedad.

Esta ponencia, desde las categorías de comprensión e interpretación de lo diseñado, postula un acercamiento hermenéutico, desde aspectos que caracterizan la simultaneidad del conocimiento sensitivo e intelectual, insertando en la comunicación visual a la comunicación gráfica y el diseño gráfico con sus cualidades textuales y discursivas.

Lo diseñado ofrece constantes de estudio en sus: estructuras básicas, intencionalidades, proceso de comunicación y fenómenos mediáticos, cuya comprensión, desde el modo analógico, enfatiza los momentos del proceso de diseño en los que hay interpretación. Los textos visuales integran así un imaginario con base en el cual se desarrolla la dialogicidad de lo diseñado, sus condiciones, aplicaciones y argumentos.

Palabras: diseño gráfico, hermenéutica, interpretación, sentido

Ponencia

Si la interpretación hermenéutica, como afirma Andrés Ortiz–Osés, “se autodefine por último como liberación del sentido”¹, para establecer los argumentos que abran a la comprensión dialógica, es imprescindible partir de la reconstrucción del sentido en el contexto de lo diseñado, “si todo discurso se actualiza como acontecimiento, todo discurso es comprendido como sentido [...] como la síntesis de dos funciones: la identificación y la predicación”², este concepto de sentido permite entender que la significación integra lo que se quiere comunicar y la materialización de dicha comunicación expresa en su sentido los significados del mensaje, del emisor y del medio, a esto Ricoeur lo ha definido como una relación dialéctica entre el acontecimiento y el sentido.

Gilles Deleuze se refiere a los círculos de la proposición –efecto de la relación entre acontecimiento y lenguaje– en los cuales distingue varias dimensiones: designación, manifestación y significación,

1 Andrés Ortiz–Osés. *La nueva filosofía hermenéutica*, pág. 77

2 Paul Ricoeur. *Teoría de la interpretación*, pág. 26

todas ellas expresan las posibles proposiciones: lógica, geométrica, algebraica, física, sintáctica, sin embargo requieren de una cuarta que se refiera a la esencia de la expresión: el sentido.

[*El sentido*] sería entonces irreductible a los estados de las cosas individuales, y a las imágenes particulares, y a las creencias personales, y a los conceptos universales y generales. Los estoicos supieron decirlo: ni palabra, ni cuerpo, ni representación sensible, ni representación racional [...] ni siquiera puede decirse que el sentido exista ni en el espíritu, ni con una existencia física ni con una existencia mental [...] El sentido es lo expresado [...] no existe fuera de la proposición que lo expresa [...] no se confunde en absoluto con la proposición, tiene una *objetividad* completamente distinta [...] no hay que preguntar cuál es el sentido de un acontecimiento: el acontecimiento es el sentido mismo³ El sentido se entiende como vínculo entre sujeto, objeto y contexto, y se manifiesta como referencia obligada entre pensamiento y lenguaje, captar el mundo está correlacionado con captar el sentido de las cosas “la manera en que el universo aparece ante el hombre como un conjunto de cualidades [...] define un vasto conjunto significativo sobre el que se ejerce la actividad semiótica, el análisis de la estructuración de sentido”⁴; el sentido no es arbitrario, responde a una intencionalidad representada y, si bien es cierto que diversas representaciones pueden vincularse a un mismo sentido, lo advierte Arnheim⁵ al afirmar que la imagen por sí no indica una función, un triángulo puede ser una figura, la trinidad para el catolicismo, la abstracción de una pirámide o una flecha, es fundamental la asociación entre intencionalidad, representación, referencia y sentido, este último es un aspecto parcial del objeto que no agota la referencia, por ello sólo en un lenguaje ideal lo que evitaría toda ambigüedad sería la precisa correspondencia de cada signo con una referencia y que esto expresara un sólo sentido, pero no existe el lenguaje ideal, ni escrito ni hablado ni visualizado.

Husserl denomina al sentido última expresión, cuando el filósofo “se interroga por el “*noema* perceptivo” o “sentido de la percepción” [*noema*: contenido referido al objeto pensado] lo distingue a la vez del objeto físico, de la vivencia psicológica, de las representaciones mentales [intencionalidad, referida al modo en que se tiene conciencia del objeto: *noesis*] y de los conceptos lógicos.”⁶

El sentido en lo diseñado, sería así un correlato intencional del acto de percepción visual, donde la esencia sintética de la conciencia del receptor explica que el objeto intencional, siendo él mismo, por ejemplo un libro, sea de manera distinta ante ella, con distintos predicados, que establecerían la diferencia entre un libro ilustrado y un libro que sólo presenta tipografía, o entre un libro con ilustración infantil y un libro con ilustración científica.

3 Gilles Deleuze. *Lógica del sentido*, págs. 42–44

4 Santos Zunzunegui. *Pensar la imagen*, pág. 55

5 Rudolf Arnheim. *El pensamiento visual*, pág. 150.

6 Gilles Deleuze. *Lógica del sentido*, págs. 43

Todo sentido intencional, que en el caso que nos ocupa tendría como núcleo esencial de significación al mensaje, tiene su objeto: lo diseñado, por ejemplo, un cartel, y todo objeto sentidos distintos, si el cartel integra la palabra *apple* a la imagen fotográfica de una computadora que muestra en el centro la abstracción de una manzana junto al texto “piensa diferente”, lleva a cabo una fusión de predicados, tantos como sean unidos a él.

Heidegger postuló una visión del ser como “cultura” o “sentido consentido”, es decir, como totalización del sentido de una época⁷, desde esta posición, el lenguaje, además de constituir el principio hermenéutico de toda interpretación, muestra al ser y lo muestra como sentido. Gadamer, en este mismo orden de ideas, fundamenta la condición de posibilidad de la comprensión en la experiencia histórica mediatizada por los prejuicios y la tradición en la apertura a la multiplicidad de sentidos.

Entiendo la noción de sentido en el diseño gráfico como la secuencia de situaciones por las que un sujeto sensible, el diseñador, conforma su pensamiento respecto a la necesidad de un emisor externo, y manifiesta su modo de comprender un mensaje determinado, que contiene una finalidad y una dirección; el sentido comprende la capacidad del diseñador para visualizar y configurar la interpretación de un mensaje o la explicación de algún acontecimiento, el sentido sólo puede construirse como imagen desbordando los límites de la razón que progresivamente da lugar al apeiron griego con su sentido simbólico.

En estos dominios debo anotar que todo discurso en el diseño gráfico expresa un excedente de sentido que forma parte de su significado pero también integra determinaciones del contexto en el que se genera la necesidad, en el que se diseña y en el que se inserta lo diseñado, entre dichas determinaciones Jacques Aumont⁸ menciona el sentido temporal de la imagen, cuya representación se hace con referencia a las categorías de la duración, del presente, del acontecimiento y la sucesión, el sentido del futuro, el sentido de la sincronía y la asincronía.

En especial, respecto a la duración, considero que las imágenes denominadas *mediáticas* se recuerdan mejor que los textos, dadas sus condiciones retóricas, como la repetición, que posibilitan la sedimentación y permanencia de las representaciones en la memoria de los receptores y el poder de las imágenes sobre su comportamiento, que impacta en forma activa dado que se manifiesta en acciones concretas: adquirir un producto o servicio, expresar una preferencia política, contribuir con alguna causa, seguir algún ejemplo como modelo, concordar con una idea, copiar algún modelo, o mediaciones de índole diversa.

La posición que al respecto defiende la cultura mitológica, como la del Círculo de Eranos, concibe lo mítico como el ámbito abierto del sentido, “hay que reunir en el sentido su doble esencia [...]

7 Andrés Ortiz-Osés. *La nueva filosofía hermenéutica*, pág. 78–79

8 Jacques Aumont. *La imagen*, pág. 112 y 113

explicativa e implicativa [...] el sentido yace en la mediación [...] explica implicando”⁹, y dicha mediación en lo diseñado, es comprensible desde la visión analógica que, como toda producción cultural polisemántica vincula el texto visual con el contexto, donde más allá de la repetición y la estandarización, se establece un núcleo de comunicación cuya esencia es similar a las imágenes agentes de los antiguos que actuaban sobre la memoria por su capacidad de asociación con imágenes mentales, con aspectos sintéticos del discurso que requieren mediar entre la equivocidad del excedente de sentido y la univocidad del sentido literal.

El sentido en el diseño gráfico, se construye en un proceso de semiosis, en el que se teje una urdimbre de significación que resulta de la acción de los signos, coincidiendo con Ortiz–Osés en concebir la realidad como relacional, lo importante es contar con los conocimientos pertinentes para entender el signo y sus contenidos, en una concatenación de semiosis visual cuya expresión es siempre el todo de un objeto diseñado, nunca un estímulo visual aislado o un elemento fuera de la composición del todo, así, completando mi idea con el pensamiento del Grupo *M*¹⁰, el contenido será, simplemente, el universo semántico, el contexto y circunstancias del uso del signo en un complejo de fenómenos que atañen al objeto diseñado.

En la cultura visual considero relevante el entendimiento de la semiosis a partir de la idea de sentido en tanto la imaginaria visual lo es por la significación múltiple, por el excedente de sentido en el que se reconocen diversas imágenes agente cuya jerarquía visual reconstruye consignas de lectura que dependen del medio en que se expresan, de la configuración y de los campos de significación que incluyen tópicos ya conocidos y tópicos nuevos.

Doy por cierto que por sí mismo, ningún objeto o signo visual significa más de lo que está en su esencia, sin embargo, inmerso en una comunicación intencional como lo diseñado gráficamente, es posible que se abran horizontes de sentido. Coincido por ello con Eco quien señala que las imágenes deben ser consideradas textos visuales, yo modificaría la afirmación reiterando que lo diseñado debe ser considerado texto visual dado que se trata de un complejo de signos que produce sentido y éste, “no se produce por la suma de los significados parciales de los signos que lo componen, sino a través de su funcionamiento textual”¹¹

Concibo el excedente de sentido como el incremento de significados que trascienden lo dicho por el texto visual, que provienen de los aspectos expresivos del texto, del contexto y del intérprete, y lo sustento en la afirmación de Gadamer acerca de que “sujeto y objeto no corresponden a un diferente *modo de ser* y, por tanto, no son completamente ajenos entre sí, sino que se copertenecen. No son dos realidades completamente diferentes [...] el sujeto interpretador comprende desde los parámetros

9 K. Kérenyi y otros. *Arquetipos y símbolos colectivos*, pág. 313

10 Groupe M. *Tratado del signo visual*, pág. 41

11 Santos Zunzunegui. *Pensar la imagen*, pág. 78

que le ofrece su tradición cultural”¹² Por ello, presento a lo diseñado como la manifestación de un universo fenoménico que subyace desde su conceptualización hasta su materialización, así distingo los actos de percepción, representación, intencionalidad, semiosis y comunicación.

Sintetizando, encuentro que la percepción es un proceso de reconocimiento en el que se encuentran factores como las sensaciones, la transformación simplificadora de éstas y los procesos cognitivos en los cuales intervienen la repetición y la memoria de tiempos, ritmos, formas y contenidos. Concibo así, al diseño percibido como espacio de re-presentación del cual se forma una imagen mental que remite a uno o varios fragmentos de la realidad que mantienen un vínculo con ese todo diseñado en el cual, la percepción es considerada implícitamente como una enumeración de objetos. Ver sería de alguna manera hacer el inventario de objetos identificables que se encuentran en el campo de la visión, desde que el contorno ha sido trazado, es decir, cuando hemos designado con un trazo, incluso esbozado, la unidad base de la operación perceptiva.

La representación que hace a lo diseñado presente según su concepto e intencionalidad, implica significación, que, coincidiendo con Frege, designa referencia, “lo real significado por la expresión correspondiente [alude a los tres componentes del significado] sentido, tono y fuerza [Frege] relaciona estrechamente la noción de sentido con la de conocimiento, a la cual está también ligada la de representación”¹³; lo diseñado representa o re-presenta algo, pero ello no obliga a que mantenga los rasgos de la realidad representada, “la clave para entender la representación son las condiciones de satisfacción. Todo estado intencional con una dirección de ajuste es una representación de sus condiciones de satisfacción”¹⁴, por ello entiendo lo diseñado como aquel satisfactor de necesidades de comunicación visual que fija un mensaje en un soporte temporal que debe ser descifrado, “ver no es forzosamente comprender [...] no hay verdaderamente percepción más que si hay inteligibilidad”¹⁵, es por ello que me refiero a la posible lectura de los objetos de diseño gráfico.

Entiendo la comprensión del mensaje en lo diseñado siempre en un estrecho vínculo con las condiciones de intencionalidad, “la intencionalidad es aquella propiedad de muchos estados y eventos mentales en virtud de la cual éstos se dirigen a, o son sobre o de, objetos y estados de cosas del mundo [...] si tengo una intención, debe ser una intención de hacer algo [esto se refiere al] rasgo de direccionalidad”¹⁶, por ello en una taxonomía de los discursos, defino el impacto de lo diseñado sobre el comportamiento, las acciones y el pensamiento evocando particularidades y funciones que

12 Mayos Solsona y otros. *Los sentidos de la hermenéutica*, pág. 24

13 Cfr. Alejandro Llano. *El enigma de la representación*, págs. 244 y 251

14 John R. Searle. *Intencionalidad*, pág. 28

15 Guy Gauthier. *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*, pág. 143

16 John R. Searle. *op. cit.*, pág. 17

corresponden con modos simbólicos que no se habían codificado o representaciones alegóricas ya conocidas.

En el proceso de semiosis, subyace mi consideración de que diseñar es una conducta semiológica, funciona con base en signos cuya sistematización reconstruyo a partir del esquema de Charles Morris, que Ortiz–Osés define como una *metodología del sentido*¹⁷, los niveles son: sintaxis (cómo se configura el mensaje), semántica (contenido del mensaje, significado) y pragmática (lo que el mensaje quiere decir) donde según la hermenéutica antropológica, surge el sentido.

Lo diseñado, en la forma de comunicación que expongo, integra un conjunto de relaciones organizadas en estructuras determinadas sintácticamente por texto visual, discurso, medio y contexto en que se ve inmerso y se reconoce la significación como un proceso presente en toda comunicación, de acuerdo con este punto de partida la significación se produce siempre que algo de materializa ante la percepción de un destinatario y representa a otra cosa a partir de reglas implícitas. De ahí derivó momentos de interpretación por parte de quien construye el sentido, es decir el diseñador, ya sea frente al emisor externo o frente a la mediación, o de quien lo elige, ratifica o percibe.

Existe una sintaxis visual con determinantes compositivas; existen normas perceptuales que contribuyen a la complejidad de la sintaxis visual, pero ello no impide que se puedan definir los grandes códigos de la alfabetidad visual: tipográfico, cromático, morfológico y fotográfico que pueden ser descritos y explicados sin que puedan sistematizarse desde la lógica lingüística.

Determino, en este caso particular que el sentido es la evidencia que fundamenta el quehacer intencional que se muestra como significación múltiple y compleja en el diseño gráfico. Para interpretarlo, propongo que se identifiquen y describan las unidades culturales básicas del texto visual y aquéllas que, en relaciones de diversos niveles, establecen repertorios gráficos.

Abarco estos repertorios desde el concepto de imaginaria visual que, en el marco del lenguaje visual y el texto visual porta sentido en la medida en que materializa esquemas narrativos que regulan algunas de las relaciones entre los diversos códigos, ya sea en recorridos formales o encadenamientos semánticos que se basan en posibles asociaciones y anclajes propios de fragmentos del universo cultural visual.

Concuerdo con Ortiz–Osés en que a partir de una visión dialéctica de la dinámica semántica, es comprensible el sentido: toda significación genera sentido y todo sentido genera significación, ambos se expanden culturalmente en calidad de cadenas sígnicas, para las que yo prefiero la imagen de urdimbre sígnica, redes o telarañas de semiosis que me remiten al sentido de infinitud y a la infinitud del sentido, que sólo son posibles en los términos de la anticipación.

17 Andrés Ortiz–Osés. *Metafísica del sentido*, pág. 92

Por anticipación entendían los estoicos y epicúreos los conceptos generales en cuanto permiten a la mente *anticipar* los datos de la experiencia, la anticipación, la pre-visión es cualidad esencial de la razón que sabe, Prometeo (el que sabe antes) es el símbolo clásico de la anticipación.

En Kant, la anticipación de la percepción designa un grupo de principios sintéticos *a priori* del entendimiento, dependientes de la regla *a priori* de que en todos los fenómenos el objeto real de la sensación tiene una cantidad intensiva, o sea un grado; Gadamer alude a la unidad perfecta de sentido denominada anticipación de la comprensión determinada por el contenido.

En el diseño gráfico, percibo que la anticipación de la comprensión abarca las expectativas de sentido trascendentes en el lector y la posible relación de lo referido por el texto con la verdad o la verosimilitud. No creo que se hable de una intuición eidética dado que el ser del *eidos* no toma parte de las cosas que le rodean. El *eidos* del texto visual lo entiendo como el texto visual mismo, es el *eidos* platónico como el verdadero ser del ente, en tanto que hay un vínculo de interpretación de los signos visuales. Puedo especular que correspondería a los términos de una abstracción dado que el sentido deviene en la idea del significado, manifiesta como expresión del pensamiento y esto resulta de la percepción especial de un testimonio sensible.

Asumo, con base en lo anterior que, cuando lo percibido se reconoce, se dan las condiciones de sentido de una lectura visual, dado que se trata expresamente, de una forma de articulación, pensamiento que una vez más sustento en la idea de Gadamer de que “mirar y percibir con detenimiento es en sí mismo una acepción de este algo [...] sólo cuando *reconocemos* lo representado estamos en condiciones de *leer* una imagen [...] ver significa articularla”¹⁸. Si sólo se ve, que es una operación de aislamiento de lo observado, la abstracción es dogmática; si se percibe, es decir, si se establecen las pertinencias entre la forma y el contenido, la abstracción es significativa.

“Percibir” puede entenderse en varios sentidos. En un nivel existe una percepción puramente sensorial, donde la relación de significación puede ser aprehendida en sentido práctico, como el que se emplea en la interacción para abrirse camino en el entorno físico y especialmente para lograr control sobre él o modificarlo para provecho propio. Existe en otro nivel una percepción intelectual cuya relación de significación puede ser manipulada y diferenciada del soporte y del objeto que ella transporta

La relación de significación de lo diseñado reconstruye el sentido a partir de su significación material, es la mediación o realización concreta de la realidad ubicada en sus vínculos contextuales la que posibilita aprehender el sentido de un objeto, es decir, un libro diseñado manifiesta su sentido cuando, impreso, está en manos del lector, esto se define como la reconstrucción antropológica del objeto.¹⁹ El espacio visual, afirmaba McLuhan, “es un espacio creado y percibido por los ojos cuando

18 Hans-Georg Gadamer. *Verdad y método I*, págs. 132 y 133

19 Cfr. Andrés Ortiz-Osés. *La nueva filosofía hermenéutica*, pág. 108

se separan de la actividad de los otros sentidos [...] este espacio es un recipiente continuo [...] es estructurado como una figura estética”²⁰, la percepción aísla el campo de lo diseñado para comprender su sentido.

La fuerza que configura el sentido, demanda un discurso dialógico diverso, lo diseñado apela a esta relación de dominio sobre el sentido de la naturaleza y de las cosas en la que se expresa y se comprende el fenómeno percibido. Lo diseñado no se comprende realmente sino hasta que se penetra en el conjunto de su estructura, ese es su sentido, entendido como una intelección porque una imagen diseñada nunca está aislada, sino inmersa en un contexto, enlazada con otros códigos y otras imágenes que permiten el reconocimiento de pertenencia o la identidad con aspectos discursivos.

Lo diseñado, hago mención, siempre es un fragmento, lo singular que se mueve en una totalidad de la autocomprensión y de la comprensión humana del mundo, de esta totalidad, cada mensaje diseñado está separando en una secuencia espacio/temporal un ámbito o un aspecto parcial para llevarlo, según la metodología propia del diseño y la comunicación visual, a un desarrollo expreso, llegado a este punto, concibo lo diseñado como horizonte de entendimiento.

El diseñador construye así el entendimiento de la realidad y a cada persona, a cada uno de nosotros incumbe la tarea de convertir el mundo en horizonte de intelección, este proceso debiera acercarse primero a la interpretación del fenómeno total para comprender cómo lo particular está condicionado por esa totalidad, configurando así el horizonte de intelección del sentido de lo diseñado, reconociendo en ello una serie de relaciones, religaciones, coimplicaciones y copertenencias, es decir, el carácter articulador del lenguaje visual, del cual surge la comprensión. El lenguaje del sentido es relacional, comunica e identifica la diferencia.

Lo diseñado construye relacionalmente su sentido, es un complejo de códigos cuya urdimbre, en movimiento permanente –dinámica a la que me he permitido identificar con la imagen y la idea de la espiral hermenéutica– resulta implicativa.

Refiero otra vez la comprensión del sentido, identificado por flechas en múltiples imágenes mentales y gráficas occidentales, como dirección intencionada, ahora bien, el sentido de lo diseñado, es la mediación gráfica a partir de la cual cobran significación una serie de signos que se fusionan en estructuras de implicación. Lo diseñado, formaliza visualmente la representación de ideas comunes denominadas inconscientes colectivos que incluyen figuras simbólicas, arquetípicas, míticas y legendarias cuya fuerza significativa se impone dado que compilan complejos de vivencias que definen el saber y el sentido de individuación.

Menciono, para ejemplificar estas figuraciones algunos modelos del repertorio de arquetipos reconocibles: el héroe, el padre y la madre, el mago y la bruja, el hada y el sabio, Caín y Abel, Dios y

20 Marshall y Eric McLuhan. *Leyes de los medios. La nueva ciencia*, págs. 35 y 45

el diablo, Fausto y Mefisto, Eros, Dionisio, Hermes-Mercurio, etcétera; todos ellos arquetifican una parte de la psique humana: el amor, la pasión, lo racional, la relación con el origen, son situaciones universalmente válidas aunque se vean diferenciadas temporal, espacial y representacionalmente. Sin embargo, cuando la imagen arquetípica y su inserción en lo diseñado tiene tal amplitud que su enunciación engloba situaciones fallidas, condenadas a repetirse sin cesar perdiendo el sentido originario, entonces, en lugar del arquetipo se da paso al estereotipo, esa condensación vacía y cansada que sirve de base al desarrollo de la comunicación de masas y que puede, tanto de forma como de fondo, compilar convenciones y posibles deformaciones del sentido.

Al construirse el sentido de lo diseñado en la relación de los códigos visuales, acudo a las ciencias del lenguaje para su comprensión, entre ellas a la semiótica ya que coincide en mi suposición de que toda conducta de diseñar supone una acción sígnica, se materializa el mensaje con base en signos que pertenecen a los códigos morfológico, cromático, tipográfico y fotográfico los cuales sistematizo y organizo conforme a una jerarquía de las implicaciones de contenido del mensaje.

Debo señalar que la estructura compositiva de los códigos que expongo responde al proceso de semiosis en el cual integro la idea del sentido en el diseño gráfico con base en los niveles sintáctico (en el que supongo la interpretación de las relaciones formales), semántico (que conformo desde la interpretación de los vínculos significativos) y pragmático (en el que expreso las determinantes de interpretación desde la recepción); reflexiono así en el sentido que trasciende la intención y en la comprensión que se lleva al cabo en un espacio de significación determinado por el texto visual, por lo diseñado, cuyo proceso muestra momentos dialógicos que delimitan la intención mental del diseñador quien está condicionado por el mensaje, no por las conjeturas. Establezco así el supuesto de que el sentido de lo diseñado es correlacional porque siempre se presenta como una mediación basada en implicaciones, surge de vivencias y se expresa en elementos visuales articulados, es una urdimbre sincrónica o diacrónica –dependiendo del discurso– cuyo relato define una direccionalidad.