



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1262>

Ciencias económicas y empresariales

Artículo de investigación

Comunicación visual, procesos de construcción de los signos visuales en los mensajes: Diseño y diseñador gráfico

Visual communication, construction processes of visual signs in messages: Graphic designer and designer

Comunicação visual, processos de construção de sinais visuais em mensagens: Designer gráfico e designer

Bertha Alejandra Paredes-Calderón ^I
bparedes@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3265-7002>

Carlos Enrique Nájera-Galeas ^{II}
ce.najera@uta.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-0837-941X>

***Recibido:** 25 de abril de 2020 ***Aceptado:** 27 de mayo de 2020 ***Publicado:** 25 de junio de 2020

- I. Magíster en Diseño y Gestión de Marca, Licenciada en Diseño Gráfico, Docente Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- II. Magíster en Diseño y Gestión de Marca, Licenciado en Diseño Gráfico, Docente en la Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Resumen

La investigación toma a la semiótica como la disciplina básica de todos los sistemas cognitivos biológicos y humanos. Es el signo en el diseño el que aporta a la formación visual de propuestas gráficas bidimensionales y tridimensionales. Por lo tanto, el aprendizaje de la semiótica es fundamental para la formación de los estudiantes de diseño en su trabajo profesional y en su formación académica. En este contexto, el objetivo de la investigación es reconocer a los signos como mediadores de conocimiento, a través del análisis de las categorías de percepción visual, formal y comunicativa. Su construcción precisa la combinación y correlación de un lenguaje visual percibido y construido a través de la interacción. Dichas combinaciones son estudiadas bajo el esquema de Unidades Estructurales de Palmer, basado en la relación coordinación y acoplamiento de las unidades en la imagen. Este modelo permite el análisis de declaraciones visuales que muestran el proceso comunicativo basado en dos variables, una gráfica y otra de comunicación. La experimentación se realizó con un total de 100 participantes en la carrera de Diseño Gráfico distribuidos según los campos de formación. Los resultados se miden a través de los niveles de percepción y comunicación que son creadores de habilidades creativas y visuales, esenciales en la formación del estudiante de diseño.

Palabras claves: Signos visuales; diseño gráfico; elementos visuales; técnicas visuales.

Abstract

Research takes semiotics as the basic discipline of all biological and human cognitive systems. It is the sign in design that contributes to the visual formation of two-dimensional and three-dimensional graphic proposals. Therefore, learning semiotics is essential for the training of design students in their professional work and in their academic training. In this context, the objective of the research is to recognize the signs as mediators of knowledge, through the analysis of the categories of visual, formal and communicative perception. Its construction requires the combination and correlation of a visual language perceived and constructed through interaction. These combinations are studied under the Palmer Structural Units scheme, based on the coordination and coupling relationship of the units in the image. This model allows the analysis of visual statements that show the communication process based on two variables, one graphic and the other communication. The experimentation was carried out with a total of 100 participants in

the Graphic Design course distributed according to the training fields. The results are measured through the levels of perception and communication that are creators of creative and visual skills, essential in the formation of the design student.

Keywords: Visual signs; graphic design; visual elements; visual techniques.

Resumo

A pesquisa toma a semiótica como a disciplina básica de todos os sistemas cognitivos biológicos e humanos. É o design do sinal que contribui para a formação visual de propostas gráficas bidimensionais e tridimensionais. Portanto, a semiótica de aprendizagem é essencial para a formação de estudantes de design em seu trabalho profissional e em sua formação acadêmica. Nesse contexto, o objetivo da pesquisa é reconhecer os signos como mediadores do conhecimento, por meio da análise das categorias de percepção visual, formal e comunicativa. Sua construção requer a combinação e correlação de uma linguagem visual percebida e construída através da interação. Essas combinações são estudadas sob o esquema de unidades estruturais de Palmer, com base na relação de coordenação e acoplamento das unidades na imagem. Este modelo permite a análise de declarações visuais que mostram o processo de comunicação com base em duas variáveis, uma gráfica e outra comunicação. A experimentação foi realizada com um total de 100 participantes no curso de Design Gráfico distribuído de acordo com as áreas de treinamento. Os resultados são medidos através dos níveis de percepção e comunicação que são criadores de habilidades criativas e visuais, essenciais na formação do aluno de design.

Palavras-chave: Sinais visuais; desenho gráfico; elementos visuais; técnicas visuais.

Introducción

Son dos los paradigmas que atraviesan los procesos de creación de los mensajes visuales en el diseño gráfico. El primero parte de la experiencia de cada diseñador ya sea como parte su proceso de formación o por su clara inclinación creativa y artística al mundo de los signos visuales. Y la segunda es la misma explicación que la ciencia impone en su carácter creador y comunicacional. Entonces parte del problema al que se enfrentan los estudiantes de Diseño es la ausencia de una estructura teórica y conceptual que sustente la práctica empírica del diseño. (Pereira, 2011) Y es precisamente el conocimiento el que permite entender que el diseño evoluciona y la teoría de los

signos es indispensables para analizar y crear, así como también para entender el universo de signos, su selección y los resultados de su combinatoria.

Pues bien la conceptualización genérica de diseñar es para Capistran llevar el objeto a su signo habiendo según él una íntima relación entre diseño y designio, relación que lleva consigo todo diseño por definición: signo con intención. (Capistrán, 2006)

Pero no todo signo es visual, por lo tanto, es preciso limitar el estudio del signo en lo relativo al diseño gráfico, como disciplinas generadoras de signos gráficos y, por consiguiente, visuales.

Ya en aspectos formales, la semiótica condensa aspectos visuales donde el reconocer una organización visual implica una operación semiótica mediante la cual adscribimos a algo, algún tipo de sentido, orden o relación entre sus partes (Caivano, 2011). Dicha organización visual evidencia elementos bidimensionales y tridimensionales expresados a través de estrategias visuales. Su resultado Caivano, (Caivano, 2011) la nombra “representación” siendo esta un modelo o sistema de signos que media con el objeto de conocimiento. La representación puede ser entonces tanto una construcción visual como una construcción auditiva, táctil, verbal, matemática o de cualquier otra naturaleza (p.5). Entonces la construcción visual en la comunicación es la composición como medio interpretativo destinado a controlar el sentido de un mensaje visual por sus receptores. En tanto el signo y su significado están en el ojo del observador como en el talento del creador. El resultado final de toda experiencia visual, en la naturaleza y fundamentalmente en el diseño, radica en la interacción de parejas de opuestos o polaridades: en primer lugar, las fuerzas del contenido (mensaje y significado) y de la forma (diseño, medio y ordenación); y en segundo lugar, el efecto recíproco del articulador (diseñador, artista, artesano) y el receptor (audiencia). En todos los casos, el primero no puede separarse del segundo. La forma es aceptada por el contenido; y el contenido es aceptado por la forma. El mensaje es emitido por el creador y modificado por el observador. (Dondis, 2017). Lo que equivale a decir que toda forma es forma significativa de algún contenido.

Para Capistran (2006), los elementos constitutivos con los que juega el diseño gráfico, son precisamente aquellos elementos visuales como el punto, la línea, el fondo, la forma, la textura, el color, contorno, dirección, tono, luminosidad, saturación, brillo, contraste, tono, dimensión, movimiento, y todos los signos visuales; así como las técnicas de composición como el equilibrio, la armonía, encuadre, plano, ángulo, punto de vista, simetría, etc. que son algunas por sí mismas

figuras retóricas, y de cuya articulación y desvío dependerá el resultado de la imagen más la dominante del discurso estético que se sume en la elaboración final. (Capistrán, 2006). Villafañe consolida las definiciones (2006) mencionando a: los elementos morfológicos (el punto, la línea, el plano, la textura, el color, la forma); elementos dinámicos (el movimiento, la tensión, el ritmo); y elementos escalares (dimensión formato, escala y proporción), tales elementos conservarían una correspondencia analógica al concepto de “palabras”, ya que estarían actuando de forma similar a un sistema lingüístico que se articula por combinaciones sintácticas generando “oraciones”. No obstante, como signos concretos, ellos no poseen un significado per se como intentaba explicar la obra de Dondis (1992) en su definición de elementos básicos del alfabeto visual (Chomsky, n.d.).

Tabla 1: Fundamentos de la comunicación visual

Elementos básicos de la comunicación visual	Técnicas visuales / estrategias visuales	Elementos comunicativos
El punto	Equilibrio / inestabilidad	Iconicidad
La línea	Simetría / asimetría	Significación
El contorno	Regularidad / irregularidad	Funcionalidad
Dirección	Simplicidad / complejidad	
Tono	Unidad/ fragmentación	
Color	Economía / profusión	
Textura	Reticencia / exageración	
Escala	Predictibilidad / espontaneidad	
Dimensión	Actividad / pasividad	
Movimiento	Sutileza / audacia	
	Neutralidad / acento	
	Transparencia / opacidad	
	Coherencia / variación	
	Realismo / distorsión	
	Plana / profunda	
	Singularidad / yuxtaposición	

	Secuencialidad / aleatoriedad	
	Agudeza / difusividad	
	Continuidad / Episodicidad	

Fuente: Los autores

En la línea de interrelaciones entre los elementos básicos y técnicas es importante vincular la particularidad esencial del signo al designar o significar otra cosa, ausente, concreta o abstracta.(Joly, 2019). Aun cuando la imagen (visual, material o espacial) tiene la posibilidad de ser moldeada con diferentes grados de iconicidad, su configuración representacional advierte sólo un estado transitorio en la lectura del signo en el diseño (Chomsky, n.d.). Su predominante es hasta ahora identificar los sistemas de significación por medio de los cuales el sujeto social toma el mensaje visual. El mencionado significado para Gonzales (2012), es la abstracción de la realidad ligada a un signo. En muchas ocasiones, los problemas en la transmisión de comunicación suceden cuando no hay una convención cultural o social en los significados de las palabras. (Gonzalez, 2012)

En materia de percepción Moretin (2001) menciona que, en toda actividad perceptual-cognoscitiva, hay aspectos elementales, constitutivos de los niveles primarios de lo que se está percibiendo, que se asimilan sin participación de la conciencia, pero dejan su huella anémica, recuperable como propuesta o como reconocimiento perceptual. Superado ese nivel primario, que varía en diferentes culturas o según educaciones diferentes o por especialización de la experiencia profesional, se llega a la posibilidad de la percepción consciente de objetos que están, en consecuencia, subjetivamente delimitados (Moretin, 2001). Arheim por su parte menciona a la percepción como el conjunto de nociones cognoscitivas llamadas pensamiento, cuyos ingredientes esenciales son parte de la percepción.(Rudolf Arheim, 1985).

Finalmente Klinkenberg (2006) menciona que la percepción en comunicación visual, es un proceso que se reduce simplemente a una secuencia acción/reacción, a un ciclo estímulo/respuesta.(Klinkenberg, 2006)

Metodología

El diseño de la investigación tiene un enfoque cualitativo cimentado en la experimentación de dos ejes, el primero el eje gráfico que incluye la formación de los signos visuales y el segundo el eje de la percepción y significación.

Se emplea el esquema analítico de Palmer para construir el análisis estructural del proceso de creación e interpretación de los signos visuales a través de un universo de 100 signos visuales, como elementos a partir de los cuales se comienzan los procesos creativos, de selección y de articulación. Igualmente, este proceso va acompañado de estrategias y técnicas, que el creador elige, como: la ilustración o el tratamiento digital.

Muestra

El estudio se lleva a cabo con 100 estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la ESPOCH de la asignatura de Comunicación Visual de segundo semestre, distribuidos en grupos de 60 hombres (60%) y 40 mujeres (40%), comprendidos en edades entre 19 y 25 años.

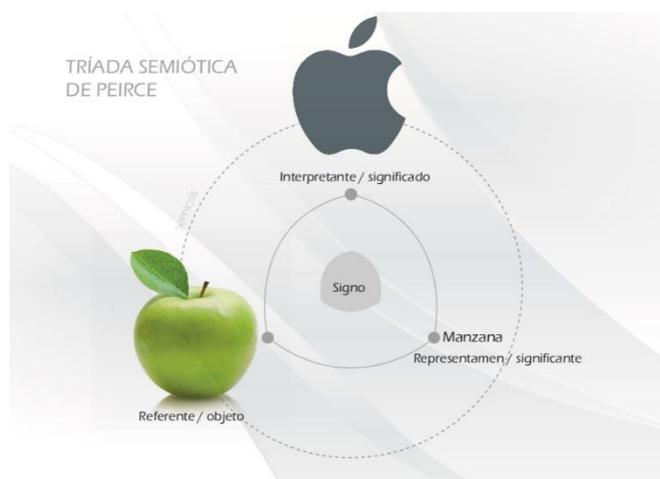
Experimentación

La metodología de Palmer propone que la información se codifique en redes jerárquicas. La estructura jerárquica de las representaciones implica una organización selectiva: algunos subconjuntos de una figura se codificarán como unidades integrales y estructurales del diseño.

Las mencionadas redes jerárquicas en diseño se establecen de acuerdo a las unidades básicas de formación del mensaje visual. Haciendo que las unidades estructurales sean la combinación de los niveles de representación de los mensajes visuales. Las acciones de diseño solicitadas son a) Construcción de los signos visuales a partir de la combinación de los elementos y estrategias de la comunicación visual, y b) La interpretación y evaluación del receptor y el mensaje visual.

La experimentación gráfica se realiza a partir de lo que para Joly (Joly, 2019) son los ejes plásticos, la forma, los colores, la composición y la textura (dentro del esquema de Palmer son las unidades estructurales) (ver tabla I). La facultad de transmitir información implica que todo proyecto gráfico y mensaje, se refiera a cosas ausentes que están significadas, ya sea semánticamente o estéticamente (Costa, 2012). Es entonces, a partir de esto que los mensajes se forman como sistemas semióticos dotados de significados dirigidos a receptores encargados de percibir y leer el mensaje.

Figura 1: Proceso de creación de los signos visuales



Fuente: Mgs. Carlos Nájera

En la primera categoría se obtienen un total de 100 gráficos a través de la experimentación con los signos visuales. En ellos se trabaja bajo la solicitud de composiciones visuales basadas en las relaciones de coordinación de elementos y técnicas visuales (unidades estructurales). La composición de dichos mensajes requiere del uso de las representaciones visuales formadas a partir de los signos creados por el diseñador, equivaliendo esto los valores de propiedad dentro del esquema de Palmer.

Tabla 2: Creación y evaluación de signos visuales

SIGNOS VISUALES / TÉCNICAS VISUALES	PERCEPCIÓN				
	Unidad	Semejanza	Movimiento	Proximidad	Cierre
	X	X			

		X			
	X	X			X
		X	X		

Fuente: Estudiantes de segundo semestre Escuela Superior Politécnica de Chimborazo período marzo- julio 2019.

La segunda tarea refiere a la interpretación del receptor al mensaje visual. Pierce establece la relación entre el *significante* (aspecto material del signo) y el *significado* (concepto). Es entonces que se propone a la semiosis, constituida por la relación de tres elementos: el signo, el objeto y el interpretante. Estas son las principales relaciones triádicas que establece Peirce. El hecho mismo de percibir y representar la realidad implica la interpretación de signos en el entorno codificados socialmente, y por ende una continuidad de analogías previamente indicadas. Siendo esta evaluada de la siguiente manera; la percepción como algo unitario (ver figura 2, literal a), la percepción como agrupación de estímulos semejantes (ver figura 2, literal b), la percepción donde el sujeto tiende a ver como cerradas formas abiertas (ver figura 2, literal c), la percepción como partes de una forma estímulos interrumpidos y finalmente el sujeto percibe estímulos que se mueven en el mismo sentido dando sensaciones de movimiento (ver figura 2 literal d).

Figura 2: Estudio de la percepción de los signos visuales



a.- Percepción de proximidad

b.-Percepción de semejanza



c.- Percepción cierre

d.- Percepción de movimiento

Fuente: Estudiantes de segundo semestre Escuela Superior Politécnica de Chimborazo período marzo julio 2019.

Resultados y Discusión

Los resultados evidencian la articulación entre las unidades básicas y estructurales en la composición, donde su relación energética entre los niveles jerárquicos y subordinaciones presentan efectos distintos en la formación de los signos visuales. Éstas caben mencionar son independientes de su creador.

El principal fundamento gestor de los productos gráficos finales es la simplificación de formas complejas a través de procesos de abstracción. Estos procesos evidencian formas suaves en composiciones dotadas de equilibrio, unidad y contraste.

Los diseños finales son sistemas estructurales de referencia, socialmente predominantes como modelos de representación de la imagen en una correlación analógica con la “realidad.

Los gráficos resultantes evidencian al nivel de iconicidad como el nivel de mayor frecuencia. Siendo el icono el tipo de signo cuyo significante mantiene una relación de analogía con lo que representa.

El resultado del análisis de las significaciones en la experimentación demuestra que los colores, las formas y todos los elementos de composición son reconocidos como “objetos del mundo” a través de un proceso de semejanza mental. Dicha “semejanza”(Joly, 2019) corresponde a la observación y transformación de los datos de lo real, culturalmente codificado. La idea de la experiencia humana como singular para cada individuo, desprende que uno de los contratos para hacer posible la comunicación entre los miembros de una sociedad es el conocimiento de signos comunes para establecer parámetros de realidad y verdad.

En el carácter hacedor de imágenes (visuales, espaciales o tangibles), la actividad del diseñador está estrechamente ligada a las actividades humana cuyo objetivo es preservar un orden, el agenciamiento en el campo estético estaría proporcionando una posición privilegiada para modificar, a través de representaciones e interpretaciones de la realidad, los marcos de significación donde los individuos interactúan en el espacio social.

Conclusiones

Con la experimentación, formación y análisis de los mensajes gráficos se demuestra que la significación de un mensaje visual está formada a partir de la interacción de los fundamentos del diseño gráfico y su gramática visual, donde su comprensión se da a partir de relaciones analógicas del signo donde se identifican correspondencias entre unidades de significación de distintos campos semánticos.

Los signos visuales no pueden delimitarse de la misma manera porque no poseen un referente único, sino que evocan una multiplicidad de imágenes de orden verbal, musical, escrito e incluso

nuevamente visuales. Sin embargo, no significa que sus referentes no tengan cierta concreción pues de lo contrario el proceso para comunicarlos sería imposible.

La interpretación del mensaje es claramente influenciada por las asociaciones mentales que producen las figuras retóricas a través del saber del receptor y su influencia sociocultural.

El eje plástico se determina a través del dominio de la gramática visual donde cada uno de los elementos interactúan en función de un mensaje.

Cada producto de diseño contiene dos funciones identificables: una pragmática y otra comunicativa, que como solución a una problemática particular implican por un lado el testimonio en los modos de concebir, planear y hacer de los diseñadores; mientras por el otro, la representación formal del contenido que determina puntos de argumentación en una imagen.

Referencias

1. Caivano, J. L. (2011). Las Teorías de la Luz y el color como contribución a la Semiótica Visual. la Semiótica como paradigma para el estudio de la luz y el Color, 1–177. Retrieved from <https://colorysemiotica.files.wordpress.com/2015/11/2011tesisdoc.pdf>
2. Capistrán, J. B. (2006). Aplicación de la semiótica a los procesos del diseño. Revista Signa 15, 233–254.
3. Chomsky, N. (n.d.). Semiósisis y economía política del signo.
4. Costa, J. (2012). Cambio de paradigma: La comunicación Visual.
5. Dondis, D. A. (2017). La sintaxis de la imagen.
6. Gonzalez, P. (2012). Semiótica. México.
7. Joly, M. (2019). Introducción al análisis de la Imagen.
8. Klinkenberg, J. M. (2006). Manual de semiótica general. Colombia.
9. Morentin, J. M. (2001). La(s) semiotica(s) de la imagen visual.
10. Pereira, R. G. (2011). Apuntes de semiótica y diseño (Primera Ed). México.
11. Rudolf Arheim. (1985). El Pensamiento Visual.