

# El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica<sup>[1]</sup> [2]

Graphic design beyond  
the visual-optic  
experience

Design gráfico além  
da experiência visual-  
óptica

Le dessin graphique  
au-delà de l'expérience  
visuelle-optique

▲ Ilustración: Eduardo Aragón

Autor

**Nicolás Peña Casallas**

Estudiante de Maestría en Diseño  
Universidad Nacional de Colombia

npenac@unal.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-0967-2976>

Recibido: 06/08/2019

Aprobado: 31/10/2019

## Cómo citar este artículo:

PEÑA-CASALLAS, N. (2020). "El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica". *Bitácora Urbano Territorial*, 30 (II): 101-112. 10.15446/bitacora.v30n2.81512

[1] Artículo elaborado en el marco de la tesis de Maestría en Diseño de la Universidad Nacional de Colombia, Diseño gráfico: una disciplina más allá de la experiencia visual-óptica.

[2] Este artículo fue presentado como ponencia en el 3er. Congreso Internacional de Investigación en Diseño (3CID) realizado en marzo de 2019 en Bogotá, Colombia.

## Resumen

---

Este artículo presenta una perspectiva epistemológica del diseño gráfico a partir de una concepción amplia del concepto de visualidad. En lugar de considerar la visión como un hecho cognitivo y la visualidad como la condición de visibilidad de los artefactos, fenómenos que han significado en la disciplina la omisión del cuerpo y el interés por el objeto, el texto propone entender, desde los planteamientos teóricos de los estudios de cultura visual, la hermenéutica y la fenomenología, el acto de ver como un hecho cruzado por todos los sentidos, con una intencionalidad y un carácter construido, que dependen del cuerpo y la alteridad, mas no de la objetividad. Al revelar al diseño gráfico como una experiencia más allá de la visual-óptica, se vivifica al cuerpo como la génesis de la experiencia creativa y de la semiosis de los artefactos diseñados, se traslada el énfasis del artefacto vi-

sual a la relación de interdependencia entre el sujeto y lo visto y se afianza la práctica en el campo como un ejercicio hermenéutico, aspectos que, a posteriori, buscan interrogar los modos de hacer, enseñar y analizar la disciplina.

**Palabras clave:** diseño gráfico, epistemología, visualidad, cuerpo.

## Autor

---

### Nicolás Peña Casallas

Diseñador gráfico, con énfasis en diseño centrado en las personas y estudiante de la Maestría en Diseño de la Universidad Nacional de Colombia. Miembro de los grupos de investigación InTIColombia y Diseño, diversidad y sociedad de la misma universidad. Con experiencia en el desarrollo de procesos de evaluación de contenidos digitales bajo parámetros heurísticos, de investigación, diseño y aplicación de pruebas de usabilidad en entornos controlados o abiertos, gestión e innovación social y diseño de servicios, asociados a proyectos de entidades colombianas públicas y privadas.

## Abstract

---

This article introduces an epistemological perspective of graphic design based on a broader conception of the concept of visuality. Instead of treating vision as a cognitive fact and visuality as the condition of visibility of artifacts, phenomena that have brought to the discipline the omission of the body and the interest in the object, the current text proposes to understand, on the basis of the theoretical approaches of the visual culture studies, hermeneutics and phenomenology, the act of seeing as a fact traversed by all senses, accompanied by an intentionality and a constructed nature, which depends on the body and the otherness but not on objectivity. By revealing graphic design as an experience beyond visual-optics, the body is vivified as the genesis of the creative experience as well as the semiosis of the designed artifacts, the emphasis of the visual artifact is transferred to the interdependent relationship between the subject and what is seen, and the practice in the field is consolidated as an hermeneutic exercise, aspects that a posteriori seek to interrogate the ways of doing, teaching and analyzing the discipline.

**Keywords:** graphic design, epistemology, visuality, body.

## Résumé

---

Cet article présente une perspective épistémologique du dessin graphique à partir d'une conception élargie du terme visualité. Au lieu de considérer le concept d'un point de vue cognitif et la visualité comme la condition de visibilité des artefacts, des phénomènes qui ont signifié dans la discipline du corps et de l'intérêt pour l'objet, le présent texte propose de comprendre, depuis les approches théoriques des études de culture visuelle, l'herméneutique et la phénoménologie, l'act de voir comme un fait croisé, à travers tous les sens, avec une intention et un caractère construit, qui dépend du corps et de l'altérité, pas de l'objectivité. En révélant le dessin graphique au-delà des expériences visuelles-optiques, on vivifie le corps comme la genèse de l'expérience créative et la sémiologie des artefacts conçus. On déplace l'accent sur l'artefact visuel à la relation d'interdépendance entre le sujet et l'objet, et on se consolide sur la pratique du champ comme un exercice herméneutique. Ces sont des aspects qu'à posteriori, cherchent à se questionner sur les façons de faire, enseigner et analyser la discipline.

## Resumo

---

Este artigo apresenta uma perspectiva epistemológica do design gráfico baseada numa concepção expandida do conceito de visualidade. Em vez de considerar a visão como um fato cognitivo e a visualidade como a condição de visibilidade dos objetos, fenômenos que na disciplina ter significado a omissão do corpo, assim como, do interesse pelo objeto, o presente texto procura compreender, desde as abordagens teóricas dos estudos da cultura visual, a hermenêutica e a fenomenologia, o ato de ver como um fato envolto por todos os sentidos, com uma intencionalidade e caráter construído, que depende do corpo e da alteridade, embora não da objetividade. Ao revelar o design gráfico como uma experiência fora da visual-óptica, reforça-se o corpo como a gênese da experiência criativa, além da semiose dos artefatos projetados, transfere-se a ênfase dos objetos à relação de interdependência entre o sujeito e o visto e fortalecendo a prática no campo como um exercício hermenêutico, aspectos que a posteriori buscam interrogar os modos de fazer, ensinar e analisar a disciplina.

**Palavras-chave:** design gráfico, epistemologia, visualidade, corpo.



El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica.

**Mots-clés:** dessin graphique, épistémologie, visualité, corps

## Introducción

“Diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, el órgano más complejo y el que rige todas nuestras actividades y nuestra conducta. El ojo y el cerebro hacen un todo” (Costa, 2003: 11).

La afirmación que Joan Costa escogiese para dar inicio a su libro *Diseñar para los ojos*, más allá de ser una frase cuyo sentido sea verosímil en la oculocéntrica y racional perspectiva de occidente, es el epítome de la condición que ha gobernado al diseño gráfico: un esencialismo visual donde la visión ha sido asumida como un hecho fisiológico y mecánico. La visualidad ha sido destacada como una propiedad de visibilidad de los objetos. La “pureza” o la “diferencia” visual de los artefactos ha sido reiterada, a la vez que el “deseo de territorializar lo visual por encima de otros medios o sistemas semióticos” (Bal, 2004: 12) ha sido expresado. Este esencialismo visual se ha hecho manifiesto en el campo al aceptar que el ser del diseño gráfico se encuentra en la producción de objetos primordialmente visuales, es decir, en el diseño de artefactos para ser vistos por los ojos –como carteles, logotipos, libros, tipografías o sistemas de señalización–, al adoptar la interpretación de tales artefactos como un proceso cognitivo con tendencias al univocismo y al admitir que el “pensamiento visual”, una forma característica de cognición, es parte de la experticia en diseño –no solo gráfico–. No obstante, al considerar de forma rigurosa esta inclinación del campo por lo visual, es ineludible señalar que la disciplina ha terminado por omitir u obviar al cuerpo –la corporalidad subyacente al acto creativo e interpretativo del sujeto– y, por ende, por desarrollar una fascinación particular por el objeto visual –en detrimento del sujeto y la relación que establecen–, condición que ha limitado sus alcances y preocupaciones.

Por su parte, campos como la fenomenología, los estudios de cultura visual y la hermenéutica han permitido confrontar las concepciones occidentales dominantes en torno a lo visual, al apuntar la visualidad como un modo de ver (Bal, 2004; Berger, 2012; Mitchell, 2003; Mirzoeff, 2016) de naturaleza construida, intencional y multisensorial. Además, han expuesto la multivocidad<sup>[4]</sup> y la complejidad que supone la producción e interpretación de artefactos visuales, circunstancias que han demandado la revisión de una serie de cuestiones como la definición y la trascendencia del cuerpo, al tiempo que han reclamado trasladar el interés del objeto a la continuidad ontológica y la interdependencia que sujeto y objeto configuran en la interactividad.

Ahora bien, considerando las ausencias que ha dispuesto en el diseño gráfico la noción limitada de los conceptos de visión y visualidad y

*[...] al considerar de forma rigurosa esta inclinación del campo por lo visual, es ineludible señalar que la disciplina ha terminado por omitir u obviar al cuerpo –la corporalidad subyacente al acto creativo e interpretativo del sujeto– y, por ende, por desarrollar una fascinación particular por el objeto visual –en detrimento del sujeto y la relación que establecen–, condición que ha limitado sus alcances y preocupaciones.*

[3] Se establece la distinción entre corporalidad y subjetividad basado en las dimensiones ópticas del ser consideradas por Jorge Enrique González (2016) para fundamentar el análisis cultural según la perspectiva del análisis cultural hermenéutico, a saber: subjetividad, corporalidad, lingüicidad, temporalidad-historicidad, estética y eticidad.

[4] Se entiende por univocidad la existencia de un solo sentido y por multivocidad la existencia de múltiples sentidos.

haciendo manifiesto el entendimiento alternativo y complementario de que estos aspectos desarrollan tanto la fenomenología como los estudios de cultura visual y la hermenéutica, este artículo presenta un planteamiento epistemológico del diseño gráfico que, con base en una concepción ampliada del que ha sido considerado su aspecto fundamental –la visualidad– y una discusión de los conceptos de corporalidad y artefacto visual,<sup>[5]</sup> invita a reconocer que su ejercicio trasciende lo óptico, tanto en la práctica como en los artefactos tangibles e intangibles<sup>[6]</sup> que genera. Aunque se entiende que el debate planteado puede extrapolarse a una consideración del diseño, en general, como campo de conocimiento, el presente artículo apunta a elaborar algunos reparos epistemológicos al diseño gráfico que, *a posteriori*, puedan incidir en discusiones pedagógicas y curriculares de esta especialidad y en debates consecuentes y/o paralelos del diseño como corpus único.

Es así que este texto expone, en primer lugar, algunas de las circunstancias que han propiciado el esencialismo visual del diseño gráfico, mientras señala ciertas condiciones que han derivado de la aceptación del mismo. A continuación, introduce la definición de la visualidad ampliada y los aspectos que compromete, para luego presentar las implicaciones que supone para el campo acoger dicho tipo de visualidad y finaliza planteando algunas consideraciones futuras para la disciplina.

## El esencialismo visual del diseño gráfico

El diseño gráfico ha sido considerado como un campo pragmático, rótulo con el cual se ha pretendido determinar su aparente aversión a la teoría y su apego a la ejecución de actividades prácticas, con el propósito de alcanzar un producto visual (Moszkowicz, 2013). A partir de esta denominación y de la “falta de atención [del campo] en la cultura visual y su relevancia” (Dauppe, 2011: 489), más que preocuparse por los fundamentos que hacen factible su ejercicio práctico, por qué razón y/o contra qué motivos representa o de qué modo se acoge en los ámbitos sociales aquello

tangible e intangible que produce, el diseño gráfico –como disciplina y como profesión– ha sido conminado a la elaboración de dispositivos visuales y al dictamen técnico de cómo desarrollar un hecho visual. La responsabilidad de analizar los ámbitos de producción y reproducción de sentido –por ejemplo, los modelos culturales– antes, durante y después de la creación, transferencia, adopción, apropiación –o rechazo– y resignificación de los artefactos ha sido delegada tradicionalmente a otras disciplinas “más desarrolladas”<sup>[7]</sup> (Dauppe, 2011). Esto ha provenido, en buena medida, de los valores del oculo-centrismo occidental apropiados por la disciplina, los cuales han influido en circunstancias como: la instrumentalización del campo por parte de la industria; la configuración de un determinismo tecnológico para la concepción de su evolución; el privilegio otorgado a los objetos visuales, guiado por los enfoques críticos semióticos e históricos admitidos en la disciplina;<sup>[8]</sup> así como la omisión de la experiencia corporal del diseñador y los distintos lectores de los artefactos visuales.

Para empezar, el diseño gráfico fue institucionalizado recién en el siglo XX, a pesar de que las distintas actividades constitutivas del campo para aquel entonces –como la tipografía y la ilustración– disponían de manifestaciones desde siglos anteriores. La institucionalización tardía de la disciplina sería el resultado de la valía considerable otorgada a la teoría y de la indiferencia dispuesta ante la práctica en la configuración de las universidades modernas. Mientras las ciencias, orientadas a la objetivación de la naturaleza, los fenómenos sociales y los individuos, propendían por hallar los principios y las causas, siendo por ende consideradas como el nuevo conocimiento requerido para el desarrollo humano, el saber práctico, dirigido hacia cómo hacer las cosas, sería relegado como un viejo entendimiento. Así, el campo sería obligado a desarrollarse al margen de cualquier interrogante epistemológico u ontológico, como apéndice de la artesanía y las bellas artes, territorios que serían estudiados a través de sus productos tangibles con un enfoque histórico. De esta manera, aun con su institucionalización, el diseño gráfico “sería considerado como una actividad servil, practicada por artesanos

[5] Si bien se reconoce que conceptos como imagen y materialidad son relevantes a la discusión de una visualidad ampliada, al artículo no profundiza en estos, toda vez que hacen parte del debate que se espera suscite la propuesta.

[6] Por artefacto intangible se alude a toda producción del campo cuya manifestación no depende, en principio, de su materialidad, pues puede verse naturalizada en los individuos o grupos sociales –por ejemplo, en los valores culturales–.

[7] El “subdesarrollo” del diseño gráfico es advertido por Michele-Anne Dauppe (2011), quien anota el atraso de la disciplina en relación con sus vecinos: el diseño –arquitectura, diseño industrial–, las bellas artes y la teoría –estudios culturales, cultura visual–.

[8] Si bien se advierte una aversión por la teoría en el campo, a su vez, se señala cómo la preocupación por consolidar una episteme propia y la incidencia de enfoques analíticos, como aquellos propuestos por la historia del arte y la semiología, llevarían a la consolidación de unos enfoques teóricos en la disciplina.

quienes poseían conocimiento práctico y habilidades intuitivas, pero quienes no poseían la habilidad de explicar los primeros principios que guiaban su trabajo” (Buchanan, 2001: 5).

Con la revolución industrial y la consecuente creación de mercados de consumo masivos se daría paso a una suerte de “giro visual” (Julier, 2006), donde el diseño gráfico sería instrumentalizado para la creación de imágenes que proliferaban, por una parte, como herramientas para publicitar los productos ante una audiencia anónima y, por otra, como mecanismos para entregar información a la mano de obra analfabeta que, ante el avance industrial vertiginoso, se dirigía a los núcleos de producción. La pretensión de hacer visuales a los artefactos dependería del interés por alcanzar nuevas audiencias y, de lo que de manera problemática enuncia Satué (2012: 81) como la facilidad de la imagen para alojarse en “la memoria de los sectores sociales *dotados de escasa capacidad cognoscitiva*” (el énfasis es mío). Esta situación, enmarcada en la eficiencia perseguida por la industria, convertiría al diseño gráfico en una “actividad exprés” que buscaría responder a la agilidad de la producción industrial, generando hechos visuales, embelleciéndolos en muchos casos superficialmente, mas no interrogándose por la interacción de las comunidades con los mismos.

Por otra parte, el entusiasmo por la mecanización de la antigua industria artesanal llevaría al campo<sup>[9]</sup> a consolidar una suerte de determinismo tecnológico, donde la hasta entonces incipiente disciplina se desarrollaría de acuerdo con la transformación de los medios de producción de artefactos visuales. Ello, sumado a la proyección del campo bajo un enfoque artístico, orientado a una cierta manifestación individual –el genio innato incuestionable denunciado por Taffe (2012)–, terminaría por distanciarlo de los ámbitos de sentido, aun cuando el campo habitase en el intersticio entre la alteridad y la subjetividad. Si bien el diseño –no solo gráfico sino industrial– configurase, como anota Mosquera (1989), una alternativa para aproximar el arte a la vida y, por supuesto, a la industria, que permitiera la conjunción de los aspectos estético-culturales –sociales–, funcionales y materiales de lo artificial, lo cierto es que al aglutinar una parte de la producción cultural, en su mayoría guiada por intereses y modos de ver hegemónicos, el diseño gráfico se

convertiría en un mecanismo para ver o desver<sup>[10]</sup> en el ámbito social, imponiendo sentidos con una pretensión unívoca.

El apego a la tradición y al saber-hacer, más no a la reflexión crítica sobre la situación y las implicaciones del campo, provocaría que, cuando se considerasen las bases epistemológicas de la disciplina, estas se viesan orientadas a la generalización y a la justificación de la práctica. Ello daría paso a lo que Julia Moszkowicz (2009) denominara como una “literatura del practicante”, un tipo de literatura hegemónica en la disciplina, en la cual se opta por simplificar una multiplicidad de conceptos –como el ver– y se tiende a asumir una serie de cuestiones como verdades absolutas. Por lo tanto, los enfoques críticos que resultarían favorecidos en este contexto, en sintonía con la perspectiva objetiva occidental que situara el interés en el objeto, serían la historia y la semiótica.

Mientras el enfoque histórico del campo, expuesto por autores como Satué (2012) o Meggs (1991), ha propendido por “el análisis formal de los objetos, más que por [el desarrollo de] una crítica social o una discusión interdisciplinaria” (Bolter, citado en Moszkowicz, 2009: 49), hecho manifiesto en la variedad de textos que presentan reflexiones sobre los aspectos visibles de objetos otrora diseñados, el enfoque semiótico de la disciplina, exhibido por autores como Costa (2003), Lupton, et al. (1991) y Chaves (2008), se ha inclinado por limitar la agencia humana en la creación de sentido (Krippendorff, 2006) y por omitir el conflicto de las interpretaciones –la multivocidad– propio de los ámbitos donde se produce y se reproduce el sentido. A pesar de que la semiótica hubiese acogido aparentemente la polisemia, la realidad es que el enfoque que ha configurado en el campo ha pretendido la legitimación de regímenes de poder a partir de la determinación y el privilegio de sentidos impuestos por acciones sociales, políticas y culturales que han buscado interpretaciones únicas o hegemónicas (Krippendorff, 2006). Los artefactos visuales, por lo tanto, han hecho parte de una lógica de representación, donde han sido considerados como manifestaciones formales –por ejemplo, significantes– de significados previamente definidos, otorgados por los creadores y los influenciadores de las piezas.

La pretensión de universalidad –de verdad y no de verosimilitud– de la semiótica, asociada al interés

[9] Cabe anotar que el concepto de campo se emplea como una alocución para determinar al diseño gráfico como un territorio de conocimiento que, para aquel entonces, no se hallaba aún institucionalizado como disciplina, pero ya disponía implícitamente de un corpus propio.

[10] Entiéndase por desver la práctica de omitir u ocultar la visualización extendida de determinado aspecto, es decir, una concepción amplificada de un fenómeno por razones culturales, políticas, institucionales, entre otras.

por anular las condiciones sociales de los lectores de los dispositivos visuales, sumado a la inclinación del campo por las teorías lingüísticas –estructuralistas y postestructuralistas– orientadas al conocimiento conceptual y proposicional, terminarían por limitar la consideración del cuerpo, el tiempo y el espacio al darlos por sentado (Moszkowicz, 2009). El cuerpo, en particular, sería eximido de cualquier reflexión crítica en la disciplina producto de su estatus de posesión, aparentemente correspondiente a otros territorios de conocimiento –como la medicina o la biología– y como resultado de la percepción de que la espacio-temporalidad, al estilo de la postura iconológica de Panofsky (1972), solo está configurada en los acontecimientos sociales y de una época y no marcada por y a través del cuerpo mismo.

## La visualidad amplificada

Las tendencias objetivistas y positivistas propias de la historia del arte han delimitado el sentido en el artefacto visual. Por el contrario, los estudios de cultura visual, la fenomenología y la hermenéutica<sup>[11]</sup> han optado por trasladar el énfasis de la semiosis a la relación de interdependencia establecida entre quien ve y lo visto, lo que ha permitido resituar las concepciones hegemónicas occidentales del ver y la visualidad, que consideran a la primera una operación cognitiva y, a la segunda, una condición de visibilidad del artefacto –la capacidad de ser ópticamente sensible–. Si bien, no ha sido un logro de estos campos exceder la noción biológica del fenómeno visual, pues de hecho ya en el siglo XVII se señalaría también a la visión como un juicio cultural (Mirzoeff, 2016) –una construcción en la alteridad, en definitiva–, lo cierto es que estas disciplinas han favorecido la renovación de los cuestionamientos sobre la profundidad que configura el acto de ver, cruciales cuando se advierte que, desde la modernidad, se ha dado paso a la ubicuidad de lo visual.

Para establecer la distinción entre el hecho fisiológico y el hecho social, autores como Rampley (citado en Woodward, 2014) y Català Domènech (2001) optaron por fijar la dicotomía entre el pasivo ver y el activo mirar, señalando al primero como el proceso fisiológico de recepción de estímulos y, al segundo, como

el análisis dialéctico de un objeto intencionalmente visto. A pesar de que la dualidad ver/mirar parece efectiva para matizar la naturaleza biológica y social, partiendo de la intencionalidad que puede estar inmiscuida en la visión, la realidad es que el acto de ver, aun en el escenario de mayor inconsciencia o pasividad, es “algo que [se hace], en lugar de algo que simplemente sucede de manera natural” (Mirzoeff, 2016: 26). Es una construcción, como anota Mitchell (2003), aprendida y cultivada, que en ningún escenario conlleva neutralidad, en cuanto que el ojo se encuentra arraigado en la experiencia fenoménica –cultural, social, política, ideológica, entre otras– del sujeto. Ahora bien, reparando en que la comprensión fenoménica de la experiencia lleva a suponer una continuidad ontológica entre la mente, el cuerpo y el mundo, la visión debe reconocerse como un sistema de realimentación sensorial que se vale de todo el cuerpo, no solo del órgano fisiológico que aparentemente hace factible su despliegue: el ojo (Mirzoeff, 2016). La profunda complejidad social y subjetiva del acto de ver implica diluir cualquier especificidad conceptual entre el hecho fisiológico y el hecho social –el ver y el mirar– y más bien, como señala Martínez Luna (2012: 29), “retener la tensión entre ambas para reconocer aquí también la dimensión negativa del término ‘visual’ como impuro y contaminado, atravesado por los otros sentidos, los discursos y las prácticas”.

La visualidad, además de un adjetivo que describe la condición de visibilidad de los artefactos, puede entenderse como una forma de ver –un sustantivo– extremadamente compleja, cruzada por todos los sentidos, con una intencionalidad –de enaltecer o censurar, por ejemplo– y una naturaleza construida –histórica, temporal, social, cultural, imaginaria, institucional, entre otras– que depende del cuerpo y la alteridad, del ser y sus interacciones, más no de la objetividad, es decir, que no está predeterminada. En consecuencia, la visualidad, como cualidad, ha de sobrepasar la homologación con la visibilidad y determinarse como la disposición de los artefactos visibles –aunque no únicamente ópticos–, enmarcados en contextos culturales, es decir, en ámbitos de producción y reproducción de sentido locales y globales, para la generación de actos de visión, en tanto, como reflexionase Bal (2004: 15) sobre Appadurai, aglutinan “los constituyentes sociales que interactúan [con estos]”.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la visualidad se encuentra arraigada en la voluntad de conocimiento de los sujetos –el poder de conocer o desconocer–, ha

[11] Aunque algunas corrientes han privilegiado el análisis de textualidades lingüísticas –por ejemplo, discursos y/o textos orales o escritos–, hermenéuticas como la metafórica de Paul Ricoeur (2001), la analógica de Mauricio Beuchot (2015) y la analógico-icónica de Jorge Enrique González (2016) han instado por igual el análisis de textualidades lingüísticas y no-lingüísticas para la comprensión de los ámbitos de sentido.

de valorarse como una práctica, una estrategia que, como señala Bal (2004), determina cuáles aspectos o cuáles objetos permanecen visibles e invisibles, una suerte de símil de la metáfora heliológica que Levinas (2001) criticara, considerando que ilumina o devela las características –no solo visuales– de y a través de un artefacto, a la vez que abandona otras tantas en la oscuridad. Sin embargo, la visualidad no debe abarcar únicamente los aspectos “vistos”, sino que ha de confrontar la relación coconstitutiva de lo visto y lo no visto, de lo material y lo inmaterial, interrogando el porqué de las ausencias o las permanencias al reconocer la existencia de formas de ver hegemónicas y contrahegemónicas.

### Corporalidad retomada

El reconocimiento de la multisensorialidad o sinestesia propia de la interacción con el mundo supone, en el contexto de la visualidad amplificada, reevaluar la consideración hegemónica occidental del cuerpo, pasando del despojo y la objetivación a la distinción del mismo como el medio fundamental de la experiencia fenoménica del sujeto; después de todo, como afirmara Husserl (citado en Wegenstein, 2010: 26) “el cuerpo es la capacidad [del] ‘yo puedo’, que es más fundamental que [el] ‘yo pienso’”. “Ningún pensamiento, producción cultural o actividad humana puede tener lugar sin el cuerpo como su fuente” (Wegenstein, 2010: 19), por eso, contrario a la concepción cartesiana del cuerpo-máquina que dispone de una pluralidad de funciones –por ejemplo, sentidos–, el cuerpo debe ser entendido como una unidad corporal –un todo–, a la vez que se concibe como el aspecto que permite dar sentido al mundo y el que hace posible la existencia de interacciones intersubjetivas, al ser un “vehículo de expresión en la acción social” (González, 2016: 85).

Sin embargo, vivificar el cuerpo no implica únicamente modificar la concepción sobre la percepción. Entender la corporalidad como la génesis del sentido en el sujeto comprende abordar los aspectos inconscientes, los procesos corporales complejos desarrollados antes de y durante la recepción de estímulos –a diario omitidos por el pensamiento– que, al igual que la percepción, dan forma al modo en que se interactúa con el mundo. Es a través del movimiento y su espontaneidad, explica Johnson (2008), que se identifican las capacidades propias y se configura el espacio corporal subjetivo –la propiocepción– que, como señala Merleau-Ponty (1957), brinda la espacialidad de la situación del sujeto –por ejemplo, el ser y estar en el mundo– y posibilita avanzar hacia el espacio ob-

jetivo o “exterior” donde se distinguen las acciones. La experiencia propioceptiva, aun cuando no se halla subordinada a la conciencia, consolida poco a poco, tras relaciones comprendidas por ser vividas y no conceptuadas, el sentido sobre aspectos como fuerzas, trayectorias, distancias y/o posiciones, crucial no solo para actividades cuyo despliegue corporal es más evidente –como la danza o el deporte–, sino para establecer un primer relacionamiento con aspectos que continuamente son traducidos a otros contextos o registros.

El cuerpo, como medio, no debe entenderse como un espacio pasivo por el cual circulan una serie de registros o experiencias en procura de su almacenamiento en la memoria, sino que es necesario considerarlo como el soporte que obtiene y confiere lo que Merleau-Ponty (1957) señala como un “arco intencional”: una relación con el pasado, el porvenir, el medio humano, la situación física, ideológica y moral del sujeto. Un objeto que hace manifiesta una forma de ser en el mundo y da “una forma visible a las intenciones” (González, 2016: 85).

Dado que la experiencia social se establece a través de un diálogo entre las distintas experiencias subjetivas, debe valorarse que “los procesos de producción y reproducción de sentido [los procesos culturales] se constituyen ontogenéticamente a partir de una red intercorporal de reenvíos metonímicos” (González, 2016: 86), es decir, del intercambio constante de saberes aprehendidos por el cuerpo, proyectados por él y situados en una significación compartida. En consecuencia, abordar los modos de ver, así como los discursos lingüísticos –verbales y no-verbales– y no-lingüísticos –por ejemplo, corporales– que se tejen a partir de dichos modos, implica acometer la primacía corporal, el ser de quienes hacen sentido y, a su vez, interrogar la forma en que han sido y son traducidos en distintos códigos –del código corporal al lingüístico o al visual, por mencionar algunos–.

### La transformación del artefacto visual

Al considerar que cada acción del sujeto hace manifiesta una forma de ser en el mundo, es necesario reparar que toda producción material e inmaterial del sujeto, como un artefacto visual, también ha de ser considerada como tal. “Los aspectos formales de un trabajo visual, su forma, su calidad de línea y color siempre expresan un sentido encarnado, basado en el inconsciente funcionamiento sensoriomotor, sentimientos y el movimiento del artista que creó el trabajo” (Woodward, 2014: 21). No obstante, ello no impli-

ca que los artefactos visuales solo estén trazados por la experiencia corporal subjetiva –exclusiva–, entronizada en la relación motriz del cuerpo con el mundo. Los artefactos visuales han de ser asumidos como los depositarios de la experiencia de sus creadores, como el resultado de las concepciones y preconcepciones –ideológicas, culturales, instrumentales, sociales, entre otras– naturalizadas en el sujeto.

Considerar al artefacto visual de esta manera implica exceder la idea de representación que la concepción cognitiva ha impuesto sobre los dispositivos visuales, al distinguirlos como manifestaciones de una realidad otrora definida y, en este sentido, restringirlos a ser los significantes de un significado previamente determinado. Al final, “no es representacional un material visual en tanto consiste en hacer visible (o dar expresión visible) a las fuerzas multisensoriales, mnemónicas, imaginativas y ambientales [así como las relaciones de poder] que sustentan la actividad humana” (Woodward, 2014: 174). Al igual que el cuerpo, los artefactos visuales pueden ser entendidos como medios activos de comunicación que no solo refieren a contextos exógenos y, por el contrario, encarnan en sí mismos sus propios ámbitos de significación. Los artefactos visuales, entonces, se conciben como manifestaciones concretas de formas de ser, de ver y/o desver, cuya interpretación no depende de la recepción pasiva de un sentido predefinido, sino que, en sintonía con la legitimación dada a la interdependencia configurada entre sujeto y objeto, procede del juicio y la crítica del lugar y la forma en que se ve el artefacto.

## El diseño gráfico a partir de la visualidad amplificada

---

Habiendo hecho un recorrido por las problemáticas de orden epistemológico que han constituido el esencialismo visual en el diseño gráfico y habiendo ahondado en la perspectiva de una visualidad amplificada, sugerida por los estudios de cultura visual, la fenomenología y la hermenéutica, es ineludible reparar en la posibilidad de configurar un escenario alternativo al paradigma oculocéntrico de la disciplina. Un escenario que considere la complejidad cultural, social y política, entre otras, que manifiesta el acto de ver –no solo artefactos visuales en sí mismos– y que, por lo tanto, distinga al diseño gráfico como un acto que parte del y se orienta hacia el cuerpo y como un campo activo en las lógicas culturales del ver y el desver.

Ahora bien, cualquier formulación de una perspectiva alterna a la seguridad paradigmática del ver cognitivo en el diseño gráfico parte de reconsiderar el lugar del cuerpo en la disciplina. En vez de admitir al cuerpo como un dispositivo biológico naturalmente dado para la ejecución de una práctica o de estimarlo como un objeto de estudio para la manifestación correcta de estructuras anatómicas –por ejemplo, en ilustraciones, animaciones o demás piezas relacionadas con la figura humana–, el cuerpo debe ser reconocido en el campo como la génesis de la experiencia creativa, a la vez que ha de ser valorado como el origen de la semiotización de los ámbitos culturales y de los artefactos diseñados. Este cambio de perspectiva hacia el cuerpo implica suspender el interés situado en el objeto, reconocer la experiencia corporal –subjetiva y social– y brindar atención a la relación de co-determinación configurada entre el sujeto y lo visto –¡o lo no visto!–. Esto compromete, al mismo tiempo, entre otras cosas, transformar la postura inquisidora de sujeto cognoscente y objeto conocido, retirar la pretensión de que el sentido es único y se halla determinado en el objeto visual, contener la atención dada a cómo conseguir técnicamente el artefacto visual y abordar con mayor ahínco los modos y las relaciones establecidas en los vínculos intersubjetivos. No obstante, para advertir en detalle qué conlleva acoger una visualidad amplificada en el diseño gráfico han de ser anotadas algunas implicaciones para la práctica y los resultados –tangibles e intangibles– de la disciplina.

Lawrie (2008: 205) menciona que “puesto que los sentidos funcionan sinestésicamente, el diseño gráfico se relaciona con algo más que lo visual; [y] puesto que la experiencia encarnada [*embodied*] preconceptual es un intercambio comunicativo, el diseño gráfico se relaciona con algo más que lo conceptual”, luego, esta disciplina ha de concebir que su ejercicio –por ejemplo, su práctica– no apunta hacia y desde el ojo –y el aparente todo que configura con el cerebro, como anota Costa (2003)–, sino hacia y desde el cuerpo mismo. Su producción visual –con los aspectos constitutivos y los sentidos analógicos a esta– no debe entenderse como un medio sujeto al análisis cognitivo de recepción de un estímulo visual y expresión de un juicio lógico-conceptual, sino que ha de ser valorada como una experiencia compuesta y vivenciada, primordialmente, desde el todo integral que configura tanto el cuerpo del diseñador como el cuerpo del lector; porque sensaciones como el contraste entre los trazos de un dibujo o una tipografía, el peso o la saturación de una composición, el “gris” de un bloque de texto y, así mismo, emociones como la felicidad, el enfado o

la tristeza, primigenias en la interacción –creativa o interpretativa– con una pieza, antes de ser conceptualizadas, son vivenciadas.

De esta manera, como además anota Lawrie (2008), es necesario reparar con mayor ahínco en la sensación y en la emoción en vez de orientar toda la atención al sentido proposicional que ha primado gracias a la hegemonía del lenguaje y la concepción de la comunicación lingüística y, por ende, propender por generar experiencias estéticas auténticas que pongan en sobresalto toda la corporalidad. Esto implica consolidar la comunicación dentro del campo de la forma propuesta por Merleau-Ponty (citado en Lawrie, 2008), como un intercambio de aspectos afectivos corporales, lo cual plantea el reto de abordar la forma en que son traducidos los registros corporales –la base para los diálogos y los acuerdos o desacuerdos intersubjetivos– a registros visuales o lingüísticos; y acometer, por lo tanto, qué supone la metáfora y la analogía visual en el contexto de la significación compartida.

Ahora bien, teniendo en cuenta que los artefactos visuales hacen manifiestas formas de ser, de ver y/o desver, el diseñador gráfico necesita interrogarse sobre qué implica crear y disponer en el ámbito social un elemento visual. En este sentido, la práctica en el campo ha de partir de la consideración de cómo se ve y cuál es el régimen escópico –visual– que se habita, privilegia o interroga, en vez de asumir que el diseñador y el lector ven. Así pues, el ejercicio de esta disciplina, previo, durante y después de la generación del hecho visual, ha de ser constituida como una práctica hermenéutica dada en tres etapas, regidas por una actitud crítica e interpretativa: la primera, orientada a interrogar las concepciones y las preconcepciones del diseñador, es decir, a desarrollar una investigación contra la propia visualidad de quien crea el hecho visual; la segunda, dirigida a reflexionar sobre los lectores, los procesos y los ámbitos de producción y reproducción de sentido en los cuales participan, buscando entender los aspectos sociales, políticos, ideológicos, instrumentales, entre otros, que inciden en las formas hegemónicas y contrahegemónicas de ver de tales sujetos en dichos escenarios; y, la tercera, encaminada a analizar las repercusiones del hecho visual en el mundo de vida. Sin embargo, reparando en la existencia de una red multivariable de aspectos sociales, subjetivos y objetivos,<sup>[12]</sup> antes que conside-

rar el contexto como un aspecto dado en el ejercicio hermenéutico –por ejemplo, perfectamente delimitado–, debe reconocerse en el entorno del diseño gráfico como un elemento conformado por múltiples tensiones que solo aportan complejidad a la interpretación (Martínez Luna, 2014).

Los artefactos visuales, sometidos por lo tanto a la complejidad contextual a la que contribuyen y que encarnan, han de atenderse como dispositivos cuyo proceso interpretativo depende de un entramado complejo de redes de significación –por ejemplo, experiencias subjetivas y acuerdos sociales–, las cuales son tejidas al interior de y entre los modelos culturales y, simultáneamente, determinan a y son determinadas por el sujeto. No obstante, considerar que no pueden tejerse redes idénticas de sentido, producto de la subjetividad, no implica que no puedan efectuarse acuerdos intersubjetivos que, de alguna forma, delimiten los posibles sentidos; no es optar por la equivocidad y tampoco por la univocidad, sino por la multivocidad, una cierta pluralidad de sentidos. De esta manera, el diseño gráfico debe admitir la polisemia, retirando el imaginario de que la efectividad de su ejercicio se halla en la proyección e interpretación de un solo significado.

En conclusión, los artefactos visuales deben concebirse como dispositivos cuyo sentido ha de ser actualizado por los lectores a partir de una relación dialéctica, por ello, los artefactos visuales han de considerarse, señala Woodward (2014), como propuestas de sentido, invitaciones para la fusión de experiencias del lector y del diseñador.

## Consideraciones a futuro para el diseño gráfico

---

Antes de anotar cualquier consideración futura para la disciplina, es necesario resaltar que la perspectiva epistemológica formulada en este artículo no aspira, bajo ningún motivo, a ser una mirada totalizante sobre la epistemología del campo. Lo que pretende, en cambio, es abrir un escenario de discusión sobre la episteme del diseño gráfico desde una voz personal, desde un ejercicio de visualidad. Ahora bien, al interrogar una de las asunciones filosóficas, una de las tendencias epistemológicas no habladas en el campo, esta postura busca que se incentive en la disciplina la atención por qué se diseña, cuáles formas de ver se perpetúan o cuestionan y de qué modo se acoge tan-

[12] De acuerdo con la perspectiva de la hermenéutica analógico-icónica se conciben tres mundos o esferas que ponen a disposición de los actores sociales orientaciones de la acción: el mundo objetivo, orientación de la acción instrumental; el mundo social, orientación de la acción social; y el mundo subjetivo, orientación de la acción estético-expresiva.

to la producción visual como la producción no-visual del campo, de tal manera que se suspenda el interés situado en el cómo llegar, técnicamente hablando, al artefacto visual.

Por otra parte, esta perspectiva procura reavivar el cuestionamiento acerca de si el diseño gráfico debe ser considerado como una disciplina o una interdisciplina, partiendo del hecho de que su objeto de estudio y sus modos de aproximación pueden ser definidos aún con mayor detalle con base en enfoques procedentes de la hermenéutica, la fenomenología, los estudios de cultura visual, el pragmatismo, la sociología del cuerpo, la antropología, entre otros. La solución de este interrogante conllevaría, por ende, a que en los escenarios donde son adelantadas las discusiones epistemológicas sobre el diseño gráfico –académicos,

especialmente-, sean nuevamente consideradas las formas de hacer, enseñar y analizar la disciplina.

## Referencias bibliográficas

- BAL, M. (2004). "El esencialismo visual y el objeto de los estudios visuales". *Estudios visuales: ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 2: 11-50.
- BERGER, J. (2012). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BEUCHOT, M. (2015). *Tratado de hermenéutica analógica. Hacia un nuevo modelo de interpretación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- BUCHANAN, R. (2001). "Design research and the new learning". *Design Issues*, 17 (4): 3-23. <https://doi.org/10.1162/07479360152681056>
- CATALÀ DOMÈNECH, J. M. (2001). "La rebelión de la mirada. Introducción a una fenomenología de la interfaz". *Formats*, 3. Consultado en: <https://www.raco.cat/index.php/Formats/article/view/256098>
- CHAVES, N. (2008). *La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona: Gustavo Gili
- COSTA, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz: Design.
- DAUPPE, M. A. (2011). "Critical frameworks for graphic design: graphic design and visual culture". *Design Principles and Practices: an International Journal*, 5 (5): 489-498. <https://doi.org/10.18848/1833-1874/CGP/v05i05/38183>
- GONZÁLEZ, J. (2016). *Análisis cultural hermenéutico. Aportes de la hermenéutica analógico-icónica al Análisis cultural*. Buenos Aires: Círculo Hermenéutico.
- JOHNSON, M. (2008). *The meaning of the body: aesthetics of human understanding*. Chicago: University of Chicago Press.
- JULIER, G. (2006). "From visual culture to design culture". *Design Issues*, 22 (1): 64-76. <https://doi.org/10.1162/074793606775247817>
- KRIPPENDORFF, K. (2006). *The semantic turn. A new foundation for design*. Boca Ratón: Taylor & Francis.
- LAWRIE, S. (2008). "Graphic design: can it be something more? Report on research in progress". *Art, Design & Communication in Higher Education*, 6 (3): 201-207. <https://doi.org/10.1386/adch.6.3.201/1>
- LEVINAS, E. (2001). *La huella del otro*. México: Alfaguara.
- LUPTON, E., et al. (1991). "The academy of deconstructed design". *Eye*, 3 (1). Consultado en: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-academy-of-deconstructed-design>
- MARTÍNEZ LUNA, S. (2012). "La visualidad en cuestión y el derecho a mirar". *Revista Chilena de Antropología Visual*, 19: 20-36. Consultado en: [http://www.antropologiavisual.cl/2012\\_19\\_art02\\_martinez.html](http://www.antropologiavisual.cl/2012_19_art02_martinez.html)
- MARTÍNEZ LUNA, S. (2014). "Visualidad y materialidad. El problema de la imagen y el (con) texto". *Revista Internacional de la Cultura Visual*, 1 (2): 11-15. Consultado en: <https://journals.epistemopolis.org/index.php/imagen/article/view/640>
- MEGGS, P. (1991). *Historia del diseño gráfico*. México: Trillas.
- MERLEAU-PONTY, M. (1957). *Fenomenología de la percepción*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MIRZOEFF, N. (2016). *Cómo ver el mundo. Una nueva introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- MITCHELL, W. J. T. (2003). "Mostrando el ver. Una crítica de la cultura visual". *Estudios visuales: ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 1: 17-40.
- MOSQUERA, G. (1989). *El diseño se definió en octubre*. La Habana: Arte y Literatura.
- MOSZKOWICZ, J. (2009). *Phenomenology and graphic design criticism: a re-evaluation of historical precedents in the age of new media*. Bristol: University West of England.
- MOSZKOWICZ, J. (2013). "American pragmatism and graphic design retrieving the historical and philosophical constitutions of a "non-theoretical" approach". *The Design Journal*, 16 (3): 315-338. <https://doi.org/10.2752/175630613X13512595147032>
- PANOFSKY, E. (1972). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza.
- RICOEUR, P. (2001). *La metáfora viva*. Madrid: Trotta.
- SATUÉ, E. (2012). *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.
- TAFFE, S. (2012). *Shifting involvement: case studies of participatory design in graphic design*. Victoria: Swinburne University of Technology.
- WEGENSTEIN, B. (2010). "Body". En: W. J. T. Mitchell y M. B. N. Hansen (eds.), *Critical terms for media studies*. Chicago: The University of Chicago Press, pp. 88-100.
- WOODWARD, M. S. (2014). *The multidimensional depth of the image: body-environment-artefact*. Plymouth: Plymouth University.