

opción

Revista de Antropología, Ciencias de la Comunicación y de la Información, Filosofía,
Lingüística y Semiótica, Problemas del Desarrollo, la Ciencia y la Tecnología

Año 32, diciembre 2016, N° Especial

12

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

ISSN 1012-1537 / ISSNe: 2477-9385

Depósito Legal pp 198402ZU45



Universidad del Zulia
Facultad Experimental de Ciencias
Departamento de Ciencias Humanas
Maracaibo - Venezuela

Opción, Año 32, Especial No.12 (2016): 1090-2005
ISSN 1012-1587 / ISSNe: 2477-9385

El diseño de la información desde una perspectiva semiológica

Martha Tappan Velázquez.

Universidad Anáhuac México Norte (México)

mtappan@anahuac.mx

Resumen

En este artículo se problematiza el diseño de la información como un sistema de escritura de acuerdo a las premisas de la semiología integracional (Harris,1999). Desde esta perspectiva se proponen una serie de ejercicios en donde se aplican algunos modelos teóricos de la semiología y el análisis del discurso al estudio de casos para reconocer los niveles de la articulación del discurso en el diseño de la información. También se muestra cómo las categorías teóricas son una fuente creadora para la producción de propuestas innovadoras en el ámbito del diseño de la información.

Palabras clave: Análisis del discurso; adecuación; coherencia; cohesión; funciones del lenguaje.

A semiotic view on information design

Abstract

This paper considers design information as a writing system according to the premises of integrational semiotics (Harris,1999). From this perspective, it proposes a series of exercises inspired on theoretical models from semiotics and discourse analysis directed to recognize the articulation levels of discourse on information design. It also shows how these theoretical categories are a creative source for producing innovative proposals in the field of information design.

Keywords: Discourse analysis; adequacy; coherence; cohesion; functions of language.

1. INTRODUCCIÓN

El punto de partida de este artículo es el concepto de escritura, entendido ampliamente como cualquier vehículo de comunicación humana que implica la existencia de una superficie, una herramienta y algún tipo de grafía. Por otro lado, tomamos el sentido de “diseñar la información” como una acción que se materializa en un producto escriturístico que constituye en sí mismo un signo y en tanto tal, revela información sobre el contexto de su emisión y difusión, (v.gr. del emisor y la proyección que éste tiene sobre la respuesta de un receptor virtual, y la respuesta efectiva del receptor real).

El abordaje que haremos será semiológico, conforme a la idea fundacional Ferdinand de Saussure sobre la existencia de una ciencia de los signos que incorporaría a la del lenguaje y en donde ésta proporcionaría un modelo de análisis general para el resto de las manifestaciones culturales en tanto sistemas semiológicos (Saussure,1982:42). Si esto es así como primer planteamiento, nuestro punto de partida es la crítica que se ha hecho a la visión reduccionista de considerar la escritura como una representación visual del habla (Saussure,1982:52); y a la corriente estructuralista que se aboca exclusivamente al análisis del texto (v. gr., Barthes,2002:7-38). En *Signos de escritura*, Roy Harris (1999) propone el enfoque de una semiología integracional desde la cual teorizar la escritura y en ello

identifica tres líneas de investigación: la teoría de la comunicación escrita, la teoría del signo escrito y la teoría de los sistemas de escritura; en esta última se inscribe el planteamiento general de este artículo que es reflexionar el diseño de la información como un sistema de escritura.

La teorización se presenta a través de experiencias prácticas de análisis y de producción efectuadas en cursos y talleres de diseño editorial. El principio es mostrar cómo se han aplicado un conjunto de categorías teóricas provenientes del análisis del discurso derivado de la corriente estructuralista (y por lo tanto de categorías del dominio de la lingüística), con fines que exploran sus posibilidades más allá del sistema de la lengua.

2. METODOLOGÍA

2.1 El modelo de signo de Lois Hjelmlev

El punto de partida es la categoría del signo lingüístico saussureano entendido como una entidad de dos caras: el significante, que es la imagen acústica de la palabra, y el significado, que es el concepto asociado a ese sonido. Se trata de una concepción mentalista de signo que destierra tanto la materialidad del signo como las relaciones de referencialidad.

Posteriormente, Louis Hjelmlev (1971:65-79), propuso una reformulación al signo saussureano. Mantiene la idea del signo como una entidad de dos caras cada una con una dimensión sustancial y formal. De este modo el significante se convierte en *sustancia y forma de la expresión*, y el significado en *sustancia y forma del contenido*. Aquí proponemos retomar la categoría de sustancia, como puerta de entrada a la condición material del signo gráfico; esto abre un universo al análisis del discurso porque pone en la “mesa de disección” los siguientes temas: las formas gráficas en sí mismas, los soportes, los formatos, las herramientas de producción, la organización del texto en el espacio visual y no visual, es decir, se pueden incorporar aspectos de la experiencia de la producción y recepción, como el registro táctil y quinestésico, por ejemplo.

De este modo, proponemos expandir el modelo hjelmsleviano al análisis del diseño como espacio discursivo. El diseño gráfico¹ coloca

el texto en la esfera pública; es la contraparte visual de lo *paralingüístico*, es decir el dominio de aquello que sale del sistema lingüístico oral pero que conlleva sentido como la entonación, las pausas, el acento, la dicción, etcétera (Cassany,1996:37-40). En otras palabras, el diseño crea el sistema de significación no verbal de lo verbal. Considerándolo de este modo, la significación está en lo que dice el texto y en cómo lo dice; en este caso, ese cómo, se refiere a la incorporación de los elementos de su materialización.

Estas reflexiones teóricas dieron origen a un taller de diseño editorial. A los alumnos se les proporcionó el texto de un ensayo, “La risa”, que, en un espíritu muy montesquiano, ofrece una pesquisa en torno a esta manifestación corporal; desde la perspectiva fisiológica, pasando por las explicaciones psicológicas, hasta los valores culturales que la risa ha adquirido en el espectro histórico y geográfico. Los alumnos debían generar un concepto editorial que reflejara una propuesta de lectura, siguiendo la premisa de que al diseñar el texto estaban haciendo una propuesta de “reescritura”. La Figura 1 muestra un ejemplo de los resultados.

Fig. 1. Propuesta de Juan Pablo Romo para “La Risa”



2.2 Niveles de articulación del discurso

Una de las aportaciones más estimulantes de la semiología saussureana es su modelo de sistema. Un sistema está constituido por diferencias y repeticiones. Las repeticiones apuntan hacia el plano

paradigmático de la lengua; es decir, la sustancia de la expresión y del contenido adquieren forma a través de las categorías lingüísticas. El sintagma, por su parte, se expresa a través de la articulación de distintos niveles que permiten formar sintagmas complejos a partir de unidades mínimas. Los distintos niveles de articulación en lingüística son el fonológico, el morfológico, el sintáctico, el semántico y el pragmático.

A fin de explorar las posibilidades del modelo de análisis lingüístico en el dominio del diseño de la información, trabajamos sobre una selección de textos que presentan una serie de anomalías en los distintos niveles.

Se proporciona a los alumnos el archivo electrónico con el documento que aparece en la Figura 2 y se les pide que lo impriman para discutirlo en clase y hacer inferencias sobre su origen y posible intencionalidad (aquí nos ubicamos en el plano extralingüístico del análisis). El reporte consensuado es que se trata de una hoja de papel en la que se pegaron tres textos recortados de distintas fuentes. Esto se infiere por las diferencias formales en la tipografía y composición de los textos, de las marcas manuscritas, y de las líneas que son indicio del relieve de una superficie sobre otra. Lo que llama la atención es sobre todo la naturaleza manual de la producción que contrasta con el “copy-paste” electrónico de nuestra contemporaneidad. Este texto tuvo un original que posteriormente debió ser fotocopiado y repartido a un grupo para presentar un estudio de caso. Los alumnos asientan esto como: lo que “ocurría en la época del caldo”.

Fig. 2 Tres textos²

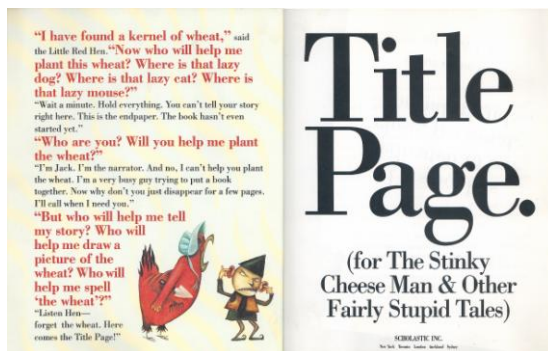


Al analizar los tres textos se observa que dos de ellos manifiestan alguna anomalía frente a la norma del español en el orden sintáctico o morfosintáctico (aquí nos ubicamos en el plano lingüístico del análisis). El texto 2, en cambio, es perfecto, sin embargo es el único que no tiene sentido. Estos ejemplos permiten introducir los niveles de articulación del lenguaje por sus elementos constitutivos (fonema, palabra, oración, discurso) en su respectivo nivel de análisis (morfológico, sintáctico, semántico y pragmático). El análisis muestra, por un lado, que el sentido poético se revela en el nivel pragmático, que, por su parte, sólo es posible de aprehender porque se descubre la construcción que tuvo lugar en la manera de ir articulando las unidades menores; y, por el otro, que en la forma de la expresión es en donde se gesta la posibilidad de la forma del contenido sublime de la experiencia estética.

El papel que juega la disposición del texto en la página, como elemento espacial y gráfico al servicio del efecto poético, queda más claro en otro ejemplo tomado de la primera página del relato de Guillermo Cabrera Infante (1989:13), “Un rato de tenmeallá”. Aquí, la composición de la pagina enfatiza el destino sin salida de los personajes y la forma de la expresión lingüística revela el perfil psicológico del narrador.

El siguiente ejemplo proviene de un libro que parodia cuentos infantiles de la tradición anglosajona (Sciezka, 1992). En este ejemplo el personaje que subyace a todos los relatos es el propio diseño editorial que se revela a través de la subversión del orden del libro (Figura 3).

Fig. 3 Páginas interiores de *The Stinky Cheese Man and other Fairly Stupid Tales*



2.3 El tejido textual: adecuación, coherencia y cohesión

Los niveles de análisis del discurso se manifiestan en el tejido textual en tres dimensiones: la adecuación, la coherencia y la cohesión.³

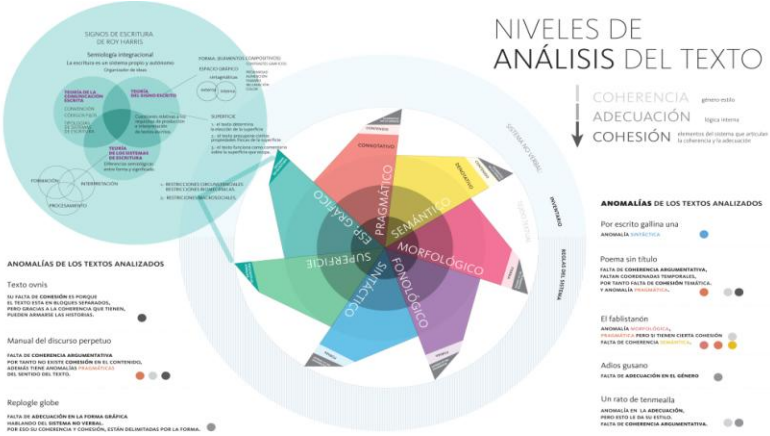
La adecuación involucra la noción de género discursivo y estilo. Cada género literario, periodístico, diseñístico, etc., implica un contrato de comunicación entre los usuarios de ese discurso que consiste en reconocer los códigos implicados. Otro tanto ocurre con el estilo de corrientes artísticas, escuelas, autores, corporaciones, etc.; y, asimismo, con los componentes de un complejo informativo, por ejemplo, un libro en donde la portada se distingue de las páginas interiores y el índice de la portada y la primera página de capítulo de las páginas interiores al capítulo, etc.

La coherencia se refiere al orden del texto plasmado en la estructura argumentativa y/o narrativa; y, más allá del marco lingüístico, a la organización de los componentes textuales en un espacio determinado; por ejemplo, la composición de una página de libro de texto o de periódico, sea de un medio impreso o digital. El caso presentado en la Figura 3 ejemplifica la falta de coherencia discursiva en el orden de las partes del libro.

La cohesión radica en la construcción del tejido textual y, en el plano de la lengua, se manifiesta a través de la red semántica creada por un léxico determinado; en la construcción de las coordenadas espacio-temporales; y en los elementos indiciales que originan relaciones de identidad y referencialidad al interior y exterior del discurso. Si esto es así para el sistema de la lengua, ¿cómo se construye la cohesión de sistemas no lingüísticos como los que desarrolla el diseño de la información? Pues esto será a través del desarrollo de un sistema de identidad gráfica que se expresa en las repeticiones y diferencias visuales cohesionadoras del estilo; de este modo, se distinguen secciones y se relaciona la información que se formula a través de diversos medios; por ejemplo, una familia de productos; una narrativa periodística que se despliega en medios impresos y electrónicos; una propuesta museográfica; o una campaña publicitaria.

La Figura 7 presenta una síntesis de lo que se ha expuesto hasta aquí y es la “visión infográfica” de una de las alumnos del curso.

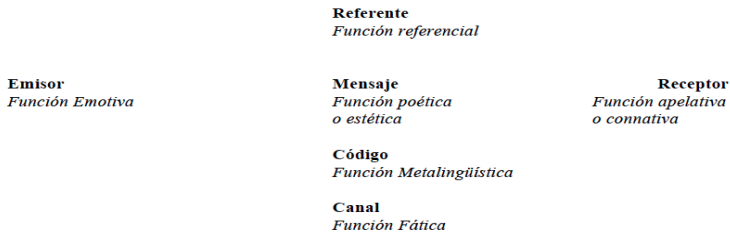
Figura 4. Niveles de análisis del texto. Infografía de Denisse Piña



2.4 Las funciones del lenguaje

El modelo de las funciones del lenguaje fue propuesto por el lingüista ruso Roman Jakobson (1963:209-248) y es útil para entender cómo se articula la intención de un mensaje. De igual forma, resulta esclarecedor para comprender conceptos como género y estilo, así como la naturaleza de ciertos tipos de discurso. Jakobson asoció a cada uno de los elementos del modelo de comunicación una función (ver Figura 4).

Fig. 5 Funciones del lenguaje



Al igual que los elementos del modelo del proceso de comunicación, las seis funciones están presentes en cualquier mensaje;

sin embargo, la pertinencia de alguna o algunas de ellas sobre el resto devela el mecanismo que articula la intención comunicativa de un género discursivo, de un estilo, o de un texto en específico.

Los mensajes en donde la función referencial es predominante son aquellos que tienen la intención de dar a conocer alguna realidad (sea ficción o no ficción) externa al código de enunciación del discurso; por ejemplo, textos científicos, periodísticos, históricos, instructivos, manuales, etcétera.

Los mensajes en donde la función emotiva es relevante son los que tienen por objeto la esencia o naturaleza del emisor; por ejemplo, la poesía lírica, los himnos que cantan el espíritu de una nación, y las imágenes corporativas, por mencionar algunos. Esta función resulta útil para entender el concepto de estilo como una marca que ofrece información sobre el emisor. Cuando algún individuo, grupo o región desarrolla un estilo y éste se reconoce por su carácter diferencial, esa “forma de decir” adquiere valores comunicativos en sí misma al grado de que ese es el mensaje a comunicar.

Los mensajes en donde la función apelativa es la principal son aquellos que tienen por intención llamar la atención del otro; por ejemplo, el discurso publicitario, el cartel, y el grafiti.

Los mensajes en donde la presencia de la función fática es preponderante son aquellos que tienen por intención establecer y mantener el contacto. Los ejemplos más puros son mensajes con un pobre nivel de articulación; por ejemplo, las sirenas de alarma, el llanto de un bebé, y las conversaciones telefónicas que no van más allá del redundante saludo sin proporcionar información. Esta función hace mancuerna sobre todo con la función apelativa, por ejemplo, en objetos de diseño como la portadas de publicaciones, las etiquetas y los sistemas de señalización en donde se vuelve relevante el uso de formatos grandes, los contrastes fondo figura, las aplicaciones estratégicas del color y de selección tipográfica, por mencionar algunos.

Los mensajes en donde la función poética es sobresaliente son los que tienen por objeto la construcción del texto en sus dimensiones plásticas, formales y conceptuales. Es el ámbito de lo que se reconoce como literario o artístico, es el universo de la retórica.

Los mensajes en donde la función metalingüística es relevante son aquellos que tienen como objeto de comunicación los códigos de representación; por ejemplo, los diccionarios de lengua, las gramáticas, los manuales de dibujo o el contenido de este artículo. El cuadro René Magritte, "Esto no es una pipa", es un excelente ejemplo de esta función.

Roman Jakobson explica cómo se combinan las funciones para construir subgéneros. En cualquier poema la función poética es la más relevante, sin embargo podemos entender la distinción entre poesía lírica y poesía épica porque en la primera hay una importante presencia de la función emotiva y en la segunda de la función referencial. Este ejemplo invita a explorar la naturaleza de las corrientes y estilos artísticos; por ejemplo, el estilo realista o figurativo (función referencial) frente al expresionista (función emotiva); o el papel que juega la función fática y metalingüística en las producciones del arte contemporáneo.

Sin duda, las funciones del lenguaje son una herramienta interesante para explorar las tendencias en la construcción de formas discursivas del diseño de la información.

2.4 Grado cero y retórica

De manera contrastante con la movilidad y relatividad que puede desprenderse del modelo de las funciones del lenguaje, existe una categoría teórica que ofrece un punto de partida neutro y permite construir tipologías, gradaciones, marcar tendencias, etc. Se trata del *grado cero* que en su *Diccionario de Retórica y Poética* Helena Beristáin define así:

Discurso común, unívoco, que denota sin artificio pues no se desvía respecto de las normas lingüísticas – gramaticales o semánticas- y carece de connotaciones. De él está ausente la retórica y constituye un límite hacia el cual tiende el modelo del discurso científico. Las alteraciones por las cuales el discurso se aparta del grado cero, son retóricas si producen un efecto poético, estilístico [...] Por otra parte, no todo discurso retórico se desvía de un grado cero; también puede darse el apartamiento respecto de otro discurso poético

convencionalizado, es decir, respecto del canon artístico propio de una época o una corriente literaria. (1992:245)

Dados los contenidos de esta definición, el grado cero está asociado a la función referencial y su opuesto, la retórica, a la función poética. Por otro lado, en la acepción de modelo o categoría, cumple sobre todo una función metalingüística.

Al aplicar el grado cero a objetos que se consideran desde el diseño de la información, se pueden crear tipologías a partir de una colección de objetos que pertenecen a una categoría a fin de reconocer todo aquello que se repite y de ahí abstraer el modelo grado cero de la categoría para, de este modo, estar en condiciones de establecer subcategorías y reconocer las estrategias de diferenciación de manera tal que se puedan reconocer los rasgos que constituyen las propuestas más innovadoras y que llegan a ser históricamente objetos fundacionales de una nueva categoría. En la base de esta posibilidad creadora está la explicación retórica.

Con la finalidad de explicar este mecanismo, revisamos la obra de Raymond Queneau, *Ejercicios de estilo* (2009). A partir de un relato breve que narra una simpleza, el autor ofrece 99 variaciones, varias de ellas inspiradas en figuras retóricas y otras más en géneros y estilos discursivos. Estos ejemplos son un buen corolario para volver sobre los modelos aquí descritos, esclarecer el sentido de las categorías teóricas implicadas en ellos, y explorar sus alcances para el análisis de una diversidad de objetos y sus posibilidades como pivotes creativos. El concepto de sistema saussureano ha inspirado una serie de ejercicios que nos han permitido registrar la tendencia que por años ha seguido, por ejemplo, el diseño de cereales y de su empaque. También ha dado origen a interesantes propuestas que tienen como subtexto una sagaz crítica a los códigos de representación implicados en el mercadeo de alimentos de las grandes corporaciones multinacionales. La Figura 5 muestra uno de los resultados.

centrarse en los códigos de representación gráficos de los géneros abordados en donde, de nueva cuenta, es indispensable reconocer los grados cero de su representación. La Figura 6 muestra unos ejemplos de este ejercicio.



Figura 7 Variaciones sobre una carta oficial. Carta emotiva, cubista y cartel de Denisse Piña

CONCLUSIONES

Los ejemplos que se han presentado aquí provienen de cursos impartidos a alumnos de nivel maestría, de modo que se trata de un perfil que en términos generales tiene cierta práctica en la profesión. Para el profesionista en comunicación visual, el diseñador gráfico, el multimediático, e incluso el editor, este tipo de ejercicios les permiten salirse de los encuadramientos profesionales que, por cuestiones de tiempo, suelen recurrir a fórmulas eficaces pero sin duda muchas veces trilladas. Entonces lo que queremos demostrar con estos ejercicios es cómo la teoría puede llegar a tener un nivel práctico tanto en el nivel del análisis como en el de la producción. De este modo, la maestría se ofrece como un espacio de experimentación creativa en donde la apuesta es que esta metodología resuene en el quehacer profesional en tres sentidos.

Primero, la teoría es fuente del pensamiento crítico; es decir, la posibilidad de cuestionar el entorno y percatarse de que existe un *status quo* que por su parte es producto de un sistema de valores y creencias y este tipo de análisis ayuda a identificarlos. Por otro lado, existen situaciones que cambian constantemente pero también hay estructuras profundas de la tradición que permanecen, como por ejemplo, el orden de la página, la sofisticación informativa de las formas tipográficas que datan de siglos, la cualidad inherente de lo gráfico que hay en los despliegues electrónicos, y la máxima de que en diseño, menos es más. Se trata de un reconocimiento crítico pertinente hoy más que nunca, cuando el *page-stop* ha abierto un universo de combinaciones a cualquier usuario que tenga un ordenador y ua galería de programas, y que se usan sin reflexión y cuestionamiento en detrimento del diseño de la información.

Segundo, la aplicación práctica de la teoría al análisis permite desmenuzar el mecanismo que subyace a una serie de prácticas y productos de diseño en donde se puede precisamente tener un reencuentro con la riqueza cultural de la tradición y su proyección hacia la tecnología que constante cambia. Este tipo de análisis debe ser histórico; es decir, reconocerse en el pasado para comprender el presente y proyectar el futuro. Prever las tendencias y formar parte de su construcción.

Vinculado a lo anterior está el tercer punto; la teoría y el análisis como fuente de la producción creativa. En la base de estos ejercicios se encuentra una formula hasta cierto punto sencilla que Arthur Koestler (1998) descubrió en su pesquisa por aprehender la naturaleza del pensamiento creativo: la creatividad radica en el cruce inesperado de dos o más marcos de referencia que en circunstancias no creativas no se cruzarían.

El proceso creativo no es lineal sino multidireccional porque es producto del accidente, del caos, de lo impredecible. Sólo eso garantiza el cruce inesperado, la generación de nuevo conocimiento donde, antes que ningún otro, será el propio sujeto investigador quien dé fe y testimonio a través de la vivencia estética de la sorpresa.

A diferencia de la creatividad, que es un proceso individual (o colectivo, si se tratara de esta modalidad) porque ocurre al interior del sujeto y en donde el juicio de valor o sanción proviene de él mismo (de hecho, es indispensable que dicho reconocimiento provenga del propio

sujeto para que el acto creativo sea efectivo), la innovación es un proceso social porque la sanción proviene de esquemas pragmáticos, económicos, estéticos y éticos que se articulan en la escala cultural, política e histórica de una sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. 2002. **Análisis estructural del relato**. Ediciones Coyoacán. México.
- BERISTÁIN, Helena. 1992. **Diccionario de retórica y poética**. Editorial Porrúa. México.
- CABRERA, Miguel. 1989. **Así en la paz como en la guerra**. Editorial Diana. México.
- CARROL, Lewis. 1984. **Las aventuras de Alicia**. Ediciones Gaviota. España.
- CASSANY, Daniel. 1996. **Describir el escribir**. Paidós. España.
- CORTÁZAR, Julio. 2010. **La vuelta al día en ochenta mundos**. Editorial RM. China.
- HALLIDAY, M.A.K.; HASAN, Ruqaiya. 1976. **Cohesion in English**. Longman. Hong Kong.
- HARRIS, Roy. 1999. **Signos de escritura**. Gedisa. España.
- HJELMSLEV, Louis. 1971. **Prolégomènes à une théorie du langage**. Les Editions de Minuit. Francia.
- JAKOBSON, Roman. 1963. **Essais de linguistique générale**. Les Editions de Minuit. Francia.
- KOESTLER, Arthur. 1998. **En busca de lo absoluto**. Kairós. España.
- QUENEAU, Raymond. 2009. **Ejercicios de estilo**. Cátedra. España.
- SAUSSURE, Ferdinand de. 1982. **Curso de lingüística general**. Nuevomar. México.
- SCIENZKA, Jon; SMITH, Lane. 1992. **The Stinky Cheese Man and other Fairly Stupid Tales**. Scholastic Inc. Nueva York.

¹Aquí usamos el término “gráfico” en un sentido amplio que incorpora también la sustancia electrónica; al mantener la palabra “gráfico” aludimos a la tradición que tiene su origen en la composición libresca que data de la imprenta de Gutenberg y que desde entonces ha evolucionado como sistema formal hacia la diversidad de géneros editoriales, infográficos y medios electrónicos.

²Texto 1: “Escrito por gallina una” (Cortázar.2010:110); texto 2: s/t (Carrol.1984:108-109); texto 3: “El Fablistanon” (Carrol.1984:131-132)

³El desarrollo que a continuación sigue está inspirado en el modelo lingüístico propuesto por Halliday y Hasan (1976:1-28).



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

Año 32, Especial N° 12, 2016

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.
Maracaibo - Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve