



Diseño & Alquimia: Transmutando la materia

Diseño & Alquimia: Transmutando la materia

Liliana Sánchez Iturbe*

Resumen

El Diseño debe entenderse como un proceso poético de comunicación, todo objeto de diseño es lenguaje, discurso, narrativa, de ahí que la propuesta epistemológica de este artículo busca explicar y entender el proceso de configuración desde *el diseñador, el desarrollo de la idea, el objeto de diseño y el intérprete*. Cada uno de los elementos se integran en tres dimensiones: Semiótica, Retórica y Hermenéutica, cada una tiene un papel importante en el proceso poético.

Una de las técnicas más efectivas que todo diseñador usa al diseñar es el uso de la metáfora, en este artículo se usa para hacer una analogía entre la Alquimia y el Diseño, considerando que la materia prima de ambas es la imaginación y que las dos buscan transformar la realidad.

Palabras clave: Diseño, Epistemología, Semiótica, Hermenéutica, Retórica, Analogía, Metáfora, Modelo epistemológico.

* Doctorante en el Centro de Investigación en Arquitectura y Diseño. Maestra en Diseño por la UAEMEX, docente de Diseño Gráfico, Branding y Comunicación Digital en las Licenciaturas de: Gestión de la Información en Redes Sociales (GIRS) y Comunicación de la UAEMEX. Línea de investigación Cultura Digital, Redes Sociales, Semiótica Digital.

Fecha de recepción: febrero 2024

Fecha de aceptación: marzo 2024

Versión final: junio 2024

Fecha de publicación: julio 2024

Abstract

The Design should be understood as a poietic process of communication; every design object is language, discourse, narrative. Hence, the epistemological proposal of this article seeks to explain and comprehend the configuration process from *the designer, the development of the idea, the design object, and the interpreter*. Each of these elements integrates into three dimensions: Semiotics, Rhetoric and Hermeneutics, each playing a crucial role in the poietic process.

One of the most effective techniques that every designer employs in the design process is the use of metaphor. In this article, it's used to draw an analogy between Alchemy and Design, considering that the raw material for both is imagination, and both aim to transform reality.

Keywords: Design, Epistemology, Semiotics, Hermeneutics, Rhetoric, Analogy, Metaphor, Epistemological Model.

Introducción

El presente artículo es una reflexión sobre el proceso epistemológico de Diseño, desde la relación que existe entre el diseñador – la idea – la materialización (el diseño) – intérprete (quien dará usabilidad al diseño), cada uno de los elementos que integran el proceso epistémico en el Diseño están relacionándose continuamente en un proceso dinámico de naturaleza multidimensional que impacta en la cultura, según Joan Costa (2008) “El diseño sirve para hacer el mundo más inteligible, para mejorar la vida de las personas y para hacer más comprensible nuestro entorno, entre otras cosas. En última instancia, el diseño es una poderosa herramienta de comunicación” el hombre busca explicar la realidad a través de los procesos que dan sentido y significación, diseñar es ayudar a dar sentido y significación a la realidad, es decir, cumple un proceso poderoso de comunicación.

“El lenguaje visual es una herramienta fundamental para construir la sociedad del conocimiento” (idem), el universo del lenguaje visual posee profundidad y amplitud en su estudio, en este artículo se usa la *metáfora*

como un elemento que usa el diseño para la conceptualización. La metáfora a desarrollar es entre el *diseñador* y el *alquimista*, ambos configuran la realidad, dan significado y son consicentes de su quehacer, usando la empiria y el concomiento sobre materiales para lograr el objetivo, colocan en el objeto poietico la intención buscando satisfacer la necesidad del receptor, una vez entregado el objeto de diseño / pócima, toca el turno al receptor, éste *responde* a través de la interpretación y el proceso de diseño / alquimia queda terminado, el cambio en la materia que se proyecta con el resultado final es un proceso signico que ayudan a la construcción del conocimiento social.

Se reconocen 3 momentos importantes en el proceso descrito: el momento de *significar*, reconociendo como eje a la *semiótica*, una vez que se identifican los elementos simbólicos a usar y se da sentido signico, llega el turno de buscar la acción / respuesta del receptor, ubicando la *retórica* como herramienta de persuasión, finalmente el momento en que el mensaje es entregado al receptor quien lo interpreta o reinterpreta y le da sentido, es cuando aparece la *hermenéutica*, esta triada ubica tres dimensiones que son parte del proceso de diseñar, tomando elementos de la Teoría de la Comunicación y llevandolos al campo visual del Diseño, observando que el modelo es dinámico y los cruces entre las tres dimensiones funcionan integradamente para dar sentido a los objetos de diseño que a su vez, ¿Se integran a los contextos para los que son pensados? o ¿Son pensados para crear nuevos contextos?, estas interrogantes serán motivo de reflexión en las conclusiones, la estructura del artículo inicia con algunas consideraciones sobre el hombre, el diseñador y el Diseño, después se describe cada dimensión, cerrando con la explicación del modelo propuesto.

El Hombre, el Diseño & el Diseñador

“Conocer lo humano es, principalmente, situarlo en el universo y a la vez separarlo de él.”(Morin, 1999, p.23)

Desde que el hombre empezó a reflexionar sobre el medio que le rodeaba a través de la razón, se reconoce la *curiosidad* como una capacidad inherente, ésta representa el punto de partida para cuestionar el lugar que ocupa

en el mundo, su origen como especie y la forma en que percibe el entorno, indagando en su interior y exterior, ha sido y sigue siendo una constante en el paso del hombre por la Tierra, la incertidumbre de los fenómenos naturales llevaron a las grandes civilizaciones a crear sus cosmovisiones, el misticismo y la majestuosidad de sus obras siguen resultando extraordinarias en la actualidad.

A lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha realizado observaciones sistematizadas, reflexiones, procesos mentales y desarrollo de ideas generando una explicación dogmática, esa búsqueda del conocimiento se relaciona directamente con la búsqueda de la verdad y la certidumbre, es parte de su naturaleza entender la realidad, *su realidad*, una vez que “aparece el lenguaje propiamente humano al mismo tiempo que se constituye la cultura, capital adquisición de los saberes, saber-hacer, creencias, mitos, transmisibles de generación en generación...”(Morin, 1999, p.25), entonces, la naturaleza humana es, por un lado biofísica y por otro psico-socio-cultural. Sin la cultura no habría desarrollo social, ni conservación ni adquisición del conocimiento, el ser humano es complejo, no se puede entender desde una sola visión, sino desde su multiplicidad,

El ser humano no sólo vive de racionalidad y de técnica: se desgasta, se entrega, se dedica a las danzas, trances, mitos, magias, ritos; cree en las virtudes del sacrificio; vive a menudo para preparar su otra vida, más allá de la muerte. Por todas partes, una actividad técnica, práctica, intelectual, da testimonio de la inteligencia empirico-racional; igualmente por todas partes, las fiestas, ceremonias, cultos con sus posesiones, exaltaciones, despilfarros, « consumaciones », dan testimonio del horno ludens, poeticus, consumans, imaginarius, demens.[...]

Hay una relación manifiesta o soterrada entre la siquis, el afecto, la magia, el mito, la religión; hay a la vez unidad y dualidad entre horno faber, horno ludens, horno sapiens, y horno demens. Y en el ser humano, el desarrollo del conocimiento racional-empírico-técnico no ha anulado nunca el conocimiento simbólico, mítico, mágico o poético. (Morin, 1999, p.30)

Por lo tanto, el ser humano se entiende como un sistema complejo, con múltiples dimensiones integradas e interactuando entre sí todo el tiempo. Al iniciar una investigación, cualquiera que sea el investigador ya posee un sistema bio-físico-psico-socio-cultural, que es el conocimiento previo, la *experiencia*, esa motivación por emprender la búsqueda de ese algo, de ese *conocer* que ha sido concebido en el pensamiento. Como se observa el ser humano y el Diseño están íntimamente ligados, el primero se enfrenta a la realidad y el segundo la configura, ambos son sistemas complejos dinámicos con múltiples dimensiones integradas e interactuando entre sí en la cultura.

El Diseño y la Semiótica

*“Todo conocimiento humano, es esencialmente simbólico o simbólico-crítico. Pero mejor aún **signico**. Esto significa subrayar el carácter simbólico de nuestras construcciones de la realidad” (Velázquez, 2002, p.77)*

La palabra Diseño pertenece al latín *disegno*, su significado es marcar, significar. De acuerdo a su etimología el Diseño es una acción *signica*, “diseñar es llevar el objeto a su signo. *Designio* es intención de signo. Hay una íntima relación entre diseño y *designio*, relación que lleva consigo todo diseño por definición: signo con intención” (Bañuelos, 2006, p. 239) desde que se nombra la palabra diseño se hace notar la presencia de la semiótica.

Para García Olvera (1996) diseñar es una acción inteligente, la acción de convertir en signos las cosas, es decir, dar o dotar de significado. “Llamamos acción a aquel movimiento o cambio consciente” (p.19). La conexión innata entre el Diseño y el Ser Humano, se observa desde que se define como proceso cognitivo (acto humano, inteligencia dirigida), que otorga de significados a las cosas, además de considerar el contexto histórico social que siempre está en movimiento, en el devenir del tiempo y espacio (contexto)

Para Dussel es “un acto poético integrado por: conocimiento (ciencia), estética (arte) y tecnología” (1992, p.21) en esta definición cada variable puede ser estudiada de forma independiente, pero cuando se habla de

Diseño no es posible separarlas, se entiende como un acto poético integrado por: conocimiento, estética y tecnología, tal como el morado es un color, creado a partir de rojo y azul, éstos pueden ser estudiados y significados cada uno de forma independiente, pero el resultado de la mezcla, es el morado y así se interpreta y significa como morado (Dussel, 1992).

De acuerdo a las definiciones expuestas, el Diseño para la autora de este artículo es una acción poética intencionada para dotar de significación a un signo para su comprensión, interpretación y aprehensión. La relación tan íntima que hay entre la semiótica y el diseño se manifiesta en la integración de una acción cognoscente estructuralista del conocimiento, pero ¿Qué es un signo? San Agustín lo define como: “El signo es cualquier cosa que nos haga venir a la mente otra cosa más allá de la impresión que la cosa misma causa a nuestros sentidos” (De Doctr. Il. 1.1. 5) (citado como en Bañuelos, 2006, p. 240) Pierce define que todo “signo es el resultado de la relación entre *significante* (aspecto material del signo) y el *significado* (concepto)” (ídem). Las relaciones entre el lenguaje de signos es lo que se denomina *semiosis*, a su vez constituida por una tríada de elementos que se relacionan entre sí: Signo, Objeto, Interpretante; el objetivo de la semiótica es la comunicación, cuando se lleva a la dimensión de la imagen, el proceso semiótico busca una conexión conceptual entre el objeto de diseño – sujeto, entre esos dos actores aparece el diseñador que ha conceptualizado al objeto de diseño, luego, es materia del sujeto *consumir* esos conceptos y otorgarles un valor simbólico, aprehender esos significados dan sentido a la realidad.

García Olvera (1996), define al diseñador como el que *hace diseño*, literalmente, *hacer diseño*, es ser un observador del contexto, de los paradigmas y las prácticas sociales, poseer una capacidad reflexiva e imaginación para idear la mejor solución y capacidad de síntesis para traducir lo complejo con su significación a la mínima unidad sin perder la significación de aquellos artefactos que conviven socialmente a través de objetos, edificios, imágenes, y aquellos bienes intangibles como experiencias, o conceptos simbólicos.

De acuerdo al planteamiento de García Olvera, Dussel y Bañuelos, entiendo al diseñador como un ser capaz de configurar un signo desde un proceso poético, en dos vertientes: 1. El diseñador *hace diseño* a partir de una necesidad en particular (funcional, estética, ecológica, social, etc)

y materializa el objeto de diseño y 2. El diseñador configura un objeto ya existente. En ambos casos hay un proceso en el que actúa el marco epistémico con todas sus dimensiones (empiría, sentimientos, noosfera, sistema de creencias, etc. Morin, 1999), la poiésis y las herramientas tecnológicas que tiene al alcance, este conocimiento disciplinar va de lo individual a lo colectivo cuando se entrega a la sociedad el artefacto materializado y significado, éste artefacto puede ser un objeto, un signo, una experiencia, que a su vez se va a integrar en el entorno cultural.

La imaginación, materia prima del Diseño y la Alquimia

El proceso de Diseño requiere un componente vital para su resultado y es, la creatividad, es la sustancia activa del proceso, la materia prima de la disciplina, cuando se conceptualiza, hay un proceso donde la imaginación se deja hacer para conseguir el desarrollo de una idea, hay técnicas que estimulan al cerebro para el proceso creativo y la estimulación de la imaginación.

La imaginación es una función cognitiva de dominio general, integradora y flexible, que consiste en el acto de generar, a partir de fragmentos de conocimiento antiguo, nuevas ideas y posibilidades. Los productos de la imaginación se construyen a partir de la retroalimentación, del vínculo con el mundo social. Es decir, la imaginación es una empresa colectiva. Esta capacidad de imaginar nos permite dar sentido al mundo que nos rodea y es central para nuestra cognición como la posibilidad de pensar y aprender. La imaginación no es una habilidad especializada que solo poseen ciertos tipos de personas “imaginativas” o “creativas” (Harris, 2005, 2021; Kushnir, 2022; Vygotsky, 1930/2004).

Para Aristóteles la imaginación (*phantasia*), comparte con la memoria tanto la sede en el alma como los objetos a los que se refiere, pues ambas se generan a partir de la actividad de la percepción sensorial en la misma región en donde esta última se produce. (Araiza, 2009)

Una de las doctrinas o prácticas más antiguas en la historia de la humanidad es la Alquimia, una fusión de diferentes ciencias como la filosofía, la química, la física, la medicina, la astrología, buscando dar explicaciones a la constitución de los elementos del universo, entre otros objetivos buscaba transmutar plomo en oro o cualquier otro material en oro. Actualmente se dice que ese principio de transmutación es una metáfora filosófica que se refiere a observar al hombre como un ser instintivo, primitivo, que representa al plomo y en su paso por la Tierra inicia su camino espiritual que le hace crecer en sus diferentes dimensiones y se convierte en el oro, la alquimia es una doctrina o práctica filosófica que es estudiada desde diferentes perspectivas.

Hillman afirma:

El alquimista proyectaba sus profundidades en sus materiales y mientras trabajaba con ellos trabajaba también con su alma. La herramienta de este trabajo era la imaginación: la alquimia era un ejercicio imaginativo encubierto en el lenguaje de sustancias concretas y de operaciones impersonales y objetivas. Si aludo con tanta frecuencia a ella en este libro es porque la alquimia ofrece abundantes ejemplos, precisos y concretos, de lo que es el proceso imaginativo de hacer alma (Hillman, 1999, p. 205)

James Hillman creador de la Psicología de la Imagen, con un enfoque psicológico en el mundo de las imágenes y lo pone en primer lugar en la configuración de la realidad a partir de ellas e incluso llevarlas a lo más profundo del espíritu humano, considera que la psique es el alma y ésta es la suma de las imágenes que posee el sujeto, aquí se observa otra relación importante entre el Diseño y la Psicología, lo que consumimos a través de los signos van dando forma a los contextos, un ejemplo claro es la señalética, el uso de forma y color que son usados universalmente son alfabetos visuales que se aprenden y se usan desde la edad temprana. Otro ejemplo es la iconografía sagrada, el signo y la intención están presentes pero el valor simbólico personal es completamente responsabilidad del intérprete de esa imagen.

De acuerdo al planteamiento de Hillman se identifica una metáfora entre el Diseño y la Alquimia, ambas inician con la imaginación, hay un lenguaje específico en cada una, el experto es decir el diseñador o el alquimista

según sea el caso trabaja sus materiales, desde su propia concepción del mundo (su marco epistémico, sus dimensiones, su alma), investiga cual es la necesidad a resolver, va de un proceso individual a un proceso social, transforma los materiales y *crea* una pócima o un artefacto que transforma la realidad social, ¿Cómo se sabe que transforma una realidad social? Porque una vez entregada la pócima, el artefacto o el símbolo ocurre la magia: el receptor toma aquello y se produce una acción, acción intencionada por el diseñador / alquimista, es decir, retomando la definición de García Oivera (1996), el Diseño es una acción inteligente, y – añadido – que busca una respuesta, una acción, aceptación o rechazo es decir, el diseño siempre tiene una intención, igual que la alquimia busca una transformación en el receptor, cuando esa acción se realiza, se puede decir que el proceso de significación e intención fue consumado, a través de la Retórica.

La Retórica: intención y el deseo

Según la Real Academia Española, la palabra Retórica proviene del latín *rhetorica* y significa: Arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado [visual] eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover (citado como en Méndez-Pinal, 2010, p.108). El origen de la Retórica es, igual que otras ciencias filosófico, antiguo y orientado a la palabra, las controversias entre Platón y Aristóteles entre la ética moral del uso de la Retórica, irán transformándose a lo largo de la historia, en la Edad Media y Renacimiento va sumando áreas del conocimiento donde se ve aplicado su uso y su fin y es, hasta finales del siglo XIX, y principios del XX, cuando se apoyará de ciencias como la psicología, la comunicación, la sociología, la politología, siendo Barthes pionero en centrar el análisis crítico en la obra más que en el creador de la misma (Fernández-Cao, 1998), el objetivo de entender la retórica visual es entender el discurso de las imágenes (Menéndez-Pinal, 2010), el uso de las imágenes para la significación del mundo tendrá cada vez mayor peso en la sociedad, estamos rodeados de imágenes, el mundo actual se vive a través de ellas en diferentes soportes, es decir, nuestro lenguaje está impregnado por imágenes.

La importancia que tiene la retórica al trasladarse al campo visual es vital en el Diseño, porque es la fase del proceso en la que el diseñador coloca la impronta principal, la intención, es decir, es la herramienta que busca

la persuasión y seducción, “en este juego debe entrar el espectador para ser capaz de discernir entre lo que es verdad y lo que es fingido” (Menéndez-Pinal, 2010, p.106). La retórica se convierte en una herramienta poderosa para lograr un objetivo, sobre todo en el contexto actual, porque “la necesidad debe ser creada por medio de la persuasión” (Gómez, 2010, p.1), entendiendo que la intención es “performativa: *alguien indica a muchos que deben consumir algo*” (idem, p.2), la finalidad de la persuasión *una acción*, una respuesta: cognitiva (creencia), afectiva (apela a los sentimientos, valores de juicio e intenciones), comportamental (cambio de conducta) (Gómez, 2010), por parte del receptor. En este sentido, se convierte en una ferviente herramienta para el diseñador, igual que “el alquimista trabajaba sobre la materia porque proyectaba en ella su propia psique” (Santos, 2018, p.13) el diseñador toma la materia prima, las herramientas persuasivas y emprende el proceso de diseñar, proyectando su saber y la intención.

El proceso Retórico, es complejo porque construye un discurso narrativo y/o mostrativo, a partir de la realidad, generalmente este discurso es parte de la manipulación que busca invariablemente la obtención de un beneficio. Todas las relaciones que se dan a través de las narrativas involucran una interacción con el receptor / espectador / lector, con su cultura y contexto, es decir, éstas relaciones se dejan de ser sólo expresadas o descriptivas y serán tomadas como la integración del objeto-sujeto, esta integración se ve reflejada en la presencia del deseo (Gómez, 2010), una vez que el objeto se muestra en el campo de acción dotado de todas las herramientas persuasivas y los valores que integran al diseño (por ejemplo el valor funcional, estético, cultural, social, etc.) el sujeto tiene una necesidad a cubrir y un deseo que alcanzar, los objetos o artefactos de diseño tienen un alcance simbólico profundo a nivel individual son capaces de provocar una respuesta emocional o conductual, tan fuerte que se impregna en la memoria, los recuerdos y las experiencias, es decir son parte de ese sistemas de signos que forman su episteme, a nivel social los símbolos construyen las creencias, prácticas colectivas e inconsciente colectivo que articula la cultura.

La alquimia como la retórica, transforman la materia, *su materia prima*, y la entregan a un individuo deseoso de experimentar el efecto de la materia manipulada, que en el caso del objeto diseñado será la producción de deseos y/o necesidades, en el caso de la alquimia será la respuesta esperada por la pócima realizada por el alquimista, pócima pensada y prepara-

da especialmente para una situación específica, en ambos casos se puede decir que se genera un signo o símbolo preparado para llegar a la psique y esperar una respuesta, Hillman (1999) en la construcción de su Psicología de la Imagen define a la psique como el alma, en la metáfora que se está exponiendo en este texto el símbolo busca llegar a la psique o al alma del receptor, a partir de aquí inicia otra fase, después de que el mensaje fue entregado buscando la persuasión, el sujeto interpreta y responde, este proceso corresponde a la hermenéutica, tercer aspecto de la tríada planteada en este artículo.

Hermenéutica & Alquimia: representación e interpretación

“...parió un hijo de multiforme ingenio, de astutos pensamientos, ladrón, cuatrero de bueyes, jefe de los sueños, espía nocturno, guardián de las puertas...” Himno Homérico a Hermes, 10-15

La última fase de la tríada es la *hermenéutica*, es una parte de la filosofía que tiene su origen en “El término griego *hermeneia* significa interpretar y por extensión semántica se observa como traducir o explicar” (Rubio et al., 2017) la palabra *hermeneia* relacionada directamente con el dios Hermes, *el mensajero*, cargado de entregar mensajes y conocimiento, un dios versátil vinculado a la música, la protección de caminos y el ingenio, considerado además un dios que acompaña a las almas de los difuntos en el paso de la vida a la muerte. Toda la multifacetedad del dios Hermes tiene un nexo en común y es la *comunicación* (Arroyo, 2009). Se puede entender la metáfora que hay en el dios Hermes al ser el elegido para comunicar las ideas, el conocimiento, las voluntades de los dioses del Olimpo a los seres humanos, esta acción se entiende como ese nivel cognoscente o inmaterial que existe en el mundo de las ideas, en el interior del diseñador y luego lo expresa, materializa o comunica a través del objeto o experiencia de Diseño, lo que hace Hermes es interpretar el conocimiento y explicarlo, lo que hace un diseñador es tomar todas las ideas y proponer una solución gráfica u objetual.

El sentido actual que tiene el término hermenéutica se relaciona directamente con el de interpretación interpretatio, colindando al de explicación, esto es, penetrar en la intención del texto. Así, se modifica el sentido de manifestar el logos interior mediante el lenguaje, esto es, el intérprete o hermeneuta quiere hacer decir al texto lo que el texto quiere decir, porque una cierta distancia es inherente al mensaje mismo (Lizarazo 2004, citado en Rubio *et al.*, 2017)

El diseñador al materializar una idea y convertirla en un objeto de Diseño, como se mencionó en la parte de semiótica, lo que hace es configurar la idea y dotarla de significación, una vez hecho ese trabajo hace parte al receptor, quien interpreta el mensaje configurado a través del objeto de Diseño. Todo el proceso de comunicación tiene sentido al involucrar al receptor, como al inicio de este artículo se explicó el marco epistémico del diseñador y su importancia en relación con la configuración y transformación de las ideas, ahora toca el turno del receptor quien será el que otorga el sentido al significado, para hacerlo se debe recordar que también posee un marco epistémico, que está formado por varias dimensiones entre ellas la socio-cultural, aquello que el receptor otorgue de significado, estará directamente ligado a su formación epistémica.

En este sentido, se entiende o se otorga al receptor la dimensión de *intérprete*, entra en juego la parte subjetiva que irá de lo individual a lo colectivo, primero el receptor recibe el mensaje, otorgándole significado y después lo lleva a la dimensión social, al común acuerdo general, una forma de *apropiación* del objeto de Diseño corresponde a esta fase, en el que el intérprete conecta con el significado del objeto de Diseño y se apropia de forma simbólica de él, establece un juicio de valor (Rubio, *et al.*, 2017). Entonces se podría entender que el interprete / receptor fue *persuadido*, ya sea de manera afectiva o conductual, el proceso de diseño se completa hasta que el intérprete es persuadido y responde dando valor simbólico al signo.

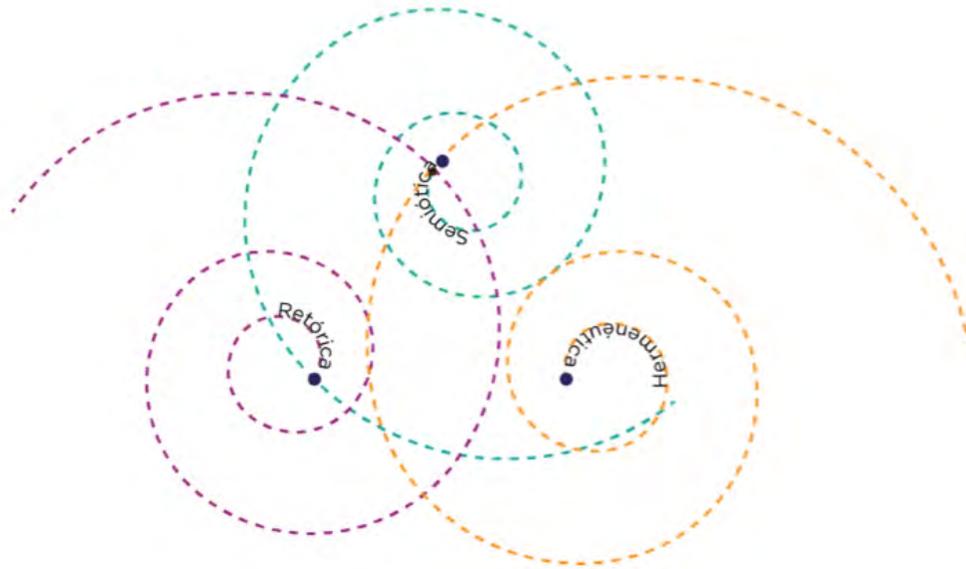
La triada de la trans-*forma*-ción: Semiótica – Retórica – Hermenéutica

Para representar visualmente la triada explicada anteriormente, se ha desarrollado un modelo gráfico para puntualizar ciertos aspectos a considerar cuando se integran las tres dimensiones descritas, considerando cada dimensión con la misma forma (espiral) y la misma línea cambiando el color para su mejor identificación. En lenguaje o representación visual, las líneas discontinuas o punteadas, se usan para representar un corte, separación, trayectoria, es decir algo que no está completamente estático, sino en movimiento constante, al entender la línea discontinua como una forma de representar el movimiento se agrega que también es una forma de representar la apertura, cada espacio entre los guiones permite el paso o la conexión con otras líneas, enfatizando además en la forma de espiral que significa que está creciendo, que tiene movimiento y al integrarse con la línea punteada se refuerza el mensaje.

El esquema propuesto, ver Figura 1, debe entenderse como un modelo dinámico, cada espiral que representa una dimensión de la triada, actúa desde su propia dimensión, bajo su ritmo y sus elementos, es decir, cada dimensión se puede identificar, analizar y entender bajo sus términos y situaciones es, cuando se conectan entre sí, cuando convergen que los límites entre ellas se desdibujan y se entiende todo como una unidad, como un proceso completo de Diseño. Dussel (1992), explica el proceso de Diseño como un acto poético integrado por diferentes dimensiones: conocimiento, estética y tecnología, cada una tiene sus cualidades y áreas de interés específicas, las compara con colores y establece que cuando esos colores se integran aparece un color secundario o terciario, aunque éste sea una combinación de otros dos o tres primarios, es un color nuevo que significa y posee su propia naturaleza, así pasa con la triada propuesta, cada dimensión puede estudiarse de forma independiente, hasta que, aparecen los encuentros o conexiones entre ellas se puede entender el proceso de Diseño completo.

Figura 1

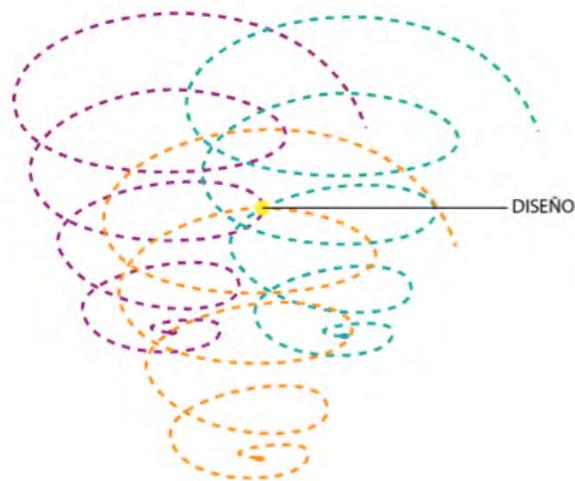
Modelo del proceso de Diseño



Como se observa en la Figura 1, cada dimensión tiene su origen y se desarrolla individualmente, imaginar que cada una esta en movimiento y observar los puntos donde se tocan entre sí las tres, pues es ahí donde sucede todo el proceso de Diseño. En la figura 2, se observa el mismo modelo desde una perspectiva lateral.

Figura 2

Dimensiones del proceso de Diseño



Al observar el esquema con una vista lateral es posible entender mejor las dimensiones que se han explicado, a manera de resumen se entiende a la semiótica como la dimensión en la que se establecen las relaciones entre los signos, en esta fase el diseñador configura la significación, todas las ideas gestadas en la mente son materializadas a través del lenguaje, una vez que la idea se desarrolla y se materializa aparece el proceso signico. Cuando el signo está configurado con los elementos propios de Diseño (línea, punto, color, textura, forma) se obtiene un objeto de diseño no necesariamente un objeto tangible, puede ser un servicio o una experiencia, que posee un significado.

El objeto está listo para ser *consumido* por el receptor, es decir se espera que el significado tenga efecto en el receptor, se espera una *acción*, pues la intención que lleva configurada el objeto de diseño tienen un ¿por qué? Y un ¿para qué? Es el momento en el que todos los elementos de diseño, confabulan para seducir y persuadir al receptor, espectador. La retórica tiene su propio lenguaje, sus figuras van desde la metáfora, analogía, alegoría, similitud, personificación, entre otras, que poseen poder persuasivo y seductor que permiten expresar y potencializar el mensaje, esta dimensión en particular posee gran impacto y cuando es llevada a la parte visual se logra un cambio conductual, afectivo o incluso cognoscitivo. De ahí la importancia de conocer sus herramientas y la forma en que se perciben. Si en la comunicación verbal se considera a la Retórica *el arte del buen decir*, porque a través de la palabra se convence, usar la Retórica en la cultura visual o en el diseño es eficaz y es una herramienta de poder, sobre todo en la actualidad donde la cultura visual digital se impone a través de la imagen.

Finalmente para que la magia ocurra y el receptor entienda el mensaje y lo haga suyo a través de sus juicios de valor y aprehensión, necesita interpretar aquel discurso o narrativa, esta parte es la que conecta el objeto de diseño con el receptor, la hermenéutica ayuda al diseñador a lograr que el proceso de significación y persuasión este completo, incluyendo la figura del receptor o usuario del objeto de diseño en el protagonista final pues es a quien se ha dirigido todo el proceso, pero es quien responde a él, cuando esto ocurre la tríada para *transmutar las ideas en materia* esta completa.

Coloquialmente se escucha con frecuencia la expresión ¡haces magia! Como elogio al diseñador, se puede decir que sí cuando un diseñador inicia el proceso de Diseño se vuelve un alquimista, un observador de la realidad y sus signos capaz de hacer el mundo más inteligible (Costa, 2008), creando nuevos signos y significados, entregando a su destinatario la posibilidad de obtener objetos con valor simbólico que darán sentido a sus contextos. La alquimia busca transmutar materiales comunes al oro, el Diseño busca (y es capaz) de transmutar ideas a objetos de deseo o bienes de consumo simbólico, cuando el proceso integra las tres dimensiones y el ser humano da sentido a su existencia por aquellos objetos de valor simbólico, *los diseñadores somos alquimistas de ideas, las trasmutamos en objetos de deseo.*



Atribución-NoComercial-SinDerivadas
Permite a otros solo descargar la obra y compartirla con otros siempre y cuando se otorgue el crédito del autor correspondiente y de la publicación; no se permite cambiarlo de forma alguna ni usarlo comercialmente.

Referencias

- Arroyo, M.A. (2009). *Iconografía de Hermes en el arte clásico*. E-excellence biblioteca virtual. <https://www.liceus.com/producto/iconografia-hermes-arte-clasico/>
- Araiza, J. (2009). Una aproximación a las nociones de sujeto y de verdad práctica en Aristóteles. *Nova tellus*. 27 (1) <https://www.scielo.org.mx/pdf/novatell/v27n1/v27n1a5.pdf>
- Bañuelos, J. (2006). Aplicación de la semiótica a los procesos de diseño. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*. 15, 233-254 <https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc0s065>
- Dussel, E. (2013). *La filosofía de la liberación*. (1ª. ed). DOCENCIA.
- Fernández-Cao, M. (1998). La Retórica visual como análisis posible en la didáctica del arte y de la imagen. *Arte, individuo y sociedad*. 10, 39-62
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=158034>
- García, F. (1996). *Reflexiones sobre el diseño*. COLECCIÓN CYAD
- Gómez, F. (2010). *Retórica visual e identificación en la publicidad dinámica: aproximación al uso de la elipsis y el fuera de campo*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, 2010. <http://hdl.handle.net/10234/30110>
- Gutierrez, ML., Antuñano JS., Dussel, E, Danel, F., Toca, A., Carmona, MS., Ocejo, MC., Pardinás, F. & otros. (1992). *Contra un Diseño dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional*. COLECCIÓN CYAD
- Guyot, C. (2008, 1 de Junio). *Joan Costa: “El diseño socializa el conocimiento”*. La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/opinion/joan-costa-el-diseno-socializa-el-conocimiento-nid1017188/>
- Lonna, I. (2021). Narrativa gráfica y hermenéutica. Hacia una interpretación y comprensión de las imágenes que narran. *Zincografía*. 6(11), 184-196. <https://www.scielo.org.mx/pdf/zcr/v6n11/2448-8437-zcr-6-11-184.pdf>
- Menéndez-Pinal, S. (2010). Retórica visual: una herramienta necesaria en la creación e interpretación de productos visuales. *Revista de Artes y Humanidades*. UNICA. 1, (2), 96-116 <https://www.redalyc.org/pdf/1701/170121899006.pdf>
- Morin, E. (1999) *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO.
- Morris, C. *Fundamentos de la Teoría de los Signos*. Paidós, España, 2004.
- Rubio, M.A., Santamaría, A., Herrera, M. (2017). La hermenéutica cultural como herramienta estratégica de la investigación para el diseño. *i+Diseño. Revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en Diseño*. 12, 53-65.
- Santos J. David (2018). Hillman y la Alquimia. *Studia Hermetica Journal*. ISSN-e 2174-0399, (8), 1-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6539972>
- Velázquez, M. (2002). *Hermenéutica Filosofía Genealogía*. (2ª. edición). Universidad Autónoma del Estado de México.