CAPÍTULO 4

Funciones de los mensajes en el diseño. Perspectiva metodológica

Luz del Carmen Vilchis Esquivel

Universidad Nacional Autónoma de México

INTRODUCCIÓN

Aquí se aborda la socialización de una propuesta de autor respecto a las funciones que el diseño manifiesta en sus modalidades de mensajes, objetos y espacios. Dicha propuesta se basa en varias transversalidades: la comunicación, la semiótica y la hermenéutica, con las cuales se abordan los asuntos de interacción, significación e interpretación, mismos que se ven involucrados cuando lo diseñado entra en contacto con los perceptores, receptores o usuarios.

El diseño, durante sus procesos proyectuales, trabaja con base en signos y códigos, condiciones *sine qua non*¹ de las posibilidades y limitaciones de las convergencias que la forma adjudica a la función. Se trata pues, de un ejercicio de combinatoria de características, asimilación de conceptos, fusión de contextos y expresiones sustentadas en los repertorios culturales que inciden en todo elemento conjugado para lograr un diseño.

Las materializaciones de lo diseñado pertenecen a cadenas de interpretantes en donde se genera la denominada “semiosis infinita”, integrando así lo que se reconoce como la semiósfera o semiosfera, entendida como esa capa de significación que comprende una esfera paralela al ser mismo del diseño, es una suerte de metaverso, el cual se gestiona desde la abstracción y la virtualidad (eficacia para efectos de comprensión) en manifestaciones sincrónicas y permanentes (Ball, 2022). Lo interesante de este universo paralelo es que, cuando se tiene la experiencia de percepción o recepción de lo diseñado, el entendimiento procede si y sólo si se conjuntan, de manera dialéctica, idea, concepto y materialización evidenciada dentro de una representación que coincide con el significado adjudicado.

De este modo, la conexión con las funciones se conforma a través de los signos y sus agrupaciones respondiendo a tres posibles configuraciones: mensajes, objetos o espacios. Esto es un asunto de índole paradigmática, similar al habla de Saussure, pues se da en una temporalidad específica delimitada por el encuentro intersubjetivo de quien diseña, lo diseñado y quien recibe el resultado con sus correspondientes beneficios. Por lo tanto, las funciones del diseño son elementos de sentido de los lenguajes propios del proceso proyectual cuyas secuencias sígnicas han sido estudiadas en su momento por la lingüística y posteriormente en la semiótica como subdisciplina filosófica.

Martin y White (2005) parten de la concurrencia de medios y fines en la comunicación análoga al concepto que sostiene la narrativa de un texto visual cuyos vínculos permiten el cumplimiento de funciones específicas. Con base en estas ideas generales, los autores aportan consideraciones teóricas sobre diversas funciones del lenguaje:

- Cada componente del discurso visual puede desempeñar varias funciones, no obstante, el conjunto logra generalmente aglutinar una función fuerte y específica.
- Las correlaciones no son lineales ni se asignan cronológica o formalmente. Las funciones al principio crean distancias entre sí que el todo integra estableciendo cierto margen y distancia entre una posible jerarquía interna al discurso.
- Existen distintos tipos y grados de dominio de la función esencial de un discurso visual general o de un texto en particular de acuerdo con el grado de materialización de las funciones menores.
- Las unidades superiores de la visualidad, tanto como el texto mismo, refieren permanentemente a las funciones inferiores u ocultas desempeñadas por las unidades que las integran.

Aunado a ello, es importante destacar la adscripción del medio, la finalidad y el contexto del fenómeno comunicativo de lo diseñado, lo cual no se puede soslayar. Martin y White propusieron un cambio de perspectiva al considerar la posible sistematización de las funciones con una taxonomía que obligaba a la secuencia de desarrollo, secuencia de acontecimientos, valoración y reciprocidad, pues se encuentra en juego la intersubjetividad como complemento triádico de la objetividad y subjetividad.

ANTECEDENTES DE LA TEORÍA DE LAS FUNCIONES

La teoría de las funciones proviene de la filosofía de la comunicación, surge por la necesidad de ampliar la frialdad de los elementos que los modelos del proceso de comunicación proporcionaban con información sobre el contexto en el que se postularon. Los medios de comunicación predominantes cuando Shannon y Weaver (1949) o Lasswell (1948) querían abstraer el proceso en una estructura comprensible eran el teléfono y los telégrafos, a los que se sumaban colateralmente la radio y, en su momento, la televisión, sin considerarse del todo como parte de los procesos al no

cumplir con la interlocución; así, las propuestas tuvieron características que, en las décadas posteriores, no cobraban sentido.

Por otra parte, tanto las vías telefónicas como telegráficas adolecieron durante lapsos considerables de la calidad y eficiencia necesarias para contar con mensajes claros y expeditos, libres de intermitencias. Asimismo, en ambos casos existía la mediación de eficientes interlocutores) gracias a los cuales las comunicaciones se llevaron a cabo.

Lo anterior permite entender la nula flexibilidad de los modelos de comunicación, presentados a su vez como disposiciones horizontales de una sola dirección. Así pues, los elementos presentaban al emisor, quien no siempre era el interlocutor final, un transmisor que refería a la tecnología disponible, sumado a un canal generalmente abstracto, además del receptor a quien se le adjudicaba un destino y, muy importante, la presencia del ruido.

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación. Su primera versión apareció en el Bell System Technical Journal de octubre de 1948, perteneciente a la Bell Telephone Laboratories, organización a la que Shannon se encontraba profesionalmente ligado. Shannon publicó su trabajo en la obra titulada *The Mathematical Theory of Communication*. Es un modelo de comunicación o de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, que es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente, las máquinas electrónicas. Cuando Shannon habla de información, es un término con un sentido muy diferente del que le atribuimos (noticias que nos traen a diario la prensa, la radio y la TV). Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje. (Layús, 2020)

Modelos de comunicación como el de Shannon y Weaver prevalecen y se enseñan en las escuelas considerándolos un recurso de comprensión de las comunicaciones actuales. Ejemplo de ello es el Diplomado en Comunicación de la UNAM impartido en la Facultad de Ingeniería (2023), en asignaturas de teoría matemática de la comunicación en la Universidad de Illinois (2020) o en Teoría de la Información en la Universidad Austral (2016), por mencionar algunos.

En la medida en que avanzaron los recursos de comunicación surgiendo medios y mejoras técnicas y tecnológicas algunos elementos de los esquemas del proceso perdieron validez. De ahí surgió la necesidad de manejar una esfera explicativa, la cual permitiera mayor entendimiento a la estructura original. También, en el transcurso de la historia de las comunicaciones, se evidencian y reconocen diversos modos de entablar interacciones entre los individuos, como la comunicación verbal directa y las maneras de comunicación no verbal. Así encuentra un territorio fértil para la teoría de las funciones dentro del marco de la teoría de la comunicación.

Aunado a lo anterior, es importante señalar que la teoría de las funciones en comunicación proviene del ámbito disciplinario de las matemáticas en interacción con la lingüística, de hecho "la Teoría de la Función Semiótica (TFS) propone una semiótica específica basada en la teoría del lenguaje de Hjelmslev (1943) y sustentada en una ontología matemática explícita de naturaleza pragmática" (Tamayo y otros, 2022, p. 406). Esta teoría de las funciones eventualmente se habría de extrapolar hacia las comunicaciones cuyos sustentos teóricos apelaban a un refuerzo de carácter crítico y teórico.

PRINCIPALES MODELOS DE FUNCIONES APLICADOS AL DISEÑO

Hacia 1934, Karl Bühler, en la ruta de las indagaciones lingüísticas iniciadas por pioneros como Ferdinand de Saussure, llevó a cabo una disquisición sobre la ciencia del lenguaje y, reconociendo que se trata de un corpus teórico complejo, lo dividió por axiomas sentando desde el primero de estos las funciones del sentido en los fenómenos de comunicación (acciones y actos verbales) dentro del carácter sýgnico del lenguaje, reconociendo así tres funciones: expresión, apelación y representación.

Allí hay una primera clase de formas lingüísticas y convenciones correspondientes que proceden como si fuera lícito desgarrar el mundo en pedazos o desmembrando en clases de cosas, procesos, etc. O resolverlo en momentos abstractos y atribuir a cada uno un signo [hay una segunda clase que] atiende a proporcionar a los medios el carácter de signos para una construcción a fondo del mismo mundo (del que ha de representarlo) según relaciones. (Bühler, 1950, p. 88)

Las funciones, según Bühler (1950), se dan en la comunicación mediante signos lingüísticos o no lingüísticos y sólo la función simbólica es específicamente humana, pues las otras dos se reconocen también dentro de la comunicación animal. Estas funciones expresiva, apelativa y simbólica o de representación, calcan de diversas maneras la estructura del signo lingüístico: significado, significante y referente y tienen incidencia en mensajes, objetos y espacios de lo diseñado.

La función sintomática o expresiva se basa en síntomas en virtud de su dependencia del factor emisor de la comunicación, cuyas emociones refiere mientras que la función apelativa o indicativa utiliza señales mediante las cuales se influye en el factor receptor de la comunicación del mensaje denotando órdenes, mandatos, sugerencia o preguntas. La función simbólica o representativa se centra en las cosas, seres y re-

laciones del mundo real o universos imaginarios posibles, de los que da cuenta o informa objetivamente, siendo así la comunicación referente, pues transmite información amplia al emplear símbolos, por lo que es la única que el autor considera propia de los humanos.

Hacia mediados del siglo XX, el lingüista Román Jakobson, fundador del Círculo de Praga, basándose en el circuito tradicional de la comunicación, expuso su propia teoría de las funciones. Tuvo contacto cercano con Trubetskoi, Saussure, Peirce y Bühler. Desde sus convicciones formalistas, decidió arriesgarse en el ámbito del habla y elegir las categorías paradigmáticas en lo que presumiblemente comprendería un esbozo de la teoría de la información. En realidad, sus aportaciones expandieron los elementos básicos de las teorías funcionalistas de la comunicación.

Para Jakobson (1988) los descriptores de las funciones eran una transversalidad meta comunicativa en la cual además hizo precisiones conceptuales, al emisor lo denominó hablante y al receptor oyente, conservando el mensaje que conlleva tanto el contexto y un código, así como el contacto (con menor tecnicismo reconoció en este punto un canal de transmisión y una posible conexión psicológica entre hablante y oyente).

A cada elemento, Jakobson le asignó una función que nunca opera de manera aislada, pero dependiendo del momento comunicativo habrá una función que prevalezca; de esta manera, el hablante ejerce una función emotiva, expresiva o sintomática pues evidencia en las formas su intencionalidad. La misma subjetividad propicia que el mensaje tenga, además de su contenido textual, una *función poética* (la cual puede ser épica, lírica o apelativa según el fondo y la forma) determinada por el contexto cuyos vínculos con la situación le asignan la *función referencial*, representativa o informativa. Al mismo nivel, y condicionando también al mensaje, se encuentran el contacto con una *función fática* (término de Malinowski) que contiene cualquier afán por conservar un diálogo

y el código con la *función metalingüística* dirigida por los avatares paradigmáticos del habla en donde se confirman coincidencias o divergencias, declaraciones o definiciones para la comprensión del mensaje. En el extremo fenoménico se ubica el oyente con la *función conativa*, que se puede equiparar con la función apelativa de Bühler (1950), manifiesta, sobre todo, en acciones imperativas, exhortativas e interrogativas.

Cada uno de esos seis elementos [hablante, mensaje, contexto, contacto, código y oyente] determina una función diferente del lenguaje. Aunque distinguimos seis de sus aspectos básicos, apenas podríamos encontrar mensajes verbales que realizaran un cometido único. La diversidad no se encuentra en el monopolio de una de esas funciones varias, sino en un orden jerárquico diferente (Jakobson, 1988, p. 33).

Esta teoría de funciones trascendió lo lingüístico y ha sido llevada a otros territorios epistemológicos entre los que destaca el diseño donde Jordi Llovet (1981) aplicó las funciones al proceso proyectual proponiendo el modelo metodológico sustentado en texto y contexto, así como la precisión de pertinencias basada en la teoría de las funciones de Jakobson.

En 1959 John L. Austin postuló que, además de utilizar los beneficios de la lengua para el ejercicio de la comunicación, también hay acciones capaces de llevarse a cabo desde el habla. Con los elementos de las dimensiones del lenguaje de Charles Morris (1995), Austin se enfocó en la pragmática anclada en los eventos paradigmáticos, así desarrolló la teoría de actos del habla en la que también se refiere a dimensiones concretas con funciones delimitadas.

La teoría de los actos de habla de J. L. Austin (1962) y John Searle (1990) amplió este esquema al contemplar otros dos factores de la comunicación

soslayados por la interpretación de Jakobson: el contexto y la situación, es decir que no se habla de funciones, sino de actos o actividades.

- **Acto Locutivo o función representativa** es lo dicho en sí, el hecho físico de emitir un mensaje que contiene un significado específico y, por supuesto, integra el referente. Hay una pretensión en la cual se reconoce el signo originario y el objeto de la acción, entendida como la dinámica proposicional de informar; asimismo, hay una estructura morfosintáctica. Aplicado a la visualidad, estaría orientado hacia la composición formal, siendo entonces la relación de los signos entre sí.
- **Acto ilocutivo o función expresiva** es lo referente a la actitud psicológica, el propósito del emisor integrando modos socialmente establecidos de intencionalidad que incluyen un referente colmado de sentido, es un esfuerzo de semiosis. Hay una causa, pero requiere un efecto, o sea el reconocimiento de lo expresado. En diseño se proyecta desde la necesidad, de la comunicación deliberada y el impacto de lo diseñado en los receptores. Se trata de una visión semántica pues vincula los signos con aquello a lo que alude y sus respectivos significados.
- **Acto perlocutivo o función conativa** es lo conseguido a través de la comunicación en la búsqueda de las consecuencias que la actividad tiene sobre las acciones, pensamientos, creencias o sentimientos. Apunta a la pragmática como relación de los signos con sus intérpretes en un complejo en el cual se involucran relaciones contextuales con perceptores, receptores, usuarios, lectores o críticos.

En 1975, como resultado de sus indagaciones acerca de la significación y la profundización sociológica en el estudio del lenguaje, Michael Halliday formuló un nuevo punto de vista que integraba el componente sociocultural como clave en la comprensión de las funciones en los mensajes. Dicho autor trabajó en el desarrollo de la semiótica social situando al contexto

como parte intrínseca del mensaje, tornándolo cuestionable solo en tanto esté en uso y no separado del mismo.

[el autor] sugiere que hay tres variables del contexto que juntas influyen en lo que denomina la variedad funcional o registro de textos: Campo (qué está pasando, el tipo de actividad), Tenor (quiénes toman parte, su distancia social) y el Modo\Medio o Canal de comunicación utilizado (cómo se transmite, lengua oral o escrita, formal o informal). La hipótesis es que la variable contextual de Campo influye en los significados experienciales de un texto, que brindan distintas posibilidades de representar eventos. De igual manera la variable Tenor influye en significados interpersonales que brindan distintas posibilidades de intercambiar estas representaciones entre interlocutores con distintos grados de poder entre sí, y la variable Modo\Medio en significados textuales que brindan distintas posibilidades de organizar los otros dos tipos de significados. (Montemayor, 2021, p. 134)

Considerando que el lenguaje es inter e intra-organismos, Halliday (1975), a diferencia de sus antecesores, quienes lo aislaban de los contextos y sus enfoques, postuló las siguientes funciones:

- **Ideativa**, representando la relación entre el emisor y el mundo real, interpersonal y textual; permite estructurar, determinar y entender el mundo otorgando recursos para expresar la experiencia personal. Su variable de registro es el campo o acción social en marcha, por ello se identifica con aquello que ocurre.
- **Interpersonal o interactiva**, la cual permite establecer y mantener relaciones sociales; sirve para expresar los distintos roles sociales en la comunicación. Su variable es el tenor centrado en quiénes participan y la descripción de las relaciones que establecen.

- **Textual**, es una función instrumental para las dos anteriores: se conecta con la situación permitiendo establecer relaciones de cohesión entre las partes de un texto lingüístico o visual. Su variable de registro es el modo o forma de comunicación y da cuenta del medio para transmitir pues indica el cómo se utiliza un lenguaje.

Estas funciones son una síntesis de la semiótica social de Halliday (2013) y sus perspectivas acerca del discurso basado en los órdenes de la significación. Todo lenguaje, incluida la visualidad, funciona con base en nexos semióticos con los que genera y renueva el sentido cultural, así como los significantes y significados discursivos. Se trata de una tarea compleja en donde intervienen factores históricos, socioculturales y retóricos.

PROPUESTA METODOLÓGICA SOBRE LAS FUNCIONES DE LOS MENSAJES EN DISEÑO

Sin demeritar las teorías de las funciones expuestas, se hace aquí una postulación original aplicada al diseño, pues se han tomado en cuenta las características de lo diseñado desde los mensajes, objetos y espacios ubicándolo, según la cartografía del diseño esbozada por la autora en publicaciones precedentes. Se ha considerado aquí tanto la intencionalidad como el contexto, determinantes propios de los procesos proyectuales lo que ha dado lugar a las funciones semánticas de la visualidad.

Las transversalidades conceptuales instrumentadas en esta propuesta derivan del ámbito filosófico, específicamente de la semiótica y la hermenéutica dada la importancia que se adjudica al sentido y a la interpretación en las secuencias proyectivas. De igual manera, hay una transversalidad metodológica basada en el pensamiento complejo, el cual se entiende como la transversalidad rizomática derivada de los razonamientos de Deleuze y Guattari:

[...] es un mapa que va más allá de la geografía, una topología capaz de expresar y percibir una serie de sensaciones tiene un papel activo al abrir y cerrar relaciones, en medida en que encuentra, contiene y libera fuerzas [...] llega a trascender [lo diseñado] y el sujeto (su experiencia), emergiendo desde lo local para comprender lo global (Deleuze & Guattari, 2019)

Las **Funciones Semánticas de la Visualidad** (Vilchis, 2024 ©) se describen a continuación de manera parcial al tratarse de una colaboración enriquecida por otros autores:

1. **Función Utilitaria** en la cual el diseño del producto evidencia su beneficio social frente a otras cualidades. Esta es una función muy discutida en la cronología de la historia del arte. Lo bello separado de lo útil ha generado una de las grandes diferencias entre la obra de arte y lo diseñado. El diseño, según Jordi Llovet (1981) tiene un valor de uso funcional o de rendimiento, utilitario a lo que después Jean Baudrillard (2010) sumaría valores de signo y de cambio como parte de una tríada dialéctica propia de la síntesis del diseñado.
2. **Función Operativa** trata de aquellos productos cuya estructura se enfoca en el alcance del máximo de sus capacidades de ejecución sin importar los valores agregados. En esta función lo diseñado evidencia su idoneidad para llevar a cabo su rumbo pragmático “con procesos que permitan de una forma sistemática conocer, analizar y actuar sobre la experiencia de los clientes.” (Rubio & Rodríguez, 2017, p. 9) Desde esta función se identifican las necesidades, las prácticas referidas a los perceptores, receptores o usuarios, así como el impacto de lo diseñado.
3. **Función Evocadora** porque recurre a la memoria o la imaginación, también implica recordar o revivir interiormente. Puede tratarse de sensaciones, sentimientos o emociones vividas en el pasado traídas al pre-

sente mediante la percepción de lo diseñado. Evocar desde el diseño es “una manera de hacerle frente al olvido profundo” (Santacruz, 2021, p. 23) y está íntimamente vinculada con las orientaciones del sentido y la simbolización como carga semántica de lo diseñado; asimismo, desde un punto de vista infundido por Herbert Marcuse (1968) la socialización de lo evocado pugna por la permanencia de los elementos que constituyen la cultura.

4. **Función Simbólica**, la cual consiste en relacionar los mensajes de un producto con la estructura cognitiva o emocional de los individuos, esta incorporación es arbitraria y no literal y permite generar significados y excedentes de sentido expresados en los propios dominios semánticos de los individuos o las colectividades. Lo diseñado siempre cuenta con lo nombrado por Baudrillard (2003) como “símbolos naturales”, pues se trata de elementos de la misma estructura formal que de facto se apropian de los signos con una connotación inherente a la configuración.

5. **Función Identitaria** que alude al proceso de construcción simbólica de identificación y diferenciación llevada a cabo con base en condiciones territoriales, étnicas, raciales, culturales, de género, etc.

[...] la identidad tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás. Implica, por lo tanto, hacer comparaciones entre las gentes para encontrar semejanzas y diferencias entre las mismas. Cuando creemos encontrar semejanzas entre las personas, inferimos que comparten una misma identidad que las distinguen de otras personas que no nos parecen similares. (Giménez, 2010, p. 3)

6. **Función Ideológica**, la cual se ancla en un sistema de pensamiento o conjunto de ideas o principios sobre los que se fundamenta una manera

particular de ver y abordar la realidad. Se aplica en los más diversos ámbitos de la actividad humana, como política, economía, religión o cultura. Sin soslayar la conceptualización del término llevada a cabo por Destutt de Tracy en 1796, en medio de la Revolución Francesa o por Marx en su visión restrictiva y negativa para exponer su teoría de la sociedad (Estenssoro, 2006), se prefiere aquí la versión althusseriana en donde la ideología es “una representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones de existencia” (Althusser, 2024, p. 44); es decir, el ser humano es ideológico por naturaleza, es parte de la condición humana formar constructos ideológicos que sólo el conocimiento les permite trascender sobre todo en sus vínculos sociales con lo diseñado.

7. **Función Plástica, Poética o Estética** tiene lugar cuando en el producto, el receptor centra su atención en la forma del mensaje. Para ello, el diseñador o emisor se sirve de recursos retóricos, siendo el objetivo del mensaje producir belleza. Paul Valéry (2023) se refería a este fenómeno como la posibilidad en la cual el ejercicio de una disciplina distraiga la mirada, ello implica que, el encuentro con lo diseñado no se reduce a la simpleza de la constatación, es una experiencia en donde entran en juego “el estudio de la invención y la composición, el papel del azar, el de la reflexión, el de la imitación, el de la cultura y del medio [...] una forma de placer que no se explica” (Valéry, 2023, pp. 64-65).

8. **Función Socializadora** es el proceso por el cual, mediante los productos y con base en la información del entorno, un individuo se integra a grupos sociales compartiendo usos y costumbres, modos o elementos simbólicos. Lo diseñado, desde esta función, es entendido como una fuente de significado.

Las fuentes [...] varían de acuerdo con cada sociedad, cultura o grupo familiar [...] todas las personas desarrollan alguna fuente de significado que les aporte un marco de sentido. Estos objetivos

se encuentran modulados por el tipo de cultura en el que se llevan a cabo [...] así, se distingue entre una socialización amplia (broad socialization) y una socialización estrecha (narrow socialization) (Simkin & Becerra, 2013, p. 124).

El diseño participa del proceso de socialización amplia en virtud del complejo cultural que significa para los individuos convivir cotidianamente con mensajes, objetos y espacios diversos.

9. **Función Satisfactoria o de Conveniencia** en la cual el producto resuelve o modifica una situación surgida de las necesidades básicas de los individuos. Soluciona cuestiones de supervivencia como alimentación, protección o seguridad.

Las necesidades son determinadas por la cultura y la civilización y por ello su valor y función varían según el contexto donde se dan [...] quiere decir que es indispensable tomar en cuenta las características contextuales que afectan el diseño de un objeto determinado, ya que ellas condicionan la necesidad y su valor [...] generalmente se consideran necesidades primarias aquéllas que lo son por herencia cultural y son inseparables del desarrollo social del individuo como la cama, los pantalones, los zapatos, etc., en contraposición a las llamadas necesidades secundarias dentro del mismo contexto como pueden ser los objetos de ornato, los objetos de moda o los objetos inútiles (Vilchis, 2014, p. 34).

Las taxonomías de las necesidades varían según la teoría que las sustenta, hay consenso en jerarquizarlas y dar prioridad a las relacionadas con la supervivencia, dejando en otro plano las pertenecientes a la civilización o la cultura.

10. **Función Contextualizadora** es la que desempeña un producto cuando responde a las circunstancias de un hecho o situación integrando

aspectos relacionales involucrados como causas, desencadenantes, consecuencias, etc.

La evolución de los objetos de diseño ha sido resuelta desde la incesante transformación de los contextos ya que de las exigencias y necesidades surgen alternativas que conllevan la capacidad de imaginar y construir el mundo espacial, objetual y comunicativo. El entorno en una comunidad determinada configura manifestaciones culturales con peculiaridades que identifican y significan. La complejidad que ha alcanzado el diseño ha propiciado su consolidación como uno de los dominios culturales sistematizados (Vilchis, 2022, p. 25).

11. **Función Mimética o Análoga** en la cual, a través del producto se imitan gestos, formas de hablar o actuar y otras características de una persona o grupo. En esta función cobra importancia la relación de semejanza para lograr la equivalencia en comparaciones de objetos, razones o ideas y está inmersa en la transversalidad hermenéutica. Es importante porque alude a la práctica interpretativa desde el proceso dialógico con los textos de lo diseñado, su intencionalidad y significación. La analogía, entendida como un dominio conceptual es una condición importante para la experiencia visual de lo diseñado, ya que la intencionalidad se relaciona directamente con una expectativa, con los sistemas culturales de representación, las experiencias previas y los estímulos ópticos (Vilchis, 2006).

12. **Función Mediadora** en donde se exponen los productos que sirven como intermediarios o conciliadores entre situaciones o actos. Esta función se deriva de la teoría de los objetos entre cuyos autores destaca Abraham Moles (1974) por la profundización realizada sobre las relaciones de lo diseñado con los individuos, de ello se deriva la idea de los entornos: próximo, intermedio y lejano desde los que se define, describe y caracteriza la interacción con mensajes, objetos y espacios en una

temporalidad indefinida. Lo diseñado cumple aquí un importante papel mediador entre el sujeto y la realidad. En visiones más contemporáneas, Sloterdijk (2017) metáfora de los entornos en su teoría de las esferas, donde el diseño es preponderante como elemento que contribuye a gestionar experiencias y a crear un ámbito de fascinación por la proximidad y el espacio vivenciado.

13. **Función Oculta** la cual se manifiesta a través de mensajes subliminales escapando a la percepción consciente. Los términos de esta función pertenecen a la denominada publicidad ilícita pues obedece a acciones que promueven una conducta de consumo sin el ejercicio del conocimiento y la voluntad por parte del perceptor, receptor o usuario. Desde hace décadas, Vance Packard (2019) advirtió acerca de los peligros del ejercicio de las funciones ocultas de lo diseñado y los límites de lo éticamente aceptable. A la fecha esta función oculta se desarrolla en la vida digital a través de numerosas intervenciones del subconsciente en las redes sociales. Hay estrategias como el desplazamiento infinito, creado por Aza Raskin (2006), que posibilitan el movimiento atemporal de los individuos propiciando su anclaje en los sitios e impidiendo las reacciones del cerebro. “Raskin junto a Tristán Harris (2018) crearon el *Center for Human Technology* para trabajar en contra de las funciones ocultas del diseño digital” (Estapé, 2024, pp. 278-288).

CONCLUSIONES

El modelo presentado es aplicable a mensajes, objetos y espacios, se considera un complemento de las propuestas de otros autores ya que, como toda propuesta metodológica no es posible afirmar que abarca la totalidad. Lo cierto es que el modelo ya ha sido aplicado en cursos y tesis en los que se despliegan procesos proyectuales con experiencias favorables que han permitido la ampliación de las categorías.

Es tarea del diseño y los diseñadores comprender el alcance de los excedentes de sentido que los mensajes, objetos o espacios transmiten a individuos o colectividades atendiendo a los márgenes de significación e interpretación ya que cualquier tipo de diseño comunica conocimientos metatextuales y metaculturales a través de lo diseñado.

En las décadas recientes se acentuó la visión pragmatista del diseño, orientada por la perspectiva de lo formal en la manera, y lo funcional en el aspecto operativo deslindando las transversalidades epistemológicas a que se somete todo diseño. Históricamente hay un legado metodológico trascendente que se soslaya cuando el diseño sólo se traduce tras la óptica de la operatividad.

Los diseñadores usan el lenguaje verbal y visual para transmitir conocimientos y resultados del ejercicio profesional de una disciplina que demanda nuevos derroteros, que se encuentran en alternativas de interacción con subdisciplinas torales como semiótica, hermenéutica y ética. Las prospectivas del diseño demandan la expansión de los espacios de pensamiento, la espaciosidad en las directrices de los procesos proyectuales y el dominio de los órdenes superficiales y profundos de la visualidad con la consciencia de que cualquier intervención sintáctica, semántica o pragmática impactará los resultados del diseño y lo diseñado.

Las funciones en el diseño también tienen una intención didáctica en tanto contribuyen a comprender términos que facilitan el proceso de alfabetización y educación visual con un enfoque persuasivo dirigido. Se entiende, así como las funciones de mensajes, objetos y espacios deben traducirse en modos alternos de concebir el diseño con modelos para enriquecer los textos de la visualidad.

REFERENCIAS

- Althusser, L. (2024). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Legorreta.
- Austin, J. L. (2018). *Cómo hacer cosas con palabras*. Paidós.
- Ball, M. (2022). *El metaverso y cómo lo revolucionará todo*. Paidós.
- Baudrillard, J. (2010). *Crítica de la economía política del signo*. Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (2003). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI.
- Bühler, K. (1985). *Teoría del lenguaje*. Alianza Editorial.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2019). *Rizoma*. Fontamara.
- Estapé, M. (2024). *Recupera tu mente, reconquista tu vida*. Espasa-Calpe.
- Fernández, A., Ortiz, J., Solano, A., Tamayo, G., & Torres, P. (2007). *La teoría de las funciones semióticas (TFS), instrumentos de mediación y el análisis del objeto de variación lineal: Desarrollo del conocimiento didáctico en un plan de formación inicial de profesores de matemáticas*. UNIANDES / Universidad de Granada.
- Giménez, G. (2010). *Cultura, identidad y procesos de individualización*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
- Halliday, M. A. K. (2013). *El lenguaje como semiótica social: la interpretación del lenguaje y del significado*. FCE.
- Jakobson, R. (1988). *Lingüística y poética*. Cátedra.
- Layús, A. (2020). *Modelo de comunicación de Shannon y Weaver. Modelo de comunicación de Shannon y Weaver* [Entrada de blog]. Agustín M. Layús Blog. <https://agustinmlayus-sinfo.data.blog/2020/03/19/modelo-de-comunicacion-de-shannon-y-weaver-2/>
- Llovet, J. (1981). *Ideología y metodología del diseño*. Gustavo Gili.
- Marcuse, H. (1968). *Cultura y sociedad*. Editorial Sur.

Martin, J. R., & White, P. R. R. (2005). *The language of evaluation*. Palgrave Macmillan & St. Martin Press.

Moles, A. (1974). *Teoría de los objetos*. Gustavo Gili.

Montemayor-Borsinger, A. (2021). *El carácter reflexivo de la lingüística. The reflexive character of linguistics*. De Signos y Sentidos, 22(131–144). <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/DeSignosySentidos/article/view/10809/14461>

Morris, Ch. (1994). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Paidós.

Packard, V. (2019). *Las formas ocultas de la propaganda*. Sudamericana.

Raskin, A., & Harris, T. (2018). *Center for Humane Technology (CHT)*. www.humanetech.com

Rojas Estapé, M. (2024). *Redes y pantallas: Recupera tu mente, reconquista tu vida*. Espasa.

Rubio, R., & Rodríguez, C. (Coords.). (2017). *Inspire. Lo que nos dice el cliente es la principal fuente de crecimiento: Estudios sobre el desarrollo de la operatividad de la experiencia del cliente en el mercado colombiano*. Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente (Deloitte) / Asociación para el Desarrollo de Experiencias (DEC).

Santacruz, Ch. V. (2021). Evocación, concepto mnémico de resistencia simbólica ante el olvido y prácticas de dominación social sobre las expresiones culturales en el espacio urbano. *Symbolum*, 1(2), 19-28. <https://orcid.org/0000-0002-6784-5732>

Simkin, H., & Becerra, G. (2013). *El proceso de socialización: Apuntes para su exploración en el campo psicosocial. Ciencia, Docencia y Tecnología, Universidad Nacional de Entre Ríos, XXIV(47)*, 119-142. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14529884005>

Sloterdijk, P. (2017). *Esferas I*. Siruela.

Valéry, P. (2023). *Teoría poética y estética*. Visor / La Balsa de Medusa.

Vega, O. et al. (2012). Funciones del lenguaje según Halliday. [Archivo PDF]. *Ropohuayta Especialización*. <https://ropohuaytaespecializacion.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/funciones-del-lenguaje-segc3ban-halliday.pdf>

Vilchis, L. C. (2022) Contextos del diseño. Horizontes múltiples. Zarur, J. E.; Gómez, F. M. En *Diseño gráfico. Enfoques de formación y campo laboral en la Administración Pública*. UAEMEX, pp. 25-46

Vilchis, L. C. (2014). *Metodología del diseño*. Designio.

Vilchis, L. C. (2006). *Relaciones dialógicas en el diseño gráfico*. UNAM.

NOTAS FINALES

1 Locución latina que significa ‘sin la cual no’, se emplea con el sentido de condición indispensable para algo.