

deSignis 21



COMITÉ PATROCINANTE

Tomás Maldonado, Eliseo Verón (Argentina); Umberto Eco, Paolo Fabbri (Italia)

DIRECTOR

Lucrecia Escudero Chauvel (Argentina)

JEFES DE REDACCIÓN

Teresa Velázquez García-Talavera (España)

Eliseo Colón Zayas (Puerto Rico)

COMITÉ DE REDACCIÓN

Lucrecia Escudero Chauvel, Claudio Guerri, Rosa María Ravera, Oscar Steimberg, Oscar Traversa (Argentina); Eduardo Peñuela Cañizal, Monica Rector, Maria Lucia Santaella (Brasil); Armando Silva (Colombia); Rafael del Villar (Chile); Charo Lacalle, Jorge Lozano, Cristina Peñamarín, José María Paz Gago, José Romera Castillo, Carlos A. Scolari, Teresa Velázquez (España); Adrián Giménez-Welsh, Alfredo Tenoch Cid Jurado (México); Eliseo Colón Zayas (Puerto Rico); Fernando Andacht (Uruguay); José Enrique Finol (Venezuela).

COMITÉ CIENTÍFICO

Winfried Nöth (Alemania); Noé Jitrik (Argentina); Jean-Marie Klinkenberg, Herman Parret (Bélgica); Decio Pignatari (Brasil); Román Gubern, Carmen Bobes (España); Erik Landowski, Jacques Fontanille (Francia); Pino Paioni (Italia); Desiderio Blanco (Perú); Floyd Merrell (EEUU).

COMITÉ ASESOR

Leonor Arfuch, Ana María Camblong, Mario Carlón, Olga Corna, María Teresa Dalmasso, Fabricio Forastelli, Susana Frutos, María Ledesma, Isabel Molinas, Silvia Tabachnik, Estela Zalba (Argentina); Víctor Quelca (Bolivia); Ana Claudia Alvez de Oliveira, Carlos Assis Iasbeck, Beth Brait, Yvana Fachine, Arlindo Machado, Irene Machado, Eufasio Prates; (Brasil); Jesús Martín-Barbero, Neyla Pardo (Colombia); Alberto Pereira Valarezo (Ecuador); Walter Mignolo (EEUU); Juan Alonso, Pilar Couto, José Manuel Pérez Tornero, Mon Rodríguez, Santos Zunzunegui (España); Eero Tarasti (Finlandia); Claude Chabrol, Patrick Charaudeau, François Jost, Guy Lochard (Francia); Paolo Bertetti, Patrizia Calefato, Gianfranco Marrone, Roberto Pellerey, Antonio Perri, Patrizia Violi (Italia); Lydia Elizalde, Roberto Flores, Katia Mandoki, Raymundo Mier, María Eugenia Olavarría (México); Oscar Quezada Macchiavello (Perú); Bernard McGuirk, Guillermo Olivera, Greg Philo (Reino Unido); Rosario Sánchez Vilela (Uruguay); Rocco Mangieri, Dobrila de Nery (Venezuela).

DIRECCIÓN POSTAL: 12, Rue de Pontoise. París 75005. Francia. www.designisfels.net.

deSignis es una publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica, declarada de interés público, con número de registro 1405367K como Asociación Internacional, Ley 1.901 (Francia).

Publicación indexada en Latindex www.latindex.com; <http://dgb.unam.mx/clase.html>

La Colección **deSignis** es publicada por Editorial La Crujía (Buenos Aires, Argentina).

Patrocinan el proyecto editorial de *deSignis* la Asociación Española de Semiótica (AES); Universidad Autónoma de Barcelona (España); Asociación Mexicana de Estudios de Semiótica Visual y del Espacio (AMESVE); Universidad de Lille 3 -IUTB- Departamento INFOCOM (Francia); Department of Hispanic & Latin American Studies y Postgraduate School of Critical Theory and Cultural Studies (School of Modern Languages) de la Universidad de Nottingham (Gran Bretaña); Asociación Argentina de Semiótica (AAS).

NUEVA COLECCIÓN
deSignis 21

SEMIÓTICAS GRÁFICAS

Coordinadores: Lydia Elizalde / Rocco Mangieri / María Ledesma

FELS

lcrj'
LA CRUJÍA

Semióticas gráficas / Lydia Elizalde ... [et.al.] ; coordinado por Lydia Elizalde ; Rocco Mangieri ; María del Valle Ledesma. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : La Crujía, 2013. 198 p. ; 22x16 cm.

ISBN 978-987-601-220-1

1. Semiótica. 2. Diseño Gráfico. I. Elizalde, Lydia II. Elizalde, Lydia , coord. III. Mangieri, Rocco , coord. IV. Ledesma, María del Valle, coord.
CDD 741.6

COLABORARON EN DESIGNIS N° 21

María Ledesma (Universidad de Buenos Aires, Argentina); Carmen María Prieto (Universidad Rafael Belloso Chacín, Venezuela); María Inés Mendoza Bernal (Universidad del Zulia, Venezuela); Emilio Fonseca Martín (Universidad Complutense de Madrid, España); Piero Polidoro (Universidad de Bologna, Italia); Susana González Aktories (Universidad Nacional Autónoma de México, México); Bruno F. de Vecchi Espinosa de los Monteros (Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, México); Lauro Zavala (Universidad Autónoma Metropolitana, México); Daniele Barbieri (Universidad de Bologna, Italia); Mariano Dagatti (Universidad de Buenos Aires, Argentina); Paula Siganevich (Universidad de Buenos Aires, Argentina); Mabel Amanda López (Universidad de Buenos Aires, Argentina); Rosana Costa Ramalho de Castro (Universidad Federal do Rio de Janeiro, Brasil); Luz del Carmen Vilchis Esquivel (Universidad Nacional Autónoma de México, México); Verónica Devalle (Universidad de Buenos Aires, Argentina); Rocco Mangieri (Universidad de Los Andes, Venezuela); Lydia Elizalde (Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México); Teresa Camacho (Universidad Autónoma Metropolitana, México); Humberto Valdivieso (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela).

Este número ha sido publicado con el apoyo de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, institución asentada en México. La compilación de los artículos, entrevistas y reseñas que conforman este número estuvo a cargo de Lydia Elizalde para los autores de México, Brasil y España; Rocco Mangieri en los textos y reseñas de autores de Venezuela e Italia; y la colaboración de María Ledesma para los textos de autores de Argentina.

© La Crujía Ediciones

Tucumán 1999 - C1050AAM

Buenos Aires - Argentina

Tel/fax: (54 11) 4375-0664/4373-3150

E-mail: editorial@lacrujialibros.com.ar

Diseño de cubierta: Horacio Wainhaus - wainhaus@interlink.com.ar

Diagramación: Ana Uranga B.

ISBN: 978-987-601-220-1

Impreso en Argentina

deSignis 21

I. ESCENARIOS

Coordinadores: Lydia Elizalde / Rocco Mangieri / María Ledesma

Presentación: La expresión de la forma gráfica

INFOGRAFÍA

MARÍA LEDESMA

Infodesign, usabilidad y belleza visual

13

CARMEN MARÍA PRIETO

MARÍA INÉS MENDOZA BERNAL

Análisis semiótico de la infografía digital

23

EMILIO FONSECA MARTÍN

*Análisis semiótico de visualizaciones de conflictos sociales
y medioambientales en América Latina*

33

PIERO POLIDORO

La coherencia textual en los sitios web:

desde las estructuras narrativas y discursivas hasta su manifestación

42

INTERTEXTOS

SUSANA GONZÁLEZ AKTORIES

Espacios gráficos-espacios simbólicos

en la nueva narrativa norteamericana.

El caso de House of Leaves, de Mark Z. Danielewski

51

BRUNO DE VECCHI

La imagen en la novela hipertextual electrónica.

El caso de Stuart Moulthrop

62

LAURO ZAVALA

Los componentes formales, estructurales e ideológicos de la narrativa gráfica

72

DANIELE BARBIERI

Mirar y leer: de la pintura a la tipografía

82

SEMIÓTICA GRÁFICA

MARIANO DAGATTI PAULA SIGANEVICH <i>El diseño gráfico en la era de «la precarización de sí»</i>	92
---	----

MABEL AMANDA LÓPEZ <i>Enunciados visuales fijos y temporalidad: cómo representar gráficamente el tiempo</i>	101
--	-----

ROSANA COSTA RAMALHO DE CASTRO <i>Os valores simbólicos do design do tempo presente</i>	109
--	-----

LUZ DEL CARMEN VILCHIS ESQUIVEL <i>El fenómeno de semiosis en el diseño gráfico</i>	120
--	-----

PRAGMÁTICA DEL DISEÑO

VERÓNICA DEVALLE <i>Tradiciones disciplinares en la conformación del discurso del diseño gráfico. Herencias, legados y horizonte de proyección</i>	129
---	-----

ROCCO MANGIERI <i>Diseño gráfico y semiótica en Venezuela: entre historiografía y teoría</i>	138
---	-----

LYDIA ELIZALDE <i>Pragmática de la expresión gráfica en revistas de artes visuales y diseño en México</i>	149
--	-----

II. PUNTOS DE VISTA

TERESA CAMACHO <i>La síntesis visual de Félix Beltrán</i>	161
--	-----

III. DISCUSIÓN

HUMBERTO VALDIVIESO <i>El diseño, los espejos y la cúpula</i>	171
--	-----

IV. PERFILES (LEGADOS)

<i>Tipografía y surrealismo. Juan Andralis</i>	181
<i>Miguel Prieto y otros españoles republicanos en el diseño editorial en México</i>	184
<i>Nedo o la posibilidad gráfica de lo imposible</i>	189

V. RESÚMENES Y DATOS BIOGRÁFICOS

I. ESCENARIOS

PRESENTACIÓN

LA EXPRESIÓN DE LA FORMA GRÁFICA

LYDIA ELIZALDE / ROCCO MANGIERI / MARÍA LEDESMA

Con el título “Semióticas gráficas”, la colección *deSignis* apuesta por la conformación del número 21 del libro-revista que presenta un enfoque especializado sobre las formas expresivas de los modos de producción del diseño gráfico en medios impresos y en medios digitales. Este número reúne diversos acercamientos semióticos para estudiar la práctica del diseño gráfico desde sus funciones semánticas, acentuando la sintaxis de las variables gráficas y la pragmática de estos productos estéticos en la comunicación visual contemporánea realizada por reconocidos diseñadores de Latinoamérica. Las secciones que contiene este número se fundamentan en los conocimientos y experiencias de la práctica gráfica y permiten tipificar las variables visuales procedentes de diversos medios: de las artes visuales, las que se derivan de la historiografía, de la comunicación de masas, de la identidad cultural de expresiones vernáculas y populares, además de las de medios complejos que incluyen diferentes formas de comunicación visual y que analizan la diversidad de las expresiones gráficas.

En la sección *Escenarios* se analizan los lenguajes gráficos y su práctica en seis apartados: *Infografía*, *Intertextos*, *Semiótica gráfica*, *Pragmática del diseño*, *Puntos de vista* y *Perfiles*, que incluye entrevistas a diseñadores latinoamericanos. En *Discusión* se presentan puntos de vista polémicos sobre el diseño contemporáneo.

Los contenidos del apartado *Infografía* destacan las funciones de la representación visual de la información de forma directa y atractiva al lector, en la que intervienen

descripciones, narraciones o interpretaciones que se presentan de manera gráfica figurativa y en ocasiones con grafismos abstractos de información complementaria o de síntesis. El diseño icnográfico permite comprender temáticas complicadas de manera rápida y clara. De esta manera, la información numérica de estadísticas y de otras temáticas será más eficaz en su comprensión. Estos elementos otorgan mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser adecuadamente combinados con textos, números, fotografías, viñetas para maximizar la comprensión de la *semiosis* que se representan a través de soluciones bidimensionales y tridimensionales con el uso de programas digitales que modifican el tratamiento de la luz, los volúmenes, la atmósfera, las sombras, las texturas, los contornos, el movimiento, reflexiones que se presentan en los artículos: “Infodesign, usabilidad y belleza visual”; “Análisis semiótico de la infografía digital”; “Análisis semiótico de visualizaciones de conflictos sociales y medioambientales en América Latina”; “La coherencia textual en los sitios web: desde las estructuras narrativas y discursivas hasta su manifestación”.

En el capítulo *Intertextos*, la mecánica semiótica define un conjunto de propiedades más o menos genéricas de textos evocados en una obra. Desde su funcionamiento, las referencias a otros textos expresados en una obra pueden interpretarse como una estructuración similar y, por otro lado, como una cooperación interpretativa de lectura a partir de la experiencia del receptor. En el diseño contemporáneo, el intertexto se presenta de manera constante en obras que relacionan diferentes signos visuales y textuales. La intertextualidad supone la presencia de un texto dentro de otro por cita, por alusión, y se distingue por las habilidades del creador, que residen en la selección y en el rebuscamiento de efectos variados mediante el uso de diversas técnicas de montaje. En estas expresiones se añade el diseño del hipertexto: importa tanto organizar y estructurar el contenido de la información como la presentación visual de ésta mediante la interfaz gráfica. El lenguaje HTML es, en sí mismo, un lenguaje de íconos que dan más información que la información meramente textual (texto plano). Así, se presentan los siguientes artículos en esta sección: “Espacios gráficos-espacios simbólicos en la nueva narrativa norteamericana. El caso de *House of Leaves*, de Mark Z. Danielewski”; “La imagen en la novela hipertextual electrónica. El caso de Stuart Moulthrop”; “Los componentes formales, estructurales e ideológicos de la narrativa gráfica”; “Mirar y leer: de la pintura a la tipografía”.

En la sección *Semiótica gráfica* se definen diversos productos gráficos y las perspectivas de trabajo que dialogan con la semiótica, los estudios del discurso visual, al presentar los problemas de la comunicación gráfica como parte del gusto y la percepción estética de la realidad en los preceptos de la identidad cultural, y de allí su influencia en las propuestas sobre la normatividad y su relación con órdenes sociales dominantes, fundamentados en estos artículos: “El diseño gráfico en la era de ‘la precarización de sí’”; “Enunciados visuales fijos y temporalidad: cómo representar gráficamente el tiempo”; “Os valores simbólicos do design no tempo presente”; “El fenómeno de semiosis en el diseño gráfico”.

Valorando el enfoque de esta publicación, se expone de manera inédita en conjunto el desarrollo del diseño gráfico en tres regiones de la cultura latinoamericana: Argentina, Venezuela y México. El apartado *Pragmática del diseño* trata esa parte de la semiótica que establece el origen de las soluciones visuales, sus diferentes usos y sus múltiples efectos, así como también la manera en que éstos producen y determinan conductas específicas dentro del contexto en el cual aparecen. La pragmática visual interrelaciona la intuición intelectual de la que dispone el diseñador gráfico y, en general, el creador o comunicador visual, con la subjetividad que caracteriza ciertas experiencias que son compatibles con la posibilidad de una determinación objetiva y exhaustiva de cualquier significado, que *deSignis 21* presenta en estos artículos: “Tradiciones disciplinares en la conformación del discurso del diseño gráfico. Herencias, legados y horizonte de proyección”; “Diseño gráfico y semiótica en Venezuela: entre historiografía y teoría”; “Pragmática de la expresión gráfica en revistas de artes visuales y diseño en México”.

El apartado *Puntos de vista* presenta la entrevista a un destacado diseñador latinoamericano que refleja los elementos distintivos de su propuesta gráfica en “La síntesis visual en Félix Beltrán”. En la sección *Discusión* se presentan puntos de vista polémicos sobre el diseño contemporáneo con el artículo “El diseño, los espejos y la cúpula”.

En el apartado *Perfiles* se presenta la herencia de la práctica gráfica de tres destacados diseñadores: “Tipografía y surrealismo. Juan Andralis”, “Miguel Prieto y otros españoles republicanos en el diseño editorial en México” y “Nedo o la posibilidad gráfica de lo imposible”. En sus propuestas es evidente el valioso aporte al diseño gráfico latinoamericano desde sus distintivas características expresivas.

Las revisiones que se hacen en las secciones de este número permiten acercarse a las teorías de la Semiótica visual que han motivado el estudio cercano de los productos gráficos contemporáneos. De esta manera se cierra un número especializado, una breve muestra de la amplitud de la creación y producción gráfica en Latinoamérica.

INFODESIGN, USABILIDAD Y BELLEZA VISUAL

MARÍA LEDESMA

I. UN NUEVO CAMPO

En la última década del siglo pasado, a la luz de una cierta inflación informativa, surgió un nuevo campo transdisciplinar, el diseño de información o *infodesign*, ligado a la psicología cognitiva, a la arquitectura de la información y al diseño gráfico. Como todo espacio en formación, pugna por su definición a través de discursos fundacionales que predicen características, reclaman espacios o delimitan zonas de aplicación. Una rápida mirada por los desarrollos existentes, casi todos con una perspectiva práctica más que teórica –R. Modley (1976), E. Tufte (1983), N. Sedroff (1994), R. Wurman (1996), entre otros–, da cuenta de esas inquietudes, obstaculizadas muchas veces por la propia mutabilidad del campo, que no cesa de definirse y redefinirse al vaivén de la marcha de la tecnología más que de una reflexión sobre sus alcances.

El área de aplicación del nuevo campo abarca desde la mera presentación de datos hasta el establecimiento de estrategias de acción, y sus producciones –que aportan a discursos tan disímiles como el de la educación, la representación científica, la comunicación periodística o administrativa– ocupan extensos espacios de la vida contemporánea, desde el diseño de soportes de información o los planos de las ciudades hasta la presentación de manuales de instrucciones o la visualización de procesos dinámicos de cualquier índole.

Esta aparente Babel tiene algo en común: para el infodesign, la información es una materia prima a elaborar, ya que, según sus propios productores, se trata de una especialidad destinada a presentarla de manera accesible a través de recursos visuales.¹

En un texto ya canónico para los cultivadores del género, Wurman lo ha definido como “el estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar una vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información” (Wurman 1996). En la misma línea, puede citarse, entre otros, a Nathan Sedroff (1994) o las apreciaciones del Design Council on Information Design (Walker y Barrad 2005), cuyas declaraciones apuntan hacia un objetivo común: hacer accesible la información para la toma de decisiones, la mediatización del conocimiento y la modelización de la experiencia.

Apoyándose en estas características, se ha construido alrededor del infodesign una red discursiva que exalta sus virtudes en relación con su rol como facilitador de la comprensión, de la transferencia del conocimiento y del desarrollo de la educación (Wurman 1994; Bonsiepe 2005) entre otros.

Por su parte, este artículo propone una reflexión crítica sobre el infodesign. No se trata de contraponer en sentido genérico las virtudes del conocimiento alfabético respecto del no alfabético, sino de ubicar los textos en el espacio efectivo de producción discursiva. Dado que desde hace tiempo hemos acordado acerca de la imposibilidad de estudiar los textos de la cultura como objetos separados de su espacio de producción, es ineludible abordar estas producciones desde su contexto sociohistórico. Desde este punto de vista, se sostendrá que además de ser expresión del programa de una época caracterizada por la acelerada instauración de un estilo cognoscitivo en el que predomina la visión no alfabética (Simone 2001), muchas de sus producciones son deudoras del predominio alcanzado por la información, la comunicación y el conocimiento en la totalidad de las actividades humanas contemporáneas, inscriptas a su vez en una transformación de los discursos sociales que celebran la inmediatez, la velocidad, la amigabilidad y accesibilidad propia de los nuevos medios de acceso al conocimiento.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los primeros discursos sobre el infodesign durante la pasada década del 70 son contemporáneos de la aparición de los conceptos de ‘sociedad de la información’ o ‘sociedad del conocimiento’ y, en general, se ligan a ellos de manera explícita o implícita. Lo hacen sin entrar a analizar concepciones subyacentes, haciendo caso omiso del hecho de que cada modalidad denominativa expresa inexorablemente diferentes modelos de sociedad. A esto se agrega que los conceptos mismos de ‘información’ y ‘conocimiento’, son tomados como ‘comprensibles de suyo’, sin ser sometidos a nin-

guna exégesis o intento de precisión. Ninguno de sus representantes, ni aun aquellos que polemizan sobre si el excesivo diseño –estetización– trivializa o no la información, se interrogan respecto de la cuestión.

La falta de densidad teórica, unida a la fascinación por lo accesible y, en ocasiones, por lo espectacular, presentes tanto en los discursos como en las producciones del infodesign, serán consideradas en este artículo de dos maneras: en primer lugar, como marcas de la concepción del conocimiento propia del tardocapitalismo, caracterizada por la búsqueda de la operatividad, las actuaciones eficaces y, en segundo lugar, por la deflación de la reflexión en los dispositivos generados para acceder al conocimiento (Jameson 1986:169).

El desarrollo de estas ideas conduce, en primer lugar, a describir las características y posibilidades lingüísticas de los recursos gráficos propios del infodesign, poniendo de relieve sus potencialidades específicas a la hora de representar la información. Un segundo momento llevará a rastrear las apariciones de estas modalidades de la gráfica en diversas discursividades de la historia de Occidente para intentar mostrar la relación entre la materia lingüística y la formación discursiva propia de cada uno de esos momentos. El análisis pondrá de manifiesto que –más allá de las características de la gráfica– la concepción del conocimiento que subyace al infodesign, unida a las dinámicas estetizadas que intervienen en la configuración contemporánea, tienen las producciones actuales, contribuyendo a delinear sus sentidos. Estos sentidos se expresan de dos maneras: en el carácter impresionista de sus desarrollos teóricos, que se corresponde con la importancia que se le otorga a la descomplejización del conocimiento, y en una tendencia al abandono de la enunciación ‘objetiva’ y su reemplazo por una instancia híbrida, caracterizada por la coexistencia –incómoda muchas veces– entre la intención objetivante y la estetizante.

3. LA MATERIA LINGÜÍSTICA

Mapas, diagramas de todo tipo, fotos, recursos tipográficos conjugados de manera fija o interactiva dan existencia a estas producciones que se sustentan en la capacidad de la gráfica de representar gran cantidad de información en poco espacio. Existe un vasto repertorio de técnicas de visualización de la información que se actualizan en cada situación discursiva, de acuerdo con las características estructurales y temáticas y la intención del enunciador.

Cada situación –al ser conceptual y estructuralmente diferente– requiere estrategias gráficas y modalidades de representación específicas, válidas para cada dominio según los diferentes grados de complejidad, el número de relaciones que se establezcan, los diferentes puntos de vista, el tipo de organización de información pretendida o el carácter sincrónico o procesual de los hechos y experiencias a graficar. Mapas de sinergia, diagramas de dilema, árboles de decisión, son algunos de los sugerentes nombres que orientan al lego en la dirección de las propuestas del infodesign.

Desde un punto de vista semiótico, en tanto establecen una correspondencia conceptual con aquello que representan, estas organizaciones textuales tienen base icónico-diagramática. Si se tiene presente que “una gran propiedad de los íconos es que mediante su observación directa se pueden descubrir otras verdades concernientes a su objeto” (Peirce, CP 2279), se reconocerá en esta capacidad de revelar verdades no previstas el porqué de su potencia como sede del conocimiento.

Los estudios de Jacques Bertin sobre lo que él ha llamado “la gráfica” resultan un aporte fundamental para la descripción de los gráficos como íconos diagramáticos particulares. Ha sido él quien ha desarrollado explícitamente las “extraordinarias posibilidades del ojo”, mostrando que la imagen no es un esquema que se dibuja de una vez y para siempre, sino un instrumento de trabajo, soporte de la reflexión. En sus planteos, el diagrama gráfico capaz de transcribir las relaciones de diferencia, orden o proporcionalidad existentes entre datos cualitativos o cuantitativos es un medio para reducir ambigüedades, ya que no sólo muestra las relaciones de conjunto, sino que indica el modo en que esa relación se da para el intérprete (Bertin 1988:23). Es de destacar que, después de revelar la potencia de la visión sintética, su teoría excluye los sistemas destinados a la vista de carácter polisémico, concentrándose en el aspecto ‘racional’ de los signos visuales pasibles de estructurarse mediante una gramática determinada (Bertin 1988:6). Su “gráfica” se ocupa entonces de aquellos sistemas altamente convencionalizados, en los que cada signo debe leerse de una sola manera. Acotada a esos límites, la representación gráfica cumple para Bertin con dos funciones sociales: en un sentido, actúa como memoria artificial y, en otro, es un instrumento de descubrimiento (Bertin 1988:36), características que se aparecerán, de diversa manera, en diferentes dispositivos textuales en distintos momentos de la discursividad occidental.

4. LOS ÍCONOS DIAGRAMÁTICOS Y LA INFORMACIÓN: MODOS DIFERENTES PARA PREOCUPACIONES DIFERENTES

Las posibilidades del diagrama de probar y mostrar la organización formal de los aspectos sintéticos de los elementos que componen el pensamiento o la experiencia han sido usadas desde la antigüedad como respuesta a la constante preocupación humana por organizar, recuperar y registrar la información.

Las aplicaciones más antiguas están asociadas a la cartografía o a la mnemónica. De la primera tenemos noticias provenientes del antiguo Egipto o de Babilonia; en cuanto a la segunda, es posible reconocer sus manifestaciones en la historia de los modos de registrar el conocimiento —desde los palacios de la memoria de la retórica clásica hasta los diagramas para la memoria de Ramón Lullio—, ya sea como simples receptáculos de información o como guías para el razonamiento. De hecho, las ‘artes’ lullianas, continuadas siglos después por Giordano Bruno o Roberto Fludd, fueron

un intento –aislado en su época– de unir la representación icónico diagramática al conocimiento (Yates 1969:37), aunque las condiciones epistémicas del Medioevo y la temprana modernidad, dominadas por la mimesis y la alegoría, las relegaran a un lugar de hermetismo y magia.

Recién la racionalidad del siglo XVIII, cuyos principios de objetividad y universalidad encontraron en el lenguaje universal de los signos geométricos un instrumento unificador (Mattelart 2002:30), abonará un terreno fértil para el desarrollo de estas modalidades discursivas. Concretamente, la ‘lengua de certeza geométrica’ postulada, entre otros, por Condorcet, adquiere su gramática entre 1786 y 1801, cuando William Playfair presenta por primera vez los tipos más comunes de gráficas estadísticas: los gráficos de barra, de ‘fiebre’ y de ‘torta’.

El mismo siglo y el siguiente fueron el momento del desarrollo de recursos de visualización eficaces para organizar las comunicaciones –profundamente conmovidas con la aparición del ferrocarril y las mejoras en la navegación–, representar y entender fenómenos sociales o culturales tales como movimientos migratorios, pobreza, crimen y condiciones sanitarias, o para operar sobre el espacio urbano. Los textos gráficos que pueblan los libros, los informes administrativos o de hospitales, las oficinas y los periódicos de la época están unidos por un común denominador: la intención de registrar o comprender aquello que se considera grandes problemas o acontecimientos sociales. La índole de los problemas centrales de la mentalidad del hombre moderno –vinculados al control y organización de las nuevas naciones y empresas– encuentra en la organización visual de la información un recurso extraordinario.

La legitimidad a la gráfica estaba en marcha. Llega a su mayoría de edad –si hemos de acordar con los teóricos del infodesign– con dos producciones casi simultáneas: un mapa temático dibujado por John Snow en 1854 y la “Carta figurativa de las pérdidas sucesivas de hombres del Ejército Francés durante la campaña de Rusia 1812-1813” trazada por M. Minard en 1869. Resulta interesante analizarlos a la luz de los objetivos de este artículo.

4.1 El mapa temático del doctor Snow

Durante la epidemia de cólera que sacudió Londres en 1854, John Snow, al representar gráficamente sobre un plano de la ciudad el número de muertos, logró conjeturar que la enfermedad era causada por el agua de un pozo público. Su operación le permitió captar con la mirada que de las 83 muertes producidas desde el inicio de la epidemia, casi todas habían ocurrido cerca de la fuente de la esquina de Broad St. y Cambridge St. (Tufte 1983). Las diez que escapaban a esa regla no fueron obstáculo para que Snow generara una conjetura abductiva, descubriendo una conexión insospechada entre las muertes por el cólera y el agua de la bomba. Aceptando como válida la premisa “el cólera está en relación directa con el agua de la fuente”, el razonamiento se deslizó suavemente por el orden de la causalidad hasta instalar una nueva sospecha: cada muerto de cólera seguramente bebía agua de la fuente aunque su vivienda no

estuviera cerca de la fatídica esquina. Una rápida investigación corroboró la hipótesis: aquellos diez decesos, o bien correspondían a niños que concurrían a la escuela cercana a la fuente o bien a personas que, a pesar de estar lejos, se surtían de ella.

Resaltemos el procedimiento: al catalogar las ocurrencias –las muertes–, Snow las fijó en un registro de la percepción ubicado en un contexto –la ciudad y su trazado– que al definir y delimitar la significación transformó el acontecimiento en dato.

4.2 “Carta figurativa de las pérdidas sucesivas de hombres del Ejército Francés durante la campaña de Rusia 1812-1813”

El gráfico elaborado por Charles Joseph Minard en 1869 para ilustrar las bajas del ejército francés en la campaña de Rusia en 1812 es paradigmático por la cantidad de procesos que describe. Es un gráfico diacrónico en el que coexisten datos de localización –ríos ciudades, batallas– con la temperatura propia de cada lugar, el camino seguido por el ejército y las variaciones en la cantidad de soldados a lo largo del itinerario. A partir de las peripecias del ejército, las tácticas desarrolladas, los avances más o menos dolorosos, los triunfos y derrotas, el cartógrafo realizó un proceso de abstracción que al plasmarse usando líneas, colores y dimensiones ofrece una visualización precisa de la disminución de las tropas napoleónicas, contabilizadas en relación con el espacio y el clima (Tufte 1983).

El rectángulo de Minard condensa los datos que la historiografía positivista considera relevantes a la hora de explicar un hecho histórico en términos de causas y efectos; una síntesis impecable encierra la campaña en el marco dominado por el número, anulando todo aquello que no puede ser contabilizado.

4.3 Correspondencias

Es imposible no coincidir con los teóricos del infodesign con respecto a que ambos ejemplos presentan la información organizada de tal manera que puede ser captada de manera diferente a la que ofrecen la linealidad del lenguaje verbal o la sucesión numérica.

Este análisis permite corroborar que la acción de visualizar la información implica poner a disposición del ojo y, a través de él, del pensamiento, cierto contenido. Para decirlo con los ejemplos, las técnicas de visualización aplicadas por Minard o por Snow permiten al lector captar rápidamente los problemas que azotaron al ejército napoleónico durante el doloroso invierno de 1812 o asociar los decesos con una bomba de agua contaminada en una esquina londinense. Nada dicen –ni pretenden hacerlo– sobre las desazones, estrategias, pensamientos o contramarchas de los sucesos en juego. Grafican de manera notable situaciones cuya unidad de medida es, en ambos casos, el número de muertos.

Por otro lado, teniendo en cuenta la intencionalidad original, cada uno genera distintos interpretantes. Mientras que en el caso de Minard el diagrama es un in-

terpretante ‘menos desarrollado’ para un signo ‘más amplio’ (las largas descripciones históricas en las que se documentó Minard), en el caso del mapa de John Snow, el proceso es inverso: son las posibilidades gráficas del mapa las que permiten generar nuevos interpretantes capaces de “hacer avanzar el conocimiento al revelar verdades insospechadas” (Peirce, CP 2.228). Esta diferencia entre uno y otro ejemplo pone en evidencia dos modos característicos de la visualización del dato tal como surge durante el siglo XIX; en un caso, se trata de una configuración técnica de la memoria, la creación de un dispositivo textual para conservar cifras y sus efectos; en el segundo, es el dispositivo textual el que opera una transformación, de tal manera que el acontecimiento —cada una de las muertes por epidemia— se convierte en dato capaz de ser puesto a disposición para algún tipo de generalización: la acumulación sobre el trazado de una calle de señales que representan muertos y su relación con la dispersión de las demás señales en las adyacencias es lo que otorga una información nueva. El diagrama de Minard se nutre de datos; el de Snow los produce.

Sin embargo, más allá del comportamiento del dispositivo textual, no caben dudas de que ambos pertenecen a un tipo de discursividad característica de una sociedad cuyo programa de progreso indefinido se inscribía en el pensamiento de un mundo en el que lo cifrable y lo mensurable son los prototipos del discurso verdadero (Mattelart 2001:7). Como los demás ejemplos de la época (los gráficos de Florence Nightingale durante la guerra de Crimea, las estadísticas de Quetelet para analizar patrones de comportamiento en Francia y tantos otros), se producen en consonancia con la preocupación social por conocer y regular los fenómenos físicos y la realidad social. Los enunciados efectivamente producidos emergieron en relación con objetos, conceptos, con modalidades de enunciación y elecciones estratégicas (Foucault 1970) coherentes con las posibilidades del ícono diagramático.

En otras palabras, la materia lingüística de aquellas producciones se realizó, ‘se hizo habla’, en una red discursiva en la que las reglas que condicionaban el ejercicio de la función enunciativa respondían a las intenciones científico-objetivistas y al valor que obtenía el dato como insumo metódico de la nueva ciencia de la medición, propios del pensamiento moderno entre los siglos XVIII y XIX. Dicho en términos de Pécheux, lo intra y lo inter-discursivo son cercanos: la reducción de la ambigüedad y las generalizaciones a las que se llega por el carácter diagramático son consonantes con el entorno discursivo de estos textos.

5. EL INFODESIGN HOY

William Playfair, el recordado iniciador de la estadística gráfica, decía en la primera década del ochocientos:

En los gráficos las tendencias, diferencias y asociaciones se perciben en un parpadeo. El ojo percibe de forma instantánea lo que al cerebro le llevaría segundos o minutos inferir de una

tabla de números (...) La gráfica permite que los números hablen a todo el mundo (...) no hay otra forma de comunicación humana que más apropiadamente merezca el calificativo de lenguaje universal (en Cairo 2008:43).

En los cultores contemporáneos del infodesign aún resuenan ecos de estas palabras: cada libro, cada artículo sobre el infodesign, enfatiza el lugar del lenguaje visual para poder percibir ‘en forma instantánea’ las relaciones existentes, de tal manera que parecería establecerse una continuidad entre aquellos orígenes y la actual configuración del campo. Sin embargo, esta similitud evidente actúa como un velo que oculta dos características propias del infodesign: el desarrollo de la atracción visual como modo de lograr un efecto persuasivo, atrayendo al público y convenciéndolo, y la descomplejización del conocimiento. Veamos más de cerca: tal como surge de los postulados del género, acceso al conocimiento, usabilidad y belleza persuasiva –casi fascinación llegan a decir en algunas de las divulgaciones más apasionadas– son los valores generales desde los que el infodesign construye su lector modelo.² Esto significa que –en tanto condiciones de producción discursiva– belleza visual y usabilidad no pueden considerarse como aspectos a agregar que vendrían a sumarse a un núcleo dado, el icónico diagramático, sino que, al contrario, el conjunto ‘conocimiento-usabilidad-belleza-persuasión’ es el que está en la base de la producción del sentido. El ícono diagramático se incluye en una constelación discursiva diferente (Foucault 1970), produciendo una transformación radical en la materialización de los sentidos. En efecto, la correspondencia entre las posibilidades del lenguaje visual y los alientos cientificistas de la sociedad en la que se desarrollaron las producciones del siglo XIX se ha modificado, y esta modificación abre posibilidades de construcción de sentido que estaban vedadas para aquellos enunciados.

Resulta significativo que estas posibilidades estén en profunda tensión. Es esta tensión la que echa luz sobre los aspectos que caracterizan el nuevo infodesign y al mismo tiempo indican qué transformación se está dando en los dispositivos de acceso al conocimiento. El consenso respecto de la ‘descomplejización’ nos permite analizar la cuestión más de cerca: si bien en el infodesign se trata de una información dominada por la pretensión de anular tanto el ‘ruido’ como las diferencias de interpretación, esta pretensión choca con las dinámicas estetizadas contemporáneas abiertas a partir de la búsqueda de la belleza persuasiva: así, muchas veces la ambigüedad estética entra en contradicción con el carácter ‘objetivo’ y ‘universal’ construido a partir de las posibilidades del ícono diagramático. El resultado es, como dijéramos en páginas anteriores, una tendencia al abandono de la enunciación ‘objetiva’ y su reemplazo por una instancia híbrida caracterizada por la coexistencia –incómoda muchas veces– de la intención objetivante y la estetizante.

A esto deben agregarse los variados sentidos de la ‘usabilidad’ del conocimiento en los que alientan las ideas de ‘eficiencia’, ‘eficacia’, ‘satisfacción’ –todos cercanos a la descomplejización–, que presuponen un ‘usuario’ que valora la rapidez y la facilidad.

Esta conjunción acarrea un efecto inquietante: todos los temas son posibles para el infodesign, cuyas producciones exhiben la cohabitación de las grandes problemáticas sociales con la banalidad de lo representado. Mientras que para las producciones anteriores quedaban excluidas las modalidades de enunciación sin aliento ‘científico’, el infodesign ha habilitado un extenso repertorio temático que incluye cuestiones de muy diferente tenor: desde diagramas que representan las palabras más empleadas durante una campaña electoral —como si las palabras tuvieran sentido sacadas de su contexto— hasta la graficación de los delitos sociales como ‘pecados capitales’, pasando por un sinnúmero de representaciones de accidentes ferroviarios, carreteros o aéreos en los que se aprecian detalladas construcciones de los virajes, tumbos o deslizamientos de los medios de locomoción. En muchos de estos ejemplos, el ícono diagramático es apenas una ilustración, una maniobra retórica para captar al auditorio. Tal vez sean las infografías periodísticas las que mejor expresan esta característica: convertidas en género del periodismo massmediático, forman parte de procesos comunicacionales de baja densidad y parecerían incluirse en estrategias de multiplicación de los códigos para evitar el cansancio de una lectura sin imágenes y favorecer la comprensión rápida pero también superficial de los hechos y procesos. Para ellas, las exigencias de atracción visual o de efectos persuasivos tienen su punto de anclaje en un receptor ávido de informaciones ‘útiles’, conseguidas ‘rápidamente’ para analizar los fenómenos noticiables para la prensa.

Se dirá con razón que junto a estas expresiones coexisten otras en las que las tensiones entre ‘conocimiento-usabilidad-belleza-persuasión’ logran mantenerse en equilibrio. Se enumerarán también con razón listas de producciones de infodesign que permiten anticipar acciones, analizar problemas o resolver situaciones. No puede negarse que desde infografías que aportan a la comprensión de la noticia hasta mapas temáticos que permiten descubrir problemáticas poblacionales, es posible exhibir —en las conferencias y textos *ad hoc*— una extensa gama de los llamados ‘éxitos’ del infodesign.

Sin embargo, sería ingenuo pensar que se trata de un ‘buen’ infodesign enfrentado a ‘uno malo’. Al contrario, son las condiciones de producción las que habilitan enunciados en los que el ícono diagramático se incluye en estructuras contradictorias con su lógica. Se trata, en fin, de coherencias y de incompatibilidades. En ese sentido, es preciso pensar en las fisuras entre la materia lingüística y la intención persuasiva como un modo enunciativo del infodesign; es preciso considerar las habilitaciones a la deflación del conocimiento y las invitaciones a volverlo eficiente como estrategias enunciativas actuales inscriptas en el programa de la época; es preciso —por último— considerar la distancia que va desde ‘una lengua universal’ a una ‘lengua accesible’ para entender los imaginarios que estas estrategias construyen.

NOTAS

¹ Cabe aclarar que el infodesign recurre también a elementos sonoros en sus producciones.

² Aunque todas las líneas que plantea el infodesign reclaman una dimensión estética, las discrepancias respecto de la relación entre belleza visual y usabilidad han dado lugar a dos líneas enfrentadas: una esteticista, que hace hincapié en el peso visual gráfico como forma de buscar mayor dinamismo y atractivo para la información, y otra analítica, tendiente a incrementar la capacidad cognitiva de los lectores al mostrar lo que permanece oculto bajo un conjunto caótico de datos (Cairo 2008:28).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTIN, J. (1977) *La gráfica y el tratamiento gráfico de la información*. Madrid: Taurus, 1988.

BONSIEPE, G. Una tecnología cognoscitiva. De la producción de conocimientos hacia la producción de conocimientos, [http:// www.culturadeldiseño.cult.cu/conferencias.gbonsiepe.html](http://www.culturadeldiseño.cult.cu/conferencias.gbonsiepe.html) (consultado en mayo 2006).

_____ (2005) “Proyecto, investigación y discurso”. *Tipográfica* n° 64, año 18, diciembre-enero-febrero-2004-2005, Buenos Aires, págs. 31-32.

CAIRO, A. (2008) *Infografía 2.0 Visualización interactiva de información en prensa*. Madrid: Alamut.

FORD, A. (2005) *Resto del mundo. Nuevas mediaciones de las agendas críticas internacionales*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma (Vital).

FOUCAULT, M. (1969) *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI, 1970.

MATTELART, A. (2001) *Historia de la sociedad de la información*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

SIMONE, R. (1999) *La tercera fase. Formas de saber que vamos perdiendo*. Madrid: Taurus, 2001.

TUFTE, E. (1983) *The Visual Display of Quantitative Information*, Graphics Press.

WURMAN, R. (1989). *Information Anxiety: What to do When Information Doesn't Tell You What You Need To Know*. New York: Doubleday/Bantam.

YATES, F. (1967) *The Art of Memory*. Great Britain: Penguin Books.

ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA INFOGRAFÍA DIGITAL

CARMEN MARÍA PRIETO

MARÍA INÉS MENDOZA BERNAL

I. INTRODUCCIÓN

La infografía digital constituye actualmente uno de los géneros periodísticos donde convergen en texto e imagen las condiciones ideales para el relato informativo. Su presencia se soporta estrictamente en la plataforma digital a partir de la llegada de internet a la sociedad y, más específicamente, en los cibermedios,¹ considerándose así un nuevo producto que ha venido a replantear la rutina profesional para abordar, en este caso, periodísticamente, los acontecimientos, acciones o cosas y generar comunicación mediante presentaciones o géneros informativos alternativos y más visuales que los tradicionales.

Cada vez más el ser humano tiende a buscar un apoyo visual del conocimiento, cultura reforzada en principio por la incursión de los medios audiovisuales y acentuada después por internet. No en vano Clemente y Santalla (1984) advertían la pertenencia a una civilización invadida por la imagen. La imagen es de tal importancia para el mundo de la comunicación, en tanto el 94% de la información del mundo exterior que recibe el ser humano lo hace por vía audiovisual y más del 80% llega específicamente a través de la percepción visual.

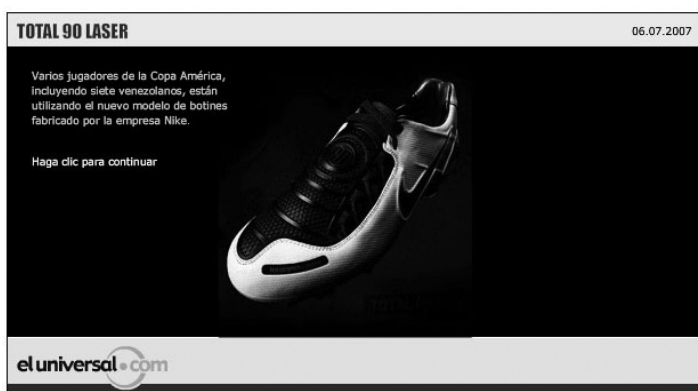
En este diario quehacer donde lo visual predomina sobre lo auditivo, la infografía digital se instaaura como un discurso visual cuya estructura descansa fundamentalmente en la forma de organizar la información textual y gráfica con el propósito

de transmitir un mensaje. Los medios digitales han experimentado con la edición y la publicación digital nuevas modalidades como medios de información y comunicación, lo que ha permitido el abordaje de nuevas posibilidades prácticas y narrativas mediante el uso aplicación de la fotografía y, más específicamente, con la infografía.

La importancia del presente estudio se centra precisamente en indagar si la infografía como recurso que combina texto e imagen (grafía) se corresponde con un relato informativo noticioso que sirva para ampliar, profundizar y relacionar los contenidos con los sucesos, eventos o acontecimientos, tal y como se concibe en el periodismo. Estas reflexiones han llevado a plantear los siguientes objetivos aplicables a la infografía digital en función de sus componentes: 1) describir la relación entre el código lingüístico y el código icónico; 2) determinar la organización sintagmática; y 3) conocer qué recursos retóricos se emplean para lograr una mayor persuasión.

Teóricamente, esta investigación se fundamenta en algunos postulados de expertos de la semiótica como Barthes (1974), Eco (1976) y Saussure (1974). La población objeto de estudio está conformada por 86 infografías sobre temáticas variadas, producidas por el periódico venezolano *El Universal Digital*, alojado en la dirección electrónica <http://www.eluniversal.com>. Para este estudio se seleccionaron y analizaron tres infografías digitales correspondientes al tema de la Copa América, publicadas entre marzo y julio de 2007, que llevan los siguientes títulos: “Total 90 Laser”, “El Mercurial Veloci” y “Estadísticas de los Equipos” (ver figuras anexas). En este trabajo, debido al poco espacio de que se dispone, sólo se expondrán los hallazgos de la primera infografía, “Total 90 Laser”.

Equipados para ganar



Fuente: Nike

Infografía: nramallo@eluniversal.com

Figura 1. Infografía digital titulada “Total 90 laser”, disponible en http://archivo.eluniversal.com/2007/07/06/ca07_inf_equipados-para-ganar_06A894813.shtml, julio 2007.

Estrenando balón

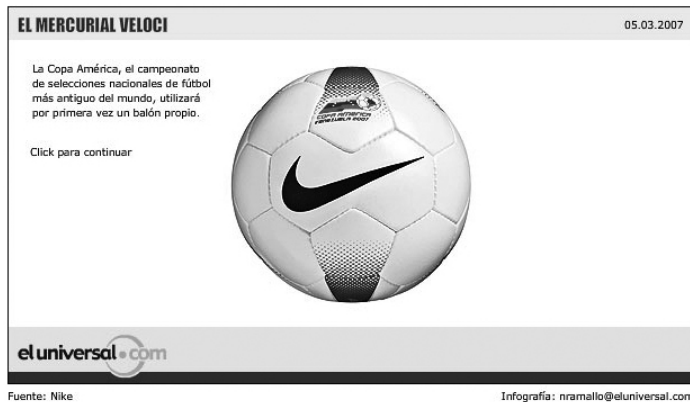


Figura 2. Infografía digital titulada “El Mercurial Veloci”, disponible en: http://archivo.eluniversal.com/2007/06/16/ca07_inf_estrenando-balon_16A886311.shtml, marzo, 2007.

Estadísticas de los equipos



Figura 3. Infografía digital titulada “Estadísticas de los equipos”, disponible en: http://www.eluniversal.com/2007/06/25/ca07_inf_estadisticas-de-los_25A890469.shtml, junio, 2007.

2. INFOGRAFÍA DIGITAL: UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO

Antes de entrar a definir lo que se entiende por infografía digital, conviene destacar lo planteado por Franco (2005), para quien la digitalización ha permitido ampliar los recursos disponibles en la creación del mensaje informativo visual, en tanto hay

mayores posibilidades de recurrir a distintos elementos gráficos en la construcción de un único mensaje.

El término “digital” conlleva una serie de particularidades que acompañan la infografía con respecto al mensaje impreso, “pues aunque comparten ciertas similitudes [...], lo cierto es que la infografía digital tiene unas características singulares derivadas del nuevo soporte que la sustenta” (Yuste 2006:9), tales como la interactividad, el hipertexto y los niveles de digitalidad relacionados con “la rutina productiva peculiar mediante técnicas y soportes cibernéticos, aunque también a la forma de distribución que emplea el camino telemático” (Valero 2004:5).

Aun cuando se considere que el diseño de la pantalla en la actualidad tiene sus antecedentes en la prensa, son evidentes algunas diferencias que conllevan dichos soportes, tales como: que la información textual y gráfica se debe organizar y presentar de forma diferente en la pantalla a como se haría en una página de papel, que la pantalla impone determinadas formas de tratar la información ofreciendo nuevas posibilidades y potencialidades de las que carece el soporte en papel (Heras 1991).

Teniendo claras tales distinciones, el término infografía digital se puede definir como

... una aportación informativa, en la mayoría de los casos sucesiva, que se elabora en las publicaciones digitales, básicamente visuales, pero también audiovisuales, realizada mediante unidades elementales icónicas, con el apoyo de diversas unidades tipográficas y/o sonoras, normalmente verbales (Valero 2003:556).

Es importante resaltar en el planteamiento del estudio infográfico las principales características que definen la infografía digital: a) *interactividad*, relacionada con la capacidad que tiene el usuario de interactuar con el gráfico o de navegar por él, actividad que se ejecuta con los botones de navegación u otros elementos que permiten la conexión de las distintas partes que forman la infografía, de manera que el lector puede ir accediendo a ellas según le interese; b) *movimiento*, que “permite a una infografía o infograma emular los movimientos que tienen lugar en la naturaleza, como puede ser el caso de la secuencia de una erupción volcánica o un accidente” (Valero 2003:564); c) *hipertexto*, que se refiere al uso de enlaces que permiten al usuario acceder desde la infografía a otros textos, sonidos o elementos que formen parte de la propia infografía o que estén fuera de ella.

El hipertexto se suele presentar

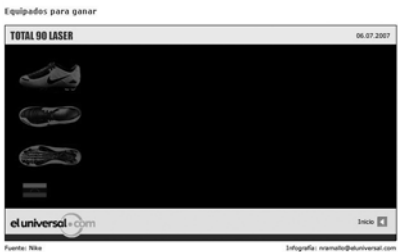
... a modo de índice o sumario y al pasar por ellos el puntero del ratón se convierte en mano indicial u otro icono y se puede interactuar con el clic señalando el inicio de un nuevo panorama o una secuencia cinemática de dibujos o fotografías y pasa a otra pantalla en la que se presenta el asunto seleccionado (Valero 2003:565).

La infografía de prensa, y especialmente la de tipo digital, “requiere una elaboración rigurosa y rápida, en la que confluyen tres disciplinas complejas que el infógrafo

tiene que conocer como son la comunicación periodística, la estética aplicada a las publicaciones y las herramientas y técnicas propias” (Valero 2004:35).

3. ANÁLISIS

Para llevar a cabo el análisis de la infografía seleccionada para este estudio “Total 90 Laser” del www.eluniversal.com se seguirá el orden de acuerdo con la numeración de las pantallas que siguen a continuación:



Pantalla 1



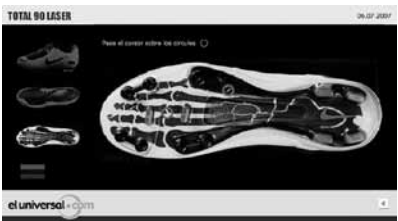
Pantalla 2



Pantalla 3



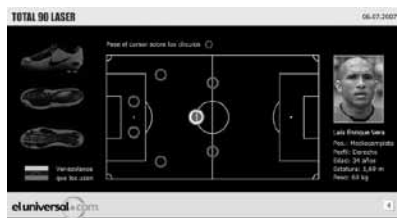
Pantalla 4



Pantalla 5



Pantalla 6



Pantalla 7

3.1 Organización sintagmática

Para Saussure (1974), las relaciones que unen los términos lingüísticos pueden desarrollarse sobre dos planos: el sintagmático y el paradigmático. Al primer plano corresponde el *sintagma*, que lo conceptualiza como “una combinación de signos, que tiene por soporte la extensión”, cuya extensión es lineal e irreversible (en el lenguaje hablado dos elementos no pueden ser pronunciados al mismo tiempo) y cada signo depende de su oposición al que le precede y al que le sigue.

Vitale (2002) establece que las relaciones sintagmáticas se fundamentan en el carácter lineal de la lengua y son entabladas por lo que se denomina “elementos copresentes en el discurso”, de allí el nombre *relaciones in praesentia*.

En el estudio de la infografía digital titulada “Total 90 Laser” se examinará su organización sintagmática siguiendo la alineación (de arriba hacia abajo) de los elementos que la integran, tomando como referencia además los cuadrantes resultantes de la división de la pantalla en un eje horizontal y otro vertical sobre los que se sitúan los objetos que se analizan, presentando la siguiente distribución:

Pantalla 1. En el cuadrante superior izquierdo se encuentra el antetítulo de la infografía “Equipados para ganar”, inmediatamente debajo de éste se distingue el título de la infografía “Total 90 Laser”, obedeciendo a la misma relación sintagmática que tradicionalmente se usa en los mensajes informativos del medio impreso. En la misma línea del título, pero del lado derecho (ubicándonos frente al monitor), se visualiza la fecha en la cual fue publicada por vez primera la infografía digital (06-07-2007). Ya en el rectángulo negro, casi alineado con la esquina superior izquierda, se ubica un texto: “Varios jugadores de la Copa América, incluyendo siete venezolanos, están utilizando el nuevo modelo de botines fabricado por la empresa Nike” en letras blancas y debajo de él, con letras amarillas, una oración que indica “Haga clic para continuar”. Al centro, también dentro del rectángulo de fondo negro, se aprecia un zapato (botín) deportivo de color amarillo y negro, cuya posición, y atendiendo al plano cartesiano, se localiza en el punto de origen.

Al dividir la infografía en cuatro cuadrantes (figura 4) se observa que aparece información textual en todos los cuadrantes. En la parte inferior izquierda, y fuera del rectángulo negro, se destaca la página web (logo) del cibermedio: *eluniversal.com*, en

la misma línea (cuadrante 4, lado inferior derecho) la palabra Inicio, que en las pantallas superiores es sustituida por una flecha que *indica* retorno (al inicio).

Debajo del logo (página web) del cibermedio, y en un punto más pequeño, se ubica la referencia de donde se extrajo la información: *Fuente: Nike*. En la misma dirección horizontal, pero del lado izquierdo (cuadrante 4), se colocó otro texto, el cual indica la autoría de la infografía digital: *Infografía nramallo@el universal.com*. Es de hacer notar que en este tipo de contenido, el nombre de quien realiza el trabajo va relacionado a su dirección electrónica, distinguida dentro de la cultura digital por el signo arroba (@).

Salvo el contenido que se ubica en el rectángulo negro de la infografía analizada, los demás elementos están presentes en cada una de las pantallas, por lo que su descripción sintagmática sólo hará referencia a los elementos que las diferencian.

Pantalla 2. Entre el cuadrante 1 y 3 se distribuyen los links, muy cercanos al margen izquierdo, conformados por tres botines pequeños y la bandera de Venezuela. En el 1 se encuentran los dos primeros, mientras que en el 3 los dos últimos, los cuales indican que se trata del índice que orientará la navegación de la infografía.

Pantalla 3. De esta pantalla en adelante se mantienen entre el cuadrante 1 y 3 los mismos elementos mencionados para la pantalla 2, con la diferencia de que en el centro se encuentran imágenes que aportan diferentes contenidos. En esta pantalla aparece destacado el zapato deportivo amarillo (ubicado en el punto de origen donde convergen los dos ejes), visto del lado correspondiente al pie izquierdo y ocupando gran parte del espacio disponible. Arriba de este, en el cuadrante 1, pero posicionado más hacia el eje vertical, se encuentra un texto que dice: “pulse el cursor sobre los círculos”.

Pantalla 4. En esta pantalla, el objeto central comparte espacio con los elementos del índice de navegación en los cuadrantes 1 y 3, pero ocupa casi todo el disponible en los cuadrantes 2 y 4. La imagen es presentada desde arriba (como especie de una vista aérea), y en los cuadrantes pares se observa la parte del zapato deportivo que cubre de la mitad del pie hasta el talón y tobillo. En el punto de origen está la parte negra del botín cuya figura de relieve destaca el número 90; le siguen los cordones.

Pantalla 5. Presenta la misma distribución de los signos de la pantalla anterior, solo que esta vez el objeto central aparece visto desde la parte inferior, es decir, se trata de la suela del zapato deportivo.

Pantalla 6. Esta pantalla distribuye la imagen principal justo en el eje central. Deja del lado derecho un espacio vacío negro el cual se corresponde en la pantalla 7 con información que se va desplegando al colocar el pulsor en los círculos rojos. Cada vez que se le emite la orden a cada uno de los círculos rojos se despliega imagen y texto, información localizada en el cuadrante número 2, en la parte superior derecha se presenta la imagen del rostro de un hombre y debajo, en el cuadrante 2, un texto relacionado con: nombre del jugador que aparece en pantalla, posición como jugador (me-

diocampista), perfil, edad, estatura y peso. Es de hacer notar que frente a la bandera de Venezuela aparece el texto: “Venezolanos que los usan”.

3.2 Simbología y retórica

Si se examina la infografía “Total 90 Laser”, presenta los tres mensajes de los que habla Barthes (1974): un mensaje lingüístico, un mensaje icónico no codificado (imagen denotada) y un mensaje simbólico (connotación).

El mensaje lingüístico fácilmente identificable se relaciona con: el antetítulo (o eslogan) “Equipados para ganar”; el título “Total 90 Laser”; los hipervínculos “Haga clic para continuar”, “pulse el cursor sobre los círculos”; texto explicativo: “Varios jugadores de la Copa América, incluyendo siete venezolanos, están utilizando el nuevo modelo de botines fabricado por la empresa Nike”; “Venezolanos que los usan”; página web (logo) del cibermedio: *eluniversal.com*; referencia *Fuente: Nike*; autor/diseñador *Infografía nramallo@el universal.com.*; datos de la fotografía del jugador ubicado en el lado derecho de la pantalla 7 (nombre, posición en el juego, perfil, edad, estatura y peso); textos que cumplen la función de *anclaje*, puesto que sirven para identificar los elementos presentes en cada pantalla, “se trata de una descripción denotada de la imagen” (Barthes 1974:132), son elementos lingüísticos que eliminan la ambigüedad que podría generar la imagen por sí sola; pero al mismo tiempo son portadores de la función *emotiva* (actitud del emisor frente al mensaje), la *conativa* (dirigida hacia el destinatario, es decir, hacia el objeto de interpelación, es el destinatario/receptor en el mensaje: “pulse”, “haga clic”) y la referencial (orientada hacia el referente, hacia el contexto, que en este caso identifica al jugador, la marca Nike, etc.).

El *mensaje literal* o no codificado (denotación) es el del “estado adánico de la imagen”, es ese “mensaje privativo, constituido por lo que queda en la imagen cuando se borran los signos de connotación” (Barthes 1974:134), es el “mensaje sin código”, que tiene algún rasgo que identifique la escena representada, que en la infografía analizada se visualiza a través de los íconos (signos que operan por similitud o semejanza con el objeto representado) de: botines deportivos de amarillo y negro ubicados en el centro de las pantallas (ocupan 2/3); tres botines pequeños en la parte izquierda (presentes en todas las pantallas, menos en la 1), la bandera de Venezuela (pantalla 2), una plantilla del mismo objeto-botín (pantalla 5), las pantallas 6 y 7 despliegan gráficos rectangulares que simulan la forma de la cancha y las divisiones estructurales en líneas amarillas y círculos rojos (que se despliegan como hipertextos). La pantalla 7 mantiene el gráfico (señalado antes), pero le agrega un nuevo elemento: primer plano del rostro de un jugador. Con estas imágenes percibimos el *analogon*, el espejo del referente, con su función testimonial.

Al pasar al nivel del *mensaje simbólico*, se codifica la imagen, se asiste “a la génesis del sentido que se hace por la inyección de significados connotativos, secundarios y culturales, en los significantes del nivel denotado” (Adam y Bonhomme 2000:223),

connotación que varía según la lectura e interpretación de cada individuo, dependiendo de su saber práctico, cultural, estético, etc.

Esta infografía nos muestra un antetítulo que dice “*Equipados para ganar*”, referido a proveerse de algo para alcanzar el triunfo (equipar significa proveer a uno de algo de las cosas necesarias para su uso particular) deportivo, pero que simbólicamente connota que sólo y exclusivamente con el uso del calzado Nike, como sujeto del /poder-hacer/, el jugador puede lograr el éxito. El título “*Total 90 Laser*”, que hace referencia a la nueva línea de calzado que lanzó la marca Nike, diseñado para mejorar la precisión del tiro, permite al jugador de fútbol que lo porte una mejor puntería. El número 90 se ha vuelto un elemento convencional a partir de las Olimpiadas de 1990, cuando se estrena el primer calzado deportivo de la Nike. *Láser*, según el *Diccionario de la Lengua Española*, se define como “dispositivo electrónico que, basado en la emisión inducida, amplifica un haz de luz, monocromática y coherente de extraordinaria intensidad”. De forma tal que el título de esta infografía denotativamente remite directamente a las propiedades del calzado, precisión y velocidad; y culturalmente (connotación) remite a la conquista total de una meta deportiva mediada por una marca, Nike, que otorga estatus, poder, confort, prestigio, condiciones deportivas óptimas.

Con respecto al texto “Varios jugadores de la Copa América, incluyendo siete venezolanos, están utilizando el nuevo modelo de botines fabricado por la empresa Nike”, es decir, deportistas participantes en el torneo Copa América y, en menor proporción, siete venezolanos. Frase que simbólicamente connota que este grupo de deportistas pertenece al exclusivo club de los elegidos, son figuras sobresalientes, estrellas que brillan en el firmamento del fútbol; condiciones que solamente son accesibles mediante el uso de los botines marca Nike.

El uso del color negro como fondo de la pantalla, como espacio que soporta el producto (el botín deportivo), en este contexto connota poder, elegancia y formalidad. Evoca el fondo oscuro del teatro, la plataforma distinguida sobre la que se erige el objeto de atención: el botín de la marca Nike, fabricado en colores amarillo y negro, donde el amarillo se relaciona con el dorado, la presea más importante a obtener en cualquier evento deportivo, pero también puede connotar calor, imaginación, placer, adolescencia, alegría, etc. (Clemente y Santalla 1984).

Otro elemento a resaltar tiene que ver con la ubicación del botín en el punto de origen de las coordenadas, es decir, al centro del rectángulo, de forma diagonal y en la misma posición equivalente a la dirección que lleva el símbolo Nike, reiterando una vez más la presencia de la marca deportiva, tal y como se manifiesta en cualquier mensaje publicitario. “La dirección diagonal es la formulación opuesta a la idea de estabilidad y, por ende, es la fuerza más inestable y dinámica, convirtiéndose en la formulación visual más provocadora” (Clemente y Santalla 1984:134).

Vale la pena destacar que el orden que guardan las imágenes de los tres botines y la bandera de Venezuela (símbolo de patriotismo) ubicados en la parte izquierda de

la infografía guardan una estrecha relación con la forma como se ejecuta el recorrido de navegación de una página web. En este sentido, cada una de estas imágenes representa un botón o link que convoca la navegación por la infografía, haciendo las veces del índice de un libro.

En última instancia se examina lo relacionado con la retórica o nivel tropológico (Eco 1976), que comprende el equivalente visual de las figuras retóricas (hipérbole, lítotes, antítesis, metáfora, etc.). El tamaño del zapato que aparece centrado es hiperbólico (exagerado, se amplía considerablemente), refuerza una vez su valor simbólico de producto que otorga prestigio, poder y velocidad, la misma fórmula que emplean los mensajes publicitarios para incitar al consumo.

Otra figura retórica que aparece en la infografía es la metáfora. La simple naturaleza virtual del mensaje infográfico es de por sí metafórica, al compararlo con el recorrido que se hace de un lugar a otro, del viaje (ida vs. regreso), de la navegación, etc. con el recurso de la flecha (ubicada en el cuadrante 4) que simula el retorno a la página anterior o principal, así como por los hipervínculos señalados en círculos rojos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAM, J. Y BONHOMME, M. (2000) *La argumentación publicitaria. Retórica y elogio de la persuasión*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- BARTHES, R. (1974) "Retórica de la imagen", en *La semiología*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- CLEMENTE, M. Y SANTALLA, Z. (1984) *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Madrid: Ediciones Deustof.
- ECO, U. (1976) *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen 2000.
- FRANCO, G. (2005) *La infografía periodística*. Las Palmas de Gran Canaria: Anroart Ediciones.
- HERAS, A.R. DE LAS (1991) *Navegar por la información*. Madrid: Fundesco.
- SAUSSURE, F. (1974 [1916]) *Curso General de Lingüística* (trans. Wade Baskin). London: Fontana/Collins.
- VALERO, J.L. (2003) *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Barcelona: Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona y otras.
- _____. (2004) La infografía digital en el comienzo de una nueva manera de informar. Ponencia presentada al I Congreso de Periodismo Digital de Maracay (2004). Disponible en <http://www.analitica.com/media/9399701.pdf>.
- VITALE, A. (2002) *El estudio de los signos. Peirce y Saussure*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- YUSTE, B. ET AL. (2006) *Uso de la fotografía y la infografía en los periódicos digitales*. Disponible en <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=997&llengua=es>.

ANÁLISIS SEMIÓTICO DE VISUALIZACIONES DE CONFLICTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES EN AMÉRICA LATINA

EMILIO FONSECA MARTÍN

Las visualizaciones de datos son imágenes que tratan de informar acerca de algo en principio no visible y de hacerlo de una forma clara y precisa. También conocidas habitualmente como gráficas, gráficos o diagramas, las visualizaciones son textos formados por diferentes sistemas semióticos como escritura, mapas, presentación de datos estadísticos, ilustraciones o fotos y pueden proporcionar datos objetivables, comparar valores, explicitar relaciones entre elementos, desentrañar procesos o explicar fenómenos. Para Peirce, el diagrama es icónico no porque sea semejante a la percepción visual de su objeto, sino porque capta y representa de modo semejante las relaciones entre las partes o los componentes de su objeto. Y posee la que Peirce considera cualidad fundamental del ícono, su capacidad de revelar o, mediante su observación, permitirnos descubrir aspectos nuevos del objeto (CP:2.279). Peirce, en varias ocasiones, llama al ícono “signo diagramático” y sostiene que razonamos realmente sólo mediante íconos y que los enunciados abstractos carecen de valor para el razonamiento excepto en cuanto nos ayuden a construir diagramas (CP:4.126). Asimismo, afirma que “la única forma de comunicar directamente una idea es por medio de un ícono” (CP:2.278), entre los cuales incluye diagramas, fórmulas o metáforas. El cartógrafo y estudioso Bertin (1997) señala de forma parecida una doble función en la visualización. Por un lado, es una extraordinaria forma de apoyar la investigación y la reflexión, de razonar sobre la información. Tufte, otro reconocido teórico de la visua-

lización de la información, señala que la mejor manera, la más simple y poderosa de explorar números, es ver dibujos de esos números, la forma más simple y poderosa de conocerlos (Tufte 2001:introducción). La otra función elemental que señala Bertin es la de la comunicación, que exige una mayor legibilidad, una sujeción a convenciones más universales. La visualización de datos que, como dice Catalá, reúne texto e imagen mediante procedimientos de hibridación epistemológica (2005:469), permite a menudo hacer comprensible a un público general lo complicado, lo que era accesible solo a unos pocos estudiosos iniciados, eliminando detalles, simplificando e iconizando lo abstracto y complejo. Una comunicación con precisión y eficiencia. Gracias a su “eclecticismo” visual, las visualizaciones son “capaces de poner en relación diferentes tipos de saber desde una misma perspectiva, y de hacer lo complejo perceptible y comprensible de una ojeada” (Peñamarín 2001), explicando fenómenos y conceptos, que no se perciben directamente, mediante una elaboración y una sistematización de datos y su traducción entre diferentes sistemas semióticos.

En este artículo pretendo mostrar de manera sucinta algunos procedimientos semióticos utilizados en visualizaciones de temática social y medioambiental, de los que selecciono fundamentalmente los referidos a América Latina. Son los resultados más destacables del análisis de visualizaciones pertenecientes a informes sobre problemas sociales y medioambientales publicados entre los años 2004 y 2009 por tres instituciones diferentes, con diferentes objetivos: dos organizaciones no gubernamentales, Oxfam y Greenpeace, y una organización supranacional como es el Programa de Naciones Unidas por el Medio Ambiente (PNUMA). Los informes consultados pretenden dar a conocer diferentes problemas al mayor número posible de lectores al tiempo que funcionan como recurso informativo para la prensa, para educadores, para posibles suscriptores y colaboradores o agentes sociales con capacidad ejecutiva. Son documentos dotados de rigor científico y estadístico, pero poseen también un marcado componente estético y retórico, necesario para sensibilizar al público sobre los diferentes problemas que se exponen. Responden a motivaciones ideológicas claras y pretenden provocar efectos y pasiones como lo pueda hacer la publicidad televisiva, aunque sus estrategias y objetivos sean muy diferentes a nivel comunicativo y moral. El objetivo es convertir los conflictos en problemas globales, referenciarlos, anclarlos en todos los niveles de comunicación de la sociedad, lograr que la ayuda sea vista como parte de la solución. Para Oxfam y Greenpeace, se trata de conseguir más medios a través de las afiliaciones y donaciones para sus líneas de trabajo en emergencias o proyectos de desarrollo y, al tiempo, más base para presionar políticamente. Los informes del PNUMA tienden a ser menos impactantes y persuasivos, pues no buscan aumentar el número de socios. Aun teniendo en cuenta que casi toda comunicación de una institución pretende legitimarla como tal, su labor auto-propagandística es reducida. Hay más afán didáctico e informativo que persuasivo. En sus informes se cuida la diplomacia de los discursos pero no se eluden datos reales sobre daños ambien-

tales concretos y sus consecuencias, así como las perspectivas sombrías que implican determinados modelos de producción y consumo.

Para hablar de los procedimientos representacionales de las visualizaciones me voy a referir en primer lugar a *Reading Images* (2006), de Kress y Van Leeuwen, que aporta interesantes recursos a la hora de abordar la complejidad de cualquier tipo de texto visual como construcción de sentido. Por ejemplo, sobre los procedimientos narrativos. Señalan que cuando los participantes son representados en acción, están conectados por vectores virtuales y aparecen haciendo algo uno al otro. Y denominan este patrón de acción, representado vectorialmente en la imagen, como narrativo. Hablan de participantes representados y no de elementos textuales, sujetos, objetos o figuras, como hacen otros estudiosos de la semiótica narrativa o visiva. Consiguen así acuñar una categoría más heterogénea, que puede incluir, indistintamente, dibujos o textos escritos como partes de un todo visual y que resulta útil para el análisis de visualizaciones, ya que éstas combinan diferentes clases de signos, como pueden ser símbolos gráficos, ilustraciones, palabras o números. A los participantes básicos en los procesos narrativos los denominan: *actor*, el agente que ejerce la acción, del que emana el vector, y *meta-goal*–, el que la recibe o es afectado, de algún modo, por ella.

Un recorrido narrativo en forma de viaje, con el provocador título de “Tour du Monde”, nos lo ofrece esta ilustración de Greenpeace (figura 1.a), perteneciente a un informe sobre destrucción del bosque amazónico para crear pastos que alimenten ganado. Lo que se quiere mostrar es, brevemente, el recorrido que relaciona a los consumidores de todo el mundo rico, el destinatario potencial del texto, con esta destrucción del bosque amazónico. Para ello se sirve de un gráfico que muestra un recorrido elemental a través de flechas encima de un mapa de América del Sur en el que solamente está delimitada la Amazonía y, marcados con íconos, los lugares, muy aproximadamente, de alimentación del ganado y de procesamiento industrial. El recorrido narrativo se traslada entonces a otros países, representados por sus siluetas geográficas. Un pequeño texto nos explica a qué se destinan distintas partes de los animales. Unas cuantas fotos, esparcidas como si fueran fotos de viaje en papel superpuestas, muestran esos objetos cotidianos. El informe exhibe a continuación, y a modo de conclusión, los logotipos de las marcas cuyo consumo o rechazo nos hace responsables de este destrozo.

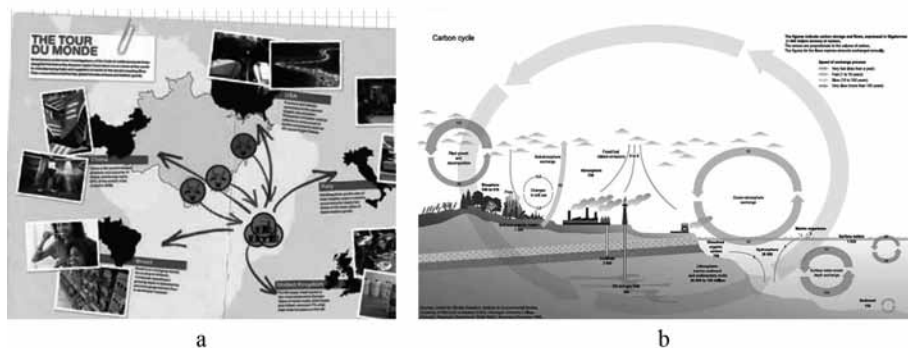


Figura 1. a. "Tour du monde", en *Slaughtering the Amazon* (Greenpeace 2009);
 b. "Carbon cycle", en *Kick the Habit* (PNUMA, 2008).

La figura 1.b muestra otro tipo de procesos, típicos de la representación de los ciclos de eventos naturales en los que resulta complicado hablar de agentes, denominados por Kress y Van Leeuwen (2006:69) procesos de conversión. En este caso, el del ciclo del carbono, podríamos ver como actores los procesos que expulsan el carbono a la atmósfera. Las nubes tendrían la doble función de metas, como receptores del carbono, y de actores, agentes de esa expulsión. Kress y Van Leeuwen denominan *relevo* a este tipo de actores con doble función, que facilitan una visión de conjunto cerrado. El ejemplo mostrado es un ciclo que se produce en la naturaleza pero en el que la actividad humana influye de forma determinante modificando el caudal de los flujos. Sólo las acciones humanas, con carga semántica desagradable, como los incendios o las expulsiones de las chimeneas, muestran flechas de ida y no de vuelta. Ahí no hay ciclo natural, hay emisión.

El siguiente tipo de proceso presente en las visualizaciones que me interesa señalar es el analítico. Los procesos analíticos, tal como los definen Kress y Van Leeuwen, son aquellos que relacionan a los participantes en términos de parte y todo. Los participantes son llamados aquí *portador* –el todo– y *atributos* –las partes–. En sus múltiples variantes, son los procesos que más a menudo encontramos en los documentos analizados. Los gráficos de barras o de tartas, que guardan una relación directa con las cantidades de los atributos, son ejemplos bien conocidos. Son muy comunes en las visualizaciones de datos cuantitativos, representando por ejemplo las cantidades de CO₂ que emiten diferentes sectores en Brasil o las hectáreas de coca producidas en diferentes países. Tufte (2001) trata de dilucidar cuáles serían las buenas prácticas en el diseño de diagramas. La facilidad de comprensión de los datos representados, la exactitud en las trasposiciones gráficas de las cantidades numéricas, la pertinencia de los segmentos mostrados –no dejando fuera, por ejemplo, cantidades que oculten tendencias– o la adecuada comparación de términos son algunas de las cualidades que deberían poseer las visualizaciones de este tipo.

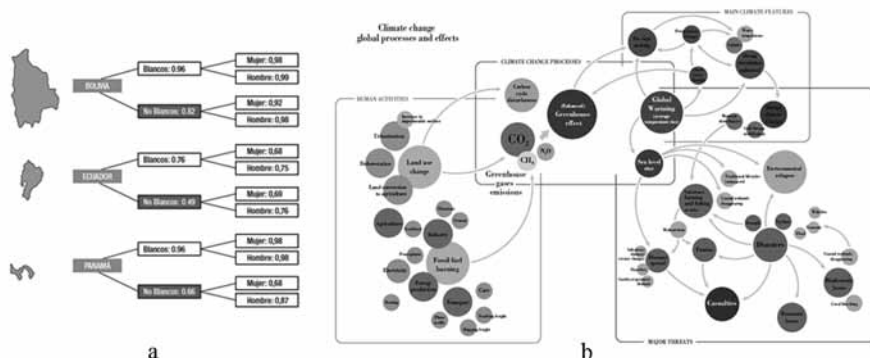


Figura 2. a. Gráfico de 50 años de pobreza, 50 años de desarrollo (Intermón Oxfam 2006);
b. “Climate changes, global processes and effects”, en *Kick the Habit* (PNUMA 2008).

En gráficos de coordenadas es frecuente que se pueda ver también la evolución en el tiempo, gracias a lo que Kress y Van Leeuwen llaman estructuras analíticas espacio-temporales. Hacen equivaler porciones de tiempo a segmentos espaciales y permiten observar progresiones casi narrativas de los atributos marcados. La combinación de gráficos de coordenadas con otros de barras permite introducir diferentes variables en una sola visualización, añadiendo nuevos atributos. A menudo también se mezclan procesos analíticos y clasificatorios en una misma visualización. La figura 2.a, sobre el porcentaje de analfabetismo en la población en Bolivia, Ecuador y Panamá muestra atributos de un todo en forma de segmentos de población de un país, pero esos mismos atributos, color –blancos y no blancos– y sexo –hombres y mujeres–, suponen también una clasificación de esas partes como todos parciales.

Las representaciones narrativas y las conceptuales se encuentran a veces enmarañadas, a menudo en los gráficos más complejos y que más alumbran la posibilidad de establecer nuevas conexiones entre ideas preconcebidas y pensamientos creativos. La visualización de la figura 2.b representa los procesos globales relacionados con el cambio climático. Para ello establece cuatro grandes clasificaciones, que serían cuatro grandes etapas de este proceso conceptual en sí mismo, ya que no describe siquiera un ciclo natural. Pasa de actividades humanas a los procesos de cambio climático provocados por los gases, las variaciones en el clima derivadas y las amenazas, otra vez para los humanos. Dentro de esas grandes clasificaciones establece otras sobre la base de colores y tamaños de los círculos y relaciona todo a través de flechas y conjuntos por delimitación con una línea coloreada o por simple proximidad. El gráfico permite así comprender de forma ordenada y global al mismo tiempo una secuencia de factores y cómo las amenazas que azotan al ser humano están directamente relacionadas con las actividades que el mismo ser humano emprende.

Los mapas son otro tipo de estructuras analíticas que traducen ciertos datos de la realidad, podríamos decir geográficos, en trazos visuales, manteniendo pro-

porciones y coordenadas. La función principal de los mapas siempre ha sido la de hacer una representación de la realidad espacial en miniatura, aunque desde hace siglos los mapas han ido incorporando otro tipo de datos en estructuras diferentes, a menudo también analíticas. En las visualizaciones estudiadas se encuentran mapas coloreados según las características de los atributos analizadas, gráficos de barras superpuestos sobre los mapas o dibujos también superpuestos que representan los atributos que se asocian a una determinada zona. Estos mapas sirven para situar la deforestación de la selva, los conflictos armados o los desastres naturales. En los últimos años —y gracias al uso de tecnologías digitales, pues sin ellas resultaría complicadísimo— se ha popularizado un tipo de mapas que, basados en las tradicionales representaciones de la superficie terrestre, deforman el contorno o las dimensiones de los diferentes países para relacionar proporcionalmente la superficie representada con diferentes variables. El fragmento de mapa contenido en la figura 3.b muestra el tamaño de los países en relación con el volumen de las emisiones de CO₂ que producen. El uso de este tipo de iconización de los mapas resulta especialmente atractivo para impactar al destinatario, ya que pone en cuestión la imagen del mapamundi tan asentada, que hipertrofia unos países y minimiza otros. Aquí, mientras EEUU aparece hinchadísimo, Perú o Bolivia casi desaparecen.

La figura 3.a es una visualización distinta a todas las demás analizadas, pero que considero interesante; una representación conceptual y analítica que aparentemente pone en marcha procesos topográficos —en cuanto a que sitúa los elementos en un espacio a escala—, pero que funciona más bien de manera lógica —situando los elementos en una relación eco-sistémica—. Representa una sección volumétrica de un entorno amazónico con figuración naturalista pero idealizada porque contiene todos los elementos precisos para explicar los efectos de la contaminación por hidrocarburos. Esta conjunción es la que permite que se analicen animales y plantas por separado y comprendamos al mismo tiempo su integración en el entorno. La visión de los efectos de este tipo de contaminación es así mucho más completa que si viésemos una enumeración de elementos o estos fueran íconos simples. Resulta además placentera a la vista, lo que debería proporcionar más interés en el destinatario.

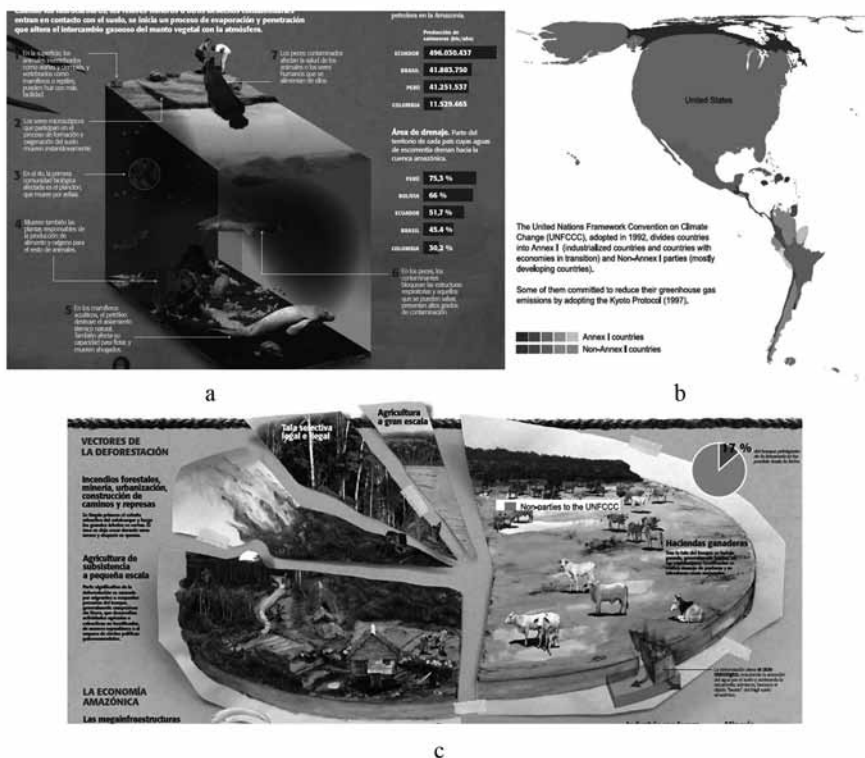


Figura 3 a. Infografía sobre efectos de la contaminación por hidrocarburos en *Geoamazonia* (PNUMA 2009);
 b. Fragmento de mapa sobre emisiones de CO₂ de *Kick the Habit* (PNUMA 2008);
 c. Gráfico de tarta con ilustraciones naturalistas, *Geomazonia* (PNUMA 2009).

Los informes estudiados, sobre todo los de Oxfam y Greenpeace, tienen una firme voluntad de convencer –además de hacer saber– y persuadir para actuar. En los informes se suelen desarrollar juegos de manipulación, de provocación y seducción. Provocación porque se exponen datos terribles sobre la situación del medioambiente o de los más pobres, que tratan de afectarnos como personas capaces de solidaridad o compasión. Seducción porque se ofrece una posibilidad positiva a la que agarrarse, como es la toma de conciencia y la acción –sea a través de sus instituciones o no–. El objetivo sería producir una combinación de las modalidades de deber y querer hacer en el destinatario que confluya en su reacción positiva. Sin embargo, casi todas las visualizaciones analizadas se sitúan en líneas o estilos relacionados con un tipo de comunicación que suele fluir entre lo informativo y lo divulgativo, hacer saber y hacer aprender, adoptando estéticas cercanas a lo científico –de demostración–, con sus formas de realismo y sus alusiones a contratos de veridicción más o menos estandarizados, como pueden ser la definición de las escalas de los gráficos, la declaración

del origen de las fuentes, etc. Avisaba Foucault que no se está en la verdad más que obedeciendo a una “policía” discursiva que se debe reactivar en cada uno de sus discursos y que la disciplina —en este caso científica— es un principio de control de la producción del discurso (Foucault 2002:38). Los gráficos se tienen que someter a ciertas normas básicas de representación. Por un lado, deben mantener cierta verificabilidad. En el caso de las visualizaciones de datos: el traslado de los números a las distancias y superficies debe ser proporcional; las escalas deben ser también proporcionales y estar debidamente señalizadas; los gráficos deben empezar en valores de 0, etc. En el caso de gráficos cualitativos es a veces más complicado establecer esta verificabilidad, pero de algún modo se presupone una forma de justificar un orden, una relación, una clasificación. Y ese modo es, normalmente, el marcado por la disciplina, un marco teórico y metodológico, que puede variar desde el informativo o didáctico de los informes de Oxfam y Greenpeace, a veces rozando esquemas publicitarios, hasta los del PNUMA, generalmente también informativos y didácticos pero en algunos casos más volcados a la demostración científica.

Sostiene Charaudeau que el valor de verdad es objetivante y objetivado, no de orden empírico (Charaudeau 2003:60). Aparte de mantener cierta verificabilidad, las visualizaciones tienen que dar esa fluctuante sensación de verdad, de proceder según las normas de la disciplina adecuada. Casi todas las visualizaciones estudiadas proponen cierto grado de abstracción en cuanto a que son visualizaciones que intentan representar cosas que no se perciben directamente como cantidades, relaciones, porcentajes, desplazamientos, funcionamientos, expresiones conceptuales, etc. Sin embargo, muchas incluyen representaciones esquematizadas de referentes visibles como los árboles o las fábricas de la figura 1.b y más raramente representaciones más naturalistas, con una paleta amplia de colores y mucho más detalle, como en el caso de las figuras 3.a y 3.c. Son pocas las infografías que, como éstas, mezclan la riqueza visual del naturalismo con la eficacia comunicativa de los diagramas y las visualizaciones científicas o didácticas. La figura 3.c muestra un sencillo gráfico de tarta en el que la precisión pierde importancia y lo que se refuerza es la comprensión, también sensible y emotiva, del problema expuesto. Representa la responsabilidad, en porcentaje aproximado de un total, de las principales causas de la deforestación del bosque amazónico. El hecho de incluir ilustraciones detalladas parece buscar un impacto mayor en el destinatario que una descripción escrita —que también incluye— y facilitar una rápida asimilación del contenido de cada sector del círculo. Diagramas como éste, que conjuguen orientaciones de códigos a priori diferentes, son difíciles de encontrar porque suman también diferentes habilidades técnicas; son complicados de producir. Deben además sortear el prejuicio de no resultar “serios” por ser menos sobrios.

Pero si de lo que se trata es de usar las visualizaciones para explicitar relaciones que nos conciernen, explicar procesos y conceptos que no se perciben directamente, despertar el interés del destinatario, incitarle a reaccionar vivamente y hacer que per-

manezcan en el recuerdo, este tipo de conjugaciones, superposiciones y traducciones semióticas es una vía sin duda interesante y prometedora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERTIN, J. (1997) *La gráfica y el tratamiento gráfico de la información*. Madrid: Taurus.
- CATALÁ, J.M. (2005) *La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- CHARAUDEAU, P. (2003) *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa.
- FABBRI, P. (2000) *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa.
- FOUCAULT, M. (2002) *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- KRESS, G. y VAN LEEUWEN, T. (2006) *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. New York: Routledge.
- LATOUR, B. (1998) “Visualización y cognición”. *La Balsa de La Medusa*, 45-46.
- LOZANO, J., PEÑAMARÍN, C. y ABRIL, G. (2004) *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- PEIRCE, C.S. (1931-1958) *Collected Papers*, Hartshorne, C., Weiss P., y Burks A. W. (eds.), 8 vols., Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press (citado como CP).
- PEÑAMARÍN, C. (2001) “La información y nuestro punto de vista sobre el mundo”, *El Signo del Gorrión*, nº 22, págs. 91-105.
- TUFTE, E.R. (2001) *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire (Connecticut): Graphic Press.

LA COHERENCIA TEXTUAL EN LOS SITIOS WEB: DESDE LAS ESTRUCTURAS NARRATIVAS Y DISCURSIVAS HASTA SU MANIFESTACIÓN

PIERO POLIDORO

I. LA IMPORTANCIA DEL NIVEL DE LA MANIFESTACIÓN

En este trabajo quisiera demostrar la utilidad de un análisis semiótico en el nivel de la manifestación textual en los sitios web. La semiótica tiene a su alcance muchos instrumentos para el análisis de este tipo de textos. Si nos limitamos a la semiótica generativa, podemos referirnos, por ejemplo, a las tipologías propuestas por Jean Marie Floch (1990) en relación con los modos de valorización de los objetos de consumo o a las ideologías publicitarias que pueden amoldarse con relativa facilidad a textos comerciales en general. Por otra parte, tenemos a disposición los análisis tradicionales de la narratividad, los cuales nos permiten precisar las estructuras actanciales, aspectuales y temático-figurativas que subtienden a los textos y que emplearemos en varios lugares de este ensayo. Pero debemos citar muchos otros instrumentos, como es el caso del análisis del nivel pragmático del texto –lo que haremos en relación con el estudio de un sitio web (Zinna 2004)– y, además, todos aquellos instrumentos analíticos que provienen de otras teorías semióticas, como es el caso de la semiótica interpretativa (Polidoro 2003; Cosenza 2008). Por otra parte, textos complejos, macrotextuales y sincréticos, como son los sitios web, deben ser observados desde diversos puntos de vista para poder ser comprendidos en una forma satisfactoria y útil. Desde una aproximación como la que acabo de

señalar, creo que el estudio del nivel textual de la manifestación no es solo una fase preliminar del análisis (ya que para alcanzar la profundidad del texto tenemos necesariamente que pasar por su superficie), sino también uno de los puntos clave de aplicabilidad de la semiótica a los sitios web y también en relación con los textos comerciales en general.

En uno de sus primeros textos sobre el recorrido generativo, Greimas (1970) explicaba que la emergencia del sentido encuentra en su camino constricciones en relación con las cuales debe adecuarse y ser seleccionadas para poder operar como tal. El nivel o plano de la manifestación no se considera como la fase final de esta secuencia, sino como la operación de constitución “en un plan de signes” *de cualquiera de los niveles o planos del recorrido generativo, el cual se interrumpe y da vida a un texto (Greimas y Courtés 1979:220). La manifestación textual viene especificada por una lengua y por un material; deberá, por tanto, tener en cuenta las “constricciones”, los vínculos del lenguaje y de la sustancia de la expresión en la cual se produce o adviene.*

Se puede entonces intuir cuál es la utilidad del estudio del nivel de la manifestación. Un texto comercial tiene una estructura narrativa más o menos compleja que está en la base de su mecanismo persuasivo. Pero para que este texto pueda alcanzar una eficacia máxima, tiene que mostrar una coherencia interna muy compleja: todos sus niveles deben articularse y reforzarse recíprocamente en la diferencia de sus estructuras y de sus mecanismos. En el campo semiótico, muchos análisis han sido dedicados a los niveles semio-narrativos (superficial y profundo) y al discursivo, pero se ha descuidado a menudo el nivel de manifestación y el estudio de los modos a través de los cuales se produce la emergencia las estructuras inmanentes a través de elementos sensibles y coherentes con ellas mismas, de la misma forma como, según Jakobson (1963), la función poética se produce en las analogías entre la estructura del contenido y la estructura de la expresión. Una feliz excepción la hallamos en el ensayo de Jean Marie Floch dedicado a la construcción de la imagen publicitaria del Crédit du Nord, en donde se aprecia muy bien de qué manera una serie de temas, ligados a valores de fondo, son traducidos primero en una figura (la estrella) y después en una serie de estilemas plásticos que sirven al diseñador gráfico para crear el logotipo. En las próximas páginas trataré de mostrar cómo un análisis estructural más tradicional puede integrarse a un análisis del nivel de la manifestación que ponga en evidencia la coherencia entre los varios niveles textuales.

2. ANÁLISIS DEL CORPUS, GÉNERO TEXTUAL Y DESTINATARIOS

Quisiera subrayar la importancia del estudio de la manifestación proponiendo los resultados de un análisis más amplio que he realizado sobre sitios web y sobre los espacios de comunicación digital de los grandes estudios de arquitectura.

Este trabajo se basa en el análisis de un corpus conformado por veinte sitios web. A partir de esta primera fase emergen algunas características constantes de este género de sitios dedicados a la arquitectura y, además, los rasgos particulares de cada sitio manifiesta. Se distinguen varias estrategias comunicativas. Entre ellas, dos parecen particularmente interesantes por la riqueza, la coherencia y por el hecho de que en varios de sus aspectos se oponen con claridad. Se trata de estrategias desarrolladas por dos estudios de arquitectura muy importantes a nivel mundial, el estudio de Norman Foster (Foster and Partners, www.fosterandpartners.com) y el estudio de Richard Rogers (Richard Rogers Partnership, hoy Roger Stirk Harbour Partnership, www.richardrogers.co.uk).

El análisis de los textos verbales de estos sitios demuestra con mucha claridad cómo, tanto Rogers como Foster, escogen como destinatario de sus acciones una “filosofía”, es decir, un modo de ver la arquitectura y un conjunto de ideales. Otros estudios, que ofrecen una imagen más comercial, prefieren indicar como destinatario al cliente. En la elección de Rogers y Foster se reconoce el intento de declararse independiente de las constricciones comerciales y pertenecientes a una concepción artística de la arquitectura. Pero las semejanzas terminan en este punto, ya que mientras Rogers cita como fuente de su inspiración los valores políticos (la ecología, el bienestar social), Foster se orienta mucho más hacia los valores económicos (la eficacia, la ergonomía, el éxito). Foster se encuentra en una posición intermedia: por un lado elige al cliente como su destinatario y pertenece al ámbito artístico; por otra parte, fundando su filosofía sobre valores económicos, responde también a algunas de las características del ámbito comercial.

Digo esto para aclarar el contexto en donde se mueve el análisis. Quiero ahora concentrarme sobre algunos aspectos que se refieren de manera más cercana al problema de la manifestación textual.

3. EL TRABAJO DEL ARQUITECTO: EL ESQUEMA NARRATIVO

Foster y Rogers muestran una concepción distinta del trabajo del arquitecto o, cuando menos, una postura que pone en evidencia otros aspectos. Esto es muy evidente en la selección de las imágenes que ilustran los sitios web. Foster prefiere casi siempre imágenes de obras terminadas. En el sitio web de Rogers encontramos muchas imágenes de obras en construcción. Observemos dos casos límite. En el año 2005, en la página dedicada al nuevo aeropuerto de Pekín (terminado para las olimpiadas de 2008), Foster muestra una reconstrucción en 3D del proyecto muy realista. Mientras que Rogers pone en evidencia los diseños preliminares y las fotografías de la cantera de trabajo de la Asamblea Nacional de Gales mucho tiempo después de haber terminado la obra. Por lo tanto, Foster presenta como terminados y completos también los proyectos que se encuentran en fase de construcción, mientras que

Rogers muestra las fases de preparación gráfica y de construcción incluso en relación con proyectos realizados hace tiempo. Esto significa focalizar la atención sobre fases o etapas diversas del recorrido generativo que podemos resumir y agrupar bajo el *topic* “trabajo del arquitecto”. Rogers apunta sobre la performatividad, sobre la imagen del arquitecto que proyecta y construye. Foster, en cambio, se concentra sobre las fases del trabajo concluido, sobre la obra terminada y utilizada, la mejor sanción o reconocimiento positivo para un arquitecto (y, al mismo tiempo, una futura demostración de la competencia).

Estamos, por tanto, frente a una focalización sobre fases distintas del esquema narrativo: por una parte, la fase de la performance; por la otra, la sanción y el reconocimiento. Este proceso tiene una correlación a nivel de las estructuras discursivas. Las dos estrategias, de hecho, se articulan hacia la tendencia de privilegiar aspectualizaciones temporales distintas. Rogers exalta la fase de duratividad, el *work in progress*, muy evidente a través de las imágenes de la obra en construcción, Foster, por su parte, prefiere la fase terminativa del proyecto ya cumplido. Pero, y este es el punto que me interesa subrayar aquí, la correlación se establece también a nivel de la manifestación textual. Analizando el conjunto de las imágenes empleadas por Rogers y Foster notamos que mientras el primero prefiere los bocetos y dibujos, el segundo hace uso de los modelos en 3D. Podemos decidir si representamos un edificio terminado a través de un boceto o de un modelo 3D. Pero un diseño al trazo, basado en el movimiento de la mano, es por lo general menos preciso, posee menos detalles, deja voluntariamente algunas zonas incompletas. Por la forma en que está realizado (se trata de un diseño hecho con rapidez, un boceto), es el símbolo del trabajo en acto, es una base que sirve para aportar ulteriores modificaciones. La modelización en 3D simula el producto final en todos sus detalles, con líneas precisas y netas, limpias y definitivas. Las escogencias cumplidas en la fase de la manifestación textual teniendo en cuenta los requerimientos impuestos por la sustancia de la expresión (un inventario de técnicas de representación) son coherentes con las características (narrativas y aspectuales) de los niveles inmanentes.

4. LA CONCEPCIÓN DE LA ARQUITECTURA: ROL ACTANCIAL Y FIGURATIVIZACIÓN

Pero la oposición entre Foster y Rogers no se detiene en el tipo de destinatario que eligen o en la fase narrativa de la aspectualidad. Sus discursos muestran también un modo completamente distinto de concebir la arquitectura, entendida como producto de su actividad (el edificio, el plan urbanístico, etc.). Para comprender mejor, tomemos dos frases entresacadas del sitio web de Foster: “Our work embrace *infrastructure, architecture and product design*” y “We work from the scale of an *airport* down to the *handle* of a door” (las itálicas son nuestras).

En el centro de atención del texto se ubica el objeto proyectado, bien sea un edificio o la manija de una puerta. Este es el límite de la actividad del arquitecto. Este es,

en términos semióticos, el objeto de valor creado en el discurso de Foster. Tomemos ahora una frase del sitio web de Rogers: “At the Heart of our urban strategy lies the concept *that cities are for the meeting of friends and strangers* in civilizad public spaces *surrounded by beautiful building*”, “Cities are the *physical framework* of our society, the generator of civil value, the engine of our economy and the heart of our culture” (las itálicas son nuestras).

El valor de los edificios y de la ciudad es ahora relativo. Ellos sirven sólo como un fondo (*physical framework*) para nuestras vidas, son un instrumento para permitir que las personas se encuentren y desarrollen sus actividades. El verdadero valor reside en estas personas, en su vida en común, en su cultura. Desde un punto de vista narrativo, edificios e infraestructuras son sólo (a nivel actancial) adyuvantes. Una vez más encontramos una diferencia muy fuerte entre los dos relatos, el de Foster y el de Rogers. Una diferencia que hunde sus raíces en las estructuras semio-narrativas de superficie: ya no en la elección del proceso de focalización del texto sobre una fase u otra del recorrido generativo, sino en la operación semiótica que confiere al producto de la actividad un rol actancial distinto (objeto de valor/adyuvante).

Esta oposición semio-narrativa se repropones a nivel discursivo, después de la convocatoria. Foster y Rogers, de hecho, figurativizan esta idea de arquitectura de manera distinta y, a mi parecer, coherente con el rol actancial que le han dado. Un adyuvante debe ser un instrumento, algo que sirva como intermediario, que se encuentre al lado de la escena y no en el centro de ella.

Un objeto de valor, por el contrario, reivindicará a través de su relevancia narrativa el centro de la escena que ocupará. Foster concibe sus obras como algo ya cumplido, algo que se coloca frente a nosotros y que debe ser admirado. Su idea de arquitectura, la manera como emerge en la fase de figurativización, tiene características que corresponden a la figura del cubo o bloque visual. El bloque es algo único, monolítico, cerrado sobre sí mismo, que impone su presencia. No se trata, sin embargo, de una figura que es representada directamente: se trata de una figura-arquetipo cuyas características inspiran los procesos de discursivización y de manifestación. Veamos ahora cómo Rogers describe su idea de arquitectura:

Public space between building influences both the built form and the civil quality of the city, be they streets, square or parks. A balance between the public an private domain is central to the practice's design approach. Building and surrounding spaces should interrelate and define one another, whit external spaces functioning as rooms without roofs.

The structure of building set the scale, form and rhythm of the architectural environment, whitin which change and improvisation can take place [...] Lightness of structure, transparency and layering are dominant design factors in the work of the practice.

En el centro de atención no se encuentra ya el bloque o cubo construido, sino las relaciones existentes entre ellos: en el primer texto se usa dos veces *between*, así como

el verbo *interrelate* y la expresión *define one another*; en el segundo texto aparece dos veces la palabra *structure*, que indica precisamente un sistema de relaciones. Por consiguiente, lo que resalta son los espacios que regulan estas relaciones: “public space”, “streets, squares or parks”, “surrounding spaces”, “external spaces”, “rooms without roofs”.

Comienzan a emerger algunos temas principales: la interrelación, la levedad, la permeabilidad, el continuo alternarse de espacios (públicos y privados, internos y externos). A estas unidades temáticas corresponden rasgos figurativos más precisos, derivables en parte de un análisis semántico de los temas mismos, en buena parte citados en el texto: el ritmo visual, la transparencia, las estructuras conformadas por niveles. Un concepto que me parece puede resumir muy bien estas características es el de “telar” o red.

El telar, de hecho, es una estructura construida por niveles que produce un ritmo de llenos y vacíos y que nos deja ver su espacio interior (por tanto, transparente). Son todas características que nos permiten la levedad, el atravesamiento, la permeabilidad, y que nos permiten, más que un cuerpo único y sólido, establecer un sistema de relaciones. Una idea que puede reencontrarse en muchos proyectos del estudio de Rogers.

Un análisis del texto arquitectónico de Foster y Rogers nos permitiría comprender de qué manera una serie de características figurativas que corresponden a la oposición *bloque-red* son transformadas en algo tangible, es decir, cómo pueden pasar a través de la fase de manifestación textual hacia una sustancia particular visual-espacial.

5. EL BLOQUE, EL TELAR Y LA MANIFESTACIÓN

Pero debemos ir más allá. Una de las grandes lecciones de Greimas ha sido aquella de pensar un sistema semio-narrativo y discursivo que es susceptible de poder ser manifestado de diversos modos. Un mismo mecanismo puede continuar a vehicular o transmitir el mismo núcleo de sentido y expresar las mismas estructuras de significado en diversos lenguajes y sustancias. He hecho una rápida referencia a una manifestación de la sustancia “arquitectónica”. Trataré ahora de mostrar cómo el mismo sistema puede manifestarse en una sustancia visual, teniendo en consideración las reglas y las características de dos lenguajes diversos.

Empecemos desde el lado de una semiótica visual más tradicional, es decir, a partir de las imágenes que ilustran los sitios web de Foster y Rogers. He hablado de ellos en parte resaltando la diferencia aspectual entre la modelización 3D y el boceto. Pero existen otros rasgos característicos de estas dos técnicas que subrayaremos. En el momento en el cual se pasa hacia la fase de la manifestación textual parece que Foster y Rogers prefieren las técnicas que corresponden mejor a las ideas del bloque y del telar, respectivamente.

A través del *rendering* y las texturas generadas en una modelización 3D se puede recubrir el objeto y otorgarle un aspecto realista, sólido, muy compacto. Es la impresión que tenemos al observar los modelos del aeropuerto de Pekín. Un boceto, por el contrario, es generalmente un diseño por trazos que se mueve en el ámbito de lo gráfico, no de lo pictórico. Las líneas son líneas-contorno y las superficies están presentes solamente a través de su perímetro. No poseen textura, su color es el mismo del fondo (generalmente blanco o del color del papel soporte). Incluso y a menudo las formas no son cerradas, ya que deben servir solamente para dar una idea general del proyecto. La ausencia de color, de detalles, la levedad de la imagen. Esta idea de permeabilidad se expresa muchas veces a través de flechas que atraviesan la imagen gráfica.

Pero los sitios web de Foster y Rogers no se detienen en este punto. Hasta ahora hemos observado, sobre la base de una oposición entre arquetipos figurativos, la coherencia existente entre el discurso verbal, la arquitectura realizada y las técnicas de representación utilizadas en el proyecto. Veremos ahora cómo se conforman los mismos sitios web para responder a los modelos del bloque y de la red. Cuando se analiza la interfase de un sitio web, una de las características a tomar en cuenta es la oposición *texto/paratexto* (ver Cosenza 2008). En este caso, por *texto* se entiende la zona o espacio gráfico principal de la interfase o aquella que contiene las informaciones centrales (textos verbales centrales, imágenes, videos, etc.). El *paratexto* es la zona gráfica de la interfase que contiene todos los instrumentos que sirven para presentar o hacer funcionar el sitio como tal: menú de navegación, botones, créditos, otros. Una página web del sitio de Foster (figura 1) prevé un texto en posición central, fácilmente reconocible, ya que posee un fondo gris más oscuro. Este texto está rodeado por una cornisa de un gris más claro que aloja en lo alto el menú de navegación principal (a la izquierda) y el encabezamiento con el logo (a la derecha); hacia la zona gráfica inferior se ubica el menú de navegación local. El texto está claramente aislado del paratexto: tiene un color distinto y está rodeado por un marco englobante.



Figura 1. Página tipo del sitio de Foster

Veamos ahora una página tipo del sitio de Rogers (figura 2). Partiendo desde lo alto, percibimos una faja horizontal que contiene el menú de navegación principal (paratexto). Debajo vemos el título de la página (“National Assembly for Wales”), que nos indica el proyecto acerca del cual va a informarse (texto). Más abajo, una nueva faja horizontal aloja el menú de navegación local (paratexto), que nos permite viajar entre las páginas del proyecto. En la faja inferior tenemos una imagen completa del proyecto (texto). Al lado, hacia la derecha, una composición con otras imágenes más pequeñas. Estas imágenes forman parte del texto, ya que ilustran varios aspectos del proyecto, pero al mismo tiempo forman parte del paratexto, ya que clickeando sobre ellas accedemos a otras páginas en las cuales la fotografía es mostrada en una mayor extensión y con didascalias comentativas. Esta zona lateral de la página es, al mismo tiempo, texto y paratexto.



Figura 2. Página tipo del sitio de Rogers

En la ventana inferior encontramos la parte con mayor cantidad de contenido verbal. Esta área puede subdividirse en tres columnas principales. En la zona izquierda se encuentra una descripción del proyecto y se adscribe al texto. La zona extrema a la derecha es un menú de navegación que nos conduce a vínculos hacia el interior del texto o hacia fichas de información adicional. Se trata, por tanto, de un paratexto. Pero ¿qué ocurre con la columna central? En ella no hay links, pero sí contiene informaciones complementarias, por lo cual debería formar parte del texto. Pero todos estos breves textos informativos están diseñados en una tipografía gris levemente más oscura que el fondo y algunas zonas se activan pasando al color negro sólo cuando pasamos el cursor sobre alguna de las frases. Así que tanto la primera columna como la segunda no pertenecen únicamente al texto. La primera contiene links propiamente hablando que activan porciones internas de la página. La segunda no contiene conexiones, sino que muestra algunos de los

rasgos del link, ya que sus elementos pueden pasar de un estado de desactivación a otro estado de activación.

Se hace evidente, por lo tanto, de qué modo la estructura de la página del sitio web de Rogers es muy distinta del sitio de Foster. En el sitio de Foster, texto y paratexto se mantienen claramente separados uno del otro, a través de una lógica englobante/englobado. En el sitio web de Rogers no existe esta separación tan marcada. Esto depende de varios factores:

1. Texto y paratexto se intercalan y, por lo tanto, se alternan muchas veces en el diseño de una misma página.
2. Hay zonas gráficas de transición que funcionan como texto o paratexto.
3. Las líneas horizontales (blancas sobre fondo gris, verdes sobre fondo blanco) atraviesan la faja visual horizontal que contiene la mayor parte del texto verbal, creando una rima visual que conecta las tres columnas.

Pero la construcción gráfica por niveles, estructuras lineales, permeabilidad entre espacios son, precisamente, los rasgos del telar, de la red. Esto demuestra que el “bloque” y el “telar”, es decir, los dos conceptos del nivel figurativo que se encuentran en la base de las técnicas gráficas de proyectación de Foster y Rogers, pueden rendir cuenta, a su vez, del diseño de sus interfases gráficas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COSENZA, G. (2008) *Semiotica dei nuovi media*. Roma-Bari: Laterza.
- FLOCH, J.M (1990) *Sémiotique, marketing et communications*. París: Puf.
- GREIMAS, A.J. y COURTÉS, J. (1979) *Sémiotique, Dictionnaire raisonné*. París: Hachette.
- JAKOBSON, R. (1963) *Essais de linguistique générale*. París: Minuit.
- POLIDORO, P. (2003) “Teoria dei generi e siti web”. *Versus* 94-96. Milano: Bompiani.
- ZINNA, A. (2004) *Le interfacce degli oggetti di scrittura*. Roma: Meltemi.

**ESPACIOS GRÁFICOS-ESPACIOS SIMBÓLICOS
EN LA NUEVA NARRATIVA NORTEAMERICANA.
EL CASO DE *HOUSE OF LEAVES*, DE MARK Z. DANIELEWSKI**

SUSANA GONZÁLEZ AKTORIES

I. INTRODUCCIÓN

La apuesta que hiciera la editorial Random House en el año 2000 al publicar *House of Leaves*, primera novela de Mark Z. Danielewski, mostró ser un rotundo acierto. Pronto el libro alcanzó un número de ventas tan alto que se ganó la asignación de *National Bestseller*.

Este éxito del todavía entonces desconocido Danielewski invita a la crítica a replantearse si realmente vivimos en tiempos de un analfabetismo funcional y, más aún, si las capacidades de lectura –aquellas que permiten comprender y significar un texto escrito– se pueden seguir manteniendo iguales ante propuestas literarias tan atrevidas como la de *House of Leaves*.

Estrictamente hablando, esta novela atenta contra el portátil y ligero “pocket book”, mostrando con sus 709 páginas que hoy en día no sólo es posible escribir un texto de largo aliento, sino que además éste puede ser recibido con interés por un amplio público lector. No obstante, la obra exige una competencia de lectura muy particular para descifrar el sentido de la inesperada y siempre cambiante impresión del texto en la página. Este recurso resulta un elemento clave, en tanto que contribuye a articular la novela y a poner de manifiesto la íntima relación que existe entre la tipografía y la “topografía” de la página, ambas actuando en función de los diferentes tiempos-espacios en los que se desarrollan las diversas tramas.

La valoración de la obra implica el reconocimiento de la importancia que adquiere la forma plástica del texto y lo que ésta provoca y evoca a los lectores de hoy, en tanto que retoma, por una parte, la tradición de las hipernovelas posmodernas y, por otra, abreva en formas que el discurso hipertextual ha adoptado en los años más recientes en el medio informático. Además, son notables los rasgos de parentesco que guarda la novela con la literatura visual, cuyas intenciones semánticas resultan altamente significantes.

Antes de entrar a desentrañar las estrategias específicas por las que se distingue la novela, cabe reconocer lo que ésta comparte con la tradición de las letras. Desde una amplia perspectiva de intertextualidad, *House of Leaves* dialoga con las más diversas obras de la literatura universal, ya sea incluyendo algunos extractos de las mismas en forma de citas, o bien añadiendo epígrafes, comentando en notas al pie o al margen cierta relación que guardan las ideas elaboradas en la trama con aquellas de autores y obras consagradas, aun las que corresponden a disciplinas ajenas a la literaria. La lista de referencias directas es muy extensa, lo cual demanda del lector, si no un conocimiento cabal, al menos una noción general de estas fuentes que recorren el saber universal, tanto científico como humanista. Las menciones van, por ejemplo, de Homero hasta Borges, pasando por Baudelaire y Rilke, Milton y Pound; figuran asimismo referencias a las sagradas escrituras y a las interpretaciones que de éstas se han hecho; aparecen citas de tratados filosóficos y de psicología, como por ejemplo de Freud y Heidegger; se habla de libros de crítica de arte y de la cultura, como aquellos de la pluma de William J. Mitchell, Susan Sontag o Cassandra Rissman La Rue; se incluyen fichas de ensayos de arquitectura y, en relación con la misteriosa trama de la novela, de estudios sobre casas embrujadas; adicionalmente, por más lejanas que parezcan las referencias, se nombran documentos relacionados con ingeniería nuclear. Más allá de las fuentes escritas, se hace una particular alusión a la plástica.

En otro nivel de registro, se reconocen influencias o préstamos de estrategias narrativas y temas concretos identificados con un estilo de escritura determinado o incluso con un autor específico. La crítica ha señalado, por ejemplo, el parentesco con el tono narrativo y la composición laberíntica de Thomas Pynchon, los guiños lingüísticos inspirados en Vladimir Nabokov, los juegos semánticos y de irrealidad que recuerdan a Jorge Luis Borges y las estructuras conceptuales que evocan las propuestas deconstruccionistas de Jacques Derrida. El propio autor ha declarado que, más allá de estas referencias, también han influido en él formas del discurso escrito, como aquellas concebidas en los manuscritos medievales o en la poesía modernista (Brick 2004).

Por la forma de construir y refractar su discurso, pueden reconocerse en Danielewski además gestos heredados de la concepción del hipertexto, tal como fue entendido hacia mediados del siglo XX por escritores y teóricos, buscando trascender los tradicionales modelos narrativos basados en una pretendida linealidad (Paúl Arranz 2006). Nos referimos en concreto a la hipertextualidad e hiperficcionalidad literarias,

identificadas sobre todo con el discurso posmoderno, y que apuntaban a una fragmentación deliberada del espacio de ficción, dando como resultado una posibilidad combinatoria capaz de ofrecer dentro de la misma obra múltiples recorridos de lectura.

La fragmentación del cuerpo narrativo llevó a la exploración de las alternativas que ofrecía la página misma para su organización, exigiendo a su vez una capacidad diferente del lector, que involucrara la “realización” del texto, es decir, su re-construcción derivada de una lectura activa, creativa, dispuesta a aceptar la calidad de “obra abierta” que éste suponía.

Estos antecedentes, que explican algunas características de *House of Leaves*, fungen como telón de fondo y a la vez encuentran resonancia en su propio tejido. Pero en su experimentación con nuevas formas de hipertextualidad desde la página impresa, Danielewski no abreva exclusivamente en la tradición literaria, sino que toma también del discurso cibernético gestos directos, alusivos a los novedosos mecanismos de relación interactiva del sujeto con la pantalla, sobre todo a partir del llamado hipervínculo. La noción de *hipertexto*, ahora en el sentido que le ha conferido la informática y que ha sido sintetizado por teóricos como George P. Landow, ayuda a entender la riqueza detrás de ciertos recursos considerados por el autor de *House of Leaves*:

El hipertexto, al poder conectar un pasaje de discurso verbal a imágenes, mapas, diagramas y sonido tan fácilmente como a otro fragmento verbal, expande la noción de texto más allá de lo meramente verbal (...). Con *hipertexto* (...) me referiré a un medio informático que relaciona información tanto verbal como no verbal.

Sin duda, en la novela se traman relaciones complejas, si se considera la composición semántico-visual, tanto de las múltiples notas ya referidas como de los apéndices que aparecen en la última sección del libro, y que buscan no sólo ilustrar sino complementar y expandir el contenido de la obra, sirviendo por momentos aun como elementos caracterizadores de sus personajes. Más allá de lo anterior, se sugiere de forma complementaria una excursión sonora al CD *Hounded* de Poe, que se encuentra en estrecho vínculo con el libro. Pero si, como sugiere Landow, el hipertexto es considerado como aquel que “representa una encarnación incómodamente literal de un principio que parecía especialmente abstracto y abstruso desde el punto de vista de la imprenta” (Landow 1995:74), Danielewski no parece interesarse en adoptar literalmente la funcionalidad mecánica del hipervínculo, sino que sólo expone su valor simbólico. Esto explica que no hubiera buscado verter la versión de su libro que originalmente circuló en pdf, en un formato que le hubiera permitido realizar las maniobras de navegación aludidas en el texto. La determinación de fijar la palabra en un formato impreso le permite, en cambio, explotar el potencial evocativo de los signos convencionalizados en el medio informático. Así, recursos como el empleo de la tinta azul para indicar un hipervínculo adquieren una carga sugestiva, al igual que sucede

con los marcos azules que simulan el ambiente informático de las llamadas *ventanas*, tal como se verá más adelante.

La conciencia del mundo electrónico contribuyó además a nutrir la propuesta literaria de Danielewski, al considerar el evidente cambio de hábitos de lectura al que nos hemos visto sometidos en la actualidad. El propio autor declara que su novela está dispuesta de una forma en la que el lector puede acceder a ella, dado que está expuesto a un multiprocesamiento de información en los medios de comunicación (Brick 2004).

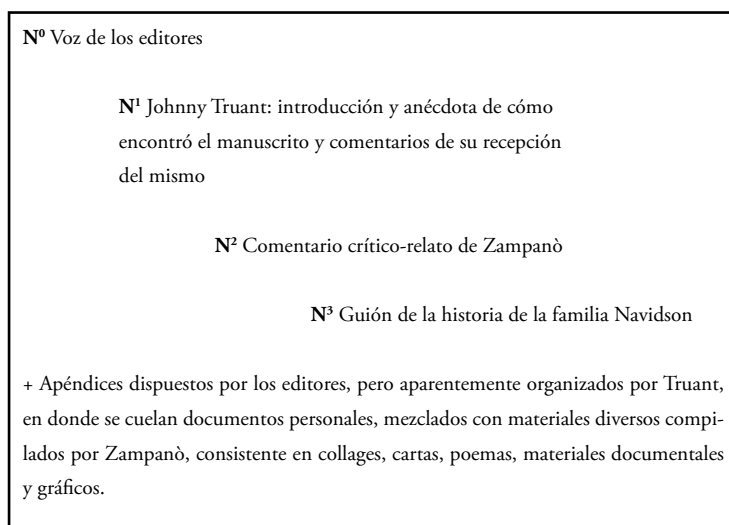
Además de lo anterior, y apoyado en un código de lectura que, independientemente de las tradiciones de literatura visual, sólo en raros casos ha sido explotado en la narrativa, Danielewski se suma a quienes han tenido una preocupación estética y funcional vinculada a la puesta en página del texto. Estos recursos se pueden entender como estrategias que responden a lo que Viviana Cárdenas llama la “zona visuográfica” (Cárdenas 2001:94), y son otro importante antecedente de *House of Leaves* que le permite mapear a la mirada los recorridos en el por demás complejo tejido de la obra.

2. CONSTRUCCIÓN DE LA TRAMA

“*This is not for you.*” Con esta sentencia da inicio la novela, insinuando su carácter de texto iniciático, no apto para cualquiera, y logrando a la vez incrementar la curiosidad del lector por adentrarse en él. Esta desacreditación *a priori*, a manera de aviso —o acaso de provocación—, se vuelve parte de la dinámica que a cada paso demanda la lectura y muestra que para recorrer el texto, para conocer aquella casa de la mano de los diversos protagonistas y comentaristas, hay que asumir el riesgo de la descomposición gráfica del espacio textual, de su arquitectura, y someterse a una compleja transformación, como la que sufre la casa por dentro.

Antes de adentrarnos en la manera que tiene Danielewski de urdir su trama, conviene trazar el recorrido general que le imprime su carácter tan particular. La novela ha sido definida como: “*allegory/horror story/philosophical soft porn/psychological thriller*”.

En cuanto a su forma, puede considerarse como hipernovela en la que, como sucede al abrir las cajas chinas o las matrioshkas rusas, los relatos que la contienen se enmarcan uno alrededor del otro, desde la perspectiva de sus distintos narradores, lectores ellos mismos de documentos ajenos, haciendo que la historia se fragmente en varios planos espacio-temporales. Pero aun a pesar de la separación clara de los niveles diégeticos (véase tabla 1) que sitúan las diversas historias en coordenadas espacio-temporales distintas —lo cual se logra, entre otras cosas, gracias a un manejo tipográfico diferenciado—, llama la atención que lo que se narra es proyectado más allá del contexto en el que surge. Así, por ejemplo, vemos cómo la trama original va influyendo y envolviendo incluso a los narradores circundantes y periféricos.



Gráfica 1. Niveles diegéticos y estructura de *House of Leaves*

La historia nuclear (N³) responde a una trama sencilla: tras una exitosa carrera como fotoperiodista en zonas de guerra, Will Navidson se muda con su familia a provincia para llevar una vida más tranquila. Sin embargo, la tranquilidad les dura poco tiempo: pronto reconocen que la casa a la que se han mudado está sujeta a fuerzas extrañas. Como por embrujo, surge de repente un nuevo espacio que cambia de proporciones sin que la casa cambie por fuera. Este problema, en apariencia irresoluble, crea complicaciones y tensiones cada vez mayores para los personajes. A pesar de actuar de forma pragmática, con ayuda de especialistas y con un seguimiento minucioso videograbado de las transformaciones de dicho espacio, el misterio se mantiene y los envuelve, al grado de llevar a su protagonista Will a sufrir un trastorno psicológico.

Esta trama, presentada como potencial guión filmográfico bajo el nombre de *The Navidson Record*, se ve enmarcada por el trabajo de comentario erudito realizado por otro narrador, Zampanò (N²), aparente autor de la obra y caracterizado como ciego, huraño y aficionado a los textos raros. Ante su misteriosa muerte, Zampanò conserva para el lector una identidad cifrada tan sólo en sus escritos y en los comentarios que de éstos realiza un tercer narrador, Johnny Truant (N¹), quien realiza la introducción y las notas a la obra. La fascinación que en éste causa el documento desperdigado encontrado en casa del difunto es compartida al lector en forma de confianza. Truant inicia su relato con comentarios en primera persona, explicando las circunstancias extrañas en las que accede a este texto y agregando notas sobre el estado del propio documento, completando, traduciendo y comentando fuentes, pero sobre todo revelando al lector cómo los acontecimientos leídos se proyectan de manera igualmente

misteriosa en su propia vida, haciéndolo también a él presa del relato. Finalmente, como al margen, aparece la voz de los editores del libro (N^o).

El texto es acompañado por una serie de apéndices que refuerzan la intención de documento, atractivo y a la vez enigmático, que guarda la obra ficcional. En los apéndices aparece una sección de cartas que la madre escribe a Truant, que revelan un estado mental desequilibrado y una relación compleja.

El lector es puesto así sobre varias pistas, pero no para resolverle algo de lo que se cuenta, sino para interesarlo en *cómo* se cuenta, dentro de una estructura inestable y cambiante, cuyos pilares son en su mayoría huellas de lecturas perspectivadas de los diversos narradores.

3. DE LA TRAMA A LA FORMA O “ENTRE EL DICHO Y EL HECHO”

Apoyado en la bondad de la novela como género que permite todo tipo de digresiones y asimilaciones de otras formas como el guión, la nota documental, el poema o la epístola, Danielewski crea dimensiones narrativas que se refractan y multiplican. A ello se suman los vastos apéndices, poco convencionales en el tratamiento novelesco, que extienden la trama más allá del tejido verbal, al integrar fotografías u otras referencias ilustrativas.

Una clave importante para armar este rompecabezas narrativo es la ya aludida “puesta en página”. Sin pretender establecer una jerarquía de los recursos visuales que aparecen en la novela, sí conviene presentar algunos dar cuenta de la complejidad del texto y de la alta competencia que requiere su lectura.

3.1 Recursos gráficos presentes en el texto

Entre los recursos gráficos más básicos empleados en esta obra están el manejo tipográfico diferenciado, que identifica las distintas voces o instancias narrativas, y la ya mencionada alusión a la “liga” o hipervínculo, tal como se utiliza en los medios informáticos, y que en este caso se limita a la referencia de la “casa” (*house*). Se trata de una palabra índice que invariablemente aparece en letras azules, reforzando con ello de forma estratégica la abismación que alberga este espacio, no sólo para los Navidson sino también para los múltiples lectores del aparente guión. Y aunque la liga no logra activarse, se vuelve un *leitmotiv* que recorre la obra y que genera expectación.

El manejo de la doble tinta (azul-negro) figura además en ciertos recuadros que como *ventanas* intervienen el cuerpo del texto, orillándolo y reubicándolo temporalmente. Surgen así múltiples planos de lectura que se van refractando en distintas dimensiones narrativas (figura 1).¹

especially complicated and twisted.”

Oddly enough, however, the farther Holloway goes the more infrequently he stops to take samples or mark their path. Obviously deaf to Seneca’s words.

Jed is the first to voice some concern over how quickly their team leader is moving: “You know where you’re going, Holloway?” But Holloway just scowls and keeps pushing forward, in what appears to be a determined effort to find something, something different, something defining, or at least some kind of indication of an outside-ness to that place. At one point Holloway even succeeds in scratching, stabbing, and ultimately kicking a hole in a wall, only to discover another windowless room with a doorway leading to another hallway spawning yet another endless

series of empty rooms and passageways, all with walls potentially hiding and thus hinting at a possible exterior, though invariably winding up as just another border to another interior. As Gerard Eysenck famously described it: “Insides and in-ness never inside out.”¹⁴³

This desire for exteriority is no doubt further amplified by the utter blankness found within. Nothing there provides a reason to linger. In part because not one object, let alone fixture or other manner of finish work has ever been discovered there.¹⁴⁴ Back in 1771, Sir Joshua Reynolds in his *Discourses On Art* argued against the importance of the particular, calling into question, for example, “minute attention to the discriminations of Drapery . . . the clothing is neither Woollen, nor linen, nor silk, satten or velvet: it is drapery: it is nothing more.”¹⁴⁵ Such global appraisal seems perfectly suited for Navidson’s house which despite its corridors and rooms of various sizes is nothing more than corridors and rooms, even if sometimes, as John Updike once observed in the course of translating the labyrinth: “The galleries seem straight but curve furtively.”

Of course rooms, corridors, and the occasional spiral staircase are themselves subject to patterns of arrangement. In some cases particular patterns. However, considering the constant shifts, the seemingly endless

¹⁴⁴Not only are there no hot-air registers, return air vents, or radiators, cast iron or other, or cooling systems—condenser, reheat coils, heating convectors, damper, concentrator, dilute solution, heat exchanger, absorber, evaporator, solution pump, evaporator recirculating pump—or any type of ducts, whether spiral lock-seam/standing rib design, double-wall duct, and Loloss™ Tee, flat oval, or round duct with perforated inner liner, insulation, and outer shell; no HVAC system at all, even a crude air distribution system—there are no windows—no water supplies.

¹⁴³Aside from the practical aspect of fishing line—a readily available and cheap way to map progress through that complicated maze—there are of course obvious mythological resonances. *Minos’ daughter, Ariadne, supplied Theseus with a thread which he used to escape the labyrinth.* Thread has repeatedly served as a metaphor for an umbilical cord, for life, and for destiny. The Greek Fates (called Moirae) or the Roman Fates (called Fata or Parcae) spun the thread of life and also cut it off. Curiously in Orphic cults, thread symbolized semen.

¹⁴⁴Gerard Eysenck’s “Break Through (not a) Breakthrough: Heuristic Hallways In The Holloway Venture.” *Proceedings from The Navidson Record Semiotic Conference Tentatively Entitled Three Blind Mice and the Rest As Well*, American Federation of Architects, June 8, 1993. Reprinted in Fisker and Weinberg, 1996.

¹⁴⁵See Joshua Reynolds’ *Discourses on Art* (1771) (New York: Collier, 1961).

Figura 1

Además de los recuadros, observamos también el empleo de rayas que separan un texto de otro y que hacen aparecer de manera simultánea relatos paralelos, en los que uno de ellos puede comentar el otro, ilustrarlo, complementarlo, o bien desviarse para abrir un espacio nuevo, un paréntesis que invita a explorar temas aparentemente alejados de la trama en cuestión. Y aunque las instrucciones de lectura parecen relativamente organizadas, gracias también a la diferenciación tipográfica de voces narrativas y contextos, lo cierto es que la impresión de simultaneidad, a pesar de poder imprimir cierto dinamismo a la lectura, también genera un desconcierto en lo referente a la decisión de cómo realizar el recorrido. Además, hay que saber reconocer los fragmentos que exigen tan sólo ser “vistos”, y distinguirlos de aquellos que piden ser “leídos”, aun cuando esto implique a veces girar el libro de lado o de cabeza.

Por lo que toca a la notas o comentarios marginales o al pie, y que el autor suele emplear para evocar el efecto de “coro” a la manera del drama clásico, éstas pueden dejar de

ser meros comentarios meta-textuales y periféricos para convertirse, por el mero cambio de lugar en la página, en el centro de la lectura. En estos desplazamientos se desterritorializa alguna de las tramas, mostrando que en este rompecabezas no hay una voluntad jerárquica determinada de planos ni de voces, sino que cada cual adquiere la pertinencia debida, según el lugar y momento en el que se ubica en la narración.

3.2 Cualidades semánticas del texto como documento

Podemos iniciar este rastreo con la identidad convencional que Danielewski confiere a la cita. Ésta aparece como texto en cursivas y sangrado, muchas veces en su lengua original, sin importar que para un lector promedio esto la vuelva incomprensible, como podría suceder, por ejemplo, si no se domina el griego o el francés para descifrar los pasajes originales que se incluyen de las obras de Homero o de Marguerite Duras. Pero este patrón no siempre se conserva, pues a veces sí se incluye la traducción al inglés —como hace Truant en sus notas—, por ejemplo de citas extraídas de *Sein und Zeit*, de Martin Heidegger. Sin considerarlas menos importantes que las anteriores, podría especularse que Danielewski en este caso no quiere arriesgar una falta de comprensión del texto por parte del lector, pues quedan manifestas aquí importantes reflexiones sobre la noción de extrañeza y de misterio (*Unheimlichkeit*), que en su sentido literal en alemán, y a propósito del tema central de la novela, refiere a lo “no-casero” o lo “no hogareño” (*das Un-zuhause*).

En un nivel documental distinto estarían aquellos textos “cifrados” en otros lenguajes y que implican recorridos y formas de lectura que por su naturaleza son diferentes, como el hebreo —de derecha a izquierda—; el braille —aunque sólo en potencia, dado que se trata aquí de una reproducción fotográfica—; o los signos que involucran una notación musical. Parece aquí tratarse de piezas accesorias, tal como sucede con las fotografías hechas de constelaciones de recortes y notas manuscritas casi ilegibles (figura 2).



Figura 2

Como referencia igualmente documental, aunque de tipo apócrifo, podemos reconocer aquellos pasajes en donde se asume la existencia de fragmentos perdidos o pasajes inciertos, como en anotaciones de Truant sobre el texto preparado por Zampànò, o bien en notas explicativas de los editores en los apéndices. De igual manera, encontramos gestos que refrendan la calidad documental de la obra como manuscrito, sobre todo al incluir fragmentos enteramente tachados.

3.3 Cualidades plásticas del texto

Los ejemplos anteriores revelan un interés del autor por captar la plasticidad del texto, considerando distintos tipos de procedencia y grados de codificación. Esto a su vez le confiere de diversas formas el valor de *objet trouvé*. Pero más allá de estas imágenes —algunas de ellas de interés iconotextual— también aparecen pasajes conformados por secuencias sintácticas cuyo contenido semántico puede resultar simple, pero cuya concepción plástica es la verdadera portadora de sentido. Tal es el caso de algunas cartas del apéndice en las que se reitera la fórmula “forgive me”, multiplicándose y aun superponiéndose hasta volverse ilegible, al tiempo que enfatiza el gesto de súplica y desesperanza que alberga el enunciado. La disposición de este texto en forma de collage es claramente entendida por el ojo sin necesidad de recorrer de manera sistemática línea por línea (figura 3).

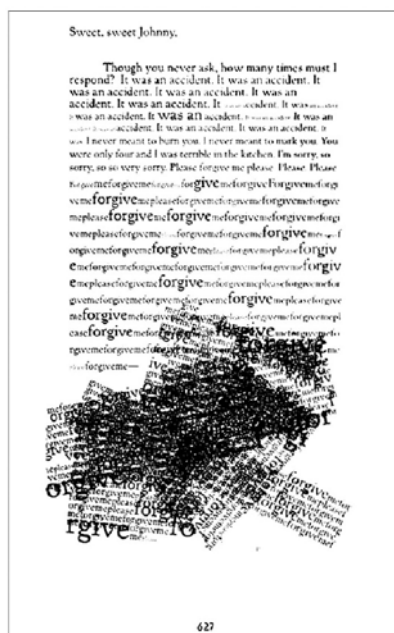


Figura 3

En su plasticidad, el texto también puede diseñar o evocar un espacio arquitectónico, aun el más abstracto. Es capaz de emerger desde algún ángulo, de comprimirse en una estrechez a la que parece someterlo el blanco circundante, o bien de desplegarse de forma inquisitiva, demorándose en la horizontal y haciendo que el intersticio entre las palabras se expanda imprevisiblemente (figura 4).



Figura 4

Estos textos dispuestos de forma tan cambiante en el espacio exigen una expectativa de lectura abierta a lo que pueda suceder a la vuelta de una página. No queda claro si estas estrategias son producto del encantamiento de la casa o reflejo de las emociones que su misterio genera sobre los personajes. Pero queda su impresión en el papel como huella de una extraña magia que supera y domina a los múltiples narradores, y que termina encantando a lectores.

En una lectura estimulada por la curiosidad y la virtud exploradora o detectivesca, estamos invitados a seguir aquellas pistas sembradas en la página, con la esperanza de descubrir el meollo del asunto. Así, podremos ser testigos del texto en cada uno de los espacios que habita; recorreremos todas las direcciones; descifraremos el tachón y el ripio; buscaremos dar sentido a lo superpuesto; contrastaremos versiones y compondremos historias, procurando encontrar la relación que vincula cada página con la que le sucede. Y en su complejidad, la obra terminará ofreciéndonos las claves de cómo pide ser leída, para al final reconocer la intriga, aun cuando no se nos conceda resolverla.

Más que como un circuito nodal, el texto se vuelve una fuerza a veces centrífuga y otras centrípeta, desde la que se perspektivan y en torno a la que orbitan los relatos. Esto le permite a la obra no sólo dialogar consigo misma, sino también constituirse en un lugar de encuentro, en palimpsesto de escrituras confeccionadas mediante malabares y piruetas hipertextuales que rebasan lo que a nivel funcional se podría lograr en un medio informático. *House of Leaves* desmiente así el lugar común acerca de la escasa flexibilidad que se confiere a los formatos impresos, y muestra que a nivel formal es posible ir mucho más allá de la linealidad unidimensional por la que convencionalmente se sigue caracterizando el discurso literario.

Danielewski conocía las ventajas de fijar el texto en la página y logró crear un espacio ficcional cuyos límites van más allá de lo previsible. El autor, además, confió en

que su novela, aun a pesar de la advertencia, sí podía ser para nosotros, sus lectores formados en un mundo postmoderno e hipermediatizado. Hemos pasado la prueba de iniciación, hemos cruzado el umbral, hemos sido invitados a leer, a mirar y a habitar, junto con las palabras, nuevos espacios, nuevas casas, con ojos renovados.

NOTAS

¹ La noción de ventana a lo largo de la tradición occidental, a la que sin duda también se afilia este gesto literario de Danielewski, es estudiada maravillosamente por Anne Friedberg (2006).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, J. (1981) *El intercambio simbólico y la muerte*. Caracas: Monte Ávila.
- BRICK, M. (2004) "Blueprint(s): rubric for a deconstructed age in House of Leaves". *Philament. An Online Journal of the Arts and Culture*, no. 2 (Critique): University of Sydney, http://www.arts.usyd.edu.au/publications/philament/issue2_Critique_Brick.htm.
- CÁRDENAS, V. (2001) "Lingüística y escritura: la zona visuográfica". *Tópicos del Seminario*, no. 6, BUAP, julio-diciembre, págs. 93-141.
- DANIELEWSKI, M. (2000) *House of Leaves*. Nueva York: Pantheon Books.
- DELANY P. Y LANDOW G.P. (2006) "El hipertexto de ficción: nacimiento de un nuevo género?", en Vilarino, M^a.T. y Abuín, A. (comps.) *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica*. Madrid: Arco Libros.
- DELEUZE, G. Y GUATTARI, F. (1983) *A Thousand Plateaux: Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- _____ (2005) *Rizoma*. Valencia: Pre-Textos.
- DERRIDA, J. (1981) *Glas. Que reste-t-il du savoir absolu?* París: Denoel.
- FRIEDBERG, A. (2006) *The Virtual Window. From Alberti to Microsoft*. Cambridge-Massachusetts-Londres: The MIT Press.
- LANDOW, G. (1995) *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- LYOTARD, J.-F. (1987) *La condición postmoderna: Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- PAÚL ARRANZ, M. del M. (2006) "Nuevas y viejas formas de narrar: sobre el relato hipertextual, los nuevos géneros literarios y el futuro de la novela". *Especulo*, no. 29, <http://www.ucm.es/info/especulo/numero29/nuevieja.html>.

LA IMAGEN EN LA NOVELA HIPERTEXTUAL ELECTRÓNICA. EL CASO DE STUART MOULTHROP

BRUNO DE VECCHI

I. INTRODUCCIÓN

A partir de 1990, con la publicación de *Afternoon, a Story* de Michael Joyce se abría oficialmente un nuevo campo en la literatura: la literatura hipertextual electrónica. Poco tiempo después y en parte gracias a críticos como Robert Coover, el hipertexto literario empezó a ser reconocido como una forma legítima en el campo de la literatura.

Aunque el hipertexto electrónico no se ha desarrollado con la velocidad que se anunciaba al principio de los noventa, este tipo de escritura ha sido un lugar de experimentación en varios niveles: sobre lo que la literatura puede llegar a significar en el futuro, sobre la desaparición de algunos géneros y la aparición de otros nuevos que ocupan un lugar intermedio entre la literatura y los juegos, sobre el papel de la imagen en los medios digitales, sobre las relaciones entre el texto el autor y el lector, etc. Como señala Janet Murray (*Hamlet en la holocubieta*, 2001:39ss.), estamos en la era de los incunables digitales, un momento equivalente al inicio del siglo XX con respecto al cine, una era de experimentación en la que se probarán muchas formas y mecanismos de los que el tiempo y los usos sociales dirán cuáles (formas, mecanismos, usos, etc.) prevalecerán y cuales desaparecerán y cómo, cuando se conforme un lenguaje más estable en la narrativa y en el arte digitales.

En este trabajo veremos los usos de la imagen en algunos de los principales hipertextos literarios electrónicos, mostrando en ellos los usos específicos de la imagen, pero, por la extensión misma de este trabajo, sin pretender ser exhaustivo ni en la selección de los ejemplos ni en los usos de la imagen en ellos.

Nos centraremos, entonces, en las interacciones digitales (Scolari 2004) y en la relación que se establece entre el autor, la máquina textual y el lector (Aarseth 1997:20ss.), que se plantean en formas diversas en los trabajos de Stuart Moulthrop, el autor paradigmático seleccionado, con la aclaración de que dejaremos fuera algunos textos importantes como *Patchwork Girl*, de Shelley Jackson; *Samplers*, de Deena Larsen, o *Califa*, de M.D. Coverlay, por mencionar solo algunos de un nivel de experimentación y calidad similar al de los seleccionados.

Se trata de una literatura que se distingue de otras formas electrónicas de la escritura por su finalidad, que es comunicativa o expresiva (poética, en suma), y no depende de otros fines informativos o utilitarios, a diferencia de buena parte de lo que encontramos en lo que normalmente denominamos programas interactivos o en internet. Esta nueva literatura (aunque en algunos casos está más cerca de los juegos que de lo que normalmente se entiende por literatura) nos deja ver algunos caminos de experimentación que se han seguido en la relación multimedial y multimodal (Kress y Van Leeuwen 2001:1-9) y especialmente en la utilización de las imágenes. Se trata de un campo en que la experimentación ha tenido una relativa independencia tanto del desarrollo principal de la red como del campo (a veces superpuesto a los dos anteriores) de los juegos interactivos digitales, aunque es evidente que se toca y en parte se mezcla con ambos (hay novelas en red y muchas novelas tienen en común formas, estrategias, etc. con los distintos tipos de juegos). El asunto es complejo y Moulthrop mismo lo ha problematizado, no solo en sus novelas sino en sus escritos teóricos. Ahí ha problematizado la posible articulación entre narración, juego y participación o actuación. Especialmente ha criticado la posición de Janet Murray y su influyente libro *Hamlet en la holocubierto* (Murray 1997) (que Moulthrop denomina aristotélica), cuestionando la necesidad de algunos autores de buscar narrativas en todos los productos de los nuevos medios, incluso en juegos como el *Tetris*. En cualquier caso, Moulthrop (Moulthrop 2004:56-69) reflexiona sobre lo que cada teoría –teoría literaria, ludología, etc.– puede aportar al debate.

2. STUART MOULTHROP

Como un eje para la búsqueda de los papeles de la imagen en la literatura hipertextual electrónica, he tomado algunas obras de Stuart Moulthrop, que es uno de los autores de novela hipertextual más importantes, además de ser uno de los teóricos del hipertexto y de los pensadores sobre las nuevas formas y las nuevas interacciones que proponen los usos de los medios digitales. Sus primeros trabajos de ficción datan de 1987.

En cada uno de los hipertextos que ha publicado o puesto en línea (y que ya suman cerca de una docena), Moulthrop ha experimentado de una u otra forma con el texto, con la imagen o con las funciones y respuestas que podemos esperar de pulsar en ellas o con el ritmo de paso de las imágenes, que en algunos casos se deja al lector y en otras está dado por el programa. Su obra se caracteriza, más que la de otros autores, por un deseo de experimentar con distintos elementos significativos (distintos tipos de textos, imágenes y sonidos), tratando constantemente de llevar sus propuestas al límite de la técnica en su momento.

Paralelamente, Moulthrop ha puesto en cuestión el estatus mismo de sus textos, que en muchos casos son *textos jugables* y, por eso mismo, a veces se acercan más a lo que entenderíamos normalmente por juegos que a lo que canónicamente se entiende por novela. Esta experimentación o hibridación con los géneros le hace retomar de John Cayley el término *instrumentos textuales* (*textual instruments*) —y no términos como *novela* o *poema*—, que es el que usa para referirse a algunos de sus propios textos. El símil es con los instrumentos musicales, ya que en inglés el mismo verbo —*to play*— se utiliza para las acciones de jugar juegos y de tocar instrumentos, acciones que en español se nombran de formas claramente distintas.

En resumen, sus trabajos se sitúan en un punto intermedio que confluyen en la literatura, cuya función principal es interpretativa, y los juegos, cuya función principal es configurativa (Aarseth 1997:62-65) y depende de metas, reglas y acciones (Eskelinen 2004:38). En estos *instrumentos*, el papel del juego no puede minimizarse, ya que Moulthrop ve los juegos como la ruta más segura para entrar a las nuevas alfabetizaciones, o literacias, lo que él llama “‘*electracy*’, ergódica, *e-literacy* o como quiera que denominemos finalmente al nuevo régimen” (Moulthrop 2004, en Whardip-Fruin et al. 2004:67).

3. *AFTERNOON* (1990) Y *VICTORY GARDEN* (1991)

Afternoon, a Story, de Michael Joyce, y *Victory Garden*, de Stuart Moulthrop, han sido dos de las novelas hipertextuales más estudiadas. A *Afternoon* (1987-1990) le correspondió ser la primera novela hipertextual ampliamente difundida, estudiada y citada; poco más tarde, también en un diskette de 3.5', apareció *Victory Garden* (1991), en la que Stuart Moulthrop utilizara las imágenes de una manera significativa. Desde el título y pasando por la construcción de la novela misma, encontramos referencias a “El jardín de senderos que se bifurcan”, el cuento de *Ficciones* de Jorge Luis Borges en el que se describe una novela laberíntica, monstruosa y contradictoria. No es *Victory Garden* una novela con muchas imágenes, pero una de las formas de acceso al texto es a través de un plano de un jardín que está dividido en tres partes y que nos permite ingresar a la novela por más de 40 diferentes lugares del texto. Este plano primitivo permitía al lector hacer un acercamiento, no realmente un zoom, pero

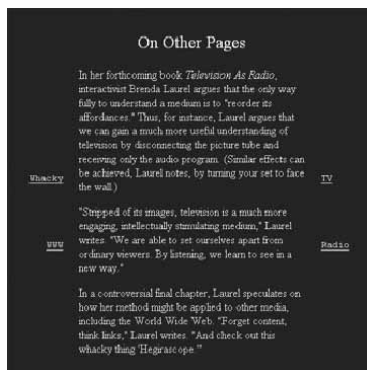
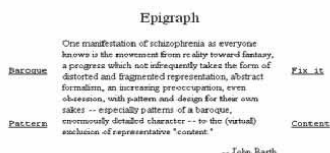
un acercamiento por partes con una función similar a un zoom. Es decir, el plano se podía partir en tres partes distintas y estas tres partes eran las que tenían más de 10 vínculos, cada uno de los cuales era un acceso a una parte diferente del texto. A pesar de lo relativamente primitivo del manejo de la imagen, se trataba de una innovación. Como ya se mencionó, *Afternoon*, de Michael Joyce, la gran novela hipertextual anterior, prácticamente no tenía imágenes (en rigor solo la portada y otra imagen en la pantalla (equivalente a una página o un pequeño capítulo), aunque en muchas pantallas el texto estaba acomodado de forma visualmente significativa).

Así, *Victory Garden* inauguraba en una novela la idea de una imagen que, como los íconos de la *McIntosh* o del *Windows* de la época, respondía si era seleccionada con el ratón y se hacía *click* sobre ella. Pero estas imágenes, los planos de *Victory Garden*, respondían de manera distinta de acuerdo con la zona en que se seleccionara. Es algo que con las interfases de hoy hacemos sin pensar y es un tipo de interacción con la imagen, con las imágenes sensibles, que hoy nos resulta transparente, casi natural. Pero para entender lo que esto significaba dentro de un texto literario hay que recordar que los navegadores gráficos aparecieron comercialmente en 1993, por lo que en 1991 la experiencia de los lectores o usuarios en el manejo de imágenes sensibles era muy limitada. La acción de *Victory Garden* se desarrolla durante la guerra del Golfo de 1991 y tiene varios personajes, aunque hay uno central, Emily Runbird, una soldado norteamericana; aunque no tiene un final claro, de acuerdo con los caminos que tome cada lector hay varios finales posibles, varios lugares en que el lector puede ver una conclusión a la historia: en algunos Emily regresa a los Estados Unidos, en otros muere.

4. *HEGIRASCOPE* (1995-1997)

En *Hegirascope*, novela publicada en línea en una primera versión en 1995 y modificada en 1997, Moulthrop cita a Michael Joyce cuando señala que estamos en la adolescencia de los medios digitales y que por eso es difícil llegar hasta donde quiere: *Yet in the...* Esta conciencia de la provisionalidad de las tecnologías que tenemos ha llevado a Moulthrop a experimentar con textos —valga la expresión— puramente textuales, pero también a tratar de manejar las imágenes de forma distinta en cada una de sus novelas. Es pertinente señalar que en *Hegirascope*, novela puramente textual, se juega con el avance del texto, ya que se trata de un texto que puede avanzar en forma automática; si después de algunos segundos el lector no escoge un camino, el programa avanza automáticamente por default. Aunque en este caso no hay imágenes, en *Hegirascope* hay una disposición visual de los textos en la que en cada pantalla (lexia) hay un texto principal al centro y cuatro pequeños textos situados dos a cada lado; estos cuatro pequeños textos son los botones de salida del texto principal y cada uno de ellos nos lleva a un lugar distinto de la novela dándonos un mínimo de informa-

ción sobre a dónde nos enviará el vínculo. Pero, como se señala, la particularidad de *Hegirascope* es que si no los seleccionamos, después de un tiempo dado el texto avanza automáticamente. Esto pone a esta novela en un lugar único, el de un texto dinámico en un sentido cercano a los medios audiovisuales, en los que la velocidad de avance (el arrastre) no está determinada por el lector como en un libro, sino que a partir de un tiempo dado está determinado por default del programa mismo.



Figuras 1 y 2. Dos lexias de *Hegirascope*.

5. *THE COLOR OF TELEVISION* (1996)

En *The Color of Television* (1996), el texto se despliega en una columna angosta dividida en dos partes principales, una arriba y otra abajo, y estas a su vez están divididas en un texto principal y varios (cuatro) textos secundarios que funcionan como comentarios a los otros y que se insertan en pequeños recuadros. Los recuadros no están enmarcados, pero los textos están relacionados o diferenciados por el uso del color: cuando son de distintos colores los diferencia, cuando son del mismo color los relaciona. También se juega un poco con la justificación y el tamaño de la tipografía. El discurso en cada pantalla es fragmentado y al lector le toca ordenar a su manera estos fragmentos en cada pantalla y en cada lectura. Algunas de las notas pequeñas muestran reflexiones sobre la propia escritura en este tipo de novelas, por ejemplo: “Las narraciones interactivas son lo que está escrito, sea por el lector o por el escritor. La autoría es una invitación a diseñar activamente”. Pero es claro que el texto principal es otro, desarrollado en varias líneas narrativas con tres grupos de personajes y las notas son anotaciones que el lector puede leer o no, o leer solo algunas de ellas. El nombre de la novela —como se puede leer en una de las notas que aparecen al inicio— está tomado de *Neuromancer* (justamente la primera frase de la novela de Gibson) y se refiere al color grisáceo del cielo que tiene el color de la televisión cuando está sintonizado un canal muerto.

Aunque tiene muy pocas imágenes, entre las novelas de Moulthrop esta es, hasta el momento, la más interesante en términos de diseño gráfico; es también la única que da crédito al diseñador gráfico: Sean Cohen.

6. *REAGAN LIBRARY* (1999)

La *Reagan Library* es, según Moulthrop, “una extraña mezcla de historias e imágenes, voces y lugares, crímenes y castigos, conexiones y disrupciones, señales encendidas, sonidos apagados, fallas de memoria y actos de reconstrucción”.



It was midnight on the last day of March, shortly before my eleventh birthday. Please don't read this. Change for the machines. Go away and take me with you. They faked the Earth landing. I was halfheartedly playing with myself. What does the President know and how does he know it? The sad, eager document proceeds with caution. Will this make sense later? Return immediately to sender.

I saw a white cone, hollowed out and filled with stars. Part of this form was taken away to show the interior, which was the world as we know it and see it, the world of light.

■

Figura 3. Lexia de *Reagan Library*.

En esta novela, que tiene cuatro niveles o mundos, cada pantalla o lexia se compone de una imagen panorámica (en un estilo visual muy cercano al juego *Myst*) que se puede navegar hacia los lados girando en círculo los 360°, y un texto más o menos incoherente (pero desde el inicio estamos advertidos de que así será). En esta novela se puede hablar de texto multiforme en un nivel muy particular, que no depende solo de los caminos elegidos por el lector dentro del texto, sino que agrega la complejidad de un texto cambiante. Aunque la imagen se repite, desde el inicio sabemos que el texto de cada lexia es provisional, ya que las tres primeras veces que llegamos a ella tiene un texto diferente y que es hasta la cuarta vez cuando vemos el texto final, el que —por decirlo de alguna manera— es el texto verdadero de la novela, se trata de una manera especial de obligar al lector a revisitar las lexias y a leer y releer los textos. Cada lexia tiene entre dos y cinco salidas a otros lugares en el texto a través de palabras vínculo que aparecen subrayadas. Las imágenes en las que nos movemos son paisajes

vacíos, desolados; paisajes marinos con islotes con construcciones que parecen viejos templos o torres deshabitadas, con formas más o menos geométricas; en muchos casos los colores de los paisajes son claramente poco naturales (cielos y mares rojos, por ejemplo). Sobre estas imágenes navegables lateralmente también se pueden hacer acercamientos con una combinación de teclas; algunas imágenes tienen vínculos en las figuras geométricas.

7. *PAX, AN INSTRUMENT* (2003)

En *Pax, an instrument*, novela-juego publicada en 2003, el manejo de la imagen es más complejo y difícil de describir. En este caso, unos personajes desnudos pasan volando verticalmente a través de la pantalla, giran dentro de un cuadrante y suben (o bajan) suavemente, todos en un sentido o en el otro; mientras lo hacen podemos interactuar con ellos, frenando momentáneamente su ascenso o descenso. A veces pasa un personaje, a veces (sin que el lector influya aparentemente) dos o tres. Conforme el cursor se aleja de ellos, los personajes se vuelven transparentes; por el contrario, al acercarnos los colores se saturan más. Cuando con el ratón seleccionamos algún personaje, el mismo aparece abajo a la derecha más grande en un close up. En la zona derecha, con la cual no hay interacción directa, aparece un texto que se va modificando de acuerdo con nuestra selección de personajes y con el orden en que lo hagamos. El personaje en *close up* también responde a nuestras acciones, porque los personajes, que están de frente siguen con los ojos al cursor. En algunos casos –los menos– el movimiento es al contrario, ya que los ojos se mueven en sentido contrario del cursor.



Figuras 4. Lexia de *Pax, An Instrument*.

Atrás de los personajes que caen o vuelan, en una sola línea de texto aparecen y desaparecen letras sueltas que ocasionalmente van formando palabras como *time*, *end*, *phone*, *thanks*, *news*, *flash*, etcétera. Al usuario le toca establecer la relación de estas palabras con el complejo texto-imagen que va pasando frente a él. Hay que mencionar que el mecanismo que define el orden de aparición de los personajes que caen o vue-

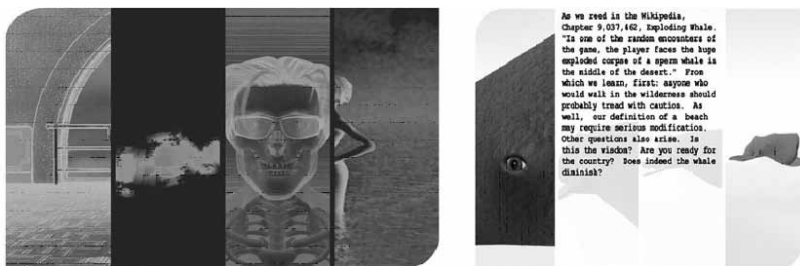
lan, el que decide los textos que aparecen, etc. es una mezcla de mecanismos aleatorios desencadenados por nuestras selecciones previas, por lo que ocasionalmente nos encontramos con textos repetidos.

Pax es, en palabras de Moulthrop, “una pequeña apocalipsis que se empezó a desarrollar en una mañana tormentosa cerca de Dallas cuando alguien cerró la terminal y las armas salieron a relucir. Se trata de volar, de caer, de la verdad y el deseo, de la desnudez, del terror, y de la patria, temas que parecen muy estadounidenses, pero que son universales”. Moulthrop también propone que *Pax* no es un trabajo de literatura en el sentido ordinario del término ni tiene las propiedades formales de un juego, aunque está pensado para ser leído y jugado a la vez.

8. *RADIO SALIENCE* (2007)

Radio Salience, de 2007, es otro tipo de multimedia jugable. En la pantalla, dividida en cuatro paneles verticales, aparecen imágenes distintas que se desvanecen rápidamente mientras escuchamos fragmentos de transmisiones radiales en inglés y varios otros idiomas: italiano, francés, español, ruso, etc. Los fragmentos sonoros van sucediéndose de forma aparentemente desordenada.

Simultáneamente, las imágenes en los cuatro paneles se desvanecen a un ritmo distinto cada una y son sustituidas por otras. Por momentos, las imágenes que aparecen forman parte de una sola más amplia o claramente son partes de una serie; si hacemos *click* con el ratón cuando estas imágenes coinciden, entonces aparece una imagen completa y un texto; en estos textos fragmentarios se va desplegando la novela. Si se hace *click* cuando las imágenes no hacen en pares, el juego termina y hay que volver a empezar.



Figuras 5. Ejemplo de los cuatro paneles cambiantes de *Radio Salience* y una lexia con el texto desplegado.

Si el lector opta por centrarse en el texto, tiene tiempo suficiente para leerlo, además de que una voz sintética lee, en un ritmo un tanto lento, exactamente el mismo texto que se va armando palabra por palabra. Si el lector (ahora en el papel de *gamer*) opta por tomarlo como un juego, hace *click* y vuelve al momento en que aparecen y se desvanecen las imágenes y vuelve a la tarea de encontrar las que hacen juego para que aparezca un nuevo texto.

En *Radio Salience* el lector/jugador queda inmerso en un ambiente multimodal que exige su concentración y su atención constante, ya que el *instrumento* le pide que escuche la transmisión radial, que pasa de un tema a otro, que esté pendiente de las imágenes cambiantes para poder acceder al texto cuando se cumplen ciertas condiciones, que cuando lo hace a la vez escuche y lea un texto que se va formando y que al finalizar retome el ritmo, siempre más rápido, del cambio de las imágenes en los cuatro paneles para poder acceder, en un orden que cambia de lectura a lectura, a otro texto.

9. CONSIDERACIONES FINALES

Como ya se ha dicho, frente a estos objetos o instrumentos textuales hay que problematizar los términos que usábamos para hablar de texto; incluso el término hipertexto no parece alcanzar para referirse a estos nuevos objetos textuales o multimodales, porque en ellos ya no se trata de navegar de una forma más o menos clara, más o menos informada, más o menos intuitiva dentro de un texto multimodal. En estos textos, Moulthrop deliberadamente juega con las indeterminaciones, ya que aquí es el azar, desatado por las acciones del lector de una forma que el lector no conoce de antemano, el que determina muchas de las posibilidades y las formas de avance, lo que exige (y es la palabra justa, porque el usuario puede verla como una exigencia) del usuario una actitud distinta, ya que por el mismo carácter aleatorio, no controla las consecuencias de sus actos.

Los textos que encontramos en *The Color of Television*, *Radio Salience*, *Pax*, etc., son fragmentarios, saltan entre temas sin que el autor haga puentes, están compuestos con temas inconexos puestos cada vez uno al lado del otro; se componen de textos más bien poco relacionados que dejan al lector la tarea de buscar no solo el hilo narrativo (aunque no siempre hay lo que comúnmente llamamos narración), sino que incluso dejan al lector la tarea de crear su propia relación entre los temas que se van sucediendo en cada lectura. Hasta donde se alcanza a ver, en estos *instrumentos* no hay acciones ligadas, lo que normalmente llamaríamos una trama, sino ¿descripciones o sensaciones? temáticamente unidas de una manera suave, pero en las que la búsqueda de relaciones y ligas se le deja al lector como parte de su búsqueda de la significación. En este sentido, ha habido un cambio importante desde las primeras novelas hipertextuales difundidas ampliamente, *Afternoon* o *Victory Garden*, en las que es posible, en cada una a su manera, hablar de acciones, hilos narrativos, etc., cosa que es mucho más difícil de encontrar en los textos de Moulthrop que hemos revisado aquí.

Moulthrop ha dado pasos importantes en la búsqueda de la participación del lector y en el cambio en las definiciones de las tareas del lector y del escritor que pedía Roland Barthes en su *S/Z* y que algunos autores marcan como característico del hipertexto. En *The Color of Television*, Moulthrop escribe:

IV. A read-write revolution

Interactive narratives are what is written, whether by reader or writer. Authorship is an invitation to active design.

Los textos multimodales de Moulthrop son una rica muestra de algunos de los caminos, entre muchos otros posibles, en que los autores de hipertextos y cibertextos están tratando de materializar el texto escribible que ya desde los setenta planteaba Barthes como necesario para que la literatura siguiera teniendo sentido en el futuro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AARSETH, E. (1997) *Cybertext, Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore & London: The Johns Hopkins University Press.
- BARTHES, R. (1987) *S/Z*. México: Siglo XXI.
- ELECTRONIC LITERATURE ORGANIZATION (2006) *Electronic Literature Collection vol 1*. En <http://collection.eliterature.org/1/>.
- ESKELINEN, M. (2004) *Towards Computer Games Studies* en Wardrip-Fruin, Noah & Pat Harrigan (eds.), *First Person, New Media as Story, Performance and Game*. Massachusetts, Cambridge: MIT.
- GIBSON, W. (1994) *Neuromante*. Buenos Aires: Minotauro.
- KRESS, GUNTHER Y VAN LEEUWEN T. (2001) *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.
- MOULTHROP, S. (2004) *From Work to Play* en Wardrip-Fruin, Noah & Pat Harrigan (eds.) *First Person, New Media as Story, Performance and Game*. Massachusetts, Cambridge: MIT.
- MURRAY, J. (2001) *Hamlet en la holocubierta*. Barcelona: Paidós.
- SCOLARI, C. (2004) *Hacer click. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

LOS COMPONENTES FORMALES, ESTRUCTURALES E IDEOLÓGICOS DE LA NARRATIVA GRÁFICA

LAURO ZAVALA

I. INTRODUCCIÓN

En las notas que siguen se estudia la narrativa gráfica en términos de su naturaleza formal, y para ello se propone estudiar los componentes que distinguen la narrativa gráfica: los componentes estructurales (*inicio, estructura narrativa, convenciones genéricas, intertextos y final*) y los componentes formales (*diseño, puesta en escena, trazo y color*), así como la *ideología* que acompaña a estos componentes.

Con el fin de precisar la función estructural que cumple cada uno de estos componentes en la práctica, es necesario distinguir su pertinencia a una u otra tradición estética, ya sea clásica (es decir, convencional), moderna (es decir, vanguardista) o posmoderna (como yuxtaposición de rasgos clásicos y modernos).

2. LA HISTORIETA CLÁSICA: LA REFERENCIA INEVITABLE

La narrativa gráfica de carácter *clásico*, es decir, de naturaleza formalmente convencional y estable, es el fundamento de todas las otras formas posibles de narrativa gráfica, al menos en Occidente. En general, la historieta clásica se distingue por tener un inicio conceptualmente (y en ocasiones, incluso gráficamente) integrado al relato, de tal manera que anuncia de manera implícita el final de la

historia. Este anuncio recibe el nombre de intriga de predestinación. A esta ubicación dramática los formalistas rusos la designaron con el nombre de inicio narrativo, y lo asociaron al término técnico de plano general (PG), proveniente del lenguaje cinematográfico. Se trata, entonces, de un PG de naturaleza dramática, no necesariamente visual.

Por otra parte, el *diseño* de la historieta clásica es hipotáctico, lo cual significa que cada una de sus imágenes y unidades narrativas guarda una relación de carácter causal con la siguiente, en una secuencia apodíctica, es decir, de necesidad mutua. En la cultura clásica el fragmento siempre tiene nostalgia de la totalidad a la que pertenece, y la requiere para revelar su sentido pleno.

En la *puesta en escena*, los personajes de la historieta determinan la función dramática que cumple el espacio. En otras palabras, el espacio acompaña (es decir, ilustra, refuerza, revela y confirma) la situación dramática del personaje (como puede observarse, por ejemplo, en la serie francesa de *Tintin*, tal vez la más difundida en el contexto europeo).

El *trazo* tiende a ser metonímico, es decir, convencional y detallado, al estilo de *Marvel Comics* o su competencia, *DC Comics*. Es un trazo representacional y realista, como en la mayor parte de las series producidas entre 1930 y 1960.

El *color* cumple una función didáctica en relación con el trazo. Es decir, el color acompaña (ilustra, refuerza, revela y confirma) el sentido dramático del trazo. Esta relación entre trazo y color (o entre trazo y textura, cuando la imagen es monocromática) es similar a la que se encuentra en el cine clásico entre imagen y sonido, y se puede observar en las historietas de naturaleza erótica.

La *narrativa* clásica es causal, de tal manera que primero se muestra la causa de una acción e inmediatamente después, la correspondiente consecuencia lógica. Al ser causal, esta narrativa es cronológicamente secuencial y *contenida* (en el sentido de que una historia contiene, después del inicio, el correspondiente desarrollo y final). Cuando la secuencialidad está al servicio de un protagonista heroico, entonces la estructura narrativa es mitológica y, por lo tanto, contiene las unidades narrativas señaladas por Joseph Campbell (Campbell 1949; Vogler 1998).

Cuando la secuencia narrativa es lo suficientemente extensa, tiende a incorporar la estructura del Paradigma Levitz (O'Neil 2001:100-103), que consiste en la superposición de dos o más subtramas en un mismo episodio, de tal manera que al concluir cada una de ellas queda en suspenso la conclusión de las otras. Esta estrategia de suspenso surgió en las historietas de superhéroes durante la década de 1940, y se incorporó en la década siguiente a la estructura de las series televisivas.

Uno de los casos más distintivos es el de Rube Goldberg, que en la década de 1920 parodió la efervescencia de patentes que surgió en los Estados Unidos, creando toda clase de inventos extraños para apoyar la realización de actividades tan cotidianas como cerrar una ventana, pelar una nuez o cazar un ratón (Wolfe 2000).¹

Las modalidades *genéricas* de naturaleza clásica son las señaladas por la preceptiva aristotélica: trágico-heroica, melodramático-moralizante y cómico-satírica. A la primera pertenecen los superhéroes; a la segunda pertenecen los materiales eróticos; a la tercera pertenecen las series sobre la vida cotidiana, como *Lorenzo y Pepita*. Un caso paradigmático donde se presentan las tres modalidades de manera regular es la serie mexicana de *La Familia Burrón*, creada por Germán Vargas y admirada por el escritor Sergio Pitol (Pitol 1996:238-243).

La *ideología* de la historieta clásica se sostiene en el presupuesto de una causalidad implícita, que naturalmente lleva a una organización teleológica, es decir, a una historia donde todo tiene una causa explicable. Es fácil reconocer esta ideología en las novelas gráficas de aventuras, como los textos ilustrados por *Breccia* o la serie de viajes de *Corto Maltese* ilustrados por el también argentino *Hugo Pratt*.²

Todo lo anterior lleva a un final que parece inevitable en retrospectiva. En otras palabras, el *final* clásico es epifánico, es decir, es el momento en el que una verdad narrativa resuelve todos los enigmas planteados en el relato. La epifanía estructural suele estar acompañada por un momento de *anagnórisis*, es decir, la revelación de una verdad dramática que permite reconocer la identidad del protagonista.

Las características de la historieta clásica la hacen un vehículo idóneo para los fines didácticos, aunque a veces corre el riesgo de ser estereotipada y repetitiva. Sin embargo, en ella hay lugar para el humor, la ironía y para ocasionales parodias y remakes. Ello explica que este formato sea utilizado en los materiales de naturaleza enciclopédica, pedagógica o historiográfica.³

Por último, debe señalarse que no es infrecuente encontrar novelas gráficas de formato clásico con contenidos poco convencionales, como en el notable caso de Art Spiegelman, que en *Maus* presenta las memorias de un ratón judío en los campos de concentración nazis, y que obtuvo el prestigioso premio Pulitzer.

La vigencia del estilo clásico se puede observar en la reciente publicación de dos novelas gráficas que son adaptaciones al formato gráfico de las respectivas novelas literarias: *El capitán Alatriste*, de Arturo Pérez-Reverte (2006), y *Ciudad de cristal*, de Paul Auster (2005).

3. LA HISTORIETA MODERNA: DONDE TODA EXPERIMENTACIÓN ES POSIBLE

La narrativa gráfica de carácter moderno se define por oposición a la narrativa de carácter clásico. Por sus características formales, podemos considerar como modernas algunas historietas a las que por razones históricas podríamos llamar preclásicas. Éste es el caso extraordinario de algunas series como *The Yellow Kid*, la siempre sorprendente viñeta de R. F. Outcault creada hacia 1896 (año en el que llegó a América Latina el aparato cinematográfico de los hermanos Lumière). Poco después, en 1904, surge *Little Nemo in Slumberland*, y en 1914 aparece *Krazy Kat*.

La historieta moderna es anti-narrativa (o meta-narrativa). Las manifestaciones más importantes producen formas de estilización, que puede ser metafórica, surrealista, expresionista o metaficcional. Y cada una de ellas conlleva diversos tipos de subtexto, ya sea filosófico, alegórico o reflexivo. O bien, establecen formas de intertextualidad irónica, es decir, paródica, en relación con las convenciones del paradigma clásico.

El caso más conocido de *estilización expresionista* es el trabajo de Will Eisner en su serie *The Spirit*, creada en 1941. Su sofisticación formal y conceptual, en el tradicional género policíaco, tiene como continuador a Frank Miller en su serie *Sin City*, creada 50 años después.⁴

Otros ejemplos de estilización expresionista se encuentran en la adaptación de los cuentos fantásticos de Ray Bradbury, los cuentos de terror de Edgar Allan Poe y las novelas góticas de Lovecraft, Kafka y Mary Shelley.⁵

La *estilización metafórica* suele contener un subtexto filosófico, como es el caso de las tiras de Charles M. Schulz, que contiene un subtexto parabólico, en ocasiones explícitamente bíblico.⁶

Aquí conviene señalar la existencia de dos tipos de *tiras cómicas* de naturaleza moderna:

1) El *minicomic metonímico*, equivalente al minicuento convencional, como es el caso de las fábulas moralizantes y algunos cuentos para niños (*Betty Boop* o *Mafalda*).

2) La *minificción metafórica*, equivalente a la minificción moderna y posmoderna en la literatura experimental, generalmente de carácter fantástico (*Peanuts*, *Maitena* y *Sergio Aragonés*).

La minificción metafórica en la historieta comparte con la minificción literaria y la minificción audiovisual (especialmente en algunos trailers del cine europeo y publicidad irónica) las siguientes características: inicio anafórico (es decir, que presupone un antecedente narrativo implícito); temporalidad elíptica, fractalizada (al margen de orden causal); espacio virtual (creado por invocación); narrador auto-irónico (cuya intención irónica depende de cada lector); personajes contruidos con recursos intertextuales; hibridación genérica; lenguaje lúdico; intertextualidad carnavalesca; y final como simulacro de epifanía.

En general, la historieta moderna tiende a ser experimental, ya sea en la forma o en el contenido narrativo e ideológico, y se distingue por tener un *inicio* conceptualmente (y en ocasiones, incluso gráficamente) independiente del resto del relato. Este epígrafe puede tener un carácter metafórico o alegórico, y anuncia la naturaleza igualmente alegórica de la historia. Esta ubicación dramática los formalistas rusos la designaron con el nombre de inicio descriptivo y lo asociaron al término técnico de primer plano (PP), que tomaron del lenguaje cinematográfico. Se trata, entonces, de un PP de naturaleza dramática, que suele desconcertar al lector, pues no se precisa el lugar y el tiempo en el que ocurren los hechos mostrados, y generalmente quedan sin recibir una explicación posterior. Véase el caso de *Krazy Kat* o *Little Nemo*.

Por otra parte, el *diseño* de la historieta moderna es paratáctico, de tal manera que cada una de las imágenes y unidades narrativas puede adoptar una autonomía total. Esta tendencia a la autonomía de las partes puede adoptar diversas gradaciones, pues la autonomía absoluta termina por producir un resultado ininteligible. La historieta moderna tiende a crear un idiolecto estilístico para cada estilo formal. Pensemos en las viñetas didáctico-satíricas de los libros de Rius.

En la *puesta en escena*, el espacio físico determina la función dramática que cumplen los personajes. Esto los deja al margen de todo desarrollo dramático y los espacios físicos tienen precedente sobre los sucesos narrativos. El tiempo narrativo se *espacializa*, es decir, se comporta como el espacio, y en su interior hay una simultaneidad de tiempos (cronológico, narrativo, psicológico interior, de la lectura, etc.), y cada uno de ellos tiene el mismo peso dramático que los demás. En otras palabras, el personaje sólo acompaña (es decir, ilustra, refuerza, revela y confirma) la naturaleza metafórica que tiene el espacio.

El *trazo* moderno tiende a ser metafórico, es decir, es muy estilizado, y tiende a ser poco realista y muy simplificado. Es, en resumen, un trazo que se aleja de toda intención representacional. Claramente, éste es el caso de *Peanuts*.

El *color* puede adoptar una lógica independiente en relación con el trazo. Esta relación entre trazo y color (o entre trazo y textura, cuando la imagen es monocromática) es similar a la que se encuentra en el cine moderno entre imagen y sonido. Esta experimentación se encuentra en el trabajo de *Robert Crumb*.

La *narrativa* moderna está al servicio de una estilización general, ya sea de naturaleza metafórica (*Mafalda*, *Charlie Brown*, *The Pink Panther*), surrealista (*Krazy Kat*), metaficcional (*Mr. Magoo*) o expresionista (*The Spirit*). Las modalidades *genéricas* se pueden aproximar al tono paródico, ya sea de carácter estilístico (*Fontanarrosa*) o temático (*Mad*).

La *ideología* de la historieta moderna suele tener un subtexto específico, ya sea de carácter alegórico (*B.C.*), didáctico (*Los Supermachos*) o parabólico (*Helioflores*). Todo ello lleva a un *final* abierto, en ocasiones con un simulacro de epifanía.

4. LA HISTORIETA POSMODERNA: LOS JUEGOS DE LA IRONÍA Y LA METAFICCIÓN

La historieta posmoderna es lúdica y parece apuntar hacia un re-encantamiento del género, ofreciendo a sus lectores la sensación de estar leyendo materiales artísticos de la mayor complejidad moral y sofisticación intelectual. En todos los casos, el ingrediente esencial es una ironía intertextual que difícilmente se encuentra antes de la década de 1960.

Los materiales paradigmáticos de la historieta posmoderna son las series de *Fanboy* (en las que el mexicano Sergio Aragonés enfrenta a su metalector de cómics a los héroes de Marvel y, más tarde, a los héroes de DC Comics: de Superman y Batman

a los personajes de Ray Bradbury y Philip K. Dick). La parodia que hace Aragonés de la revista *Mad* lo ubica en un espacio irrepetible: se trata de una metaparodia posmoderna.

Los subtextos que encontramos en la historieta posmoderna ya no son necesariamente explícitos y didácticos (*Mafalda*, *Los Agachados*, etc.), sino filosóficos (*Calvin y Hobbes*) o literarios (*Fantomas* en la versión de Cortázar). Y sus formas de didactismo son, en realidad, simulacros de taxonomía didáctica. En este contexto, *Maitena* es la serie posmoderna dirigida a los adultos que alguna vez leyeron *Mafalda*.

La historieta posmoderna se distingue por un *inicio* que funciona como un simulacro de intriga de predestinación. Es decir, un inicio en el que se anuncia lo que concluirá casi inmediatamente después, no lo que concluirá al final de la historia. Este inicio suele cumplir, de manera simultánea, las funciones del inicio narrativo (que ubica el tiempo, el espacio y el contexto dramático de los personajes) y del inicio descriptivo (que se concentra en un detalle descontextualizado de cualquier referente dramático o narrativo). Es decir, se trata de un inicio simultáneamente clásico y moderno, que permite que cada lector construya el sentido último de una trama que es sólo un simulacro narrativo. Éste es el caso de la serie *Baby Blues*, donde se ironizan hasta la exasperación las dificultades de tener un bebé en casa.

Por otra parte, el *diseño* de la historieta posmoderna es itinerante, es decir, tiende a alternar secuencias hipotácticas (con una causalidad evidente) con secuencias paratácticas (es decir, ajenas al principio de organización aristotélica). De esta manera, cada una de las imágenes y unidades narrativas puede estar ligada a la siguiente, o bien puede tener una autonomía total. Su pertenencia a una lógica causal depende de cada lectura o relectura del texto. La historieta posmoderna produce a su lector implícito durante el proceso de lectura, en lugar de adaptarse a las necesidades de un lector instalado de antemano en una u otra tradición estética (convencional o vanguardista). Pensemos, por ejemplo, en la estilización gráfica que distingue a la serie *Sin City* o el trabajo metaficcional del español Sergio García, claramente influido por Escher.

En la *puesta en escena*, el espacio físico y los personajes suelen ser independientes uno del otro, de tal manera que alternan las funciones de fondo y forma, de acuerdo con un ritmo que puede ser interrumpido en cualquier momento (ya sea por el diseño de la página o por la actividad misma del lector, al seleccionar un fragmento u otro de este diseño).

El *trazo* posmoderno tiende a ser autónomo en relación con el *color* y con las otras viñetas de la misma narración, o bien adopta una relación irónica con el mismo color (o con la textura de la imagen). Pensemos en los trabajos del estadounidense Chris Ware o del francés Moëbius.⁷

La *narrativa* posmoderna oscila entre metanarrativa y simulacros de narrativa, ofreciendo fragmentos simultáneos o alternativos de géneros y estilos gráficos, ideologías y reglas de género. Los *géneros* en la narrativa posmoderna aparecen de manera

itinerante, fragmentaria y lúdica, como en *Maitena*. Por su parte, la *intertextualidad* posmoderna es architextual, autorreferencial, y con frecuencia incursiona en la metalepsis (es decir, en la yuxtaposición de los planos referenciales, por ejemplo al convertir al autor en personaje), como en el homenaje a los *Exercices de Style* de Raymond Queneau que ha hecho Matt Madden en *99 Ways to Tell a Story*.⁸

La *ideología* de la historieta posmoderna es de carácter paradójico, simultáneamente autorizando e ironizando diversos simulacros de verdad narrativa y moral. Uno de los más claros ejemplos de ambigüedad semántica se encuentra en *Calvin & Hobbes*.

Todo lo anterior lleva a un *final* virtual, como simulacro de epifanía, donde se ponen en evidencia las condiciones de posibilidad de la narración y de su interpretación por parte del lector. El final posmoderno suele ser, entonces, el lugar más natural para la tematización del acto de leer, como se puede comprobar al observar la serie de *Garfield*.

La narrativa gráfica posmoderna es la más distintiva de los últimos 25 años. Dialoga con el lenguaje del cine y de los videojuegos, y tiene el ritmo del videoclip. Es marcadamente lúdica, coincidiendo con las nuevas generaciones de lectores que toman cada vez más en serio el lenguaje gráfico. Es sintomática de un escepticismo que se asume lúdicamente, y tal vez ahí radica su mayor virtud estética y su mayor vulnerabilidad ética.

Estas notas son una invitación para seguir explorando las posibilidades formales e ideológicas de la narrativa gráfica contemporánea.

Componentes formales, estructurales e ideológicos de la narrativa gráfica			
	Narrativa clásica	Narrativa moderna	Posmoderna
Inicio	Narrativo (PG a PP) Integrado al relato <i>Quino</i> Intriga de predestinación <i>Boogie</i>	Descriptivo (PP a PG) Independiente del relato <i>Yellow Kid</i> Independiente del final <i>Trino</i>	Simultaneidad de narración y descripción <i>Baby Blues</i>
Diseño	Hipotáctico <i>DC Comics</i>	Paratáctico <i>Rius</i>	Fractal <i>Sin City</i>

Escena	El espacio acompaña al personaje <i>Tintin</i>	El espacio precede al personaje <i>The Spirit</i>	Espacio autónomo frente al personaje <i>Ziraldo</i>
Trazo	Metonímico (detallado) <i>Marvel Comics</i>	Metafórico (simplificado) <i>Peanuts</i>	Autonomía referencial <i>Sergio García</i>
Color	Función didáctica: acompaña el trazo <i>Tijuana Bibles</i>	Función sinestésica: precede el trazo <i>Crumb</i>	Función itinerante: alternativamente didáctica o sinestésica <i>Moëbius</i>
Narrativa	Causal Secuencial Mitológica Contenida <i>Paradigma Levitz</i>	Expresionista Anti-narrativa (fragmentación, lirismo, etc.) <i>Paradigma Eisner</i>	Itinerante Simulacros de narrativa y metanarrativa Reflexividad <i>Fan Boy</i>
Género	Modalidades genéricas (trágico-heroico) (melodramático-moralizante) (cómico-satírico) <i>Gabriel Vargas</i>	El autor precede al género <i>Fontanarrosa</i>	Itinerante, lúdico (fragmentos simultáneos o alternativos de géneros y estilos) <i>Maitena</i>
Intertextos	Implícitos <i>Betty Boop</i>	Pretextuales Parodia Metaficción <i>B. C.</i>	Architextuales Metaparodia Metalepsis <i>Calvin & Hobbes</i>
Ideología	Anagnórisis Teleología Causalidad <i>Corto Maltese</i>	Indeterminación Ambigüedad moral Distanciamiento de las convenciones y de la tradición <i>Helioflores</i>	Incertidumbre Paradojas Simulacros de lo clásico y moderno <i>Matt Malden: 99 Ways to Tell a Story</i>
Final	Descriptivo (PP a PG) Cierre de género Final epifánico: una verdad resuelve todos los enigmas <i>Mafalda</i>	Narrativo (PG a PP) Cierre de autor Final abierto: neutralización de la resolución <i>Krazy Kat</i>	Simultaneidad de género y autor Final virtual: simulacro de epifanía <i>Garfield</i>

NOTAS

¹ Sus trabajos han sido recopilados en varias ocasiones. El trabajo de Maynard Frank Wolfe tiene la particularidad de que está anotado (Wolfe 2000).

² Este principio es reconocible en los trabajos donde otros dibujantes retoman a este personaje, como es el caso de *The Secret Venice of Corto Maltese. Fantastic and Hidden Itineraries* (Fuga y Vianello 2005).

³ Por ejemplo, el trabajo panorámico de Rius (Eduardo del Río). O bien, las guías para aprender idiomas, como la exitosa revista *Mangajin* (1998). También es el estilo de las adaptaciones de obras literarias publicadas por la serie *Classics Illustrated*, dirigida a lectores preuniversitarios.

⁴ Recientemente se publicó la extensa conversación entre Frank Miller y Will Eisner, moderada por Charles Brownstein (Brownstein 2006).

⁵ Véase la serie *Ray Bradbury Chronicles* (New York, Byron Preiss). O la edición ilustrada de *Frankenstein* en SM Ediciones (M. Shelley 1997). El mismo Will Eisner elaboró su guía inicial en el más puro estilo de la narrativa clásica, debido a sus innegables virtudes pedagógicas: *La narrativa gráfica* (Eisner 1998).

⁶ En la década de 1960 se publicó *The Gospel according to Peanuts*, que es un antecedente de *The Gospel according to The Simpsons* (Pinsky 2006).

⁷ En Latinoamérica no se conoce el trabajo lúdico experimental de Chris Ware, que está documentado, por ejemplo, en el libro de Sergio García Sánchez *Sinfonía gráfica* (G. Sánchez 2000:141). Y también destaca el trabajo del mismo Sergio García, con clara influencia de Escher.

⁸ *Exercises de Style* de Raymond Queneau es una referencia inevitable para todo escritor experimental, traducido al español en la editorial Cátedra por Antonio Fernández Ferrer (cuya nota introductoria se extiende casi 50 páginas) (Queneau 1987). Matt Madden ha hecho un homenaje al principio de la repetición, que es el más característico de la estética fractal (Madden 1998).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUSTER, P. (2006) *Ciudad de cristal*. Introducción de Art Spiegelman. Barcelona: Anagrama.
- BARTHES, R. (1970) *S/Z*. México: Siglo XXI Editores, 1984.
- BROWNSTEIN, C. (ed.) (2006) *Eisner / Miller*. Barcelona: Norma Editorial.
- CAMPBELL, JOSEPH (1949) *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. México: Fondo de Cultura Económica, 1959.
- DEL RÍO, E. (RIUS) (1983) *La vida de cuadritos. Guía incompleta de la historieta*. México: Grijalbo.
- EISNER, W. (1998) *La narrativa gráfica*. Barcelona: Norma Editores.
- FUGA, G. Y LELE V. (1997) *The Secret Venice of Corto Maltese. Fantastic and Hidden Itineraries*. Roma: Lizard Edition, 2005.

- GARCÍA SÁNCHEZ, S. (2000) *Sinfonía gráfica*. Barcelona: Grenalt.
- LEHMANN, T.R. (2005) *Manga. Masters of the Art*. New York: Harper Collins.
- MADDEN, M. (1998) *99 Ways to Tell a Story. Exercises of Style*. London: Chamberlain Bros.
- MANGAJIN'S BASIC JAPANESE THROUGH COMICS (1998) New York: Weatherhill.
- O'NEIL, D. (2001) "The Levitz Paradigm", en *The DC Comics Guide to Writing Comics*. New York: Watson Guptill, págs. 100-103.
- PÉREZ REVERTE, A. (2006) *El Capitán Alatriste*. Barcelona: Libros de Bolsillo.
- PINSKY, M. (2006) *The Gospel according to The Simpsons*. New York: WJK Books.
- PITOL, S. (1996) "Borola contra el mundo", en *El arte de la fuga*. México: Era, págs. 238-243.
- QUENEAU, R. (1947) *Ejercicios de estilo*. Versión de Antonio Fernández Ferrer. Madrid: Cátedra, 1987.
- SEPTEMBER 11TH, 2001. ARTISTS RESPOND (2002) New York: Dark Horse Comics.
- SHELLEY, M. (1997) *Frankenstein*. Ilustrado por Philippe Munch. Barcelona: Ediciones SM.
- VOGLER, C. (1998) *El viaje del escritor. Las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas*. Barcelona: Ma Non Troppo, 2002.
- WOLFE, M.F. (ed.) (2000) *Rube Goldberg Inventions*. New York: Simon and Schuster.
- ZAVALA, L. (2007) *Manual de análisis narrativo. Cine, literatura, intertexto*. México: Trillas.

MIRAR Y LEER: DE LA PINTURA A LA TIPOGRAFÍA

DANIELE BARBIERI

La lectura produce un movimiento rítmico.¹ La secuencia de símbolos gráficos impresa sobre el papel induce al ojo a recorrerlo según una dirección y reglas de continuidad. Todavía a espaldas de la relación entre la palabra escrita y los sonidos correspondientes, la secuencialidad de la escritura es marcada por el recurrir de las conclusiones de línea, por el recurrir de los principios y de los finales de párrafo, por el recurrir de las señales de puntuación, de los espacios blancos entre las palabras, de las mismas letras, de los mismos formantes gráficos de letras diferentes. Esta *multiplicidad rítmica* se anima posteriormente cuando estas formas toman un sentido sonoro: y pueden tomarlo en mayor o menor medida según sea la intensidad del sonido que resuene en nosotros.

Cuando a continuación las formas gráficas adquieren también un sentido discursivo o narrativo, otros ritmos aún se añaden, y el mundo allí descripto aparece controlado por una puesta en secuencia, por un principio del antes y del después, y por la escansión del desarrollo de los pensamientos que constituyen el discurso o el relato.

Esta marcha secuencial y rítmica tiene aspectos comunes con la secuencia de la música. Independientemente del discurso de una específica pieza musical, podemos reconocer su estilo, su época, su procedencia, por la combinación de las *repeticiones melódicas, armónicas y tímbricas*, e incluso específicamente rítmicas. Con esta combinación de repeticiones podemos encontrarnos en sintonía o no encontrarnos. No piensen en la música cultivada: ¡piensen en la música popular, en la música bailable!

Se reconoce inmediatamente la música y el ritmo familiar, incluso esa música menos familiar pero agradable, y aquella que no se soporta realmente y que encontramos irritante o aburrida. Aun antes de pedir una comprensión intelectual —y solamente una determinada música lo demanda en verdad—, la música pide *ponerse en sintonía*, hundirse en su sistema de repeticiones, ser sentida.

La palabra también demanda, aun si es en menor medida; y la palabra escrita no hace excepción. Un mal orador puede volver insoportable la exposición de una serie de ideas interesantes. Un mal escritor es un escritor que no nos permite sintonizarnos con su discurso, y nos aparece aburrido incluso cuando expone ideas de gran valor. La secuencialidad de la escritura estimula así este mecanismo de inmersión en su marcha, esta identificación básica en el sustrato del discurso, este reconocerse como miembros del mismo fluir. Leer un texto en una lengua que no es la suya no es más difícil solamente porque las palabras y las construcciones verbales son menos familiares: se trata también del ritmo y de la posibilidad de entrar en el flujo de las palabras; es la posibilidad, por lo tanto, de reconocernos en el mismo respirar.

El *mirar* no produce un movimiento rítmico. Cuando se mira no se mira nunca algo no organizado —que esté organizado por la naturaleza, o por la intención comunicativa del hombre. Pero esta organización es siempre parcial y, sobre todo, no goza de una escansión secuencial preordenada. Cuando se mira, la vista percibe antes todo el conjunto y sus líneas principales y a continuación se dirige hacia las formas más pregnantes, estas formas, es decir, formas en las cuales se puede suponer que se concentra la principal cantidad de información para nuestros intereses del momento. Por eso las caras atraen la atención más que el resto del cuerpo y las cosas que están más cercanas más que las alejadas, o las más definidas son percibidas más que las menos definidas.

Un buen pintor está en condiciones de prever y conducir la mirada, al menos en parte, del observador de sus obras, al menos la primera vez. Pero un buen pintor puede también jugar sobre lo indecible y colocar las figuras en primer plano o hacia los márgenes de la imagen, dejando los rostros en la sombra, volviendo más vivo el fondo. La incertidumbre sobre el curso de la visión puede ser parte de la estrategia misma del discurso visual. Y cada visión siguiente escapa a cualquier principio de previsión: en la medida en que el lector-espectador ya conoce el conjunto, ¿quién puede decir adónde se dirigirá su mirada? ¿Quién puede decir lo que, ahora, puede ser para él el detalle presumiblemente más cargado de nuevas informaciones?

Por esto, cuando leemos respiramos, pero *cundo miramos* es como si *retuviésemos la respiración*, o como si jadeáramos irregularmente.² Podemos reconocer formas familiares, y esto nos reconforta y nos hace sentir más en casa, pero no hay allí una marcha rítmica global a la cual poder acordarse, con la cual poder *encontrarse en sintonía*, como en el caso de la palabra. Con todo y esto, buscamos esta marcha, este recorrido.

Debemos distinguir ahora el mirar *natural*, que se dirige hacia las formas autónomas del mundo, del mirar de *la comunicación visual*, que se dirige a los artefactos comunicativos como dibujos, gráficos, pinturas, esculturas, arquitecturas, fotografías... La diferencia crucial entre los dos es que en la comunicación visual buscamos un discurso, mientras que en el mirar natural obviamente no lo buscamos, en la medida en que lo que miramos no es el producto de una acción comunicativa.

Cuando miramos una pintura, por ejemplo, no nos limitamos a pretender comprender lo que representa. Una pintura es, en muchas ocasiones, una descripción de la realidad y, como descripción, selecciona aspectos y omite otros, vuelve enfáticas algunas relaciones y deja otras en segundo plano. Si analizamos el recorrido de la interpretación de una comunicación visual, nos daremos cuenta de que, frente a una neta diferencia inicial en relación con la interpretación de una comunicación verbal, a la larga los dos procesos se parecen más y más mientras su nivel de abstracción aumenta y en este proceso los dos recorridos se vuelven difíciles de distinguir.

Creo que la comunicación visual ha nacido teniendo el soporte de la palabra y que se ha emancipado progresivamente pero nunca enteramente. Las pinturas rupestres del paleolítico no eran *cuadros*, o sea, figuraciones comunicativamente autónomas. Presumiblemente, más bien eran *soportes visuales al relato oral o a la ceremonia religiosa propiciatoria*. La misma situación de fruición debía permitir trazar las fronteras entre situaciones representadas sobre el mismo espacio, que también se intersecaban. La convención de la *cornisa* o del *marco*, que solicita en cualquier caso un soporte plano —como una pared construida—, permite aislar de los otros los elementos que pertenecen al mismo discurso y constituye una condición para que la imagen visual se vuelva discursivamente autónoma.

Así pues, el mirar de la comunicación visual es un mirar descendiente de la palabra oral y esta relación, remota, permite culturalmente acercarse a una serie de fáciles aproximaciones y combinaciones entre imágenes y palabras o, más genéricamente, entre *mirar y leer*.

Empezamos así desde el puro *mirar*, y tomamos como ejemplo una pintura famosa.³ Seguramente no se puede empezar a observar *Las Meninas* de Velásquez como si fuera una pintura abstracta: lo primero que nuestra mirada ciertamente hace es en efecto pretender descifrar el espacio representado como si fuera un espacio real y hacerse una idea de las figuras y de las relaciones espaciales entre ellas. Para hacer esto, inevitablemente el ojo del espectador recorre las figuras en dirección de sus caras y rostros, que es la zona más caracterizante —la que contiene habitualmente la principal cantidad de información, para nosotros—, y solamente después el ojo recorre las relaciones con el espacio circundante.

Una vez aclarada a grandes líneas la situación espacial, se pasará a pretender comprender lo que esta pintura representa. Solamente en este punto, por lo tanto, será posible ponerse el problema de por qué hay un pintor en escena, qué tipo de infor-

mación social y cultural existe entre las distintas personas representadas, por qué hay un espejo en el fondo de la sala o quiénes son las personas reflejadas en el espejo del fondo de la sala. Y solamente después de que se haya observado la presencia del espejo nos podremos dar cuenta de que las personas reflejadas se encuentran, *grosso modo*, en la misma posición espacial del espectador de la pintura, hacia la cual todas las demás figuras retratadas dirigen su mirada; para lo cual resulta ahora posible comprender que lo que estamos viendo no es simplemente un retrato de grupo, en el cual las personas observan quién los retrata porque están posando, sino más bien que se trata de la representación de una situación en la cual es el que está de la parte del espectador el que es retratado, mientras que las personas dentro de la pintura asisten al acontecimiento de la producción del retrato.

No antes de esta fase el recorrido interpretativo empezará quizá a poner en juego otros elementos, considerando también la dimensión planar, es decir, *plástica*, de la imagen, la distribución de las formas en el plano de la tela, independientemente de lo que representan. Nos podremos, pues, dar cuenta de que, por ejemplo, de las líneas implícitas establecidas a partir de las cabezas de los grupos de figuras corresponden a la línea real de la espalda del perro; o de la *rima visual* entre la parte posterior de la gran tela a la izquierda y la puerta abierta sobre el fondo, al centro. Y así, seguidamente, darnos cuenta de que a través de estos aspectos será posible reconsiderar el sentido de las relaciones entre las figuras no solamente en relación con su posición recíproca en el espacio representado, sino incluso en el plano mismo de la pintura.

El recorrido de la interpretación está muy lejos aún de agotarse aquí: como se ve, se trata de un *recorrido* que tiene muchos y amplios grados de libertad, pero también de pasos obligados. Este recorrido no tiene en su base el ritmo de la respiración, sino más bien el paso más irregular del *teatro* o de la *música*, en los cuales los momentos más lentos y los momentos más intensos se suceden sin que se pueda conocer anticipadamente su orden. Allí, el espectador no sabe de hecho lo que se producirá; no puede saber con certeza lo que está descubriendo a partir de las nuevas observaciones basadas en sus anteriores hipótesis. Lo que le falta a esta fruición es un *ritmo regular* de fondo, pero la sucesión de los descubrimientos cognoscitivos impone inevitablemente a su vez un ritmo, que podrá ahora ser *jadeado*, ahora *suspendido*.

Encontramos una situación no especialmente diferente cuando, desde el mirar puro y simple, pasamos a *un mirar combinado con el leer*, como pasa en el cartel o afiche. Seguramente la comunicación visual establecida por Erberto Carboni en su famoso cartel para Barilla, de 1952, propone un recorrido cognoscitivo más breve que la solicitud del cuadro de Velázquez. En general, en efecto, es realmente la modalidad de una fruición establecida por el lenguaje específico lo que nos hace preferir una larga y repetida observación de las pinturas y una *mirada fugaz* a los carteles publicitarios.

El cartel de Carboni contiene zonas o áreas para *leer*, dentro de un contexto que es sustancialmente para *mirar*. La mirada del espectador es presumiblemente afectada sobre todo por las grandes figuras en blanco de los cubiertos, por las siluetas amarillas de la pasta que flotan en alto y por el logotipo Barilla en la parte baja (figura 1). Pero todo ello adquiere un sentido más preciso solamente después de que la mirada haya llegado a leer el eslogan colocado en lo alto de la imagen: “la pasta del buon appetito”. La posición del eslogan le confiere un papel de *apertura* del discurso, que siguiendo la lógica de la lectura se establece lógicamente como una secuencia, la cual se abre con el eslogan, prosigue con la imagen de los cubiertos y de la pasta, y luego con el logotipo Barilla, que responde a la cuestión implícita establecida por el eslogan y la imagen, concluyendo con la didascalia “casa fundada a Parma nel 1877 per la produzione di paste alimentari”.



Figura 1. Erberto Carboni, cartel para Barilla, 1952.

Este recorrido lógico, casi *narrativo*, que sigue la línea de la lectura, está no obstante en contraste con el recorrido seguido por el intérprete, que *en primer lugar* ve la imagen y el logotipo y *a continuación* ve el eslogan y la didascalia. Para poder leer, es así necesario mirar; para poder conquistar la marcha regular de la respiración es necesario *recorrer la imagen con la marcha irregular del teatro*.

Con todo, el recorrido interpretativo no concluye aquí. Lo que permanece, al final, en la conciencia del espectador, es la asociación entre la imagen amarilla blanca y azul y la marca Barilla, y así el mensaje visual crucial es simplemente “pasta Barilla”. El recorrido de lectura caracterizó seguramente este mensaje, pero a fin de cuentas este proceso de *leer basado en un mirar* termina nuevamente por ser funcional al mirar.

Las otras veces en las cuales el cartel de Carboni esté bajo los ojos no leeremos más ni el eslogan ni la didascalia, pero nuestra mirada viajará brevemente sobre estos ob-

jetos apetitosos y festivos errantes en el aire, contra el fondo sólido y vagamente *déco* que representa los símbolos de la actividad que le otorga sentido, el comer, envuelto en el color del papel de alimentos. Esta pasta es ahora la pasta del buen apetito, aunque no leemos ya el eslogan, y es Barilla aunque ignoremos la didascalia. El leer ha producido un *mejor mirar*, pero es el producto del mirar lo que recordamos.

En las historietas asistimos al fenómeno opuesto. En la idea misma de una narración por imágenes está implícita la *secuencialidad del leer* —o del hablar, narrando con la voz—, y a esta secuencialidad se finaliza también la no-secuencialidad del mirar que caracteriza el enfoque global hacia las páginas del cómic, y sobre todo en relación con las viñetas individuales.

En otras palabras, la página de las historietas está sujeta a un doble mirar: hay en primer lugar una mirada global, de orientación, no diferente de la que tenemos frente a una ilustración o a una pintura o a un cartel. A continuación, sin embargo, la atención se orienta hacia la posición inicial, arriba y a la izquierda, y procede, en el sentido clásico de la lectura, hacia la derecha y hacia abajo. De nuevo, sin embargo, al explorar las viñetas individuales, nos encontramos absortos en un mirar y, en consecuencia, en un recorrer la imagen, no según la norma reconocida y previa sino de acuerdo con las sugerencias perceptivas de la imagen misma.

Estamos, pues, frente a un *leer*. Pero el hecho de tener en su base un mirar vuelve *más agitada e incierta la respiración*. En vez de una secuencia homogénea de palabras en su conjunto, que la mirada recorre de una manera tendencialmente uniforme, aquí estamos en presencia de bloques visuales —las viñetas y las páginas— que construyen cada uno su propia *duración*. La banda dibujada, por lo tanto, con relación a la novela, por ejemplo, posee una mayor posibilidad de construir *efectos rítmicos*: basados en la gradación de la duración visual de las imágenes individuales.

La lectura del tebeo establece así, a través de su componente del mirar, una *respiración básica irregular*, en sí misma potencialmente más ansiógena que la de la escritura hecha con palabras.

Con todo, incluso en la escritura de palabras, el componente del mirar está muy a menudo presente e influyente, con modalidades no demasiado diferentes de las que reconocemos en el tebeo.

Tomamos, por ejemplo, la *escritura a mano*; no la normalizada de los monjes de la Edad Media, que anuncia la prensa, sino esa de nuestras notas, de nuestras cartas personales que quizá a veces aún trazamos con la pluma, o la escritura de las recetas del médico. Un aspecto característico de la escritura a mano es su expresividad. Podríamos llegar sensatamente a decir que las variaciones personales y del momento que las palabras sufren con relación a una norma ideal cuando se trazan rápidamente con la mano son el correspondiente gráfico de las *inflexiones de la voz* que vuelven único y específicamente expresivo el discurso de cada nosotros. No es que se pueda trazar una correspondencia cualquiera y directa entre un detalle de la inflexión vocal y un deta-

lle de la escritura de una persona; pero no dudamos en general que la escritura refleja signos y trazas de la personalidad y la emotividad del momento de forma análoga a como lo hacen las inflexiones de la voz.

La escritura manual comunica, pues, una parte de su contenido con modalidades visuales y no verbales. La alteración de la normalidad de la escritura tiene consecuencias sobre el acto del leer: a causa de su mayor expresividad y también a causa de una menor legibilidad, el ojo es “forzado” a mirar más bien que a leer las palabras individuales, en forma parecida a las viñetas del tebeo –aunque en menor medida–. Aquí también, por lo tanto, el ritmo de base se encuentra *modulado*, vuelto menos regular por una componente comunicativa de carácter visual ligada al mirar y no al leer.

Observamos, por otra parte, que la modulación expresiva de la voz no produce el mismo efecto de irregularidad temporal. En las textualidades con un recorrido rígido –como la música, el cine o todo lo que está vinculado al habla–, el aumento de expresividad no modifica en sí mismo el ritmo, porque no influye sobre el tiempo de fruición. El texto se desliza independientemente de nuestro actuar interpretativo y si se vuelve más complejo no tenemos otra elección que aumentar nuestro nivel de atención o, si es ya al máximo, terminaremos por perder algo, esperando que no sea esencial para la comprensión global.

Lo que la normalización de la escritura produce –en la prensa, pero también y en primer lugar en la escritura normalizada de los amanuenses– es una neutralización del componente emotivo local, que repondría en juego un mirar, de modo que la palabra pueda, finalmente, simplemente *leerse*. A través de esta *neutralización*, al parecer un poco paradójica, la palabra escrita recupera la homogeneidad temporal del habla, permitiendo incluso, a un posible lector en voz alta, interpretar con sus entonaciones el texto verbal, a partir de su contenido semántico.

Por tanto y en relación con la palabra escrita a mano, la palabra normalizada a través de la prensa recupera en *legibilidad* lo que pierde en *expresividad*: puesto que si se trata en cualquier caso de palabra, la ganancia es habitualmente superior a la pérdida, ya que la fluidez del discurso es a su vez un componente expresivo que una insuficiente legibilidad penaliza. Además, en el curso del tiempo, la palabra escrita se adaptó en su menor expresividad con relación a la hablada, desarrollando formas apropiadas al contexto: por esto no se escribe como se habla. La palabra escrita, como resulta del estudio de su proceso evolutivo, no es la simple transcripción de la palabra hablada, sino una diferente forma de comunicación –aunque con muy fuertes relaciones con la palabra oral. La palabra escrita emplea expresiones diferentes y posee un ritmo diferente sin las entonaciones de la oral. Este ritmo –puesto que la gramática y la sintaxis son las mismas– se basa en el *ritmo tipográfico* dado en la *sucesión de palabra/espacio*, en la relación palabra/puntuación, línea/aparte, y en los párrafos y páginas –más allá de todas las convenciones que se impusieron a través de la prensa–.

La homogeneidad de la *font* y del *cuerpo* se hace necesaria porque su *neutralidad expresiva local* es necesaria. Pero la neutralidad expresiva local no implica la global. El font ideal para un texto verbal impreso es, pues, lo que en primera instancia corresponde al *tono expresivo*, al contenido –incluso contradiciendo a este contenido, si es esto lo que se quiere; o, en cualquier caso, estableciendo un tono expresivo sobre cuya base se efectuará la lectura– y, en segunda instancia, se neutraliza completamente, desapareciendo a los ojos del lector desde el punto de vista expresivo.

Las dos exigencias son bastante opuestas y la segunda es predominante en todos los textos que piden una atención alargada. La primera exigencia puede prevalecer en los textos breves, como los títulos, en los cuales la eficacia expresiva inmediata es más importante que la tutela de los aspectos rítmicos. Los títulos, en efecto, se *miran* quizá más de lo que se *leen*: se ve, por ejemplo, a través de la forma visual como se estructuran las páginas de los diarios, sobre todo en los titulares de los diarios.

La elección del font para una revista o una colección editorial favorece, pues, inevitablemente, la segunda exigencia, pero no puede olvidar enteramente la primera. La posición ideal, para la segunda exigencia, es la que permite al ritmo de la lectura extenderse naturalmente, neutralizando máximamente los componentes gráficos presentes. Por ejemplo, como cada buen diseñador gráfico sabe, los caracteres demasiado grandes o demasiado pequeños o en una fuente demasiado extraña y particular terminan por llamar a menudo la atención sobre ellos, las líneas demasiado largas piden que una parte de la atención sea empleada para encontrar la línea adecuada siguiente –y el *intervalo* para que la mirada pueda pasar desde el final de una línea al comienzo de la siguiente es demasiado largo para ser neutralizado, influyendo así sobre el ritmo–. Cada obstáculo a la *legibilidad visual* es un tropiezo al extenderse en relación con el ritmo natural; cada posible configuración que llame la atención sobre el *componente visual* (es decir, llame la atención sobre el *mirar* más bien que sobre el *leer*) la desvía del verbal: si, por ejemplo, se crean las alineaciones verticales en los espacios entre las palabras, aparecen sobre la página líneas blancas verticales que llaman la atención, puesto que son *formas salientes*; algo similar se genera si hay rimas visuales entre áreas diferentes de la página, etc.

El *mirar*, por lo tanto, en todos estos casos, termina por ser enemigo del *leer*. Cualquier cosa o elemento que pida ser mirado desvía la atención de la lectura, y disminuye su eficacia, introduciendo elementos espurios en relación con el significado de la pura secuencia de las palabras.

Una *página tipográfica* que pide ser mirada más que leída será, en general, una página que favorece la comunicación visual en relación con la verbal; en otras palabras, será una página de la cual es más autor el *tipógrafo* de lo que es el *escritor*. Esto es lo que se produce históricamente con la tipografía de Giovan Battista Bodoni en el siglo XVIII, *muy elegante e inmóvil*: observar que sus páginas piden ser miradas (además de ser leídas) significa destacar la importancia que, en la creación y la fruición de estas páginas, tenía el *componente visual* de la comunicación (figura 2).

VITA NUOVA da DANTE

Nove fiате già appresso lo mio nascimento era tornato lo cielo de la luce quasi a uno medesimo punto, quanto a la sua propria girazione, quando a li miei occhi apparve prima la gloriosa donna de la mia mete, la quale fu chiamata da molti Beatrice li quali non sapeano che si chiamare. Ella era in questa vita già stata tanto, che ne lo suo tempo lo cielo stellato era mosso verso la parte d'oriente de le dodici parti l'una

Figura 2. Giovan Battista Bodoni, página del *Manuale tipografico*, 1818.

En otras palabras, si en el curso de una lectura normalmente rítmica (la que en cualquier caso permiten incluso los caracteres de Bodoni) debemos detenernos de vez en cuando para admirar la elegancia de la página (y romper así el ritmo), entonces inevitablemente las significaciones emergentes de este proceso semiótico del mirar formarán parte de la significación global de la obra. Podría tratarse de un error, de un exceso de protagonismo por parte del tipógrafo. Pero el éxito de Bodoni en su tiempo nos obliga a excluir esta hipótesis. Bodoni había tenido éxito porque, según el sentir de su tiempo, su tipografía ennoblecía los textos verbales, dándoles la expresión gráfica que se merecían. Esto nos autoriza, pues, a pensar que estos textos se imprimían por Bodoni no solamente para ser leídos, sino sobre todo para ser *celebrados*: en cierto sentido, pues, Bodoni no simplemente *imprimía* los textos, sino que *los construía como monumentos*. En el monumento, la persona celebrada sigue siendo generalmente reconocible, pero no está presente personalmente; y lo que cuenta es su celebración.

Según esta perspectiva, la tipografía del siglo XVIII (que tiene en Bodoni y Firmin Didot su cumbre) sería entonces una tipografía que tiende a la *celebración monumental* más bien que a la simple transmisión del conocimiento. La *valorización* del texto resulta más importante que su simple *transmisión*, que puede parcialmente sacrificarse: obviamente, no se puede sacrificar enteramente porque el texto verbal debe seguir estando presente y, en consecuencia, ser legible. Se sacrifican solo algunos aspectos de su *fluidéz rítmica* a ventaja de los aspectos que permiten celebrarlo.

Será necesario un siglo para que la *cultura visual occidental* salga de este método de concebir la imagen. Solamente a través del impresionismo y sus consecuencias encontraremos el espíritu de una comunicación no glorificante, más tranquila y “popular”,

quizá más democrática. Y encontraremos incluso un *leer* que pueda prescindir de ser celebrado a través del *mirar*, permaneciendo de tal manera un simple leer, con toda la honradez de la lectura que ello implica.

Revisión de la traducción italiana: Rocco Mangieri

NOTAS

¹ Sobre el ritmo en la fruición textual, ver Barbieri (2004) (que hace referencia crucial a Meyer 1956).

² Esta idea se debe a Chappell-Bringhurst (1999).

³ Un análisis más detallado de este recorrido interpretativo se encuentra en Barbieri (2005).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBIERI, D. (2004) *Nel corso del testo. Una teoria della tensione e del ritmo*, Milano: Bompiani.

—— (2005) “Appunti per un’estetica del senso”. *Tempo fermo*, n. 4 (también on line a la direction http://www.arteadesso.net/tempofermo/numeri/4/barbieri_tf_4.html).

CHAPPELL, W., BRINGHURST, R. (1999²) *A Short History of the Printed Word*. Vancouver: Hartley & Marks Publishers Inc.

MEYER, L.B. (1956) *Emotion and Meaning in Music*. Chicago & London: The University of Chicago Press.

EL DISEÑO GRÁFICO EN LA ERA DE “LA PRECARIZACIÓN DE SÍ”

MARIANO DAGATTI

PAULA SIGANEVICH

1. INTRODUCCIÓN

Una semántica de lo precario atraviesa algunas de las deliberaciones centrales en el pensamiento contemporáneo acerca de la vida social. Ampliamente conocido resulta el uso de la noción de precariedad en el campo de la sociología del trabajo para definir a grandes rasgos las líneas de fuerza de la hegemonía neoliberal contemporánea y, en especial, las nuevas relaciones de subjetivación resultantes de la flexibilización laboral y la pérdida de los derechos sociales asociados al Welfare State. Su pertinencia conceptual, ha poco de ser utilizada, se ha visto, sin embargo, extendida con singulares derivaciones a diversas reflexiones (cf. Butler 2006; Laclau 1983; Tsianos y Papadopoulos 2006). Éstas construyen una semántica de la precariedad, en la que lo precario aparece caracterizado de manera ambigua, ligado, por un lado, a una idea de fragilidad, indefensión, desposesión, esto es, a una isotopía *restrictiva* de la carencia y, por otro, a una isotopía *productiva* de la demanda, que se presenta bajo la forma de aventura, riesgo, imprevisibilidad o interpelación. Es la precariedad, en estos términos, una instancia de liminaridad, que ora se presenta como falta o carencia, ora como inminencia y demanda.

2. LA “PRECARIZACIÓN DE SÍ”

Nuestra propuesta es que esta ambigüedad semántica de lo precario, *restrictiva* y *productiva* a la vez, resulta de importancia para reflexionar sobre determinadas producciones gráficas realizadas en la Argentina en esta primera década del siglo XXI, caracterizada por una fuerte crisis político-institucional, que ponen en tensión las tendencias mercantilistas del diseño gráfico como disciplina y que obligan a considerar bajo una nueva luz el papel de los diseñadores gráficos como “operadores culturales” (Ledesma 2003) en la era de la “precarización de sí” como dinámica biopolítica de subjetivación contemporánea.

El carácter estructural de la “precarización de sí” (*Prekarisierung*) está determinado —de acuerdo con Gerald Raunig (2007)— por el papel que adquiere la industria cultural como paradigma de la producción postfordista. La industria cultural —afirma Virno (2003:54)— “puso a punto el paradigma de la producción postfordista en su conjunto”. Tal es así que asistimos en la actualidad a una era en la que todas aquellas capacidades que eran aparentemente ineficientes para la esfera del trabajo y que caracterizaban en cambio el mundo del arte —lo no programado, lo informal, lo imprevisible, lo creativo— se vuelven normas *estructurales* para la regulación del mercado laboral.

El diseño gráfico no es una disciplina ajena a estos procesos; por el contrario, podríamos afirmar que es una praxis paradigmática de la “precarización de sí” como fenómeno biopolítico, en tanto hace de la idea de proyecto una forma de trabajo y de vida (cf. Lorey 2006). La creatividad, la espontaneidad, la informalidad, la flexibilidad operan como dinámicas inherentes al ejercicio de la profesión. Son estas dinámicas, asociadas al trabajo inmaterial, las que permiten definir la precarización como una institución de lo no-institucional, una “institución-proyecto”.

Esta “precarización de sí” de los diseñadores gráficos, signada además por el contexto de post-crisis actual, parecería señalar una nueva tendencia dentro del diseño gráfico en la Argentina, todavía en vías de configuración. Esta tendencia se caracterizaría por piezas gráficas que, en tanto productos semióticos, registrarían marcas de la “precarización de sí” de los operadores culturales como dimensión inherente al proceso de producción y generarían una tensión con la línea mercantil. Dentro de nuestra perspectiva, se trataría de reflexionar acerca de un conjunto de prácticas dentro del diseño gráfico que daría cuenta de la tensión entre las isotopías de la carencia y la interpelación propias de la precariedad hacia el interior de su universo semiopragmático y, por consiguiente, de las operaciones culturales de los diseñadores gráficos en tanto sujetos precarizados.

Si el tipo ideal de sujeto producido por la cultura del nuevo capitalismo se caracteriza —según Sennet (2006)— por el énfasis en tareas inmediatas y poco significativas, la valoración de la independencia y la autonomía como indicios de prestigio laboral, incluso superiores al dinero y al poder, la sensación de un grado alto de exposición y su autoconciencia como consumidor antes que como artesano, deberíamos decir

también que, al menos dentro del diseño gráfico como práctica cultural, este sujeto *precarizado* pone en entredicho tales restricciones a partir no sólo (y no principalmente) de la lucha política en su sentido convencional, sino a través de un *diseño gráfico precario* que, donde hay flexibilización, propone continuidad; donde hay individuación, propone socialización; donde hay pasividad, propone acción; en suma, que donde se tiende hacia la carencia de lazo social, propone prácticas relacionales cuyo énfasis estaría puesto en la interpelación como forma de diálogo, en el contexto como suplemento de significación y en la participación del receptor como productor, en lo que podríamos llamar una tendencia hacia la construcción simultánea de un enunciador anónimo o grupal y de un destinatario *artesano*.

3. HACIA UN DISEÑO PRECARIO

Con la crisis argentina de 2001 comenzamos a interesarnos por ciertas representaciones gráficas que aparecían como polémicas en relación con el discurso oficial del diseño gráfico consolidado en Argentina en la década anterior. Considerando los aspectos estético-formales de estas representaciones, relacionamos la semántica de la precariedad que las caracterizaba con los procesos *precarizantes* de subjetivación que se venían desarrollando en el capitalismo tardío postfordista.

Actualmente, *diseño gráfico precario* significa para nosotros un modo de caracterizar ciertas piezas gráficas que dan cuenta menos de una estética de la precariedad, entendida como una estética de lo poco, que de un dispositivo enunciativo de la precariedad. En este dispositivo se articulan dos ambigüedades: la de una semántica marcada por la presencia de isotopías de la carencia y la demanda en primer lugar, y la de ciertas posiciones enunciativas que adoptan diseñadores gráficos contemporáneos en relación con el mercado, más allá de su condición social y de las piezas gráficas. Esta ligazón entre representaciones que adscriben a una semántica de la precariedad y procesos *precarizantes* de subjetivación —conjeturamos— permite analizar constantes enunciativas en gramáticas de producción, asociando lo precario con una lógica de circulación.

Es así que nos interesa analizar piezas de diseño gráfico que, a nuestro entender, presentarían huellas de la “precarización de sí” y que permitirían pensar en un *diseño precario* que sería, al mismo tiempo, resultado de y resistencia a esta nueva forma de subjetivación.

Los casos que aquí analizaremos son piezas gráficas producidas por profesionales del diseño gráfico y la publicidad, quienes ocupan gran parte de su tiempo en trabajos para importantes empresas de gran capital y en la docencia universitaria.

3.1 Donación del diseño: la serie “Universidad” de CAM

CAM es un heterónimo del diseñador gráfico Juan Pablo Cambariere. Cambariere estudió diseño gráfico en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y bellas artes en la

Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón. Es docente de la UBA desde hace 10 años. A la par de su tarea como diseñador y artista, ha desarrollado líneas de piezas gráficas de tono político. Dejando de lado su serie “Anagrama” (“Argentino es anagrama de ignorante”, “sociedad argentina es anagrama de nació desintegrada”, “Político nacional es anagrama de anticipo colonial”), cercana en sus implicancias a la serie “Aniversarios de la Patria” de GRAPO que veremos más adelante, nos interesa ocuparnos de su serie “Universidad”, que realizara hace un par de años con el objeto de defender la universidad pública argentina y exigir mayor presupuesto público.

La serie “Universidad” (figura 1) es un conjunto de estenciles que permite entender en alguna de sus dimensiones la semiopragmática de la precariedad a partir de la “precarización de sí” de un diseñador gráfico en su actividad como operador cultural. La serie está integrada por cinco matrices de estenciles: “Universidad pública”, “Gratuita”, “Pública”, “Ad Honorem” y “Presupuesto”. Estas matrices pueden descargarse gratuitamente en internet. No tienen firma ni requisitos. Cada visitante del blog puede descargar una copia de la plantilla y realizar sus propios estenciles. Cada una de ellas posee, además de su sentido denotado, un sentido velado que el propio estencil intentaría ‘descubrir’: *verdad* en “Universidad pública”, *tu* en “Gratuita”, *UBA* en “Pública”, *no* en “Ad honorem”, *preso* en “Presupuesto”.



Figura 1. Serie “Universidad”

¿Qué mueve a CAM a realizar estas series? Sería imposible responder estas preguntas, incluso, quizás, para el propio protagonista. Lo cierto es que, sean cuales fueren sus motivaciones, estas producciones gráficas *innecesarias* presentan rasgos recurrentes en otros proyectos gráficos de productores y productoras culturales precarizados, que parecen ir en un sentido contrario —o al menos diferente— a las tendencias mercantiles dominantes en la disciplina y que permitirían ubicarlas dentro del *diseño precario*. Primeramente, CAM como autor se disuelve en la propia dinámica de la circulación de estas piezas, que se pueden descargar por internet en su blog y que no tienen firma. Aun cuando podamos rastrear quién ha hecho la pieza, la acción sobre el espacio público resulta anónima. Aparece como una marca impersonal. En segundo lugar, estas piezas son donaciones, en un sentido derridano. Nadie compra ni vende nada. Instituyen en su circulación una lógica de la gratuidad que no persigue ni el lucro ni la maximización de las ganancias. Tercero, CAM es el comitente de sus propias piezas. No hay demanda en el origen del producto ni es la demanda el parámetro de producción. Cuarto punto, la pieza puede ser reproducida libremente, pero esta reproducción exige que el

receptor haga su propia pieza. Lo artesanal se engarza con la producción en serie. Por último, como todo estencil, la pieza sólo puede existir en un contexto y, en este sentido, el contexto elegido no depende del valor comercial de su visibilidad.

3.2 El diseño como provocación: la serie “Aniversarios de la Patria” de GRAPO

Nos interesa aproximarnos a dos afiches de la serie “Aniversarios de la Patria”, del colectivo GRAPO (Gráfica Popular), grupo de diseñadores, profesionales y profesores de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Nacional de Cuyo, que evidencian a partir de procedimientos alotópicos la fijación de sentido sobre la que se constituye la nación como totalidad inteligible de lo social, específicamente la importancia de los símbolos patrios como signos de gran eficacia aglutinante, así como la injerencia del diseño gráfico para producirlos o transformarlos.

En “20 de Junio” (figura 2) y en “17 de Agosto” (figura 3) se toman las imágenes de Manuel Belgrano y José de San Martín para intervenirlas. En el caso de San Martín, se adjunta y superpone la imagen de Ernesto “Che” Guevara para establecer una comparación. Nuevamente está en juego aquí la idea de nación en la que se sostuvo históricamente el proyecto (neo)liberal conservador: la idea de una nación *liberal* y la contraposición del imaginario liberal con la praxis socialista. Si el héroe de la patria tiene en su corazón la imagen de Guevara, la propuesta del mensaje es que el receptor también la tenga. La imago *hegemonicamente* oficial soporta y garantiza la imago abyecta. No se trata sólo de que al gesto central del afiche podría asociarse una frase tan popular como “ponerse la camiseta” o, enciclopedia pop mediante, la transfiguración de Clark Kent en Superman, sino de que parecería que el gesto de abrirse la chaqueta coloca en un registro diferente el mote de “Libertador”. Que el *libertador* por antonomasia de la Patria, San Martín, porte sobre su pecho la camiseta del “Che” Guevara, establece una marcada filiación entre liberación y socialismo y convulsiona las creencias sobre las que se construye el mensaje.



Figura 2. “20 de Junio” Figura 3. “17 de Agosto”

En el caso de “20 de Junio”, sobre la foto más conocida de Manuel Belgrano se ha adjuntado un recurso típico de la historieta, el globito del pensamiento. ¿En qué piensa Belgrano? En la creación de la bandera nacional. Ahora bien, ¿podíamos en el año 2003 pensar en una bandera, en una nación, en una patria? ¿Cómo se pueden revalorizar los signos que sostienen una Nación? Cuando todo era puesto en duda, presentar una serie sobre la Patria y sus símbolos era una manera de poner en foco y reutilizar elementos sumamente eficaces de identificación a partir de los recursos del diseño gráfico para proponer una semántica de acción.

4. COMENTARIOS FINALES

Ante la pregunta sobre qué es lo que estas piezas gráficas ponen en consideración, en tanto productos que presentan huellas de la precarización de su proceso productivo, podrían mencionarse las siguientes:

a. La puesta en tensión de lo autoral: las producciones gráficas analizadas, a diferencia de un diseño de autor, tensionan la certeza de la obra como propiedad privada y manifiestan la ficción legal que envuelve al autor como propietario de ideas, palabras y/o imágenes. Es cierto que existe CAM y que es incluso posible rastrear a Cambariere detrás del *nickname*, pero también es verdad que sus matrices no tienen firma y que cualquier persona en cualquier lugar del planeta puede descargarlas sin costo alguno y reproducir la pieza gráfica sin ningún tipo de tasa por derecho de autor. Los afiches de GRAPO llevan la firma del autor, manteniendo la individualidad, pero al mismo tiempo llevan la firma del grupo, haciendo de cada individuo un fenómeno plural. Existen en el diseño precario rasgos de lo que Frederic Jameson ha definido como el fin del “ego burgués”. Los moldes del estencil, pero también en general la producción grupal y anónima de grupos, cuestionan no sólo la idea de autor sino también de estilo como algo único y personal.

b. El suplemento contextual. Si el diseño en general ha considerado el contexto de enunciación como elemento de plusvalor en función de su visibilidad y ha subordinado la materialidad del soporte a la lógica de la mayor producción al menor costo, el diseño precario hace del contexto un suplemento de significación: así, los estenciles de la serie “Universidad” en las paredes de las facultades de la Universidad de Buenos Aires, los “Anagramas” y sus definiciones de lo nacional y lo local en la post-crisis argentina. La pieza gráfica adquiere sentido en su relación con los mensajes aledaños, con la significación de la arquitectura que la soporta y con el bagaje cultural de los transeúntes que por allí circulan. A la resignificación mercantil del espacio público como espacio de consumo, el diseño precario opone la ciudad como fenómeno público eminentemente político. El sentido de lo precario aparece “suplido” por su contexto: interesa no sólo la pieza gráfica, sino el lugar donde fue reconocida. Este suplemento, por otro lado, está regido por el abandono, en el sentido de aquello que ha

sido olvidado, invisible a un lado del progreso (como un baldío, como la universidad pública), pero también invisible bajo el peso del progreso (las fachadas de los inmuebles a demoler o en demolición, los muros de edificios públicos). El diseño precario le confiere *voz* a aquello que ha sido abandonado o a aquello cuya visibilidad no es entendida como plusvalía dentro del espacio público mercantil. “La pared es el arma elegida para devolverles el golpe”, afirma Banksy en un rapto bajtiniano. CAM define el estencil como un puño que sale de aerosol. El *diseño precario* evidencia al espacio público como “arena de la lucha de clases” (Voloshinov 2009 [1929]).

c. El diseño precario adquiere la forma de una interpelación. El posesivo *tu* de “*gratuita*” en la serie “Universidad”, por ejemplo, lo hace de modo explícito, pero cualquier muro de la ciudad se convierte en el espacio de una demanda. Aquella lucha que el diseño precario evidencia cobra el tono de una voz no admitida: la voz de la lucha popular, la voz de la universidad pública, la voz que excede el cierre imaginario de una nación como totalidad y exhibe una incomodidad, una existencia no admitida, algo que sobrepasa lo representable, que puede presumirse pero no identificarse, que altera los procesos de identificación y, en este sentido, aparece como rebelde e indomesticable. El diseño precario arriba como una demanda que no deseamos y que no debería existir, ya que se trataría de un exceso físico de los productores y productoras culturales precarizados.

d. La reproducción técnica intersticial. Ni CAM ni GRAPO generan ganancia con sus producciones. El diseño precario no busca generar ganancia, sino *territorio*. Un espacio de interpelación. Las instancias de creación y reproducción, como el emisor y el receptor, quedan indiferenciadas. Así como tensiona la ficción autoral, el diseño precario define por contrapartida una nueva idea de destinatario. Si en el diseño gráfico hegemónico el destinatario es aquel a persuadir, a seducir, a convencer, entendido éste como sujeto pasivo; el diseño precario interpela a su receptor en tanto sujeto activo. Lo que supone el diseño precario, a diferencia de las tendencias mercantiles del diseño, es un destinatario otro que un consumidor, que un hombre vitalmente reducido al mercado. El diseño precario instituye un sujeto productor y hace de la reproducción no un acto mecánico, sino la consecuencia lógica de la disolución del autor como propiedad y origen. A diferencia de la lógica de la oferta y la demanda, el diseño precario implica un modo de producción en el que la reproducción opera, sobre todo, en recepción.

Contra lo que parecería ser un lugar común del análisis, el diseño precario no es un diseño retóricamente pobre o un diseño ‘suficiente’ en relación con parámetros como la escasez de recursos; por el contrario, aprovecha la pregnancia y la simpleza del signo gráfico. Tampoco se puede decir que el diseño precario esté definido por productores culturales en situación de calle o con necesidades básicas insatisfechas, menos aún que se caracterice por activismo político en la forma que éste adoptó en las décadas del 60 y del 70. El diseño precario no implica ni operadores culturales en

condiciones precarias de existencia o producción, no supone un sector social determinado (de hecho, los casos analizados formarían parte de la clase burguesa ilustrada), ni supone piezas gráficas ‘inferiores’ o ‘modestas’ en relación con un estándar establecido como legítimo. Diseño precario significa para nosotros una dinámica particular de la tarea de ciertos diseñadores, asociada a una lógica relacional de la producción gráfica y, por ende, a la construcción de dispositivos enunciativos específicos y originales respecto del diseño. El diseño precario no es un diseño de la pobreza. Ni un diseño ‘pobre’. No se trata de una estética *trash* o de una idealización de sectores marginados. Lo marginal, en todo caso, es su modo de circulación: blogs, internet, lugares abandonados. El diseño precario es un diseño que circula por fuera del mercado, en tanto no busca ganancia y circula como una donación. Su precariedad está ligada a una doble ambigüedad, la de una semántica de la precariedad y la de una praxis generada por la posición liminar de estos diseñadores, quienes tienen un pie fuera y otro dentro del mercado.

El diseño precario podría definirse tentativamente desde sus aspectos formales por la optimización de recursos, el aprovechamiento de elementos desechados o de bajo costo (reciclaje, aerosol, cartón), su estética ‘artesanal’. No obstante, lo que define su emergencia y su condición no es su formalidad o su estética, sino su modo de circulación, a saber: destrucción de la noción autoral, dinámica intersticial de circulación, plus contextual de significación, autocomitencia (el diseñador es su propio comitente), agenciamiento del espacio urbano como territorio intersticial, nomadismo (el diseño precario no tiene *su* espacio o aparece en *muestras*, sino que su condición primera es circular, moverse, reproducirse, ‘cautivar’), la dimensión relacional en tanto interpelación o demanda: si la práctica hegemónica del diseño gráfico consiste en diseñar a partir de una demanda concreta, el diseño precario intenta demandar a partir del diseño.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUTLER, J. (2006) *Vidas precarias*. Buenos Aires: Paidós.
- DERRIDA, J. (2005) “‘Hay que comer’ o el cálculo del sujeto”. Entrevista realizada por Jean-Luc Nancy, nro. 17 de *Confines*, Buenos Aires. Versión castellana de Virginia Gallo y Noelia Billi.
- LACLAU, E. (1983) “La imposibilidad de la sociedad”. Aparecido originalmente como “The Impossibility of Society”, en *Canadian Journal of Political and Social Theory*, vol. 7, n. 1 y 2, Hiver-Printemps, 1983.
- LEDESMA, M. (2003) *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires: Argonauta.
- LOREY, I. (2006) “Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y productoras culturales”. *Brumaria 7: arte, máquinas, trabajo inmaterial*. www.brumaria.net. Fecha de consulta: 27 de marzo de 2009.

RAUNIG, G. (2007) “La industria creativa como engaño de masas”. *Transversal*, enero de 2007. www.eipcp.net/transversal/0207/raunig/es/print. Fecha de consulta: 27 de marzo de 2009.

TSIANOS, V. Y PAPADOPOULOS, D. “Precariedad: un viaje salvaje al corazón del capitalismo corporeizado”. *Brumaria 7: arte, máquinas, trabajo inmaterial*. www.brumaria.net. Fecha de consulta on line: 27 de marzo de 2009.

VIRNO, P. (2003) *Gramática de la multitud*. Buenos Aires: Colihue.

VOLOSHINOV, V. (2009) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Godot.

ENUNCIADOS VISUALES FIJOS Y TEMPORALIDAD: CÓMO REPRESENTAR GRÁFICAMENTE EL TIEMPO

MABEL AMANDA LÓPEZ

I. LA TEMPORALIDAD COMO CONSTRUCTO CULTURAL

La pregunta acerca de la existencia del tiempo excede ampliamente el marco de este trabajo –presuponemos, al menos, haber experimentado la temporalidad, la conciencia del *tiempo vivido*–. Sin embargo, algunas reflexiones filosóficas son útiles para esclarecer la relación entre imagen visual y tiempo, ya que las representaciones de la temporalidad están atadas a una determinada concepción cosmo-física de su existencia.

Para la cultura occidental, el tiempo es una presencia. Tiene una existencia ontológica mensurable, contable. Esta ideología engendra la idea de la transitoriedad del tiempo, contiene la noción de tiempo calendario. Tanto Aristóteles como Kant conciben el tiempo como un continuo uniforme, finito, lineal, segmentable a voluntad. El desarrollo del tiempo sigue una lógica matematizada en la cual se instalan los acontecimientos de un modo diacrónico.

La manera paradigmática de representar el tiempo en nuestra cultura como una flecha que avanza conlleva una valoración implícita. La idea de progreso está presupuesta en la forma en que graficamos el paso del tiempo. De lo viejo a lo nuevo, de lo antiguo a lo moderno, las líneas temporales tan difundidas en el desarrollo de infografías, reproducen ambas concepciones. Aunque ese tiempo plausible de ser moldeado en recortes arbitrarios es una fantasía manipuladora tan naturalizada, que no nos resulta extraña.

En cambio, diversas concepciones orientalistas, como el budismo zen, entienden la experiencia temporal como inclusiva del todo, el eterno presente está contenido en el aquí-ahora. No hay dicotomía temporalidad-eternidad sino eternización del presente; el tiempo no es un simple paso, una flecha unidireccional que avanza hacia el porvenir. Esta concepción de la temporalidad no es posible de ser representada en un espacio, de desplegarse en presente, pasado y futuro. El tiempo se concentra en la instantaneidad de un presente eternizado.

Los presupuestos culturales acerca de la representación del tiempo aparecen reafirmados por otras teorías generales. El modo como los estudios semióticos históricamente han caracterizado el lenguaje visual en oposición al lenguaje verbal refuerza la imposibilidad de un despliegue de la categoría temporal en las imágenes visuales materiales fijas por definición.

Por ejemplo, la semiología signada por el pensamiento saussureano suspendió la consideración del tiempo al estudiar las estructuras congeladas en su simultaneidad. El privilegio del abordaje sincrónico propuesto por Saussure y heredado por el estructuralismo excluye el devenir. Abstrae artificialmente los fenómenos del decurso histórico, los convierte en acrónicos e idealizados. La propiedad de linealidad –el sintagma oral es línea en el tiempo; escrito es línea en el espacio– se aplica de modo exclusivo a los signos verbales. Los significantes visuales, entonces, parecen estar fuera del tiempo y congelados en la fijidad espacial. Por el contrario, a partir del abordaje discursivo se ha problematizado la temporalidad. El enunciado, nuevo objeto de estudio, es material e histórico, sujeto al devenir, es decir, temporalizado.

Estos aprioris de la cultura occidental son decisivos para entender cómo las concepciones sobre la categoría temporal modelarán toda traducción o representación del tiempo mediante algún lenguaje –ya sea verbal, no verbal o combinado.

2. ¿CÓMO CORRELACIONAR TIEMPO Y ESPACIO?

Tradicionalmente, lo espacial y lo temporal son caracterizados opositivamente. La imagen siempre sucede en el espacio, aunque solo ciertas imágenes tienen despliegue temporal. El tiempo permite clasificar las manifestaciones artísticas en *estáticas*, como la pintura, la escultura, la arquitectura, y *dinámicas*, como el cine, el teatro, la danza. Rudolf Arnheim (1957 [1987:135-136]), desde la psicología de la percepción, define el tiempo como la dimensión del cambio. Ese cambio no es caótico, es un movimiento sujeto a un orden en donde es posible verificar algo constante y una diferencia. De este modo distinguimos objetos –estáticos, espaciales– de acontecimientos –dinámicos, temporales–. La imagen fija, una pintura, por ejemplo, exhibe una historia atemporal, que no está simplemente detenida en el decurso histórico, sino que existe fuera del tiempo. Sin embargo, no carece de dinamismo, ya que para la física todo objeto está en movimiento. Un objeto en reposo no es aquel cuyas fuerzas están ausentes, sino en equilibrio.

El dibujo, la pintura y la escultura se originan en el movimiento descriptivo, son maneras de congelar gestos en una superficie o en una masa espacial. En las artes hay un desarrollo del gesto, hay una interpretación del movimiento. En cambio, la fotografía instantánea paraliza artificialmente el modelo, mostrando una imagen antinatural. El arte posee códigos para la representación del movimiento con los que logra un efecto más realista que la fotografía. El lenguaje analógico de la fotografía, testimonio mecánico, congela la imagen, mientras que nuestra percepción del mundo real es un constante devenir en donde el tiempo nunca se detiene.

Así como el espacio produce una representación simbólica, sucede lo mismo con el tiempo, que es mostrado de manera convencional o codificada. Según esta característica, las representaciones visuales se pueden agrupar en dos grandes órdenes: *imágenes no temporalizadas*, es decir, idénticas a sí mismas en el tiempo, e *imágenes temporalizadas* por efecto de su dispositivo de producción o presentación. La imagen cuyo dispositivo no está temporalizado trae aparejadas otras características: fijidad, unicidad y autonomía; por oposición, la imagen temporalizada es móvil, múltiple y secuencial (Aumont 1990 [1991:169-170]).

Frente a la tajante división entre espacio y tiempo planteada en los análisis precedentes, parece abrirse una zona interesante para indagar: el entrecruzamiento entre las llamadas artes estáticas y su relación con la variable temporal. Géneros del diseño gráfico tradicionalmente definidos como fijos —el cartel, la publicidad gráfica, entre otros— quedarían comprendidos en esta intersección.

3. LA VISUALIZACIÓN DEL TIEMPO NARRADO

En pintura, lograr representar personas y objetos en movimiento es problemático, por la imposibilidad de registrar el devenir temporal. Alberti, en su *Tratado de la pintura* de 1435, analiza los movimientos del cuerpo humano y su forma canónica de representación. Hace una distinción entre los movimientos del alma, los estados de ánimo y los movimientos del cuerpo, y además considera la representación del movimiento para los objetos que carecen de alma o inanimados, como el cabello, los pliegues de la ropa, las ramas de los árboles mecidas por el viento, y otros detalles de la escena.

La pintura occidental, en su vocación realista, se planteó como disyuntiva lo artificioso que resultaba representar un acontecimiento en una sola imagen fija. Una solución aparece implícita en el concepto de instante esencial, acuñado por Lessing en su *Laocoonte* (1766), a propósito de caracterizar los límites entre pintura y poesía. Asegura que “la sucesión temporal es el ámbito del poeta, así como el espacio es el ámbito del pintor” (1766 [1990:99]). Sin embargo, la pintura puede ser representativa si reproduce el momento que expresa la esencia del acontecimiento. Se define como un instante, el más favorable perteneciente a un suceso real, que se fija en la

representación. El instante pregnante elegido por el pintor no existe en la realidad, porque un acontecimiento sucede en el tiempo, sin que se pueda establecer cuál de sus momentos lo representa mejor.

Gombrich (1960) agrega que lo significativo es el conjunto de los momentos. En cada instante del acontecimiento hay elementos significativos en diferentes partes del espacio, pero las diferentes partes no son afectadas ni son significativas al mismo tiempo. Así, ese instante sólo podría ser la reconstrucción teórica de un tiempo virtual. En este tipo de representaciones se presupone una narración visual, aunque se ofrece a la mirada solo un momento de ella. En ese sentido, son sinécdoques de un relato presupuesto, sobreentendido, a partir del cual se podría hipotetizar el inicio y el desenlace.

Toda secuencia narrativa presupone el factor tiempo; se puede observar el desarrollo temporal, por ejemplo, desplegado en una novela. La diégesis manifiesta su temporalidad según las variables de orden, duración y frecuencia descriptas por Genette (1972), que expresan las relaciones entre la temporalidad de la historia narrada y el tiempo del relato, es decir, el tiempo creado por el narrador al contar la historia. El tiempo del relato es un tiempo espacializado y medible en cantidad de palabras y páginas que serán recorridas visualmente en un tiempo de lectura.

La categoría *relato* es transgenérica. Así, la historieta, la fotonovela, el humor gráfico cuando se desarrolla en más de una viñeta, a pesar del evidente estatismo, se inscriben en un tiempo. Participan del orden de la secuenciación narrativa que, convencionalmente, en la cultura occidental toma como modelo el orden de la escritura alfabética, de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. Simbolizan el antes y el después —teniendo en cuenta que nuestra concepción ideológica del tiempo nos condiciona a percibirlo como una línea que avanza—. Del mismo modo, en la pintura medieval la oposición entre arriba y abajo en un eje vertical era significativa para figurativizar el tiempo. Se representaba una narración alegóricamente con la confrontación de un orden humano, terrenal, en el extremo inferior de la imagen y un orden divino, celestial, en la zona superior. Toda serie de imágenes construye sintácticamente una secuencia, introduce el factor tiempo en la representación del espacio. Ya los trípticos de El Bosco de principios del siglo XVI muestran un desarrollo narrativo secuencial con temas alegóricos. Por ejemplo, la obra *El jardín de las delicias* narra en tres imágenes la génesis del mundo, según el relato bíblico. A la izquierda, el pasado, Adán y Eva en el Paraíso; luego, la caída en el pecado, en la figura central, que representa el presente de la humanidad en la tierra, y el prometido juicio final en un futuro.

En el caso particular del cine, además de su evidente participación en el orden de la narratividad, el lenguaje cinematográfico basa su especificidad en la dupla imagen-tiempo. Mientras la foto es *imagen del tiempo*, el cine es *imagen en el tiempo*. Si bien el cine se nutre de imágenes fotográficas, su característica esencial es la inclusión del movimiento, código específico de la cinematografía.

La fotografía consiguió inmovilizar la imagen de tal modo que, cuando se fotografía algo en movimiento, resulta paradójal, esa imagen representa el tiempo abolido. La fotografía espacializa un tiempo, es una huella temporal de un momento histórico real. Dos recursos ponen en evidencia el tiempo en la foto, por su artificialidad respecto de la percepción óptica: su suspensión o su prolongación. La fotografía, al intentar capturar el tiempo, logrará restituirlo de un modo convencional o simbólico. El saber del lector lo interpretará como un instante detenido, suspendido artificialmente o captado en su duración, a través del efecto de barrido.

Desde sus inicios, los fotógrafos se interesaron por representar acciones desplegadas en el tiempo. En 1885, el fotógrafo Marey logró una cronofotografía de la marcha del hombre, que permitía visualizar una acción con desarrollo temporal, el andar. Sin embargo, un fotógrafo aficionado, Eadweard Muybridge, nacido en 1830, muerto en 1904, fue el mejor y más temprano exponente de este tipo de registro secuencial del movimiento. Los pintores, a partir de la secuencia fotográfica del galope del caballo lograda por Muybridge, pudieron corregir la representación errónea que se repetía, producto de la imposibilidad del ojo humano de descomponer el tiempo y detenerlo como lo hace la cámara fotográfica.

En estos casos, se le atribuye a la fotografía —ojo mecánico— una objetividad superior a la percepción humana. La foto resulta más real, incluso, que lo que vemos, limitado por nuestra percepción necesariamente subjetiva. La mirada humana ya no es signo, no organiza la búsqueda de la verdad. El perfeccionamiento de la tecnología fotográfica, al abolir la distancia temporal y convertirse en instantánea, mostraba su gran superioridad respecto del ojo humano (Virilio 1988 [1989:59]).

4. TEMATIZACIÓN VISUAL DEL TIEMPO

¿Qué *dicen* sobre el tiempo los relojes de Dalí? Son iterativos, flexibles; se repiten en ecos especulares, casi una metáfora visual de la temporalidad *líquida*.

Las vanguardias artísticas del siglo xx ensayaron experimentaciones que incluyen el tratamiento del tiempo en la representación. El arte futurista concibió el concepto de dinamismo plástico, alejándose del realismo perceptivo. El movimiento representado por líneas o figuras cinéticas introduce el devenir temporal mostrando aquello que el ojo no llega a percibir, como puede verse en las obras del futurista Giacomo Balla.

Otras formas de expresión innovadoras han creado recursos expresivos para manifestar temporalidad, con resultados polémicos. Se discutió si el cubismo, al descomponer los objetos e integrarlos nuevamente entrecruzando los fragmentos, creaba una dimensión temporal o solo la señalaba estéticamente, acentuando su espacialidad. Gillo Dorfles (1959 [1993:96]) afirma que con Paul Klee se introduce el elemento temporal en la imagen por medio de la línea. La línea es siempre un recorrido en la tela, un devenir que propone un tiempo de lectura con aceleraciones y morosidades.

Para el surrealismo, la pintura puede crear un tiempo virtual más allá del tiempo de la experiencia cotidiana, donde conviven tiempo real y tiempo onírico.

Desde hojas de un calendario que vuelan, como los días, hasta el temido ícono del reloj de arena, que acompaña la espera en los programas de computación –tiempo *muerto* de las nuevas tecnologías–, el tiempo se representa metonímicamente mediante la visualización de los instrumentos creados para medirlo. La mera evocación icónica de relojes o calendarios hace pensar en el tiempo como tema del enunciado visual.

Como connotación, el tiempo puede ser un elemento añadido en la imagen. El color es uno de los componentes visuales usado para connotar temporalidad. El color amarillento *envejecido* o los tonos sepia connotan pasado. Mientras que el color azulado y la cesía de brillo metalizado son elementos morfológicos ya codificados, que se interpretan como temporalidad futura. De igual modo connota futuro el verde amarillento brillante combinado con negro, que rememora la oscura pantalla en donde resaltaban letras y números, en los primeros monitores de las antiguas PC. Un caso paradigmático de ese uso es el verde *tecnológico* de *Matrix*.

Este rasgo connotativo alcanza un estatus simbólico cuando se trata de diseñar la identidad cromática de empresas o servicios. Un caso interesante del fenómeno es el color identitario de las dos empresas privadas que en Argentina concentran el mercado de la telefonía fija. *Telecom* se distingue por su azul brillante, indicando la velocidad de la fibra óptica; *Telefónica* optó por el verde con negro. Ambas seleccionaron colores *del futuro*, explotando su asociación con las nuevas tecnologías. La exaltación del futuro en el presente es una cualidad positiva para el posicionamiento de estas empresas, vinculadas con las comunicaciones.

5. TEMPORALIDAD DE LA ENUNCIACIÓN VISUAL

Los casos analizados describen recursos retóricos usuales para expresar la categoría de tiempo en la imagen. En todos, la temporalidad representada corresponde a un tiempo del relato, al tiempo de lo enunciado o temporalidad enunciativa. Queda clara la posibilidad de tematizar el tiempo, de hacer visible su sentido. Ahora bien, ¿en qué medida es lícito extender la noción de temporalidad de la enunciación al campo de la imagen?

Para fundamentar la pertinencia de esta hipótesis, se recordará el concepto de temporalidad enunciativa, cuyo alcance está delimitado principalmente al lenguaje verbal, según las principales líneas de la teoría de la enunciación. La semiótica greimasiana concibe la temporalización –al igual que la espacialización y la actorialización– como un subcomponente de la discursivización, pertenece a la puesta en marcha de los mecanismos de embrague y desembrague (Greimas 1979 [1982: 117]). El relato funciona como un apriori acrónico, la temporalización es programada y localizada, porque se realiza a nivel de la puesta en discurso (Parret 1987:45).

La temporalidad en la enunciación se considera un efecto del discurso, es decir, un efecto del sujeto. El tiempo es una creación enunciativa, solo existe en la enunciación como tiempo presente. A partir de allí el sujeto articula la temporalidad sobre un eje imaginario de la anterioridad o posterioridad respecto de ese momento axial. El tiempo del lenguaje está disociado de la idea de medida, el *ahora* resulta inaprensible y está asociado a la situación deíctica (Benveniste 1966 [1971:179-187]). La concepción de Benveniste expresa la subjetividad de las relaciones temporales en las que, sin embargo, subyace la concepción del tiempo como línea que progresa, a partir del momento de la enunciación.

El aparato de formas por medio de los índices de ostensión temporales le permite al sujeto enunciator expresar las ideas de pasado –anterioridad respecto del momento de enunciación– usando pronombres, adverbios y construcciones circunstanciales de tiempo –*ayer*, *el año pasado*– y de futuro –posterioridad respecto del momento de la enunciación– con expresiones deícticas como *mañana* o la *semana próxima* (Benveniste 1970 [1978:82-91]).

Frecuentemente, cuando el enunciado integra un mensaje verbal, las relaciones temporales quedan a su cargo, por ejemplo, en un cartel publicitario o en la ilustración de textos. Entonces, ¿puede la imagen expresar las ideas de *mañana* o *ayer* o está condenada a un eterno presente?

Las estrategias relevadas para problematizar la existencia de huellas deícticas de temporalidad tienen un denominador común: todas se basan en la comparación de dos tiempos. Es una serie de recursos retóricos donde el presente deíctico emerge de la confrontación con una acción o idea pasada o futura con la que se correlaciona. Es necesario que ambas estén *en presencia* para producir el efecto descripto. Tales marcas son recuperadas por los enunciatarios como relaciones entre un presente –de enunciación– y un pasado o futuro en relación con esa instancia.

El uso de una representación en segundo grado, es decir, una imagen que contenga una imagen de una imagen, abre la posibilidad de que cada una de ellas remita a distintos tiempos enunciativos. El presente de enunciación se pone en relación con otro tiempo (pasado o futuro) de la *metaimagen*, noción definida por Alessandria (1996:13-15).

Por ejemplo, si hay una fotografía dentro de una escena representada en una imagen fotográfica, percibimos que la imagen contenida remite al pasado respecto del presente de enunciación de la imagen contenedora. Las dos imágenes pueden estar delimitadas por un marco que las aísla –cuadro, ventana, espejo, visor, lente, etc.– o conectadas mediante otros recursos que faciliten la aparición de una imagen contenida –esfumado, sombra, reflejo, cambio de color o textura. Este efecto se refuerza cuando se usa una fotografía en blanco y negro para la temporalidad pasada; el color funciona como embrague temporal entre el presente de enunciación y un *ayer* evocado en la imagen contenida.

Cuando el presente de enunciación se proyecta en un mañana, el futuro evocado siempre es concebido como posibilidad, como tiempo hipotético. La idea de futuro

es mostrada a la derecha, abajo, o en una falsa página posterior; recursos gráficos para vislumbrar lo que todavía no es y, por ende, es incierto. El futuro imaginado —es decir, recreado en una imagen— puede ser promisorio o apocalíptico, en función de los argumentos que sostenga el enunciado.

Como puede inferirse de los casos citados, la representación del tiempo está codificada culturalmente. Al igual que el espacio, cuyo paradigma podría ser la noción de perspectiva, el tiempo produce también una representación simbólica. La temporalización de lo visual sólo sería una dimensión menos explorada, menos naturalizada; aunque tan verosímil y artificiosa como la forma en que cada cultura da sentido a la existencia misma del tiempo. Porque contar, medir y registrar el tiempo es el molde, la matriz que prefigurará toda posibilidad de representarlo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALESSANDRIA, J. (1996) *Imagen y metaimagen*. Buenos Aires: CBC Universidad de Buenos Aires, Serie Enciclopedia Semiológica.
- ARNHEIM, R. (1957) *Art and Visual Perception*. Berkeley: University of California Press. Trad. española Rubén Maser, *Arte y percepción visual*. Buenos Aires: Eudeba, 1987.
- AUMONT, J. (1990) *L'image*. París: Nathan. En español, *La imagen*. Barcelona: Paidós, 1991.
- BENVENISTE, È. (1966) *Problèmes de linguistique générale*. París: Gallimard. Edición en español, *Problemas de Lingüística General I*. México: Siglo XXI, 1971.
- (1970) “El aparato formal de la enunciación”, en *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI, 1978.
- DORFLES, G. (1959) *Il divenire delle arti*. Torino: Giulio Einaudi. Trad. española por Roberto Fernández Balbuena y Jorge Ferreiro, *El devenir de las artes*. México: Fondo de Cultura Económica, 1963.
- GENETTE, G. (1972) *Figures III*. París: Seuil. Trad. española, *Figuras III*. Barcelona: Lumen, 1989.
- GOMBRICH, E. H. (1960) *Art and Illusion*. London: Phaidon Press. Trad. española por Gabriel Ferrater, *Arte e ilusión*. Barcelona: G. Gili, 1979.
- GREIMAS, A.J. Y COURTES, J. (1979) *Semiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. París: Hachette. Versión española por E. Ballón Aguirre y H. Campodónico Carrión, *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos, 1982.
- LESSING, G. E. (1766) *Laocoonte*. Madrid: Tecnos, 1990. Introducción y traducción de E. Barjau.
- PALACÍ, E. (2003) “¿Existe la deixis en la imagen?”. *deSignis* 4, 129-138. Barcelona: FELS Gedisa.
- PARRET, H. (1987) “Las temporalidades de lo cotidiano. El tiempo ‘vivido’”. *Morphé* 2 (3/4), 31-52. Universidad Autónoma de Puebla.
- VIRILIO, P. (1988) *La machine de vision*. París: Galilée. Trad. española por Mariano Antolín Rato, *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra, 1989.

OS VALORES SIMBÓLICOS DO DESIGN DO TEMPO PRESENTE

ROSANA COSTA RAMALHO DE CASTRO

1. A CULTURA DO DESIGN

O presente artigo procura identificar, de modo sucinto, porém objetivo, o panorama que se descortina a partir da existência da Cultura do Design, pretendendo identificar, na atualidade, indícios de um tipo de Design do Tempo Presente como alternativa de mudança para a profissão. Exemplificamos anteriormente, pela análise de cartazes elaborados por OtlAicher para as Olimpíadas de Munique de 1972, procurando demonstrar como os processos de concepção do Design, ainda praticado, fazem uso de teorias formais cujo principal interesse é de transmitir um dado Objetivo, mantendo o controle do designer até depois do objeto assimilado. No artigo, chamamos de ‘pressupostos formais’¹ aos referenciais da linguagem visual da Psicologia da Forma e identificamos, pelo emprego contínuo destes pressupostos no Ato Criativo do processo de design, a constituição da Cultura do Design. O Design do Tempo Presente deve romper com este arcabouço do Ato Criativo, para deixar emergir a plenitude da Subjetividade.

O presente artigo dá continuidade à evolução do nosso pensamento a respeito dos processos de concepção do Design, apresentando um breve estudo das bases teóricas que fundamentam os processos de concepção do Design de características formalistas, a Teoria da Gestalt. Também procura identificar os efeitos da presença de híbridos culturais em grande escala, na atualidade, quando o Ser simbólico vem sendo massi-

vamente levado a perceber o mundo por meio dos simulacros que são a ele apresentados, em praticamente todos os itens que consome. E além, também os estímulos dos meios de comunicação o levam a consumir aqueles itens que, ele próprio, sem nem o saber, acaba consumindo.

Nosso propósito é de apresentar um novo procedimento do Ato Criativo do Design, considerando como é possível analisar a forma não mais pelo pressuposto e sim como um signo, que será singular a cada criação, pois considerará as referências simbólicas dos contextos dos grupos sociais.

Em tempo, pretendemos, ao final das considerações teóricas, acrescentar uma breve análise do Cartaz do Festival de Cannes 2009, em que, tanto o designer como o receptor se unem no mesmo lugar, tornando-se um agente no momento da percepção, perante a imagem, e neste ponto, o designer deixa o receptor subjetivar ao perceber a imagem. O Cartaz em questão mostra a representação de um fotograma do filme *A Favorita* de Antonioni, porque o Festival deste ano prestou uma homenagem ao grande cineasta.

2. PRESSUPOSTOS FORMAIS NA TEORIA DA GESTALT

Certamente, ao considerar o ato de representar intrínseco à existência humana e sendo este ato o que o diferencia dos outros animais, nosso propósito é de levar adiante os estudos procurando viabilizar a existência e as qualidades apropriadas do produto de design. Apresentamos um debate a respeito do emprego da Teoria da Gestalt (Engelmann 2002, visit. 2009)) em contraponto à Teoria Semiótica, apresentada nas obras *Tratado Geral de Semiótica* de Umberto Eco e nos textos de Charles Sanders Peirce. O interesse é de alcançar o valor simbólico faltante em qualquer concepção que se baseia em teorias cujos pressupostos formais impedem a singularidade, ou a subjetivação.

O estudo propõe aproximações ao campo de estudo da reanimação de imagens sensíveis e provenientes das assimilações da mente - o fundamento ou o imaginário –e às diversas combinações das imagens que provocam efeitos na imaginação criativa– o objeto ou o real –e que são indutores da subjetivação, no campo do simbólico (Nordtug 2004, visit. 2008).

No sentido de clarear a discussão, vamos aprofundar o estudo a respeito do arcabouço teórico que acompanha os processos de concepção do design, analisando os conceitos da gestalt na constituição da Psicologia da Forma.

A Gestalttheorie (Teoria da Gestalt), voltada, principalmente, para a percepção visual em obras de arte; a Psicologia da Gestalt, ou Psicologia da Forma (Guillaume 1966:1-14), ou, ainda, Gestaltismo, Configuracionismo (Mucci 2005, visit. 2007), constitui-se de estudos realizados, inicialmente, em situações especiais, em laboratórios de pesquisas, e revela os efeitos da psicologia analítica que regula os valores das

formas, das cores e das estruturas a partir da resposta referente à percepção da média das pessoas. Por sua constituição laboratorial, cada pesquisa foi elaborada sem contar com nenhum apelo simbólico durante a realização dos experimentos e os resultados obtidos são estéreis, pois partem de um princípio que não se encontra vinculado à situação real de percepção do mundo. Cada elemento da forma, da cor etc. nunca se encontra dissociado de um contexto da realidade em cujo universo também estão presentes outros elementos que carregam cargas simbólicas que se associam imediatamente aos elementos formais.

Assim sendo, torna-se impossível entender o valor de uma cor num laboratório e imaginar tal cor respondendo ao mesmo valor no meio de uma cidade repleta de situações e de apelos emocionais, por exemplo. E, por tratar do ato criativo do Design, os pressupostos gestaltianos são configurações que resultam da percepção humana (Arnheim 1986:27-331) (Engelmann 2002, visit. 2009) agem em premedito e desqualificam o objeto como representação de uma idéia que surge de um fundamento no conhecimento anterior.

Porque negamos de modo tão enfático o emreigo nos provcessos de concepção da Teoria da Gestalt? A Teoria da Gestalt pressupõe valores comuns para a percepção de pessoas diferentes, pois efetiva-se mediante a razão mediana revelada em seus estudos, pretendendo auxiliar na percepção de mundo e sendo constantemente utilizada na concepção de objetos de design. E, em virtude do fato de que um objeto de design é também uma representação cultural e que as representações culturais não podem ser constituídas sem que os valores formais e simbólicos estejam indissociáveis, o uso da Teoria da Gestalt no ensino do Design torna-se ineficiente. A imposição de um tipo de conhecimento não revela os indícios e especificidades da realidade, pois nega ao criador a verdadeira e inequívoca vocação da percepção total do mundo que nos cerca.

O que nos leva a formular esta questão é o seguinte: se perceber é mais do que um ato mecânico, físico ou químico e que leva à assimilação do objeto, então questionamos se é viável o emprego na concepção do objeto de design de estudos produzidos a partir de experiências laboratoriais, como os da teoria gestaltiana. Os processos de percepção: *a dinâmica perceptiva [...] vai além de uma mera experiência sensorial resultante da ativação de receptores passivo* (Santaella 2004:38). Vai além porque refaz uma vivência que se iniciou no conhecimento anterior e se completará numa etapa ulterior: *na extração da informação* pelos sentidos e dependendo do *sistema de orientação geral que vem do corpo inteiro* (Gibson apud Santaella 2004:39).

A percepção ocorre através de filtros pessoais, sensoriais ou da imaginação e destes, o filtro da imaginação compartilha as referências dos códigos culturais que estão na memória com as lembranças de recalques advindos dos processos do conhecimento. Em conseqüência, nenhuma representação é percebida conforme a intenção de quem a concebe, nem as que são referentes ao design. E podemos destacar tam-

bém: nenhuma representação está livre de conter elementos rejeitados ou enaltecidos por efeito de alguma experiência anterior, indesejável ou valorizada, do receptor. Em consequência, algumas representações podem ser bem sucedidas ou não por conter elementos que podem ser associados às experiências negativas ou sublimadas de cada um. As marcas do passado são tão presentes que devem ser levadas em conta durante as pesquisas para destacar o que é da cultura de cada um e o que é desejável na atualidade.

Em suma, adotar a Teoria da Gestalt sempre foi motivo para pasteurizar os investimentos visuais e desconsiderar as marcas singulares dos códigos simbólicos específicos. Por outro lado, entender o valor dos objetos como representações culturais é o dever de todo profissional voltado para a concepção de bens industrializados e destinados ao consumo, como é o caso dos designers, pois todo objeto é também um signo, uma vez que é a representação de determinada cultura. Por outro lado, todo objeto de design é o reflexo de um sistema social e econômico.

E, apesar dos indícios e das respostas em descompasso com a realidade e a necessidade, não se percebem, no âmbito da atividade do design, modificações estruturais e importantes que demonstrem providências no sentido de despertar a consciência dos profissionais e do meio acadêmico a respeito dos novos valores que garantam o bem estar. Quando muito, há cursos de formação que adotam os meios possíveis para despertar, mediante a oferta de Tópicos Especiais, os conhecimentos importantes para o momento atual. Há modelos reconhecidos, já em evidência há alguns anos que se preocupam pelo enfoque de cunho ecológico (Ecodesign) e, em alguns casos, também há estudos teóricos que destacam o estudo do signo (Semiótica Aplicada ao Design). Fora as pequenas incursões, como os exemplos apresentados anteriormente, o restante está em desconformidade com a necessidade que visa atender às evidências da atualidade.

3. VALORES SIMBÓLICOS PARA O DESIGN DO TEMPO PRESENTE

Ao estudar a Cultura do Design percebemos como os princípios da atividade mantiveram considerável distanciamento dos valores simbólicos que devem atribuir-se aos objetos que são representações de cada cultura e de cada grupo social (Baudrillard 1981:239-258; Baudrillard 1993:145-163). Nosso propósito, aqui, é de apresentar uma reflexão para “ver” o objeto constituído pelos códigos simbólicos de cada grupo social. Sendo assim, dedicamos uma parte deste artigo para apresentar uma breve análise sobre a atualidade e a descaracterização do Ser, reforçada pela massificação da comunicação. Esta parte da análise visa destacar a realidade de cada grupo social e seus códigos simbólicos para manter, como se fosse uma bandeira ideológica, suas características culturais contra a massificação exacerbada, pois além da falta de critérios que avaliem a necessidade de concepção de cada produto, ainda contamos

com a reprodução indiscriminada de produtos destinados ao consumo popular, utilizando os mesmos parâmetros estéticos, constituindo assim, a outra face da Cultura do Design.

Desde que alguns teóricos dedicados à análise dos sistemas dos objetos começaram a incluir o objeto de design no âmbito de estudos das representações culturais, já se constituíam os alicerces do conhecimento do Design, destacando o valor simbólico de seus objetos. Devemos, portanto, dar continuidade a estes estudos.

Segundo afirmam diversos pensadores, a ausência de valores simbólicos específicos dos objetos de Design (Baudrillard 1981:251) aumentou a dinâmica de assimilação e aquisição dos objetos constituídos de *simulacros* e (Baudrillard 1993:166-184; Mucci 2007, visit. 2008), facilitando a eclosão da *desejabilidade social* (Ribas Jr., Moura, Hutz 2004, visit. 2007). E então, a soberania dos objetos projetados pelos designers de formação funcionalista levou à expansão da Cultura do Design com a entrada dos valores estéticos do Design da *Boa Forma* nos países de culturas diversas. A partir de então, gerava-se híbridos culturais, pela *identidade-diferença* (Todorov 1996:211), disseminando para os grupos sociais, indistintamente, por meio dos modelos formais originais, uma velha atitude colonialista perversa de estimular a aquisição do simulacro do Ser desejado, caracterizando a existência do outro e passando a somar novos itens aos códigos simbólicos.

Por outro lado, de modo diferente dos sistemas adotados nas colônias em todo o mundo, o espelho na cultura do outro, identificada como sendo superior, nunca foi tão fácil de ser reproduzido, tornando os Duplos cada vez mais acessíveis aos bolsos da maioria. Como objetos originais ou genéricos (o original ou o seu Duplo), atualmente encontram-se objetos de design em quase todo o planeta. Por isso, focar a atenção na discussão sobre as diferenciações dos códigos simbólicos de cada grupo social servirá para percebermos definitivamente o objeto de design como sendo uma representação de um sistema cultural, em oposição ao dominante *modelo/série* (Baudrillard 1981:145), despertando o interesse a respeito da atualidade do planeta e da realidade das sociedades que são, ao mesmo tempo, globalizadas e diferenciadas (Ianni 1996:34).

Apesar dos grupos sociais demonstrarem similaridades de interesses estéticos, estes também apresentam diferenciações culturais, pois, como o exemplo da atualidade, em acesso a informações e consomem produtos diferenciados, em termos de valor real.² Mesmo assim, no processo de interação, os códigos dos sistemas culturais se somam e se tornam acumulativos, podendo ser substituídos por outros, acrescentados, eliminados ou associados. Todo grupo social em situação de colonização vivencia a soma de híbridos culturais ao conjunto dos códigos simbólicos. E, cada grupo reage de diferentes formas ao conjunto de elementos culturais de si e do outro. Por isso, a acomodação dos novos códigos culturais é variável, assim como também é variável a rejeição aos símbolos da própria cultura. Há casos de recuperação da imagem de iden-

tidade e há casos de enaltecimento dos símbolos anteriormente, negados, e que, por algum motivo, obtém acolhimento social.

Enquanto a divulgação da cultura do outro está cada vez mais atuante, facilmente se assimilam híbridos culturais, advindos da massificação da informação ocorrida por meio das novas tecnologias. Em consequência, é cada vez mais difícil ir de encontro a sociedades cujos códigos culturais se compõem apenas dos de suas origens.

Por outro lado, os grupos sociais atingidos pelas atualizações da mídia, cada dia mais bombásticas (Klein 2002:87), apresentam transformações constantes nos códigos culturais. As mudanças ocorrem velozmente e a massificação também. Massificar é o mote das indústrias, conforme já identificamos inicialmente. O processo de massificação evoluiu a ponto de estar presente em todos os países que têm acesso à comunicação global. Mas, apesar de tudo, surgem manifestos da diversidade que se encontram visíveis a todos, bastando para isso acessar a internet.

Acreditamos que há dois movimentos ocorrendo ao mesmo tempo: a crescente massificação e a singularidade que ocorre pela transformação, ou customização, dos bens massificados. O segundo movimento é, a nosso ver, a reação subjetiva, conduzida pelo desejo de escapismo aos excessivos apelos da mídia que estimulam as compras enquanto nós entupimos nossas casas com produtos descartáveis. Apesar das respostas aos apelos às vendas, ainda é possível imaginar-se singular no mundo da tirania marcária.

Por isso, analisando o primeiro aspecto, constata-se facilmente a multiplicidade de objetos produzidos em grande escala e distribuídos pelo mundo todo. E o melhor exemplo é o da Nike que tem lançado mão de uma ideologia perversa para aumentar suas vendas com [...] *imagens glamourosas de astros do esporte disfarçando as brutalidades humanas* [...] (Klein 2002:449).

Já o segundo aspecto da questão pode ser percebido dentre os consumidores que baixam seus *Ringtones*, singularizando os toques dos celulares, adquiridos após o descarte dos anteriores. E mais, já se destacam algumas produções individuais, singulares, tornadas públicas e globais, como é o caso do *Youtube*.

Ao nosso redor, percebemos que não são poucos os exemplos de que a atualidade apresenta modos distintos e, em alguns casos, singulares de percepção dos objetos. Enquanto o *branding* (Klein 2002:51) eleva valores comerciais de marcas a patamares indescritíveis, transformando identidades em verdadeiros produtos para serem comercializados, em outros casos, como o hábito de customizar é possível perceber um desejo instigado pela singularidade. Se o objeto está para o receptor de modo que ele possa se identificar pela imagem contida em códigos simbólicos, então podemos entender que há manifestos de mudança na percepção do produtor a respeito do usuário.

E assim, abrem-se, pela diversidade de propósitos, as portas por onde é possível emergir os códigos simbólicos culturais, rompendo com o atual paradigma da

Cultura do Design, procurando alternativas mais promissoras para que os grupos sociais vejam nos objetos que consome os seus códigos simbólicos, mantendo laços afetivos duradouros, além de, com isso, desenvolver uma nova conduta mais consciente com relação ao hábito de descartar, contribuindo para a sustentabilidade do planeta.

Nosso propósito leva em conta como ocorre o ato de subjetivar daquele que percebe o signo e deve considerar: ao empregar uma teoria centrada na estética da forma, o designer abandona o conteúdo imaginativo apropriado, negando ao objeto sua importância no processo de significar algo para alguém. Além disso, sem manter seu conteúdo imaginativo presente em cada objeto adquirido, o usuário não mantém laços afetivos e definitivos, descartando o objeto consumido na primeira oportunidade causando, com esta atitude, inegáveis prejuízos à ecologia do planeta.

Mais do que nunca vivemos sob os efeitos da Cultura do Design desenvolvida no século passado, pois, além de constataremos o posicionamento dos Objetos de Design graças a aura artística de Objeto único, desejado a ponto de valer o preço de uma obra de arte, também nos objetos produzidos para o consumo massivo percebemos a superação na atualidade do gosto pelos antigos modelos do paradigma clássico europeu pelas formas geometrizadas, genéricas dos produtos concebidos pelos designers, confirmando a nova estética do objeto kitsch da pós-modernidade.

4. ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DO CARTAZ CANNES 2009

Encerrando este trabalho devemos acrescentar: sabemos para onde nos levou a mentalidade voltada para a produtividade em excesso, estimulando o consumo massivo. E, em vista da constatação de que os designers são, em parte, os responsáveis por criarem novas e abundantes imagens, utilizando um sistema de fácil reconhecimento, situando-se no intermédio entre o processo extrativista e o consumo final, devemos esperar por novos métodos na criação das imagens, despertando, por cada uma delas, o ímpeto de Ter para Manter.

No capítulo anterior, constatamos as evidências de que o ser humano, apesar dos estímulos massivos para consumir determinados itens, demonstra como o Objeto a ele apresentado passa a ser diferenciado graças à Subjetividade que faz parte do Ser.

Consideramos as mudanças nos processos de concepção como necessárias para contrapor a emergência do meio ambiente ao novo Design que deverá estimular a idéia de pertencimento no usuário, diminuindo o ímpeto de descartar. A nosso ver, os parâmetros de agora em diante deverão negar quaisquer pressupostos formais. Para tanto, é necessário que o designer convide o usuário para formarem, em união, os agentes do processo de concepção – o designer no ato criativo e o usuário no ato de recepção – desenvolvendo um processo ímpar de Subjetivação, estabelecendo uma nova relação produtiva e interagindo com os códigos simbólicos existenciais. Imaginamos

que, só assim haverá uma verdadeira relação de pertencimento a ser despertada pelo objeto no próprio usuário.

Em função da ausência de novas metodologias de ensino que possam auxiliar nos processos de concepção, procuramos identificar no Design da atualidade os sinais dos novos processos de concepção que deixem emergir a Subjetivação do Receptor. Encontramos estes sinais no Cartaz da 62^a. Edição do Festival de Cinema de Cannes 2009, concebido por Annick Dubran para homenagear ao mestre do cinema: Michelangelo Antonioni. Ali está demonstrado o novo valor do Design do Tempo Presente. Este valor, conforme já identificamos, está muito distante dos pressupostos formais e sim relacionado ao ato de interagir: do receptor juntamente com o designer, para juntos assimilarem o universo simbólico disponível na atualidade, de cada um, para auxiliar na percepção da imagem. Assim sendo, a imagem insinua a quem a vê que interprete como for capaz.

O Cartaz (Figura 1) apresenta a imagem da atriz Monica Vitti olhando através de uma porta entreaberta. De dentro do ambiente obscuro, observa a paisagem composta de um espaço pavimentado, iluminado pela luz do sol que ofusca³ e, ao fundo, distante, vê-se uma montanha e, á frente desta, um conjunto arquitetônico e uma árvore. A cena faz parte da concepção imaginária de Antonioni que usa a escala de gris como um código simbólico. Em outro filme do cineasta (*A Noite*, 1961), os personagens estão ordenados sobre um chão quadriculado e, num jogo de xadrez onde as peças são os próprios personagens, Antonioni utiliza os espaços brancos do suposto tabuleiro representando *a falta, o desafeto, o vazio que habita os personagens* (Oliveira 2008, visit. 2009). No entanto, nos interessa destacar a figura feminina, de costas, espreitando o exterior. Numa leitura isenta, ela espreita o vazio branco do lajeado, ou a paisagem distante. Seu corpo tende um pouco para a direita e os braços se abrem, com uma das mãos apoiada na porta. Há uma diferença na imagem fora de eixo do corpo da mulher. Ela não olha simplesmente, ela furtivamente espreita.

O conjunto terá um sentido no filme, mas este não nos interessa nesta comunicação, pelo contrário, o que nos interessa analisar é a escolha do designer por uma imagem que revela apenas uma situação do tempo, pelo tipo de roupa e penteado da atriz e, não mais do que isto. Também localiza o tempo pela imagem em preto e branco, conotando a tecnologia do filme de meados do século XX.

O tempo distancia o universo simbólico referente ao filme e o que pretendeu nos dizer o autor e, a nós, só resta interpretar o signo a que se refere a imagem: na penumbra do quarto, estamos juntos ao designer interpretando a imagem de uma mulher que olha pela janela. Fora do ambiente onde nos encontramos, uma longínqua árvore salta aos nossos olhos, eleita na atualidade pela importância da natureza nos tempos atuais.



Figura1. Cartaz da 62ª. Edição do Festival de Cinema de Cannes 2009 - Annick Dubran.

A imagem é um objeto imediato que corresponderá a um real objeto dinâmico. No entanto, *o objeto imediato exerce a mediação entre o signo e o objeto dinâmico que está fora do signo e que mesmo de fora dele acaba determinando-o, da mesma forma que este último exerce a mediação entre o objeto e o interpretante* (Gomes 2005, visit. 2008).

No caso apresentado, o real que exerce a mediação entre o signo e o objeto dinâmico será um para quem vê o filme, ou se lembra da trama, e outro, ou vários outros, para quem nunca o viu e interpreta a imagem de acordo com seu próprio universo simbólico. Aliás, o processo sempre ocorre desta maneira. Portanto, olhamos para a mesma imagem imaginada por Antonioni e interpretamos aquilo que somos aptos para entender.

Em relação à composição do cartaz, a imagem do fotograma abre-se como uma janela para a Subjetivação enquanto a diagramação dá continuidade ao tom negro do interior do ambiente, facilitando nossa participação junto à figura de Monica Vitti que olha para o ambiente externo.

Ao abrir uma porta para uma nova constituição formal, em que a sintaxe não pode e nem deve se afastar do valor simbólico das imagens chegamos ao final do presente trabalho e pensamos: como é necessário despertar o interesse para a elaboração de novas metodologias visuais e novos processos de concepção para o Design do Tempo Presente, abrindo novos horizontes para a investigação futura, que deverá ocorrer por meio do estudo dos signos.

NOTAS

¹ Pressupostos formais' é uma expressão que utilizamos para designar os elementos formais que são característicos de uma determinada estética e são adotados como modelos para serem copiados em produtos de bens de consumo de massa. Estes elementos são assim definidos por nós durante os trabalhos de pesquisas porque são imagens repetitivas que evidenciam os ícones, estabelecendo valores formais que os qualificam, agindo como marcas significativas da estética de grupos dominantes socialmente e culturalmente. Estes 'pressupostos formais' constituem elos que estabelecem as ligações do Duplo, por serem simulacros que refletem o objeto original na sua cópia.

² Um dos casos é o da Televisão: as classes menos favorecidas têm acesso às programações da TV gratuita, enquanto as classes mais favorecidas têm acesso às TVs por assinatura, proporcionando mais informações diferenciadas.

³ O desafeto dos protagonistas se parece com os locais que percorrem com seu desencanto. Espaços desertos, desorganizados, nada familiares, que testemunham uma mutação da paisagem urbana no início dos anos 60 do século 20.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, J. (1981) *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*. Lisboa: Edições 70.
- _____. (1993) *O Sistema dos Objetos*. Perspectiva: SP.
- _____. (1991) *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água,
- ECO, U. (2004) *Tratado Geral de Semiótica*. SP: Perspectiva, 4ª Ed.
- ENGELMANN, A. (2002) *A Psicologia da Gestalt e a Ciência Empírica Contemporânea*, Psicologia: Teoria e Pesquisa. *Print version* ISSN 0102-3772, Scielo, USP. <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v18n1/a02v18n1.pdf>(visitado em 2009).
- GOMES, HENRIETE (2005) "A função do iconismo na percepção: etapa precursora da construção de conhecimentos e informações.DataGramaZero". *Revista de Ciência da Informação*, v.6, n.6, Artigo3 http://dgz.org.br/dez05/Art_03.htm (visit2009).
- GUILLAUME, P. (1966) *Psicologia da Forma*. SP: Editora Nacional.
- IANNI, O. (1996) *A Era do Globalismo*. RJ: Civilização Brasileira.
- KLEIN, N. (2002) *Sem Logo. A Tirania das Marcas em um planeta vendido*. RJ/SP: Record.
- MUCCI, L. I. (2007) *Nascemos todos e vivemos sob o signo do simulacro*LatufIsaia. s *Mucci Espéculo*. *Revista de Estudios Literarios*. Universidad Complutense de Madrid, <http://www.ucm.es/info/especulo/numero35/nascemos.html>(Acessado em 2 de setembro de 2008).
- NORDTUG, B. (2004) *Subjectivity as an Unlimited Semiosis: Lacan and Peirce, Studies in Philosophy and Education*, Publisher: Springer, vol. 23, nrs. 2-3. <http://www.ingentaconnect.com/content/klu/sped/2004/00000023/F0020002/05265965>(visitado em 2008).
- OLIVEIRA, R. ACIOLI DE (2008) Antonioni e o Vazio pleno: <http://cinemaitalianorao.blogspot.com/2008/07/antonioni-e-o-vazio-pleno.html>Oliveira.
- PEIRCE, C.S. (1974) *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Vol. I and Vol. II. Edited by Charles Hartshorne and Paul Weiss. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.

- RIBAS JR. R., MOURA, M.L, HUTZ, C. (2004) *Adaptação brasileira da Escala de Desejabilidade Social de Marlowe-Crowne*. UFRJ, UERJ, UFRS. Revista Avaliação Psicológica. (visitado em 2007).
- SANTAELLA, L. (2004) *Corpo e comunicação*. SP: Paulus.
- TODOROV, T. (1996) *A Conquista da América. A questão do outro*. SP: Martins Fontes.
- ____ (2003) *O Homem desenraizado*. SP: Perspectiva.

EL FENÓMENO DE SEMIOSIS EN EL DISEÑO GRÁFICO

LUZ DEL CARMEN VILCHIS ESQUIVEL

1. SEMIÓTICA Y DISEÑO

La comprensión semiótica del diseño se da siempre en un estrecho vínculo con las condiciones de intencionalidad, ésta es sentido, por ella el proyecto condiciona al diseñador en la voluntad determinada por un fin, es un rasgo de direccionalidad (Searle, 1992:17). El acto de voluntad sustenta la posibilidad de que se trascienda en la interpretación de una necesidad y en el excedente de sentido que su satisfactor genera, así el sujeto no permanece ajeno al objeto diseñado.

La intención semiótica determina asimismo un modo de proceder y la elección de un campo semántico que condiciona la caracterización de una necesidad, inmersa primero en la conciencia del cliente, posteriormente en la conciencia del diseñador, por último en el objeto, su visualización y materialización en un género discursivo. La necesidad es mediada por una secuencia de intencionalidades significativas. Por ello el proyecto de diseño implica momentos de esfuerzo investigador y exige la minuciosa elaboración de modos que involucran al sujeto con la cosa en una acción consciente de comprensión semiótica considerando los niveles sintáctico, semántico y pragmático. Esto genera una fusión de horizontes que se da entre la tradición misma del objeto y la tradición propia de quien diseña. La praxis conduce a la comprensión real de lo diseñado, “en toda comprensión se produce una aplicación, de modo que quien comprende está él mismo dentro del sentido comprendido” (Morris, 1994:31-36).

La aplicación no es aquí el objetivo de la exégesis, es la interpretación del sentido la que sustenta el proyecto en tanto condiciona la dirección de la *praxis* a partir de las posibles respuestas a las preguntas entre el sujeto y el objeto, el objeto y la mediación material y lo diseñado con el sujeto que lo recibe, el usuario. El discurso semiótico de lo diseñado está definido por factores de pertinencia como la referencia retórica tanto eidética como pragmática donde deviene el sentido en el marco de la similitud y la coexistencia de lenguajes. La retórica transmite arquetipos, estereotipos y símbolos que forman parte del inconsciente colectivo.

Cada práctica de diseño constituye un conjunto de reglas tanto sintácticas como semánticas que se interrelacionan dentro de subcampos semánticos, estos devienen en tipologías cuyas formas identificadas como caracterización visual y comportamientos perceptuales desencadenan acciones condicionadas en la subconciencia de los sujetos que perciben.

Si el ser se entiende, en el uso existencial del término, como la presencia del objeto, el texto objetual tiene la posibilidad de referirse a lo diseñado siempre y cuando se materialice en una construcción presentada como totalidad de sentido inmersa en el saber práctico, y a partir no solo de la habilidad sino de las posibles condiciones del saber teórico, construyendo con base en un sistema de unidades significantes, la diversidad de significados de esa totalidad.

Como construcción, lo diseñado se presenta en su posible existencia a partir de necesidades observadas, constituyendo primero una serie de condiciones semánticas y posteriormente sintácticas que darán origen a su base estructural y objetual definida progresivamente. El primer momento de significación se encuentra en la manifestación de una necesidad y su traducción a un problema que el diseñador interpreta para cobrar comprender los referentes objetuales de dicha necesidad.

En la comprensión del todo, la conciencia estética, como simultaneidad (Gadamer 1994:126) de la conciencia material de lo diseñado, es mediación e implica movilidad del sentido; trasciende la oposición belleza-fealdad y se conforma de elementos sensibles que aluden al sentido histórico mismo, a la conciencia de lo posible y lo no posible, a la interacción visual entendida como una singular forma de sensibilidad y capacidad de percepción y a la actitud proxémica o distancia aceptada y aceptable entre sujetos y objetos. La semiosis objetual resulta de coordenadas conceptuales cuyo punto de partida es la necesidad cuyo satisfactor se manifiesta en una de las cadenas sémicas que permiten los diversos códigos del diseño.

La necesidad deviene entonces en una intencionalidad con dirección discursiva concreta, asumiendo los recursos pertinentes a sus condiciones retóricas en un todo cuya sintaxis está condicionada en forma y contenido. La disposición implicada en los signos que componen lo diseñado lo caracterizan determinando las cualidades de su semiosis. Es por ello que el fenómeno de semiosis sólo puede ser comprendido en la medida en que se definan los factores del objeto, integrados en un proceso

interpretativo que trascienda la subjetividad del gusto, la experiencia estética y el acercamiento sensitivo.

2. DIMENSIONES DEL FENÓMENO DE SEMIOSIS

Si se entiende la esencia como la última y radical explicación de las cosas, la sustancia o carácter necesario del objeto, en el diseño ésta se manifiesta por las condiciones isomórficas que manifiesta en relación con las formas conocidas, porque es un producto cultural que refleja la realidad en acciones específicas, presenta condiciones expresivas del pensamiento y el conocimiento. Esta concepción difiere de la tesis dualista, que separa pensamiento y lenguaje, y de la monista que los identifica por completo, supone su articulación y entiende el diseño como recurso de comunicación de significados.

El diseño de objetos está constituido por formas, colores, imágenes y propiedades compositivas susceptibles de ser interpretadas como signos y establecer relaciones significativas con aquellos que los perciben. En el fundamento constructivo del diseño se habla del orden lógico determinado por los parámetros propios de las relaciones geométricas que sustentan la fragmentación y normalización del espacio de donde surgen nuevas maneras de nombrarlo y significarlo. El orden lógico del diseño se basa en los principios de proyectación espacio-temporal correspondientes con las bases de articulación formal que integra la alfabetidad objetual en elementos morfológicos, dimensionales y estructurales para constituir la articulación conceptual, incluyendo leyes de composición, valores estructurales, características semánticas, grados de pregnancia y valores de representación. En segundo término se encuentra la disposición de esta gramática objetual como fundamento de los códigos morfológico, cromático, estructural y funcional fijados a su vez en los diversos géneros objetuales y sus dimensiones discursivas. La condición de lo diseñado como lenguaje semiótico ciertamente sienta algunas de sus condiciones en el ser artificial y arbitrario, en la facultad de representar aquello que se reconoce como “lo real” por medio de signos y de comprenderlos así y no de otra forma, es una manera no natural de hacer posible el pensamiento, aquello que Rudolph Arnheim define como el *pensamiento visual* (Arnheim 1986:150).

La semiosis es el proceso de significación por el que un objeto puede ser empleado como signo de otra cosa, quienes lo interpretan infieren lo que significa e incrementan su significado (Conesa 2008:68). La semiosis del diseño se establece desde la correlación entre las sustancias y formas de la expresión equiparables a estructuras sintácticas generadas por las interrelaciones entre códigos constructivos; las sustancias y formas del contenido o estructuras semánticas con sus contenidos culturales y las sustancias y formas de la interpretación, estructuras pragmáticas surgidas de las relaciones de proximidad, percepción e interpretación del objeto semantizado y

el perceptor. En lo diseñado, la semiosis es entendida como la posibilidad de causar una complejidad signíca, es la capacidad de evocar, representar o referirse a algo en relaciones entre significantes y significados comprendidas como enlaces significativos determinados por las reglas de formación –relaciones independientes y permisibles de los elementos de un conjunto visual– y las reglas de transformación –complejos visuales que surgen de los conjuntos visuales básicos–, que originan y permiten la clasificación elemental de los signos por niveles de semantización.

La capacidad semántica de los signos objetuales lleva implícita la posibilidad de establecer identidades y, por lo tanto, de la credibilidad en un objeto determinado. Es así que la semiosis está circunscrita a las manifestaciones concretas de las dimensiones subjetivas, objetivas e intersubjetivas de lo diseñado, insoslayables en una tarea de interpretación que penetre más allá de la acción de proyectar signos, reconociendo aquellas circunstancias aledañas al objeto mismo, definiendo y explicando aquello perteneciente y relativo al pensar de los sujetos que participan en el fenómeno semiótico y las condiciones de reciprocidad, relativas a cualquier tipo de relaciones, dependencias o cualidades que les conciernen. No se trata de una secuencia horizontal, la semiosis de lo diseñado se refiere a mediaciones semánticas definidas entre los extremos: cliente-diseñador, diseñador-objeto, diseñador-usuario y objeto-usuario, en categorizaciones e interpolaciones semánticas que configuran escenarios pragmáticos parciales.

3. TEXTO Y CONTEXTO

En la semiosis objetiva está el ser estético del diseño, en cuya simultaneidad y actualidad se reconoce la intemporalidad. Sin embargo, ésta no puede pensarse sin la temporalidad, hay un vínculo necesario entre ambas, la comprensión de la semiosis incluye la interpretación de los aspectos espacio-temporales, que son los que precisamente definen su continuidad histórica, “lo que aquí se descubre como temporalidad es el modo de ser de la comprensión misma [se considera] no es más que un simple reflejo de la experiencia humana” (Gadamer 1994:167).

A la semiosis y al contexto corresponden la temporalidad y sus condiciones históricas, mientras la técnica, la forma, la composición, el color y el estilo corresponden a la intemporalidad. Un objeto diseñado representa una reproducción, es un aparecer que incrementa el sentido del objeto y constituye la valencia de las propiedades trascendentales que participan del ser que representa, en este movimiento hacia sí se crea el excedente de sentido implícito en la naturaleza material y sensible de lo diseñado, es decir, al surgimiento de la idea se añade un discurso, en él se encuentran las formas representativas, las referencias signícas, las sustituciones simbólicas y las representaciones, donde la lectura que se realice siempre será resultado de un proceso de expansión de la condición proyectual misma. El sentido es a lo diseñado lo que el ser al

ente, es su esencia, y se explican mutuamente en una relación de pertenencia que, sin embargo, no es ni de exclusiva dependencia ni de unicidad. Desde esta pertenencia es donde se dan sus determinaciones esenciales. Sin embargo, lo diseñado es más abarcador en tanto tiene referencias a otros lenguajes y a otras acciones del ser humano.

Lo diseñado trasciende la representación en tanto se transforma en signo, adquiere la condición significant y su ser deviene como un metalenguaje. El texto objetual en el diseño comprende una serie específica de tropos (del griego *tropoi* y del latín *tropes*), modos o situaciones que producen contrastes o contradicciones. Es posible distinguir modos en que las diferencias circunstanciales del texto objetual se expresan, que por ser un producto cultural se ve inmerso en situaciones sociales, antropológicas, axiológicas o epistemológicas que producen los contrastes entre la diversidad de objetos diseñados, que van de lo educativo a lo lúdico, de lo sugestivo a lo imperativo, de lo individual a lo colectivo, de lo necesario a lo innecesario. El tropo que diferencia entre objetos simples y objetos compuestos tiene su proyección en los códigos que conforman lo diseñado, primero no hay uno y único, hay diversos códigos que aluden a los elementos: forma, color, estructura y función, cada uno de ellos *per se* puede constituir un objeto simple o en sí mismo un lenguaje pero su conjunción articula un objeto complejo.

La diferencia entre las relaciones está determinada sobre todo por los conceptos de iconicidad y figuratividad. El primero corresponde al nivel de realismo del objeto que representa, expone en sus variantes la relación entre estímulo visual y el mismo estímulo en el campo cerebral, es decir, la relación entre la realidad y la experiencia del sujeto que percibe, se manifiesta en grados de pregnancia o similitud que da como resultado variables de organización objetual. El segundo indica los valores de representación morfológica de los objetos de la realidad conocidos a través de la percepción visual, comprende desde el más alto valor figurativo hasta la condición no figurativa.

El tropo que refiere a la relación entre el sujeto y el objeto depende sobre todo de condiciones contextuales que hacen variar la apariencia del objeto, el complejo contextual está constituido por los elementos perceptuales internos o externos al texto objetual, por el universo semántico al que pertenece el discurso o género en que se manifiesta y por las circunstancias espacio-temporales que influyen en la mediatez o inmediatez de la situación proyectual.

Por último, el modo en que se desvela el texto objetual define argumentos que tienden a demostrar que no se puede fijar semióticamente lo diseñado ni por sí mismo ni por sus condiciones de discurso o de género, ni siquiera por sus características estructurales en virtud de la infinitud de sus posibilidades de relación.

En la comunicación objetual, el texto es entendido como unidad pertinente por la cual no se comprende al signo aislado, es un todo estructurado y coherente de signos que comprende las intenciones comunicativas del diseño cuyos elementos articulados son indiscernibles en virtud de que constituye una estrategia funcional y tiene inten-

ciones pragmáticas específicas; desarticularlo equivaldría a la tergiversación de su intencionalidad. El proyecto bajo las determinantes de las estrategias de forma-función deviene en texto objetual, es el vestigio semántico fijado en un soporte matérico que produce la expresión visual, es un todo a pesar de que sea posible fragmentarlo para su descripción y conceptualización; su comprensión íntegra se da si y sólo si cada parte permanece en el todo dando lugar a las dimensiones semánticas de verosimilitud.

Hay que reconocer en el texto objetual una existencia anclada con el contexto y, por ende, las múltiples respuestas discursivas que aquél pueda manifestar de su relación con lo real. Así, se encuentra vinculada al concepto de texto objetual la noción de discurso, comprendida como la unidad máxima de determinantes de aquél, razón por la que es posible entender el texto objetual desde unidades de análisis –gramática del texto objetual– o desde el conjunto de procedimientos que determinan un continuo discursivo objetual –la representación semántico-sintáctica–.

Se habla, entonces, de la comprensión del texto objetual desde las propiedades sintácticas y perceptivas de la imagen a partir de los conceptos de unidad y coherencia. En estos términos, se puede elaborar su análisis desde las teorías de la alfabetidad visual, el iconismo y las isotopías.

En el fenómeno de semantización de los signos objetuales, el contexto se refiere a toda la realidad que rodea un signo, un acto de percepción visual o un discurso, ya sea como saber de los diseñadores, como experiencia de los usuarios, como espacio físico, como conjunto de objetos, como condiciones ambientales o como actividad. El contexto está constituido por todas las mediaciones y expresiones tanto visuales como objetuales, en una totalidad de situación completa que rodea a un objeto y que determina su sentido. La referencia y el análisis del contexto total debe mostrar lo que en él esté implícito, interpretarlo y luego integrarlo a lo diseñado, precisando de este modo su sentido. Se puede entender el complejo contextual integrado por: contexto objetual, contexto discursivo, contexto de situación, contexto regional, contexto emocional y contexto cultural, cada uno de ellos delimitado por su propio conjunto de elementos, situaciones y aspectos materiales que se relacionan con el modo de vida, hábitos, costumbres, conocimientos y vínculos valorativos (Vilchis 1999:43).

4. SEMANTIZACIÓN DE LOS SIGNOS OBJETUALES

El signo objetual es un elemento del proceso de comunicación matérica, se utiliza para transmitir una información o un conocimiento inserto en un proceso cuyo esquema más común incluye fuente, necesidad, problema, diseñador, proyecto, objeto y usuario. El mensaje objetual resulta así de la organización y compleja conjunción de signos, pero implica también la comunión del código, el acuerdo por el cual se atribuye un significado o un conjunto de significados a uno o varios signos –de ahí que el signo no sea un elemento aislado del proceso proyectual sino una “entidad” del

proceso de significación—. Entonces, el signo objetual, los códigos y la significación constituyen el proceso de comunicación matérica.

En el diseño, como en otras disciplinas, el signo —forma, color, estructura— se pone en lugar de otra cosa, la sustituye y es entendido como tal en un proceso sígnico que, como otros, es reversible, ya que queda sujeto a un proceso intelectual por el cual se pasa del signo al referente y viceversa. Este proceso, también reconocido como semantización, integra las relaciones entre el significado y el significante (Eco 1980:26). El diseño, bajo las determinantes del proyecto, deviene como objeto articulado con excedente de sentido y produce la expresividad visual. La articulación del objeto refiere a reglas de organización de la forma que el diseñador considera para configurar nuevas unidades de sentido, las relaciones más importantes de esta gramática objetual se definen desde los principios de determinación o fragmentación geométrica del espacio, la jerarquía de los elementos morfológicos: forma, textura, color, etc., y su articulación formal con determinaciones de tamaño, escala y proporción, entre otros.

Sin embargo, el principio más importante del proceso de semantización de los signos objetuales radica en la comprensión del campo semántico tanto del objeto como de sus múltiples funciones sociales, ya que de él parte la posibilidad de definición, descripción, clasificación y explicación de los signos y la posible generación de significados. Cada lenguaje construye su propio campo semántico y, con él, la forma y los límites específicos de nombrar, explicar y entender el mundo donde se actúa. Las condiciones de posibilidad de conocimiento suponen los principios y categorías que permiten mediar de un campo semántico a otro hasta construir el campo semántico común y fundamental.

La práctica invariable de todos los creadores de sistemas científicos o filosóficos de redefinir términos conocidos, precisar conceptos, fijar categorías o establecer relaciones conceptuales no es ociosa ni gratuita, responde a la necesidad racional de delimitar el campo semántico que sus concepciones crean, por ello, las concepciones verdaderamente nuevas enfrentan innumerables obstáculos para ser entendidas.

El pensamiento, y ello incluye al pensamiento visual, es el recurso de mayor precisión, se expresa mediante conceptos, después en signos gráficos y luego mediante objetos que representan dichos conceptos y signos. Para comprender los diferentes fenómenos del diseño hay que partir de la identificación del campo semántico de cada uno de ellos, ya que corresponden a diversos ámbitos de conocimiento y, por ende, a diversos lenguajes, si se entiende que cada lenguaje construye su propio campo semántico y con él la forma y los límites específicos de nombrar, explicar y entender un aspecto del mundo que se quiere comprender será claro que las condiciones de posibilidad del conocimiento se encuentra en cada uno de sus significados. Los repertorios semánticos de lo diseñado —equivalentes a los sustantivos y adjetivos— y sus reglas combinatorias emergen directamente del campo semántico, no son necesariamente

formas o propiedades, se pueden comprender como unidades semánticas de las que hay que entender el conjunto de disposiciones articulatorias.

El diseño, como todo campo de la experiencia humana, sistematiza las ideas, objetos, fenómenos y conexiones lógicas que le conciernen para derivar de ahí la determinación y caracterización de sus rasgos pertinentes, es una serie de intervalos epistemológicos cuyos indicadores pueden corresponder con las denominadas unidades que Umberto Eco (Eco 1976:128-139) utiliza para definir las trayectorias semánticas cuyo punto de partida es el signo, constituido por el vehículo del signo –significante– más sus componentes sémicos –significado o semema–, que en relación con otros símiles permite identificar el campo semántico –cada uno de cuyos componentes se define como unidad semántica o unidad cultural–. Éste a su vez establece una serie de nexos conceptuales que se expanden en árboles semánticos –complejidad de unidades culturales que deviene en unidades expresivas–, ramificaciones de significación cuyas extensiones establecen vínculos topológicos mutidimensionales integrados por campos o ejes semánticos, interrelación intencional que incluye encrucijadas conceptuales e implica conexiones connotativas.

Lo anterior da lugar a un movimiento semántico continuo, denominado semiosis, con base en el cual se entiende la transformación de signo de cualquier elemento objetual, desde el mínimo más simple, como la esfera hasta el complejo visual de un discurso objetual, es, parafraseando a Umberto Eco (Eco 1970:11-51), la funcionalidad del mundo objetual como un aparato semiótico en el que la comunicación matérica es significación, para ello se instrumentan códigos precisos y mensajes posibles en el contexto de la gramática proyectual, de los discursos objetuales y de las condiciones de producción y reproducción, éstos códigos, asocian los significantes con sus significados constituyendo así el sentido de una comunicación matérica.

Hay que entender el fenómeno de semiosis de la comunicación matérica desde la dimensión de mutabilidad, ya que si bien el lenguaje objetual es un sistema de signos caracterizado, como otros sistemas de significación, por la arbitrariedad de los signos y la inercia colectiva en torno a la resistencia a la innovación, se manifiesta demandante de alteraciones constantes en los signos y su semantización, el principio de continuidad morfológica y cromática tiene vigencia sólo en las primitivas conceptuales ya que su codificación y materialización se desplazan permanente. El texto objetual no es capaz de controlar los factores socioculturales que trasladan a cada momento la relación de significados y significantes, que si bien es consecuencia de la arbitrariedad del signo, lo es también del amplio espectro de semantización de los objetos. La continuidad del diseño de un objeto está íntimamente ligada a su alteración espacio temporal.

Con esta base, la comprensión del fenómeno de semiosis de la comunicación matérica debe entenderse desde los principios de la semiótica de la significación (Mounin 1970:12-17) representada por Barthes y Eco, que no se limita, como la semiótica de la comunicación, a los hechos perceptibles asociados con estados de conciencia, es de-

cir, a la comunicación intencionada, teoría en la que coinciden Trubetskoi, Buyssens, Martinet y Prieto. La semiótica de la significación se expande a todo hecho significativo entendido como fenómeno signico (Vilchis 2004:23-38). Esta visión inserta el signo objetual como elemento de un particular proceso de comunicación y se constituye la urdimbre semiótica de los objetos diseñados, que trascienden por el sentido que tienen para los individuos y los grupos y el carácter retórico que añaden a la cotidianidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARNHEIM, R. (1962) *El pensamiento visual*. Barcelona: Paidós, 1986.
- CONESA, F. Y NUBIOLA, J. (1999) *Filosofía del lenguaje*. Barcelona: Herder.
- ECO, U. (1976) “La vida social como un sistema de signos” en David Robey (comp.) *Introducción al estructuralismo*. Madrid: Alianza.
- (1970) “Semiologie des messages visuels”. *L'Analyse del Images, Communications*, 15. Francia: Centre d'Etudes Transdisciplinaires.
- (1980) *Signo*. Barcelona: Editorial Labor.
- GADAMER, H.G. (1977) *Verdad y método I*. Salamanca: Sígueme, 1994.
- MORRIS, C. (1938) *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós, 1994.
- MOUNIN, G. (1970) *Introducción a la semiología*. Barcelona: Anagrama.
- SEARLE, J. (1992) *Intencionalidad*. Madrid: Tecnos.
- VILCHIS, L. DEL CARMEN (1999) *Diseño. Universo de conocimiento*. México: UNAM/Claves Latinoamericanas.
- (2004) *Semiosis de los lenguajes no lineales*. España: Santillana/Imagen Siete Editorial.

TRADICIONES DISCIPLINARES EN LA CONFORMACIÓN DEL DISCURSO DEL DISEÑO GRÁFICO. HERENCIAS, LEGADOS Y HORIZONTE DE PROYECCIÓN

VERÓNICA DEVALLE

I. ALGUNOS EPISODIOS DEL DISEÑO EN LA ARGENTINA

En los términos más generales de la historia de las disciplinas, la tensión entre préstamos y construcciones propias ha sido un lugar común que a la vez que oficia de diagnóstico, también levanta advertencias. Y es que la misma idea de “tributar” a otros campos del saber es vista, con bastante frecuencia, como una debilidad, un signo de dependencia. Fuera de posicionamientos vernáculos –como los descriptos–, una serie de trabajos, entre los que se destacan textos pioneros de la historia cultural (Foucault 1966, 1969) y de la sociosemiótica (Verón 1987:87-156), ya han señalado la íntima correspondencia entre la serie disciplinaria y la serie social. Dicho en otros términos: la presencia de similares inquietudes en diversas disciplinas responde más a los interrogantes histórico-culturales de una determinada época que a los desarrollos estrictamente disciplinarios. El propósito de las siguientes reflexiones es, precisamente y con esta hipótesis, repasar los acontecimientos más significativos del diseño gráfico en la Argentina para dar cuenta del modo en que puede leerse su especificidad –en este caso la puesta en forma visual y audiovisual, que como tal es una puesta en sentido– a la luz de los regímenes discursivos (histórico-sociales).

En 1985 se abrieron las carreras de Diseño Industrial y Diseño Gráfico en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Pese a su afamado “vanguardismo”, Buenos Aires no

era pionera al respecto, sino todo lo contrario. En 1958 ya se había creado, por instancia de César Jannello, la carrera de Diseño en la Universidad Nacional de Cuyo (sin especificar en principio de qué diseño se trataba) y en el período 1960-1963 la Universidad Nacional de La Plata se encontraba elaborando los documentos preliminares que le permitieron lanzar una experiencia pionera de enseñanza del Diseño Industrial y de Comunicación Visual en la Argentina en su Facultad de Bellas Artes (Bonsiepe y Fernández 2004:2-5). De este modo, y hasta mediados de los años ochenta, los diseños reconocían —mediante la acreditación universitaria— las artes como lugar de pertenencia, en concordancia con todo un pasado que había ubicado en el arte concreto y el proyecto de síntesis de las artes la emergencia de una nueva cultura visual (Bill 1953:4; Perazzo 1983; Méndez Mosquera y Perazzo 1997:5-15), y también como modo de tributar a aquellos diseñadores pioneros que se habían formado en escuelas de artes y habían devenido diseñadores a partir del trabajo en el oficio.

Con esos antecedentes, en 1985 se abren las carreras de Diseño Gráfico y Diseño Industrial en la UBA, dentro de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo. La decisión no es menor, pues por primera vez en la Argentina el diseño como un saber universitario aparece vinculado institucionalmente —en los términos de la enseñanza superior— con la arquitectura. Efectivamente, el aparente golpe de timón que formula la Universidad de Buenos Aires al ubicar a Diseño Gráfico y Diseño Industrial en el interior de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo resulta novedoso si consideramos solamente la tradición artística como referencia inmediata del diseño y del diseño gráfico en particular. Sin embargo, ese mismo gesto devela la presencia de otra tradición que, cernida en torno a los postulados de la arquitectura moderna, trae a la Argentina —para los años cuarenta y cincuenta— los postulados de la Bauhaus y una relectura de las vanguardias estéticas. En este punto, la presencia del pensamiento de Moholy-Nagy es señero, en la medida en que en él confluyen, por un lado, los postulados del constructivismo soviético y, por el otro, y dado su protagonismo en la Bauhaus, el proyecto de una real fusión de las artes en un todo mayor, que para aquel entonces resultaba claramente la arquitectura. En relación con el diseño gráfico propiamente dicho, interesa recuperar esta particular figura, pues de la temprana lectura de textos como *Vision in Motion* y *The New Vision* que realizan Alberto Le Pera, César Jannello y Gastón Breyer, entre otros, es que comienzan a construirse las bases conceptuales (Breyer, Doberti y Pando 2000) del diseño en la Argentina, formulado en primera instancia en la confluencia entre inquietudes formales (que luego serán morfológicas), técnicas y sociales. Y también constituye el primer laboratorio de un pensamiento que vincula críticamente la producción de formas con la producción de sentido. Este proyecto se cristaliza claramente en 1969, con la creación de la materia Semiología en la carrera de Arquitectura de la UBA a cargo de César Jannello.

Los años setenta son el momento de surgimiento —a nivel internacional— de la inquietud por las metodologías del diseño y el interrogante acerca de la especificidad

de cada uno de ellos y su relación con el arte y la arquitectura moderna. La pregunta por la metodología y los pasos del proyecto, de alguna manera, desplaza la anterior inquietud, cernida en torno a las formas de ver, de producir formas y articular forma con sentido. Desde aquí, bien se puede sostener que la necesidad por formalizar en términos disciplinarios los diseños eclipsa el momento experimentalista originario y, con excepción de lo sucedido en la Universidad de La Plata, coloca a la arquitectura como referente mayor —en términos históricos y también jerárquicos— del conjunto de los diseños. Sobre este panorama cuyo eje es disciplinario, se proyecta a su vez un momento de repolitización de la sociedad que, a la par del viraje hacia la izquierda en América Latina, pone en crisis los postulados más tradicionales de las diversas áreas del saber. Es así como los principios de la arquitectura moderna son cuestionados severamente, en la medida en que la tipología de usuario universal no coincide con la diversidad de características sociales, demográficas y culturales existentes por fuera de Europa. El protagonismo de lo político en el orden de prioridades regionales impone una agenda en el interior de las universidades donde lo social —y su conflictividad— aparece como la razón última y principal de todo espacio del saber y del hacer. Este período se interrumpe abruptamente, en el caso argentino, en marzo de 1976, cuando se produce el golpe de Estado que inaugura siete años de dictadura sangrienta, el cese del Estado de derecho y de todo movimiento político y social.

Luego de años negros para la historia de América Latina en general y para Argentina en particular, con la reapertura democrática se renueva el impulso por crear una Bauhaus en el Río de la Plata (Devalle 2009a:358-390; 2009b:41-74) y, en ese marco, en 1984, la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la UBA invita a Tomás Maldonado. En el aula magna, dicta una conferencia —aún recordada— que se llamó “El proyecto moderno”, donde vincula modernidad, proyecto, trabajo del proyectista, movimiento moderno de la arquitectura y democracia. Como todo momento de refundación, supuso una clausura y una apertura, cifradas en torno a las tradiciones legítimas e ilegítimas de los diseños; y, como la mayoría de los gestos modernos, resultó una combinación equilibrada entre clasicismo y novedad ¿Qué tenía de novedoso y qué de clásico? ¿Y por qué marca un antes y un después en la consideraciones de los diseños en tanto disciplinas? El elemento clásico residía en la ubicación de la acción del proyectista en un proyecto político más amplio que es el de la modernidad. Una acción tributaria de ciertas utopías libertarias que indicaban que para poder ser verdaderamente libres hay que haber saldado la deuda con el reino de la necesidad. En ese sentido, y en clara referencia a las escuelas de diseño como Bauhaus, proyectar es cambiar las condiciones de vida o, para citar a otro referente del diseño (Simon 1973:87), pasar de lo existente a lo deseable. El aparente tono moral de este tipo de sentencias escondía en realidad una lectura política, abiertamente política, en un contexto donde la idea de ciudadanía aparecía tramada con la de democracia, libertades, derechos, Estado de derecho, entre otras.

Pero el planteo contenía también una clara novedad, por lo menos en la Argentina. Se trata de la introducción del neologismo “proyectualidad” como sustrato de la praxis del proyectista. Un término que, como bien lo recuerda Bonsiepe (1999:102), fue inventado por Tomás Maldonado sobre el fin de su experiencia ulmiana (Méndez Mosquera y Perazzo 1997:4) cuando piensa en la necesaria incorporación de la idea de planificación de comunicaciones de masas (visuales) con la articulación de necesidades objetuales y de hábitat. La proyectualidad, ahora sí, común denominador de Arquitectura, Diseño Industrial y Diseño Gráfico, era ese saber técnico social que desde el presente podía intervenir la realidad, modificar conductas, introducir valores éticos, siguiendo en todo momento una clara vocación democrática, ambiental y social. El sentido de dicha acción era el despliegue de la planificación, la racionalidad en acción, la posibilidad de controlar, sopesar y evaluar todas las variables que intervienen en la complejidad que supone en sí misma la idea de intervención y transformación. De esta forma, Arquitectura quedó comandando el dominio del proyecto.

2. SABERES Y TRADICIONES DEL *PROYECTO*

En la historia de las disciplinas, la delgada y delicada línea que separa una familiaridad de una dependencia abierta tiene que ver con los saberes que en determinado momento histórico se reconocen como propios o cercanos. El gesto de Maldonado por explicar y bautizar el vínculo “natural” entre Arquitectura, Diseño Industrial y Diseño Gráfico es epistemológico en un punto –si se reconoce como natural la relación entre estas disciplinas–, pero también es político si el análisis se ubica en un sitio un poco más incómodo, que es la revisión histórica de las tradiciones disciplinarias que se consideran legítimas. En este punto, como todo saber, el proyecto y la proyectualidad han sido históricamente contruidos, y la legitimidad que hoy ostentan los “lazos familiares” es real, existe y tiene validez si se la reconoce en tanto *constructo*.

El caso referido es sumamente interesante porque permite trabajar sobre los árboles familiares disciplinarios, aquellos que vinculan la biología con la química, la sociología con la demografía, la lingüística con la semiótica, entre otros. En estas filiaciones se reconocen cercanías y distancias, y puede verse claramente el modo en que se agrupan problemas, se construyen objetos de estudio, se reemplazan algunas gramáticas por otras, se adoptan y hacen propios los lenguajes de ramas del conocimiento que en otro momento eran considerados absolutamente foráneos.

Para el caso que nos convoca, y recordando la incomodidad que produce el término “bellas artes”, es conveniente adelantar que en Argentina –siguiendo el modelo francés–, la enseñanza de la arquitectura había estado ligada hasta fines de los años cuarenta y principios de los cincuenta a la enseñanza de la ingeniería, ocupando un lugar subsidiario en las facultades de ciencias. Con excepciones como el moderno polo constituido por la Universidad Nacional de Tucumán durante el primer gobier-

no peronista, la mayoría de la enseñanza de la arquitectura se había desplegado dentro de las facultades de ciencias, directamente vinculada a la ingeniería y manteniendo una dura batalla por el reconocimiento académico de la arquitectura concebida como arte. Un arte decimonónico que enarbolaba banderas como la “composición”, el “estilo”, la “belleza”, entre otras, y que se alimentaba a la vez de discursos vinculados al carácter cultural-artístico de la práctica. Con la llegada de problemas sociales vinculados al reconocimiento de las ciudades con poblaciones masivas, corrientes como el higienismo empiezan a problematizar la idea de hábitat. Paralelamente, las disciplinas sociales —también preocupadas por la masa— desarrollan innovadoras teorías sobre la propaganda, el control social y las funciones de los cuerpos y de los organismos. Es, entonces, factible pensar que el surgimiento de la problemática de las “funciones” no es privativa de un área del conocimiento, sino de toda una época que en cada uno de sus espacios del saber ancla esta pregunta a un corpus específico.

Los conceptos que viajan de un campo a otro, o que emergen en simultáneo en diversos campos, no necesariamente conservan las connotaciones originarias. Se instalan a su vez en una gramática que de alguna forma los condiciona. Ese es el caso, por ejemplo, de la idea de función, que en sociología desempeñó un rol analítico prescriptivo. Dicho de otra forma, si se considera el cuerpo como metáfora de la sociedad, resulta sencillo colegir que el propósito es la conservación de un cierto equilibrio, una armonía entre las partes y el de evitar el conflicto, que siempre caotiza. Una postura completamente distinta a la de las teorías del conflicto social, empezando por el mismísimo Karl Marx y siguiendo con toda la saga de pensadores que han reflexionado sobre la dinámica de las sociedades de masas en escenarios conflictivos como América Latina. En arquitectura, el término asume otros sesgos porque se encabalga con la idea de intervención y de modificación. En este sentido, por lo menos en una primera instancia, no se lo puede acusar de conservador.

Los ejemplos referidos son útiles para comprender que la determinación de lo propio y de lo ajeno en una disciplina es una tarea bastante compleja que, en una primera instancia, se cruza con una serie de riesgos. El primero de estos riesgos es la pérdida de la capacidad de comprensión de esta dinámica cuando está atravesada por una normativa esencialista, es decir, cuando se apela a lo que Foucault llamaba *gendarmaría conceptual* (Terán 1995:14). La contrafigura, muy vinculada a la retórica de las ciencias sociales, también es riesgosa: se trata del relativismo que diluye cualquier especificidad. Efectivamente, poco se puede avanzar en términos de una reflexión en torno a lo específico de una disciplina si se opta por recortar y recordar cómo debe ser, olvidando su problematización (tanto de sus objetos como de sus lenguajes y métodos), como también si desde el principio se le niega cualquier carácter específico al tomarla como un caso más de un fenómeno macro (valgan como ejemplo aquellas posturas que sostienen que todas las disciplinas y los cuerpos institucionales son actores de la dominación y con esa sentencia clausuran el análisis).

En este sentido, el reponer la especificidad de un área del conocimiento y de la intervención no implica negar los préstamos, vecindades y antagonismos. Supone, antes bien, la construcción de la problemática con un cierto nivel de autonomía, que incluye también su comprensión como una formulación histórica. La idea de la sustentabilidad y la problemática ambiental es actual y urgente y escapa a la agenda de un área del conocimiento, del mismo modo en que la libertad y la democracia fueron medulares en la reapertura y redefinición de las carreras universitarias luego de las sucesivas dictaduras en América Latina.

Desde aquí, resulta particularmente útil reflexionar sobre el hecho de que lo propio y lo ajeno a una disciplina se vertebran sobre las tradiciones que se convocan y sobre las legitimidades que se van construyendo históricamente. En este sentido, vale el contrapunto entre algunas formas en las que las disciplinas proyectuales y las disciplinas sociales han pensado el “problema”, es decir, se han constituido como espacios del saber y del hacer.

3. PENSAR EL PROBLEMA DESDE EL PROYECTO Y DESDE LAS DISCIPLINAS SOCIALES

Para un metodólogo y para un proyectista, el problema no se declina de la misma forma, y en esto reside gran parte de las dificultades de los enfoques interdisciplinarios que comprometen a las ciencias sociales y a los diseños –que también son llamados “ciencias de lo artificial” (Simon 1973:1)–. La distinción entre un problema de investigación, que supone su construcción como un problema del conocimiento y, por el otro, un problema de la realidad, que supone el diagnóstico y la resolución vía la intervención, es bastante compleja. Efectivamente, no es lo mismo pensar las condiciones de producción de un pensamiento que el intervenir en la realidad, aunque bien pueden complementarse. En este sentido, abundan los proyectos de investigación que proponen soluciones aun antes de haber construido el problema, porque –por lo menos en el ámbito de la formulación de proyectos de investigación dentro de las disciplinas proyectuales– el problema incomoda y está para ser evaluado y solucionado.

Por el contrario, para quien se precie de haberse formado en las ciencias sociales, lo problemático es la ausencia de problemas. Y, si no los hay, es porque de alguna forma se ha naturalizado la conflictividad en el mundo y se toma a la realidad como un dato y no como un terreno de problematicidad y de posible reformulación. Para decirlo en los términos de un proyectista: en ciencias sociales se busca analizar el diseño de los conceptos con los que la misma ciencia opera o, para utilizar una expresión barthesiana, “la cocina” conceptual.

Son comprensibles, entonces, las series de dificultades que enfrentan y desafían a quienes intentan pararse en zonas afines y dispares, en la medida en que el problema es del orden de la comunicación: se oye lo mismo y se escuchan cosas distintas. A la

hora de formar equipos interdisciplinarios esto puede ser muy potente o conllevar sonoros fracasos.

Evidentemente, la sinonimia aquí puede jugar malas pasadas y precipita la falta de diálogo y actualización entre campos epistémicos que poseen afinidades. Es el caso, por ejemplo, de la sociología que ha sostenido que una de las novedades de los últimos años ha sido el pasaje de una sociedad logocéntrica a una iconocéntrica, el reemplazo de lo verbal por lo visual. Los analistas culturales han descubierto el dominio de la imagen en la sociedad posmoderna –o de la modernidad líquida (Bauman 2003:3)–, pero no se han preguntado por el papel fundamental que ocupa el diseño en esta puesta en forma de lo visual, que es una puesta en sentido y, por lo tanto, configura gran parte de lo que se denomina dimensión simbólica. En los últimos años, los Estudios Visuales –emparentados a los Estudios Culturales– han abierto este debate, instalando el problema de la politicidad de lo visual y de lo espacial, la consideración de lo visible como un territorio privilegiado para analizar las dinámicas de época o para seguir un derrotero que todo lo resume: cuánto lo visual tiene de social y cuánto lo social tiene de visual (Mitchell 1987, 2005; Mirzoeff 2002). Y también es llamativo que un segmento importante de estos argumentos coincida –desde otras perspectivas– con preguntas que pueden ubicarse tempranamente en los años cincuenta, particularmente en la reformulación teórica y en la praxis que supuso el proyecto de síntesis de las artes, enunciado previamente en Bauhaus, desplegado en las vanguardias constructivas, alimentado por el concretismo y con una fuerza y presencia inusual en, por ejemplo, la revista *nueva visión* que en el período en el que se editó (1951-1957) sentó gran parte de las bases disciplinarias de la reformulación académica de la enseñanza de la arquitectura en Hispanoamérica, a la vez que contribuyó a la configuración de lo que hoy se conoce como morfología.

Lo mismo sucede respecto de las formulaciones teóricas sobre la comunicación que se manejan –en forma mayoritaria– en el interior de las carreras de diseño gráfico o de diseño de comunicación visual. Efectivamente, el sostener que la comunicación acontece tal como fuera formulada por los modelos cibernéticos (Shannon 1948:379-423; Wiener 1948) en los años cincuenta implica entenderla como un simple acto de transmisión de información, reduciendo la producción e interpretación del sentido –que involucra la articulación compleja de historia, ideología y mundos de la recepción– a la llegada a buen puerto del mensaje (Arfuch y Ledesma 1997:3-44). Bajo este presupuesto se evalúa la “eficacia de los mensajes” (Frascara 1998:10-15), su éxito o fracaso. Se desconoce así una gran parte de la producción semiótica de los últimos cincuenta años que, justamente, al recuperar la idea de semiosis, da cuenta de la dimensión histórico-discursiva-social de toda producción significativa. Pero para poder dar ese salto es necesario rever los presupuestos trans-disciplinarios de los diseños y poner en abismo el concepto de usuario, destinatario y/o receptor de las piezas.

Resulta central, en este punto y para las disciplinas proyectuales, repensar el modo en que se ha abordado la relación entre la producción de sentido y lo social (Verón 1987:87-156).

4. TEORÍA Y PRÁCTICA

Finalmente, es asimismo llamativa la pervivencia de la separación entre teoría y práctica (conocimientos teóricos y conocimientos prácticos), en la medida en que evidencia una concepción instrumental del pensamiento y de la acción –instrumentalidad que se inicia en la separación misma entre uno y otra–, y analizar sus consecuencias. Entre ellas, y no siendo un aspecto disciplinario menor, el convencimiento de que las acciones (proyectuales) se autojustifican por el objetivo al que apuntan. Desde aquí la teoría resulta un acompañante del proyecto como un discurso, una posible argumentación. Efectivamente, esta separación desconoce el hecho de que las formas de intervención en el mundo parten de acciones que son conceptos y, simultáneamente, consolidan y transforman las formas en que se percibe y actúa en la realidad.

En este sentido, la consagración de las disciplinas solo a partir de lo que “hacen” –usualmente propio de posturas profesionalistas– instala la forma de evaluación de la acción en los términos de lo eficaz y produce una serie de problemas vinculados a la pervivencia o crisis de los principios que sostienen la especificidad de las disciplinas. A modo de ejemplo, lo sucedido en los años noventa cuando en América Latina el Estado dejó de marcar la agenda pública. Si el diseño consiste, entre otras cosas y como se dijo, en el pasaje de lo existente a lo deseable, la pregunta que sobreviene es: ¿quién formula lo deseable y bajo qué parámetros? En la región y durante la década del 90, el Estado y, en consecuencia, el concepto de lo *público*, fueron reemplazados por lógicas propias de las políticas neoconservadoras. De este modo, y en forma inédita, el mercado comenzó a trazar la agenda política y la agenda de las políticas públicas. En consecuencia, ya no existía un *universal* formulado por el Estado, sino los particulares intereses que se daban cita en las transacciones económicas. No es casual que en ese contexto la crisis sobre el otro para quien se proyecta haya llegado a los espacios universitarios, como tampoco lo es que determinadas ramas del diseño gráfico y de la arquitectura crecieran asombrosamente y que el urbanismo, el diseño industrial, el diseño textil comenzaran a languidecer a un ritmo vertiginoso.

Para concluir, se han señalado estos casos con el fin de considerar que, en el interior de las disciplinas, tanto las visiones profesionalistas como también las académicas descansan en configuraciones epocales. Olvidar, entonces, el modo en que las épocas regulan los sistemas de pensamiento/acción, es naturalizar el mundo, naturalizar la realidad y pensar que solo se puede intervenir y pensar a partir de lo dado. Algo que, desde ya, va contra toda la tradición crítica que ha perfilado tanto la enseñanza universitaria como las formulaciones pioneras de los diseños en América Latina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARFUCH, L., CHAVES, N. y LEDESMA, M. (1997) *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.
- BAUMAN, Z. (2003) *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BILL, M. (1953) *Form*. Basel: Karl Werner Verlag.
- BONSIEPE, G. (1999) *Del objeto a la interfase. Mutaciones del Diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- BONSIEPE, G. y FERNÁNDEZ, S. (2004) *Diseño 2004. Investigación, industria, país, utopías, historia*. La Plata: Ediciones Nodal.
- BREYER, G., DOBERTI, R., PANDO, H. (2000) *Bases conceptuales del Diseño*. Buenos Aires: Ediciones Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo UBA.
- DEVALLE, V. (2009a) *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- _____. “El análisis cultural. Nuevas perspectivas para pensar el Diseño” en Arfuch, L. y Devalle, V. comps. (2009b) *Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global*. Buenos Aires: Prometeo.
- FOUCAULT, M. (1969) *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI, 1990.
- _____. (1966) *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. México: Siglo XXI, 1990.
- FRASCARA, J. (1998) *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- MÉNDEZ MOSQUERA, C. y PERAZZO, N. comps. (1997) *Tomás Maldonado. Escritos preulmianos*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- MIRZOEFF, N. (2002) *What is Visual Culture?* London: Taylor & Francis Ltd.
- MITCHELL, W.J.T. (1987) *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago: University of Chicago Press.
- _____. (2005) *What do Pictures want?* Chicago: University of Chicago Press.
- PERAZZO, N. (1983) *El arte concreto en la Argentina*. Buenos Aires: Ed. Gaglianone.
- SHANNON, C. (1948) “A mathematical theory of communication” en *Bell System Technical Journal* (27), 379-423 y 623-656.
- SIMON, H. (1973) *Las ciencias de lo artificial*. Barcelona: ATE.
- TERÁN, O. (comp.) (1995) *Discurso, poder y subjetividad*. Buenos Aires: El Cielo por Asalto.
- VERÓN, E. (1987) *La semiosis social*. México: Gedisa.
- WIENER, N. (1948), *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*. París: Hermann & Cie Editeurs.

DISEÑO GRÁFICO Y SEMIÓTICA EN VENEZUELA: ENTRE HISTORIOGRAFÍA Y TEORÍA

ROCCO MANGIERI

1. ALGUNOS ANTECEDENTES: LA ENSEÑANZA Y LA PRAXIS DEL DISEÑO GRÁFICO COMO SEMIÓTICAS IMPLÍCITAS

El diseño gráfico *implica* una semiótica. Es muy difícil, si no imposible, dejar de ver el diseño gráfico como un proceso de *semiosis* (controlada o ilimitada) en la cual el *objeto gráfico* es resultado de relaciones dinámicas y cruces de varios significados e interpretantes asignados a diversas materialidades y dimensiones gráficas (soportes, superficies, unidades, formas de lectura e interpretación del público, dispositivos de comunicación social). Siendo una *semiótica*, es un pensar-hacer-comunicar que produce sentido y construye interlocutores, modifica visiones de la cultura, se inserta en los dispositivos de comunicación social. El diseño gráfico no conforma *una* sola semiótica sino *varias* al mismo tiempo, es una *praxis* *significante* de orden *multimodal, sincrética y compleja*, por la constitución de su *hacer* y de los *productos* de este hacer. Recordando a Hjelmslev, cuyo esquema sigue siendo seductor (ver Hjelmslev 1971), se trata de una *semiótica multiplanar y no-conforme*, pues si bien la materia y sustancia de la expresión es de naturaleza “gráfica”, bidimensional y visual, nadie pondría en duda que en ella *confluyen y se enhebran* diversas materialidades significantes. Si bien es una *semiosis ilimitada* (bajo control temporal) cuya sustancia es la visualidad, *lo gráfico* extiende y desborda este nivel para convertirse en un *discurso pluriplanar* que roza con mucha frecuencia la ambigüedad estética de lo poético, de lo plástico.

A todos los niveles, el del profesional-universitario, del diseñador no oficial que se desenvuelve en ámbitos urbanos, a nivel de las producciones anónimas populares, la semiosis del diseño vive y se reproduce continuamente, desplegando signos y repertorios de *distintas magnitudes y alcances* en diversos entornos comunicacionales, insertados o en pugna con las *culturas locales* (como es el caso ejemplar del *jamming-design*, que contra-ataca los signos gráficos de la globalización).

2. A PARTIR DE LOS OCHENTA: PENSA, ESCUELAS Y MIRADAS SEMIÓTICAS

Actualmente, en Venezuela, existen cuatro universidades y un instituto de formación profesional que han incluido la semiótica como materia en los pensa de las carreras de diseño gráfico. Es un dato importante. Se trata de cinco centros educativos de muy buen nivel de formación (dos de ellos son universidades públicas de larga trayectoria) en los cuales la teoría semiótica ha pasado de ser una suerte de “cenicienta en el desván” para integrarse en el proceso de formación socio-profesional del diseñador gráfico.

En estos recorridos curriculares hay varias asignaturas muy relacionadas con la semiótica, como es el caso de *Teoría de la imagen*, *Análisis de las imágenes* o *Retórica visual*. Si bien a mediados y finales de los setenta la semiótica había incorporado a las universidades a través de la comunicación social, la literatura y la narratología, lo hizo de manera lenta, concentrándose en los campos de la lingüística y menos en el de las artes visuales y gráficas, las cuales permanecieron, salvo algunas excepciones, refractarias a la “rigidez del primer estructuralismo” aplicado a lo gráfico. No hay antecedentes firmes de que los estudios semióticos hayan entrado con intensidad en las universidades sino hasta finales de los setenta y comienzos de los años ochenta, como ocurrió de hecho en Comunicación Social, Arquitectura y Filosofía. La Universidad del Zulia de Maracaibo es una excepción, pues ya a comienzos de los setenta contemplaba *semiología* en la Facultad de Humanidades y Educación y en el Ciclo Básico. Los estudios universitarios de diseño gráfico en Venezuela comienzan a finales de los ochenta y comienzos de los noventa y, casi desde el inicio, los primeros pensa incluyen *semiótica* o *semiología* como materia. Así que los diseñadores gráficos egresados de los cinco centros indicados (Universidad del Zulia, Universidad de Los Andes, Universidad Rafael Belloso Chacín, Universidad José María Vargas y Prodiseno) han tenido la experiencia de transitar por la semiótica vinculada al diseño.

Finalmente, debemos mencionar un centro de formación y de creación, hoy inexistente, que se convirtió en espacio de referencia importante en relación con los lenguajes y códigos de diseño gráfico a partir de finales de los años setenta: el Instituto de Diseño Newman. Un lugar relevante, pues a partir de él se generó una estructura arbórea que se extendió en los pensa de otros centros de enseñanza del diseño. Los enfoques de la praxis del Instituto Newman se configuraron durante todo el período

de su existencia (aproximadamente entre 1977 y 1989) sobre la articulación de dos grandes discursos gráficos: uno proveniente de la mirada gráfica europea moderna (gestáltica, eficaz, minimal) y otro discurso proveniente de la cultura local vinculada a lo neobarroco, al paisaje visual y cultural latinoamericano.

3. LA PRAXIS DE LOS DISEÑADORES: UN RECORRIDO POSIBLE

Intentaremos trazar el mapa de una tipología semiótica abierta a partir de esta breve descripción del contexto educativo del diseño gráfico, siguiendo algunas precisiones y observaciones previas sobre las tendencias o poéticas de fondo (por tanto, a nivel del plano del contenido y de organización de la sustancia de *conceptos* y *valores* de diseño) que cada uno de estos centros de formación y de difusión ha puesto en práctica durante un lapso de 25 años.

El enfoque del Instituto Newman fué fundamentalmente *gestáltico y moderno* en cuanto a la alta valoración de la *pregnancia, precisión, diferenciación y economía* de los signos y elementos empleados para construir la gráfica. La presencia de lenguajes y tácticas de diseño empleadas por varios docentes y diseñadores europeos (Leufert, Nedo Ferrario, Lange) determinó esta orientación, aunque hubo excepciones hacia otro tipo de valores gráficos en los períodos de transición y final. Esta tendencia continuó en principio en Prodisegno (varios de los docentes y alumnos del Newman continuaron allí), con algunas variantes, si bien este centro incorpora y desarrolla desde los años noventa nuevos lenguajes menos *gestalt*, más *híbridos y estratificados* tanto en el nivel de la ideación y producción del signo como en el nivel de las formas y modos de lectura y recepción. Prodisegno de Caracas contempla con cierto énfasis un enfoque semiótico bastante focalizado en la praxis del diseñador sin descuidar otros aspectos de la teoría (retórica visual, teoría de la interpretación) y, a nuestro parecer, este tipo de decisión curricular ha sido oportuna y el resultado puede verse en su producciones gráficas actuales.

La Universidad del Zulia, espacio académico donde la semiótica ha tenido desde comienzos de los setenta un notable desarrollo, también ha incluido formalmente en la Escuela de Diseño Gráfico los estudios semióticos (*semiótica de la imagen*). La tendencia de producción visual en este centro es híbrida y múltiple, si bien existe el componente gestáltico como base del proceso de enseñanza. Veremos cómo, en contraposición a este *código gestáltico y más gramatical* (ver Lotman 1995; Mangieri 2000), en muchos de estos centros se alterna con la enseñanza de códigos y procesos de diseño más *rizomáticos-fractales y textuales*.

En la Universidad Rafael Belloso de Maracaibo la enseñanza del diseño gráfico se orienta más a un enfoque informático y corporativo, sin dejar de lado la posibilidad de que los estudiantes puedan experimentar con la imagen más allá del código formal de marketing y el branding. La Universidad Experimental de Yaracuy ofrece la licen-

ciatura en diseño integral y la materia Semiótica y sombología a nivel del segundo año de carrera,

En la Universidad de Los Andes de Mérida, la enseñanza del diseño gráfico está integrada al estudio de las artes visuales y contemplaba, incluso antes de su institucionalización como escuela (desde finales de los ochenta), los estudios semióticos. Aquí el enfoque es también híbrido e integrador de saberes y prácticas visuales y plásticas. Se emplea a varios niveles la semiótica interpretativa, la generativa y la semiótica de la cultura aplicadas tanto al análisis crítico así como a la producción de la imagen gráfica.

4. PARA UNA TIPOLOGÍA DE LOS PROCESOS GRÁFICOS

Intentando realizar el mapa de una tipología semiótica del proceso de enseñanza del diseño a través de estos centros de formación, recurrimos a un grupo de categorías. Entre los polos o extremos de los términos se ubica gradualmente el tipo de proceso.

a) La oposición entre lo gramatical y lo textual. Por un lado, centros de formación que insisten en la precisión de elementos compositivos minimales, a nivel de una gramática visual y su poder de expansión y de reproducción. Por otro lado, espacios académicos que se concentran en generar y producir textualidades más abiertas y discursos visuales multimodales y sincréticos.

b) Analógico/digital, continuidad/discontinuidad. Aunque esta modalidad varía en el caso particular de cada docente, podemos generalizar y hablar de centros que promueven un signo gráfico mucho más digitalizado en relación con las tecnologías y procesos de reproducción y en la conceptualización del diseño; y procesos de enseñanza orientados más hacia lo analógico. Se trata de *enfoques constructivistas* de diversa complejidad que ponen en evidencia el trabajo de *montaje* de la imagen y el trabajo de lectura del intérprete.

c) Enunciado/enunciación. El contenido o *enunciado* de diseño se coloca en primer lugar, pero en la imagen se borra el proceso de trabajo de diseño. Otras experiencias docentes prefieren *marcar los soportes, los materiales y los procesos* e incluso las ambigüedades en la elección final de diseño, los elementos de la *enunciación* del proceso de diseño.

d) Diseño orientado al objeto, al intérprete o al contexto. Estos tres elementos están imbricados y las tendencias pedagógicas enfatizan alguno de estos polos: por una parte, la preferencia por configuraciones gráficas más orientadas al objeto visual, a las *cualidades gráficas* en juego, al problema (que es central en una semiótica del diseño gráfico) del *reconocimiento* (ver Eco 1975; Mangieri 2000) y una semiosis atenta al *sinsigno* y al *cualisigno* (Peirce 1975). Tendencias de diseño orientadas en mayor grado hacia la dinámica de los *procesos de lectura e interpretación* y que colocan en segundo

plano el reconocimiento y, haciendo uso de *procedimientos retóricos* (ver Grupo μ) activan una participación del receptor. Por último, procesos que se focalizan sobre el contexto social y cultural de la comunicación, reenviando el proceso de lectura hacia la relación entre el objeto gráfico y las condiciones, circunstancias y expectativas socioculturales que rodean la circulación del mensaje.

e) Topológico/plástico/figurativo: este espacio de elección y de relaciones puede hacer la diferencia de estilo en los centros de formación (ver Greimas 1980, 1990; Floch 1992). En efecto, hay períodos y estrategias didácticas que enfatizan alguno de los tres términos: lo *topológico*, es decir, la relevancia del espacio en el cual se construye el objeto gráfico, su extensión y cualidades; lo *plástico*, que coloca en primer plano de lectura las variables que el diseño comparte con las artes visuales: el *color* y la *textura* (visual o táctil). Y lo *figurativo o eidético*, cuando el proceso se orienta sobre todo a la construcción y disposición de la figura: la línea y el punto en todas sus posibilidades, los contornos y bordes de los objetos gráficos. De hecho, sociohistóricamente a nivel mundial, es este tercer nivel junto al primero (lo topológico y lo eidético) lo que ha sido codificado como el signo esencial de la *semiosis gráfica*, pero los cambios y transformaciones de la praxis han modificado este paradigma.

f) El trabajo retórico. Las *retóricas gráficas* puestas en juego por el docente, es decir, los modos de alterar la *norma* o el *tipo*, el *grado cero* del diseño gráfico. En este punto se pueden establecer notables diferencias en el nivel de los períodos de enseñanza y de los lugares donde se ejerce. Frente a la *timidez retórica* de las universidades nacionales, los institutos no oficiales y los talleres o estudios de diseñadores llevan casi siempre la ventaja. El *trabajo retórico*, clave y necesario en el nivel del diseño gráfico en todas sus modalidades, no ha sido aún integrado plenamente.

g) Primeridad/segundidad/terceridad. Los objetos gráficos se pueden delimitar también en relación con el nivel o *instancia de la semiosis* que enfatizan. En la *primeridad* o nivel de las cualidades sensibles y materiales, de las posibilidades *in nuce* del signo gráfico y en su “indeterminación abierta”. En la *segundidad* o nivel del *reconocimiento*, del *percepto* como tal, de la identificación y de la respuesta fundamental (What is this?). O en la *terceridad*, el nivel del código y de las normas de diseño y de lectura, en la evidencia de las leyes de la “buena forma” o las simbolizaciones que funcionan como regla y referente institucional, social.

Estas categorías no son extremas y polares sino *graduales*. Cada tendencia o estilo de formación socioprofesional se ubica en relación con ellas en forma paramétrica, enfatizando sólo aquellas que permiten de algún modo indentificarlas a nivel de su *gramática de producción* (ver Verón 1990, 2004). Lo que hemos esbozado son los aspectos intervinculantes de una *pequeña gramática de producción del objeto gráfico*.

5. UN VISTAZO HACIA ALGUNOS OBJETOS GRÁFICOS

Hemos tomado una serie de *objetos gráficos*, analizándolos en función de las categorías expuestas anteriormente, sobre todo por las diferencias a nivel universitario y para poder armar una tipología provisional. Los diseñadores seleccionados son: Gerd Leufert, Álvaro Sotillo, Nedo Ferrario, Waleska Belisario, John Moore, Carlos Cruz Diez, Santiago Pol, Ariel Pinto, Jacinto Belisario, Miguel Vázquez (Masa), Annella Armas. Casi todos ellos son y han sido docentes y formadores en este lapso temporal que hemos tomado como corte histórico (1970-2010). Vamos a tomarlos comparativamente y conectar sus estilos a nuestra lista de categorías.

En Gerd Lufert (figura 1) encontramos un énfasis en el *plano figurativo-eidético y topológico* o espacial, aunque si nos detenemos en el carácter del signo lo ubicaríamos casi completamente del lado del *control y manejo de la figura* como rasgo predominante. Es un enfoque “moderno” y *gestáltico*, al igual que muchos otros docentes-diseñadores venezolanos de la década de los setenta y ochenta. Predomina una marca de *digitalización* sobre lo analógico y un nivel de la *segundidad*. Son casi siempre signos y constructos gráficos orientados más *al objeto y al referente interno de ese objeto* de diseño. Diseños muy *autónomos, conclusivos y pregnantes* dotados de un rasgo semántico y pragmático que he denominado en otros lugares de la teoría como *captura iconico-plástica* (Mangieri 2006).

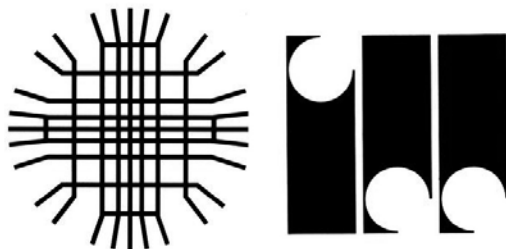


Figura 1. Gerd Leufert

En el caso de Nedo Ferrario (figura 2), un diseñador ítalo-venezolano del grupo formador-promotor de la segunda generación, se equilibran *lo topológico y lo figurativo-eidético* (el juego de la *línea-punto-borde* con las evidencias del espacio de trabajo, el plano, la hoja o superficie), en una semiosis más abierta a la indeterminación y la participación del intérprete. Los usos modernos de la técnica del *collage-dadaísta* se asume *analógica* y lúdicamente. Su estilo es más *textual* que gramatical y hay una orientación hacia la *enunciación* del proceso de diseño como algo no total y conclusivo más marcado que en Leufert. Sus procesos se dirigen no tanto al objeto sino al *lector* y al *contexto*. Predomina el nivel de la *primeridad* y, en menor grado, la *segundidad*.



Figura 2. Nedo Ferrario

En John Lange, ubicable en el grupo de promotores de finales de los sesenta y la década del 70, encontramos un estilo y tendencia semejante, pero su trabajo semiótico sobre los signos y objetos gráficos se dirige más hacia la conformación del objeto y su dimensión figurativa como *entes estructurados, definidos y más cerrados*. Insiste en el *nivel gramatical* de los signos y su *localización topológica* precisa y recortada. Destacan los niveles de la *segundidad* y la *terceridad*. Fundamentalmente, el trabajo de Lange se orienta, con algunas excepciones, más hacia la construcción del *enunciado* y el plano del contenido o *relato* implícito en la imagen.

John Moore (figura 3) es un caso en cierta forma atípico e *híbrido* en relación con este grupo de diseñadores de la primera generación de la modernidad del diseño en Venezuela (años 70 y 80). Su proceso y sus productos entrelazan los tres niveles de lo *topológico* (uso abierto del espacio bidimensional), lo *figurativo* (trabajo con elementos minimales y económicos), lo *plástico* (sobre todo la exploración con el color). Agrega además el tema de la *ilusión óptica*, la *ambigüedad* y la *reversibilidad* perceptual. Su trabajo se orienta simultáneamente al *objeto* y al *intérprete* y equilibra lo gramatical con lo textual, la primeridad con la terceridad del signo. Su diseño es más *analógico* que digital. Diríamos que aquí se asoma lo que en otros diseñadores gráficos será más intenso, un trabajo de integración y diálogo con los códigos de las artes visuales y las artes plásticas.



Figura 3. John Moore.

Carlos Cruz Diez, en sus trabajos en el campo gráfico, explora sobre todo dos de las dimensiones señaladas: lo *plástico* y lo *topológico*. Es un notable artista cinético que, de hecho, debe hacer uso continuo de una *retórica de transcromaticidad* y de permutaciones constantes. Existe un nivel de *gramaticalidad* y de *digitalización* de las unidades, pero coordinado por lo plástico. Su sola dimensión gráfica es el *color* en transformación y combinación y el *espacio del soporte*. Juega entre la primeridad y la terceridad del signo. Son signos múltiples orientados más al *intérprete*, al usuario y de hecho equilibrados entre lo *gramatical* (la visibilidad de las unidades elegidas y sus combinaciones) y lo *textual* (los signos de la gramática son sólo un pretexto para *tejer superficies* que deben interactuar hacia afuera del espacio de contrucción). Por tanto, se insiste más en el nivel de la *enunciación* del texto gráfico.

En las propuestas de Álvaro Sotillo (figura 4) se conjugan en una forma intensa y organizada lo *figurativo-eidético* y lo *topológico*; la *semi-estructuración guesáltica* y *digital de las unidades*. Por tanto, *antes* hay un largo trabajo de gramatización de los signos para su “puesta en gráfica” y *luego* el despliegue en el espacio del soporte (página, objeto, libro). La segundidad y la terceridad se conjugan. La *temporalidad* del proceso se hace muy legible a través de marcas gráficas. El *código tipográfico* es una de las bases más recurrentes del proceso, asumiéndose dentro de una *retórica de transfiguración* no radical en la cual el signo de partida nunca deja de ocupar zonas de control visual.



Figura 4. Álvaro Sotillo

Waleska Belisario, perteneciente a la generación intermedia de diseñadores gráficos (junto a Sotillo y otros), se ha orientado más hacia la *gestalt* y la *definición perceptual del objeto*, de sus límites y sus zonas y puntos de *captura visual*. Sin dejar de experimentar en el nivel de las relaciones entre lo *plástico* y lo *figural* (de hecho produce en otras áreas de las artes visuales), opta por la limpieza visual del campo y un proceso más orientado al objeto y al enunciado o *relato* del texto gráfico. Equilibra lo *gramatical* con lo *textual* aunque la *puesta en gráfica* evidencia más las *unidades* y sus *formas de articulación* y composición.

Los objetos de Santiago Pol (figura 5) se definen sobre todo por su *orientación al intérprete y al contexto*. Son *signos reactivos* en relación con una solicitud de participación y *expectativas de comunicación externa al objeto*. Por tanto, predomina el nivel de la *enunciación* sobre el enunciado y la *dimensión socio-pragmática del objeto* como signo de comunicación, de interpelación y de interacción lúdica. Predomina la *primeridad* y luego la segundidad del signo. Aparecen, pues, en una forma aquí cercana a los objetos de Nedo Ferrario, las tácticas de la *provocación estética*, de la *interrogación* y de la *seducción* a través del juego semiótico entre imagen y texto tipográfico. Predominan los procesos analógicos, lo *plástico* sobre lo figurativo o lo topológico, y una *semiosis textual más aleatoria* que gramatical.

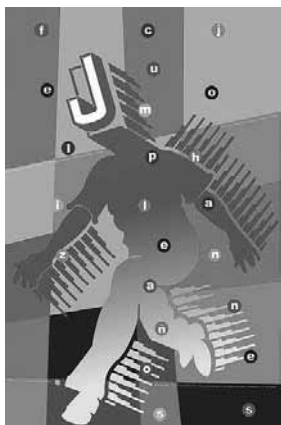


Figura 5. Santiago Pol

Las propuestas de Anella Armas, diseñadora de enlace entre la segunda y la tercera generación, enfatizan en los objetos gráficos el *nivel plástico* junto al figurativo y, sobre todo, un intenso proceso de *cita*, *inserción e interferencias signícas* con otros medios y discursos (sobre todo la ilustración, el libro-objeto y el cómic contemporáneos). Armas realiza también proyectos visuales desde el nivel de *primeridad* del signo que pueden ser vistos como *museográficos y plásticos*, pero que se conectan con el proceso de elaboración. Aquí se conjugan lo *textual*, las marcas de la *enunciación* del proceso, la *orientación al contexto y al intérprete* (en forma análoga a Pol y Nedo Ferrario), *lo analógico y las continuidades*.

Por último nos referimos a los objetos de Masa (Miguel Vásquez), ubicable dentro de la actual tercera generación de diseñadores gráficos, en cuya *retórica y estilística* resuenan muchos elementos signícos y *tácticas de diseño* que, en la escena de producción actual nacional, se resuelven en un hacer sincrético, técnico y estético más decidido en relación con la simbiosis entre lo *digital* y lo *analógico*.

En Masa predomina la *orientación al intérprete* y, sobre todo, al contexto o *gramática de recepción* (ver Verón 1990; Mangieri 2000) y las operaciones culturales de

textualización, es decir, el trabajar sobre el objeto no tanto a través de la elección y “pulitura” de unidades preñantes (Leufert, Sotillo, Belisario), sino a partir de macro-unidades, *trozos icónicos* insertados (collage) y marcos simbólicos más amplios. Se trata de un *post-neo-dadaísmo* que puede asumir (en forma análoga a los objetos gráficos de Pol y en menor medida de Nedo Ferrario) una *relación crítica y reflexiva* en relación con el proceso de lectura de los signos y sus tejidos visuales. Dominan lo *plástico* y lo *topológico* sobre el nivel figurativo-eidético, la *exploración lúdico-crítica* a través de las relaciones que el signo gráfico puede sostener en el *espacio-soporte*. Por tanto, una *retórica icónica y plástica* que se elabora casi siempre sobre la transformación de la norma, del código y del *grado cero*.

6. PARA CONCLUIR: RELACIONES Y DOMINANCIAS EN LA PRODUCCIÓN DEL OBJETO GRÁFICO

Podemos arriesgar algunas conclusiones en relación con los procesos, continuidades o rupturas de la *semiosis implícita* en el diseño gráfico. Establecemos tentativamente tres grandes estadios de formadores-diseñadores. La *primera generación* dirige sus procesos hacia un tipo de estética y ética del diseño basadas en la *pregnancia*, la *economía visual* y la *simplicidad ética del signo*. Las temporalidades de lectura y participación del lector son breves y precisas, sin titubeos interpretativos. El lector debe quedar, quizás tanto o más que su autor textual, *capturado* en la “red” del signo visual. La aplicación del famoso lema (*less is more*) es aquí pertinente. Predominan la *segundidad* (el percepto, el reconocimiento) y la *terceridad* del signo. Lo *figurativo-eidético* sobresale.

En la *segunda generación* hay una mayor operatividad en el nivel semiótico de la *primeridad* (sin dejar de lado el problema de *reconocimiento*) de la *sensación* y de la *indeterminación visual*. La demanda y potencia del signo se desplaza hacia el rol del *lector de la imagen* y no tanto hacia la configuración del objeto gráfico completo y autosuficiente. Esta fase adelanta lo que será un rasgo de la siguiente generación, el objeto gráfico como *signo de interpelación, seducción e incluso provocación*.

La *tercera generación* del diseño gráfico intensifica la *semiosis interpretativa* arriba mencionada y junto a ella, una vuelta a lo *plástico* y a lo *topológico*. La *primeridad* y la *terceridad* del signo se entrelazan. Las numerosas citas e inserciones tomadas en préstamo de otros textos se subordinan a las *emociones y sensaciones* de los intérpretes y son frecuentes las *transcodificaciones* de un sistema gráfico a otro, desde el cómic, la ilustración, el libro-objeto. En todo este proceso, las tecnologías y redes de la información digital y virtual son determinantes, los *procesos de circulación, intercambio y formas de uso y de consumo cultural* que convierten (habría que dilucidarlo) el mundo concreto en *mundo gráfico, la grafo-sphera*. Este puede ser el punto de partida para un próximo ensayo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ECO, U. (1975) *Trattato di semiotica generale*. Milano: Bompiani.
- FLOCH, J.M. (1992) *Semiótica, marketing e comunicazione*. Milano: Angeli ed.
- GREIMAS A.J. Y COURTÉS J. (1980) *Semiótica, diccionario razonado*. Madrid: Ed. Gredos.
- (1990) *La beauté de la femme*. Valencia: Eutopías.
- GRUPO μ (1992) *Traité du signe visuel*. París, Seuil.
- HJELMSLEV, L. (1971) *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- LOTMAN, J. (1995) *Tipologia della cultura*. Milano: Bompiani.
- MANGIERI, R. (1998) *Tatuajes urbanos*, Cuadernos de Invest. Mérida: ULA.
- _____ (2000) *Letraimagografías*, Cuadernos de Invest. Mérida: ULA.
- _____ (2007) *Tres miradas, tres sujetos*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- PEIRCE C.S. (1975) *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- VERÓN, E. (1990) *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- _____ (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

PRAGMÁTICA DE LA EXPRESIÓN GRÁFICA EN REVISTAS DE ARTES VISUALES Y DISEÑO EN MÉXICO

LYDIA ELIZALDE

I. EL DISEÑO DE REVISTAS

En la pragmática del diseño se definen las relaciones de los signos con sus intérpretes y la *semiosis* de los fenómenos perceptivos, de producción y de interpretación que se presentan en la eficiencia de los signos gráficos seleccionados (Morris 1971, 1994:67-68). El editor moldea el carácter interno de la revista y el diseñador gráfico crea la personalidad externa física de la revista en un trabajo en conjunto. Las funciones forman contenido, crean la identidad de la publicación y le dan un carácter propio, en el mejor de los casos, inconfundible y memorable.

El diseño de una revista requiere de la creación de un lenguaje gráfico convencionalizado o experimental, determinado por el entrenamiento de especialistas para su concepción y diagramación en la sintaxis de sus variables para construir un objeto concreto de comunicación y de lectores aptos para interpretar sus contenidos y la propuesta visual. De esta manera, se conforma el interpretante, el concepto visual, a partir de la aprehensión de las variables visuales que conforman la publicación (Morris 1971, 1994:68). La pragmática define las relaciones de los signos con sus usuarios, con su uso y efectos (Charaudeau, 2005:457).

Desde la perspectiva de la pragmática, en el diseño de una revista se presupone la sintaxis visual de los elementos gráficos, así como la semántica de signos gráficos y tex-

tuales con su *designata*. El componente pragmático presenta los procesos de interpretación de los enunciados, en este caso del diseño, en su contexto, ya sea que se trate de la referencia de los determinantes visuales, de la expresión gráfica o de la estética.

En el diseño de una revista se concretan las secciones y los espacios para las colaboraciones, los criterios para la elección de los artículos y las soluciones gráficas que definen la identidad visual de la publicación. A esto se añade la producción por medio de una tecnología apropiada para facilitar la transmisión de la información.

En la revista se desenvuelven los intereses y patrones de acuerdo con el gusto del grupo que la edita y sus miembros adquieren lugares protagónicos en su realización. Hay una competencia que se organiza según el grado de adhesión o transgresión a las convenciones que regulan este quehacer. Estas convenciones o normas son el capital cultural de un grupo y en las revistas tienen una particular importancia, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, ya que reflejan el desarrollo de la cultura, en este caso en México: en qué se piensa, qué se hace y cómo se divulga el conocimiento.

Un registro realizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en 2009 señala que de las 310 revistas culturales que circulan en México, el 54% se editó en la ciudad de México y el resto en el interior del país. Los contenidos que presentan estas revistas son: 107 de arte y cultura; 67 de literatura; 45 de antropología e historia; 22 de artes visuales; 11 de arquitectura; 11 de culturas populares; 9 de cine y video; 9 de patrimonio cultural; 8 de música; 6 de teatro; 5 de comunicación; 5 de difusión editorial; 3 de danza y 2 de cultura infantil.

La periodicidad de la edición de estas revistas es la siguiente: 86% trimestrales, 75 bimestrales, 56 mensuales, 37 semestrales, 29 cuatrimestrales, 17 irregulares, 4 anuales, 2 cada mes y medio, 2 semanales, 1 quincenal y 1 de publicación de edición veintenal. Un porcentaje de 71 tienen un tiraje menor a tres mil ejemplares y el 29% restante, más de 10 mil. Del total de revistas registradas en este catálogo de 2009, 118 son independientes, 105 cuentan con el financiamiento de instituciones públicas y 87 con recursos privados (Catálogo CNCA, 1999, presentación).

2. REPRESENTACIÓN GRÁFICA

A partir de la percepción inicial, se presentan las variables visuales que definen la expresión de la forma, suma de las imágenes y del texto escrito; estos elementos permiten una identificación y reconocimiento de la imagen visual, a la cual se le añade la expresión simbólica. De este modo, lo que representan esas imágenes y su lectura se transmite por medio de una operación de decodificación.

Analizar la experiencia estética que produce la hechura editorial de las revistas culturales que se reseñan en este artículo, editadas en México de 1960 a 2010, comprende la *semiosis* en la producción de sus contenidos textuales y visuales en el proceso de

comunicación y de significación. Esta experiencia referencial afirma la existencia de hechos culturales, de elementos icónicos que se relacionan con la realidad y representan sus intenciones en símbolos culturales (Elizondo 2006:26).

Para decodificar un mensaje visual es necesaria una habilidad de reconocimiento de los signos utilizados, una capacidad para poner “en funcionamiento la actividad semiótica en sentido amplio, en la que varios sistemas de signos se complementan entre sí” (Eco 1979, 1999:79). Estos signos conforman el texto visual, que se define “como la cadena de artificios expresivos que el lector va a reconocer a partir de las funciones que desarrollan en determinado contexto” (Eco 1979, 1999:73).

Los signos icónicos codificados juegan un papel decisivo en la construcción de formas visuales en medios impresos. La estructuración de los signos gráficos y las soluciones visuales en el espacio delimitado de una página resaltan la cualidad de cada elemento gráfico: letras y palabras armadas en párrafos se manipulan y contrastan con otros elementos visuales potencialmente determinantes, como son las fotografías y las ilustraciones, con sus múltiples técnicas de manipulación en medios impresos y digitales.

De manera que la semiótica se revela como una herramienta precisa y eficaz de interpretación en el estudio de los lenguajes gráficos, ya que la selección de los criterios de composición y la disposición de los elementos textuales e icónicos en la página determinan una tendencia estética, un modo de articular las variables que inciden en la interpretación final del lector.

3. REVISTAS DE ARTE

Las revistas, por estar expuestas a otros medios y por sus cualidades temporales y de síntesis de contenidos, son más susceptibles de cambios formales en su expresión estética. En el siglo XX, los medios de comunicación impresos fueron el escaparate principal para difundir la cultura. El desarrollo de la industria editorial impulsó la producción de publicaciones periódicas y este hecho ha propiciado el reconocimiento de características distintivas de las artes visuales, a partir de la lectura activa del receptor en su selección, reconocimiento y consumo.

El término *artes visuales* empezó a utilizarse para nombrar el arte contemporáneo a partir de la década de 1970 a la fecha; es una práctica que se distingue por la primacía de las variables visuales en el vasto repertorio de las artes plásticas y de los objetos artísticos producidos a través de medios electrónicos y digitales, en diferentes soportes y materiales.

Estas transformaciones han generado otras formas de hacer arte y de difundir las artes visuales, ya que los criterios de producción y clasificación se organizan actualmente a través de sistemas múltiples. El inicio de la edición de revistas especializadas en artes visuales, en cine y en fotografía fue explícitamente activo a partir la década

de 1960, sin considerar en este artículo la publicación de revistas culturales y literarias que proliferaron en México desde principios del siglo XX.

3.1 *Revistas de artes visuales*

De 1973 a 1981, el Museo de Arte Moderno publicó la revista *Artes visuales*, dirigida por Fernando Gamboa. El director huésped de la publicación fue el teórico del arte Juan Acha y posteriormente su dirección estuvo a cargo del historiador Armando Torres Michúa. La publicación de la revista, editada por Carla Stellweg, fue una de las actividades centrales de la gestión de Gamboa en el Museo de Arte Moderno y se consolidó como espacio de difusión de la condición artística nacional e internacional (Ortega 2010:9).

En 2010, el Instituto Nacional de Bellas Artes presentó una edición facsimilar de la revista en homenaje a Gamboa, por su destacado trabajo como promotor cultural, museógrafo y director durante casi diez años del Museo de Arte Moderno de México; la revista publicó las opiniones de diversos críticos, incluyó colaboraciones de publicaciones extranjeras similares y buscó consolidar un formato plural en el que diversas posturas y géneros artísticos estuvieran representados.

A partir de 1992 y hasta el año 2000 se publicó la revista monográfica *Poliéster*, dirigida por Rocío Mireles y editada por Kurt Hollander; ésta reunió el trabajo de críticos y artistas con el propósito de revisar obras de creadores sobre un tema específico. Los tópicos, que describen un aspecto curatorial –más que editorial– de la publicación, permitieron apreciar el interés interdisciplinario de editores y lectores. *Poliéster* abordó temáticas como la basura, la enfermedad, el diseño, los objetos cotidianos, el *kitsch*, la frontera o, simplemente, expuso una revisión de lo acontecido en el arte en diferentes centros periféricos, como sucedió en los números “Los Ángeles”, “Colombia o Canadá”, “Poliéster, pintura y no pintura”, “Las bienales” (Delmar 2010:213).

3.2 *Revistas de cine*

La revista *Nuevo Cine* fue una publicación que se editó brevemente (de abril de 1961 a agosto de 1962), con periodicidad bimestral; presentó un formato de 18 x 28 cm y la portada era impresa a dos tintas en cliché, con diseño de Vicente Rojo. Sus redactores, José de la Colina, Salvador Elizondo, Jomí García Ascot, Emilio García Riera, Carlos Monsiváis y Gabriel Ramírez, rondaban los 30 años y acababan de fundar, en enero de ese año, un grupo más amplio con el mismo nombre de la revista, cuyo propósito general era “la superación del deprimente estado del cine mexicano” (Miquel 2010:43).

El historiador de cine Ángel Miquel hace referencia a otras publicaciones especializadas de esta área: “[...] como *35 mm* (1976-1979), *Cine* (1978-1980), *Primer Plano*, *Filmoteca* (1979-1981), *Dicine* (1983-1996), *Pantalla* (1985-1988) e *Intolerancia* (1986-1990) [que] heredarían implícitamente los postulados de *Nuevo Cine* de acer-

carse al mundo de las imágenes en movimiento desde una perspectiva independiente, crítica, objetiva y bien documentada” (Miquel 2010:54).

3.3 *Revistas de fotografía*

Desde la década del 90, las propuestas gráficas en las revistas culturales se ampliaron: los lenguajes icónicos en las revistas culturales se condicionaron a las técnicas de los medios de producción. La utilización de la fotografía como documento y como obra de arte formó parte esencial en la manufactura de las revistas culturales especializadas.

De 1990 a 1995 se publicaron varias revistas sobre el arte fotográfico de México y de otras latitudes, entre ellas: *Nitrato de Plata* en 1990, *Luna córnea* en 1992, *Cuartoscuro* en 1993 y *Reflex* en 1994. *Fotozoom* fue la revista pionera de fotografía y se publicó mensualmente desde 1975; su formato era carta, con forros e interiores en cliché impresos a color.

En 1997 se inició la publicación de *Alquimia*, revista cuatrimestral editada por el Sistema Nacional de Fototecas del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) que exploró, desde diferentes enfoques, los archivos y la fotografía histórica de México. El proyecto se concretó con la participación de un grupo de trabajo especializado en estudios históricos (Lozano 2010:339). Entre sus objetivos, la revista propuso la recuperación de la obra de fotógrafos activos en México, nacionales y extranjeros, durante los siglos XIX y XX. “Además de la obra de Casasola, *Alquimia* ha explorado las imágenes producidas por otros fotógrafos importantes: Hugo Brehme, Agustín Jiménez, Luis Márquez, Manuel Álvarez Bravo, Tina Modotti, Aurora Eugenia Latapí, Mariana Yampolsky, Romualdo García, Aubert e incluso algunos viajeros y aficionados, como Juan Antonio Arzumendi o Ezequiel A. Chávez” (Lozano 2010:341).

La revista ha ampliado las temáticas que presentó en un primer momento, destacando la relación de la fotografía con otros campos del conocimiento, como son la ciencia, la pintura, la arquitectura y el cine. También trata “asuntos poco explorados como la producción y circulación de imágenes pornográficas, el registro de prostitutas; o las formas de exhibición, usos, reproducción y circulación de la imagen en los números dedicados al Museo Nacional, Fotolibros y Revistas Ilustradas” (Lozano).

3.4 *Revistas sobre expresiones artísticas múltiples*

Las influencias de los diferentes movimientos plásticos y visuales desarrollados durante las tres últimas décadas del siglo XX se pueden distinguir en la hechura de algunas de las revistas citadas previamente. Sin embargo, fue durante la década del 90 cuando las propuestas artísticas se ampliaron en la multiplicidad icónica, en la reproducción masiva inmediata, impresa y digital, y reflejaron la afirmación de la cultura posmoderna en la especialización y la eficiencia gráfica.

Durante 1990 sobresalieron revistas que estudiaban los fenómenos artísticos complejos del arte contemporáneo y su tendencia fue su misma presentación en colecciones monográficas:

En 1992, Olivier Debrouse, Angélica Abelleira, Karen Cordero Reiman, Cuauhtémoc Medina, James Oles, Braulio Peralta, Francisco Reyes Palma y Osvaldo Sánchez asumieron el reto de crear *Curare* para manifestar, a través de un foro independiente, la pluralidad de voces, ideologías y posturas inmersas en el acontecer de las artes visuales en México (Barbosa 2010:193). La publicación concretó las iniciativas de este grupo de historiadores y críticos de arte que plantearon la necesidad de trabajar al margen de las instituciones culturales y académicas que habían dominado, varias décadas atrás, la escena de las artes visuales en México (*Curare La Jornada* 1993:1).

Desde su inicio, la revista manifestó una postura autónoma que le permitió asumir una función axiológica en la crítica del arte. Esta posición le abrió la posibilidad de expresar las opiniones de artistas, historiadores y críticos de arte, intelectuales e investigadores de diversas disciplinas (*Curare La Jornada*).

Añado en este repertorio la revista *La Tempestad*, que inició su edición en 1998, con un enfoque amplio en la difusión de las artes visuales, la literatura, el cine, la música, las artes escénicas, la arquitectura y el diseño (incluyendo el gráfico, industrial y de modas), editada desde las ciudades de México y Monterrey.

La publicación está dirigida actualmente por José Antonio Chaurand y su editor es Nicolás Cabral. El consejo editorial lo conforman, entre otros escritores y críticos, Mario Bellatín, Margo Glantz, José Manuel Prieto, Miguel Adriá, Maité Iracheta, Leonardo García Tsao, Ignacio Díaz de la Serna, Heriberto Yépez y Juan Arturo Brennan, y formó parte de su consejo el escritor Daniel Sada. La revista presenta temas monográficos con reflexiones acerca de las humanidades y el arte, con el fin de mostrar la complejidad de los lenguajes visuales y de los discursos narrativos de la creación contemporánea.

La publicación se desarrolló inicialmente con el Fondo de Apoyo a la Edición de Revistas Independientes Edmundo Valadés 1999, 2002 y 2004, que otorga el Consejo Nacional de Ciencia y Cultura (Conaculta). Con una periodicidad bimestral, la revista presenta una óptima impresión, en terminado rústico, con un diseño dinámico y cuidado a cargo de Marcela Novelo; también se difunde en formato digital en algunos espacios *web* de redes sociales frecuentemente consultados.

4. REVISTAS DE DISEÑO

La edición de revistas especializadas en diseño está dirigida a la elite de esta práctica por su contenido experto y, aunque su distribución es amplia, sus lectores se inician en el conocimiento de las temáticas.

Este tipo de revistas presentan dos orientaciones: por un lado las que destacan la profesionalización del diseño —no sólo del gráfico—; y, por otro, las revistas de diseño con un enfoque experimental que generan propuestas innovadoras, lo que permite la valoración y difusión de nuevos lenguajes icónicos.

En esta ampliación de la difusión de las artes visuales, las primeras publicaciones sobre el diseño gráfico fueron fanzines que se distribuían en las universidades que habían iniciado la profesionalización de los estudios del diseño gráfico. En 1973 se publicó *Magenta Revista del Diseño* en Guadalajara, considerada el antecedente en la difusión especializada de esta práctica profesional en el país. Sus editores, Felipe Covarrubias y Mauro Kunst, estuvieron a cargo del diseño y Mito Covarrubias, de la fotografía; editaron diecinueve de los números (Troconi 2010:343).

A continuación describo las propuestas gráficas de algunas revistas especializadas en diseño que han promovido una revisión del diseño gráfico y presento sus características de hechura, período de edición y pertinencia en sus contenidos:

Señalo como pionera del período que se inicia en 1990 la revista *México en el Diseño*, editada durante un breve período y dirigida por Jorge Máquina.

En mayo de 1991 se publicó el primer número de la revista *a! diseño*, fundada por Antonio y Rafael Pérez Iragorri; después de veintiún años de publicación, se ha consolidado como la primera revista especializada en el diseño profesional en México. La revista incluye diferentes facetas del diseño: gráfico, industrial y de interiores, además de temas de la fotografía, las artes gráficas y la mercadotecnia. Sumando sus acciones de difusión, desde 1996 la revista ha organizado el Congreso Internacional de Diseño, considerado uno de los eventos anuales de diseño gráfico más importantes en América Latina.

La revista sigue el formato racional del diseño norteamericano y, en ocasiones, toma íconos de la cultura posmoderna para sus portadas. De esta manera, su propuesta gráfica se ha convertido en una expresión original por medio de montajes, tramas y texturas digitales, en un proceso de invención gráfica que produce diferentes lecturas. Estas soluciones icónicas presentan semejanza formal y conceptual, de la misma forma en que existe una semejanza entre el estilo de pensamiento de las nuevas tecnologías, de la nueva ciencia y de productos estéticos de la comunicación de masas.

En 1997, desde Collage editores, Xavier Bermúdez inició la publicación de la revista *Lúdica*, que llevaba como subtítulo *Arte y Cultura del Diseño*. La publicación se editó en catorce números de 1997-2001. Las portadas de *Lúdica* se caracterizaban por el uso de elementos mínimos que remiten al estilo gráfico de las revistas de arquitectura y de diseño industrial, diseño funcionalista, en donde las proporciones y el equilibrio entre texto e imagen son altamente cuidados.

El iconismo gráfico de la revista destaca por el uso de formas directas, colores fuertes y símbolos universales, con una simplicidad que equilibra la precisión y la poética de su propuesta visual.

La selección de los textos en cada número es reflejo de la búsqueda de la especialidad en el diseño contemporáneo; un ejemplo de esto son los artículos sobre las teorías desarrolladas por Bruno Munari para el diseño de objetos gráficos e industriales, o las reflexiones sobre la práctica de Félix Beltrán, por citar algunos autores relacionados con la creación del diseño que se reseñan en sus páginas (Elizalde 2011).

Otra revista que se distingue por su especialidad en el diseño gráfico es *Matiz*, que presenta el subtítulo *en el diseño internacional* y busca promover la experimentación y la difusión de temáticas del diseño gráfico contemporáneo creado para medios impresos y digitales. La revista fue publicada en 20 números durante cuatro años (1996-2000) y se destaca por la valiosa información que ha dejado a los especialistas del diseño. Los conceptos del diseño contemporáneo internacional y su influencia en el diseño mexicano expuestos en sus páginas son ya un referente indispensable en el estudio de las diversas aplicaciones del diseño gráfico: en la imagen corporativa, el diseño editorial y el publicitario.

La revista *Matiz*, dirigida por Álvaro Rego y editada por Print Link, plantea la idea de que el diseño gráfico es una de las actividades profesionales que mejor reflejan el estado de la sociedad y su cultura, y le permite a cada autor exponer su opinión profesional sobre el diseño.

Las soluciones formales en portadas y algunas páginas interiores de *Matiz* retoman diversos estilos gráficos con oposiciones icónicas provenientes de la cultura cotidiana y existe la sensación de que la novedad es mezclar lo que existe con inesperados manejos subjetivos y significados ambiguos.

La revista *Dx. Estudio y experimentación del diseño* (1998) presenta temáticas monográficas sobre diferentes prácticas del diseño: del tipo al logotipo, tipografía, imagen, identidad, extendiendo sus reseñas a otras ramas del diseño, como el número sobre diseño automotriz. Sus editores-diseñadores son Dante Barrera y Héctor Monte de Oca. Con una cuidada hechura y en un formato de 21 cm x 33 cm, presenta en las cuatro páginas iniciales y en las finales publicidad relacionada con bienes y servicios para la producción de publicaciones: papeles, instrumentos para dibujo, software, libros de diseño e incluye publicidad de instituciones culturales. La sobriedad constructiva de la revista se define en un diseño minimalista con grandes espacios en blanco, textos compuestos en una tipografía sin serifs, de puntaje reducido. El cuidado de los dibujos y esquemas constructivos hacen de la revista un material de consulta. Actualmente, *DX* presenta una Guía de diseño web-diseño experimental en formato digital.

Durante la primera década del siglo XXI se producen revistas especializadas en diseño destinadas a jóvenes que se están formando en esta profesión. Entre éstas sobresalen: *Ene-o, ensayo del diseño* (2000), fundada por Xavier García e Iván W. Jiménez. La revista está dirigida a estudiantes, con soluciones gráficas experimentales, y cuenta actualmente con una página interactiva para su difusión. La revista *Tiypo* (2003), que

propone estrategias didácticas para estudiantes de diseño y presenta sus enfoques en diversas secciones: el diseño con tipografía, el diseño de tipografías, entrevistas, ensayos sobre tipografía desde diferentes perspectivas, entre ellas la semiótica y la historia. La versión impresa es bimestral y dirigida por Héctor Montes de Oca; y en su presentación web, por Héctor Montes de Oca, Nacho Peón y Benjamín Aceves.

Otra publicación sobre el diseño, que se ha destacado por ser más compleja en sus contenidos, es *Neo Pixel, Revista de Diseño y Artes Creativas* (2006). Dicha revista *se publica bimestralmente en formatos impreso y digital*. Sus editores son Gerardo Sepúlveda, Moisés y Ricardo Pedraza; en ella se *difunden* temas teóricos del diseño gráfico sobre la ilustración, el video, la animación, el diseño web y las artes digitales.

5. RECEPCIÓN Y CONSUMO

Algunas de las revistas que se presentan en este ensayo tienen enfoques cercanos a las industrias culturales y las diferentes actividades que se desarrollan alrededor de ellas, lo que ha permitido que su difusión y distribución se amplíe en coloquios, eventos culturales y reseñas críticas en diversos medios impresos, principalmente en suplementos culturales y en otras revistas afines; en medios electrónicos, a través de entrevistas, en programas culturales y reseñas informativas; y se han empezado a difundir versiones para los espacios digitales en blogs y en las redes sociales.

Por otro lado, es conveniente destacar que ciertos procedimientos de la recepción vinculan el tiempo de la edición de estas revistas con el tiempo del acercamiento del lector (Verón 1999:25). De esto deriva la importancia que podría tener la recuperación y difusión de los contenidos gráficos y textuales por medio de ediciones facsimilares, en medios impresos o digitales, en beneficio de la investigación y del conocimiento de los procesos culturales, en este caso del desarrollo del diseño editorial como artificio en la producción de revistas de artes visuales y de diseño. La revisión permitirá reflexionar sobre los aportes al diseño y aplicar métodos de crítica semiótica para teorizar sobre las variables que representan estas expresiones gráficas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CATÁLOGO DE REVISTAS DE ARTE Y CULTURA, "Presentación", México: CNCA, 1999.
- CHARADEAU, PATRICK Y DOMINIQUE MAINGUENEAU (2005) *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- ECO, UMBERTO (1999 [1968]) *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen.
- _____. (1999 [1979]) *Lector in fábula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen.
- ELIZALDE, LYDIA (coord.) *Revistas culturales latinoamericanas 1960-2008*, México: UAEM / Juan Pablos Editor, 2010.

ELIZONDO MARTÍNEZ, JESÚS (2006 [2003]) *Signo en acción. El origen común de la semiótica y el pragmatismo*. México: UIA.

ORTEGA, JOSEFA (2010). "Prólogo", *Artes Visuales. Una selección facsimilar. En homenaje a Fernando Gamboa*, Museo de Arte Moderno, Instituto Nacional de Bellas Artes. México.

TROCONI, GIOVANNI (2010). *Diseño gráfico en México. 100 años, 1900-2000*. México: Artes de México.

VERÓN, ELISEO (1999). *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa.

ARTÍCULOS:

BARBOSA, ARACELI, "Curare y la crítica del arte".

DELMAR, FERNANDO. "Poliéster, la estética más allá de la pintura".

ELIZALDE, LYDIA, "Matiz en el diseño gráfico".

LOZANO, ELISA. "Pensar la fotografía en Alquimia".

MIQUEL, ÁNGEL. "Nuevo cine".

INTERNET

ENE-O. ENSAYO del diseño. En <http://eneo.com.mx/>

NEO PIXEL. Revista de Diseño y Artes Creativas. En <http://www.neopixel.com.mx/>

TIYPO. EN <http://www.tiypo.com/indexitiypo.htm>

II. PUNTOS DE VISTA

LA SÍNTESIS VISUAL DE FÉLIX BELTRÁN

TERESA CAMACHO

En esta entrevista sobre la trayectoria de Félix Beltrán retomo algunas de sus ideas que ha expresado en diferentes medios de comunicación y que me permiten conformar esta breve descripción de su práctica en el diseño de carteles y de otros productos gráficos del destacado diseñador (Camacho 2009). También incluyo en esta presentación comentarios sobre la obra de Beltrán realizadas por otros estudiosos del diseño gráfico.

Originario de Cuba (La Habana, 1938), llega a México invitado por el festival Cervantino en el año de 1975 y en 1983 hace de este país su residencia. La práctica de Félix Beltrán en el diseño ha sido amplia. En sus obras fusiona la expresividad de la cultura latinoamericana e incluye el trabajo cuidado de su formación en escuelas de diseño de Nueva York.

Su primer contacto con el diseño gráfico fue a través de su trabajo de publicidad en McCann Erickson y libros de diseño que se recibían en Cuba, entre ellos el *Graphis Annual*, el cual considera Beltrán su primera escuela de diseño. En esta misma publicación encuentra las fuentes que influenciarían su trabajo gráfico, tal es el caso de Raymond Savignac, André Francois, Donald Brun, Josef Müller-Brockman, Jovani Pintori, Herbert Bayer. En otras publicaciones conoce los trabajos de Bob Gill, Saul Bass, Will Burtin, Bradbury Thompson y Paul Rand. En este tiempo la publicidad y el diseño no se encontraban separados; la publicidad vivía un movimiento extraordinario y uno de sus representantes era Robert Gage.

En 1956 decide viajar a Nueva York para estudiar en *The School of Visual Arts*, en donde diseñadores destacados enseñaban esta especialización, entre ellos Ivan Chermayeff, Bob Gill, George Tscherny y Henry Wolf. Fuera de las aulas tuvo contacto con Herbert Bayer, Lester Beall, Will Burtin, Paul Rand y Herbert Matter, del cual fue asistente parcial durante varios años.

Durante esta etapa en el diseño gráfico en Estados Unidos de América, los mejores prácticos del diseño imparten clases, lo que trae como consecuencia la integración de las ideas del período pionero del diseño gráfico europeo con las condiciones el pragmatismo de esta nación, dando como resultado un diseño que cumple con las exigencias del mercado sin descuidar la función estética.

La tenacidad, una característica en Félix Beltrán, le permitió obtener una beca para estudiar en la *New School for Social Research* con maestros como Alexey Brodovitch. En esta etapa de formación trabajó para la *American Publishing Company* y en *Cypress Books* como director de arte. Desde su formación de estudiante, sus trabajos se empezaron a difundir en diversas publicaciones, entre ellas la emblemática revista *Print* (Camacho 3).

Félix Beltrán regresó a La Habana con el propósito de aportar su experiencia a esa sociedad que se transformaba con la Revolución. De esta manera, aplicó sus conocimientos en la Editorial Nacional de Cuba, de la cual era director Alejo Carpentier; en 1963 se inicia como docente en la Escuela de Diseño Industrial y en 1964 introduce el curso básico de diseño.

En 1965 obtiene una beca para estudiar en la *Ecole Nationale Supérieure des Arts*, la cual abandona después de unos meses por aceptar la oferta de trabajar en Madrid, ciudad en la que permanece un año y estudia dibujo del natural en el Círculo de Bellas Artes. Regresa nuevamente a La Habana y es director de diseño para Exposicuba, que se creó para la participación de Cuba en la Expo 67 celebrada en Montreal. Esta exposición fue realizada por especialistas y la participación de Félix Beltrán consistió en hacer un sistema total del diseño. Así lo expresa: “Fue un proyecto con una severidad absoluta, porque era un evento internacional y se temía no estar al nivel de la competencia, para mí fue una verdadera lección de diseño. Creo que este trabajo fue pionero, incluso la marca no fue de tanto interés para mí, como su instrumentación” (Camacho 3). También participa en la Expo del 70 celebrada en Osaka. En 1969 y hasta 1977 es director de un equipo de la Comisión de Orientación Revolucionaria del Comité Central del Partido Comunista de Cuba.

Entre los reconocimientos a su trabajo especializado se encuentran más de ciento treinta premios otorgados por instituciones educativas y culturales de México y del extranjero, un doctorado *honoris causa* por la International University Foundation de Delaware, Estados Unidos.

Desde 1982 es profesor titular en la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco, y profesor

invitado en la Escuela de Diseño de Altos de Chavón, afiliada a la Parsons School of Design en la República Dominicana.

El aporte de Félix Beltrán al diseño gráfico es sobresaliente y se ha convertido en un referente indispensable en la formación de los diseñadores, por sus notables propuestas funcionales y textos especializados. A continuación se presentan sus actividades gráficas, que sobresalen por ser pioneras de esta práctica profesional en América Latina: iniciador en la práctica del cartel en América Latina; presentó la primera exposición de marcas en la Galería UNEAC, la Habana (1967); es autor del libro *Desde el diseño*, La Habana (1970); es autor del primer libro sobre tipografía en América Latina: *Letrografía*, La Habana (1973); creador de la primera fuente de letras cirílicas en América Latina en La Habana, la Ciril (1974). *Acerca del diseño* (1975) y *Artes plásticas* en colaboración con Ramón Cabrera (1980). En 1988 fundó el Archivo de Diseño Gráfico Internacional, primera colección de diseño gráfico internacional en América Latina, México y en 1989 fundó la Galería Códice, México DF, primera galería sobre diseño gráfico en México (Estrada 2005).

La innovación y síntesis gráfica alcanzada por Félix Beltrán en sus carteles le ha dado reconocimiento internacional. En textos especializados sobre el cartel se han realizado reseñas sobre su trabajo. A esto se suma su praxis como formador de generaciones de diseñadores y el desarrollo de la crítica del diseño gráfico a partir de la reflexión teórica de los elementos conceptuales y gráficos que delimitan esta profesión.

En la entrevista que se presenta a continuación se formulan una serie de preguntas en torno a dos temáticas principales que definen el reconocimiento de la práctica gráfica del maestro Félix Beltrán: su propuesta original a partir del diseño de carteles y su aporte como teórico del diseño gráfico contemporáneo.

I. EL DISEÑO DEL CARTEL

Teresa Camacho: ¿Cuál considera que es el aporte más importante que ha hecho al diseño del cartel?

Félix Beltrán: Los estudiosos del diseño consideran que los años de 1965 a 1975 son los más importantes en el diseño gráfico cubano. Fue en esta etapa cuando se alcanza una demanda enorme de la comunicación por medio del cartel y el protagonismo que aporta. El cartel es uno de los medios más difíciles en la práctica del diseño gráfico. Es el más cercano a la pintura y de los más apreciados por el público a pesar del acoso que enfrenta por otros medios. El cartel es un papel sobre la pared, la cual está adentro o afuera, no es un medio manual como lo es el libro que está en nuestras manos y que posponemos su lectura. El público transita frente a él y él tiene que atraer la atención involuntaria de ese público.

Los creadores de carteles, como en mi caso, enfrentamos con frecuencia ciertas dificultades como la iluminación, la distancia y la inclinación que altera la percepción

del cartel. Otra de las dificultades del cartel se encuentra en su ambivalencia actual, el cartel que es folleto o el folleto que es cartel, ésta es una contradicción que no propicia el cartel y menos el folleto. En la década de los veinte o los treinta, el cartel era considerado un escándalo sobre la pared, para mí es un susurro como consecuencia de la competencia de otros medios.

Considero que mi contribución al cartel, como a otros medios del diseño gráfico, está en la síntesis, en no incurrir en excesos. En este sentido, desde hace años decía que el cartel que mucho abarca poco aprieta. En definitiva, lo más relevante de mi contribución radica en no hacer un cartel que esté en contra de mis preocupaciones sociales.

TC: ¿Cuáles considera que han sido los fundamentos gráficos que se reflejan en sus carteles?

FB: Deseo destacar varios, como establecer definiciones precisas y estratificadas de las necesidades, lo que condiciona los objetivos y los medios, no a la inversa, como es frecuente, considerar la percepción en cuanto a la importancia del contraste, así como todo lo demás que conduce a la síntesis. Llamar la atención no es suficiente, es una etapa inicial, es la entrada al cartel y reflejar los contenidos a través de la escena adecuada que debería tener un cartel.

En cuanto a mis influencias, me resulta difícil precisarlas. En mi práctica del cartel, la síntesis es sólo un recurso que debía no contradecir la escena que se deriva de los contenidos, un cartel sobre el barroco no debería parecer rococó. Para mí, la fuente de influencia está en Saul Bass, Herbert Bayer, Max Bill, Alexey Brodovotch, A.M. Cassandre, Ivan Chermayeff, Wim Crouwel, Lou Dorfsman, Alan Fletcher, Tom Geismar, Milton Glaser, Bob Gill, Frederick Henrion, Armin Hofmann, Max Huber, El Lissitzky, Herber Matter, Josef Müller-Brockmann, Giovanni Pintori, Paul Rand, Raymond Savignac, Jan Tschichold, George Tscherny, Henry Tomaszewski, Massimo Vignelli, Henry Wolf, entre muchos otros. Todos ellos eran perfeccionistas de no descuidar los detalles. El tratarlos personalmente fue importante, al estar más cerca de sus conceptos.

La principal de las contribuciones de ellos es que el diseño gráfico es una secuencia de medios para lo cual la comunicación es una etapa intermedia, al final sería la persuasión en un público, de acuerdo a las aspiraciones para atender las necesidades de las cuales parte su práctica social.

TC: ¿Hay algo más en el diseño que la intuición y el puro talento?

FB: La intuición se deriva del caudal que uno pueda tener en cuanto a lo que fuese y el talento es la motivación, la constancia, y todo lo que conduce a que uno se pueda destacar sobre otros fuese cual fuese su práctica. El talento corresponde a trascender los resultados más frecuentes y en el diseño gráfico esto no se diferencia de otras prác-

ticas, un pianista puede tener los dedos cortos y su práctica de horas propiciaría el trascender la deficiencia de sus manos. En ese sentido, el talento es una consecuencia de una práctica constante y de aspiraciones perfeccionistas.

Una evidencia de talento en la práctica del cartel en México, fue Josep Renau con un sentido práctico, donde sus carteles de cine eran fáciles de entender y reflejos de las películas, que él interpretaba desde un adecuado realismo que no se distanciaba de sus contenidos en interpretaciones o en representaciones rebuscadas. Otra evidencia de talento es Vicente Rojo, que se encuentra dentro de la misma tendencia en diversas facetas del cartel cultural; además, es una referencia para todos nosotros.

En la actualidad, México cuenta con especialistas del cartel de evidente trascendencia, entre los cuales deseo destacar a Luis Almeida, Xavier Bermúdez, Patricia Hordoñez, Rafael López Castro, Alejandro Magallanes, Germán Montalvo, Eduardo Tellez, entre otros; cada cual interpreta los contenidos de acuerdo a sus inclinaciones y sería difícil la valoración de los resultados para poder apreciar la eficiencia de estos. Todos estos diseñadores tienen en común el talento en su sentido más pleno.

2. TEORÍAS DEL DISEÑO

TC: ¿Por qué es importante la formación teórica del diseñador?

FB: La teoría es la consecuencia histórica de la práctica, es lo que acumulamos de la práctica. Una de las dificultades frecuentes en la educación del diseño gráfico es que la carrera cuenta con materias no necesarias a diferencia de otras necesarias. Los que están en la educación del diseño gráfico con frecuencia no se sustentan en la práctica, lo que debilita la teoría. En consecuencia, la teoría que no se aplica a la práctica se aliena.

En mi caso fue importante la preocupación de la teoría como un recurso para que mi práctica estuviese sustentada y no fuese independiente de la experimentación, inconstante. Todos los especialistas tratados por mí, de trascendencia internacional, parten de una teoría que es la consecuencia de objetivos perfectamente definidos y donde la creatividad es un medio, nunca la principal de las aspiraciones. Es importante que la teoría no sea asociada con barroquismos conceptuales, que es con frecuencia como se interpreta. Se debería aspirar a la teoría que hace falta para la práctica específica, y éste es un paso inicial hacia los objetivos, donde, como resultado, está la prueba de la teoría.

Lamentablemente, en la actualidad se recurre a la teoría para aparentar conocimientos, para aparentar una posición adecuada, lo que en definitiva fracasa en la práctica. Cuando no se encuentran nuevas realidades, en cuanto conocimientos, se encuentran palabras nuevas, rebuscadas, inaccesibles para el público, es como referirse a una mesa que tiene encima objetos como la estructura sustentadora de una relación objetual.

El caos parte de una teoría, de una posición, lo mismo es para el orden como contraparte, nada parte de la nada, toda práctica tiene antecedentes acumulados.

TC: ¿Cuáles teorías del diseño considera que incluyen conceptos de mayor eficiencia para el diseño?

FB: Todas las teorías del diseño pudiéramos alinearlas en dos tendencias, una que considera al diseño gráfico como una secuencia de medios y donde la creatividad es parte de esos medios para la persuasión de un público. La otra considera la creatividad como la principal de las aspiraciones del diseño gráfico.

La teoría del diseño tiene que tener en cuenta la percepción, la comprensión y la persuasión de un público y, principalmente, que aporta ese proceso a lo social. Como el diseño gráfico es una comunicación indirecta, donde no está presente el emisor, resulta difícil el evaluar los resultados de este proceso.

Si se hicieran encuestas de los resultados del diseño en el público, a través de sus diversos medios, esto causaría una crisis porque con frecuencia el diseño gráfico sólo se acerca a los objetivos, en otros casos los distorsiona, lo que no resulta evidente, es como un medicamento que no resulta factible apreciar sus efectos.

TC: ¿Se ha desarrollado una teoría del diseño desde México? Si es así, ¿quienes son los principales teóricos o son los mismos diseñadores quienes han formulado algunas teorías a partir de su práctica?

FB: Considero que en México contamos con estudiosos de la teoría del diseño gráfico y sus variantes, a veces se trata de especialistas más concentrados en la teoría que en la práctica.

Una de las dificultades principales en la teoría del diseño gráfico radica en considerar la creatividad no dosificada de acuerdo a las aspiraciones, lo que afecta la comprensión para el público, a pesar de que el diseño gráfico es una práctica que tiene sus raíces perdidas en la historia su definición resulta insuficiente con frecuencia.

Si la teoría del diseño, predominante en México, fuese la más adecuada, los resultados serían más adecuados. No existe una teoría del diseño aparecida en México, la cual no haría falta porque ya está establecida en otros países como Alemania, Estados Unidos de América, Francia, Holanda, Rusia, Reino Unido. No se trata de que cada país tenga una teoría diferente y hasta contraria a las restantes, sino de que sean adecuadas a las necesidades de cada país. El movimiento constructivista ruso, con su sentido social, fue una fuente de influencias esparcidas a otros países distantes, como Estados Unidos de América, por medio de sus representantes procedentes de la Europa, de las circunstancias bélicas.

Las influencias de Europa en México fueron tanto en la teoría como en la práctica. Hanes Mayer, que fue director de la Bauhaus en su etapa más fructífera, fue un representante de esa teoría, al enfrentar tantas dificultades, de acuerdo a comentarios de Ga-

briel Fernández Ledesma, no fue posible su permanencia en México. Lo mismo sucedió con Josep Renau, que en la década del 30 publicó su libro *Función social del cartel*.

Para mí es evidente que en México no existe una crítica del diseño gráfico en su sentido más cabal. Entre los estudiosos de la teoría del diseño gráfico en México, es de destacar el trabajo de Juan Acha, Jorge de Buen, Francisco Calles, Javier Covarrubias, Lydia Elizalde, Román Esqueda, Fernando García, Marina Garone, Luis Herrera, Gerardo Kloss, Luisa Juan Manuel López, Martínez, Rafael Medina, Francisco Olvera, Abelardo Rodríguez, Luis Rodríguez, Oscar Salinas, Gabriel Simón, Jorge Sánchez de Antuñano, Alejandro Tapia, Antonio Toca, Luz del Carmen Vilchis, entre otros.

TC: ¿Considera que los diseñadores buscan modelos críticos y teorías para fundamentar sus obras?

FB: Nada parte de la nada, y esta conclusión es evidente en el diseño gráfico. Con frecuencia se trata de estar a la moda como parte de la dependencia cultural predominante, lo que afecta las constantes de una práctica del diseño gráfico propia de la atención de necesidades.

En América Latina, la dependencia cultural es evidente. No se trata de evadir las influencias, sino de aceptarlas de acuerdo a las necesidades propias de cada país. La conciencia de que no se está a la altura de los países más desarrollados alienta la dependencia cultural. Esa actitud fatalista se debería de enfrentar para trascender las condiciones actuales.

En todos los países del mundo, en la práctica del diseño gráfico se buscan modelos, referencias, fuentes de influencias, interpretadas indistintamente. Varios de los principales representantes del diseño gráfico en América Latina eran procedentes de otros países, como Gerard Loifer, Nedo Mion Ferrario, entre otros. No existe lo apolítico en el diseño gráfico, los contenidos de éste están relacionados con lo político y el que los interpreta, lo mismo. Como consecuencia del descontento de los países de América Latina, los modelos están en parte influidos del socialismo.

TC: ¿Cuál ha sido el giro que han tenido las teorías del diseño en su práctica con la revolución digital?

FB: Las posibilidades propiciadas por los nuevos medios facilitan una práctica más rápida del diseño gráfico y al tratarse de un medio o de una secuencia de medios, la teoría del diseño correspondería al cómo de los contenidos, donde se pudiera apreciar si es deficiente o lo contrario. En definitiva, toda práctica del diseño gráfico debe sustentarse en una teoría.

TC: ¿Y qué hay de la facilidad de la experimentación con los nuevos medios?

FB: Para mí, los nuevos medios los considero importantes para la experimentación, al poder hacer más alternativas y establecer comparaciones entre ellas antes de decidir sobre la que me resulta más apropiada para atender las necesidades.

El atractivo de los nuevos medios, con frecuencia se convierte en la causa de descuidos en la adecuada práctica del diseño gráfico, la que se precipita. Los especialistas en diseño gráfico deben de reflexionar que es conveniente tener sustentos teóricos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONSIEPE, GUI Y FERNÁNDEZ, SILVIA (2008) *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. Sao Paulo: Blücher.

CAMACHO, TERESA (2009) “Félix Beltrán en el diseño o el diseño en Félix Beltrán”. Paperback nº 6, 2009, [11-12-11] <http://www.artediez.es/articulos/camacho/beltran.pdf>

ESTRADA, MANUEL (2005) “Félix Beltrán, la esencia de la síntesis”. *Experimenta*, 50. Madrid.

HOLLIS, RICHARD (2000) *El diseño gráfico*. Barcelona: Destino.

LIVINGSTON, ALAN Y LIVINGSTON, ISABELLA (2003) *Graphic Design and Designers*. Londres: Thames and Hudson.

PÉREZ, RAFAEL Y SANTIAGO, FRANCISCO (2004) “50+40 90 años de diseño”. *Revista a! Diseño*, Año 12, nº 66, México DF.

SATUE, ENRIC (1988) *El diseño gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Editorial.

TABORDA, FELIPE Y WIEDEMANN JULIUS (2008) *Latin American Graphic Design*. Colonia: Taschen.

III. DISCUSIÓN

EL DISEÑO, LOS ESPEJOS Y LA CÓPULA

HUMBERTO VALDIVIESO

I. INTRODUCCIÓN

¿Qué hace del diseño un sistema? Las vías para elaborar una respuesta a esta cuestión pueden recorrerse desde distintas perspectivas. Por ejemplo, si examinamos su relación con la sociedad y el impacto que genera en ella, y revisamos desde ahí su carácter estructurador como una evidencia de la relación que esta disciplina tiene con el bienestar de los seres humanos, tenemos una alternativa. Abordarlo desde un punto de vista tecnológico revisando los avances –en sus modos de producción, publicación y exposición a las audiencias– que fijan las características de su aplicación en la comunicación, su alcance en las estrategias de mercadeo y sus riesgos creativos nos ofrece otra. Confrontar los misterios estéticos de su aplicación funcional con aquellos más libres como los de otros discursos visuales derivados del arte es, por igual, un camino. Sin embargo, si asumimos que antes de todo esto diseñar constituye una práctica discursiva y, por lo tanto, supone una acción comunicacional supeditada a ciertas normas de organización, aplicación, distribución y consumo, podemos responder desde el interior de su *órganon*, desde su propia instrumentalidad. Diseñar, no obstante, nos refiere a las operaciones necesarias de su condición de discurso. Por eso, su espacio de funcionamiento es el de cada propuesta; eso hace que las normas sean dinámicas; por lo tanto, susceptibles de ser estandarizadas o transgredidas en el ejercicio del quehacer creativo.

La legación del diseño en el mundo contemporáneo está subsumida en la espacialidad de la comunicación social. Diseñar es una disciplina que pone a circular, semióticamente, su praxis —que no solo sus productos— en la sociedad —de hecho, muchos hablan de comunicación visual y comunicador visual, términos no siempre precisos y aun así necesarios—. Sin embargo, el intercambio simbólico que produce la puesta en marcha del diseño a través del mundo es entrelazado, fragmentado y complejo. Nunca reafirma la dictadura del signo como elemento organizador de un espacio social —ya que no es un sistema central, un ejercicio de poder o una ley científica—, tampoco presume una práctica donde triunfa el rigor del significado y mucho menos instaure ideologías; aunque ellas circulen a través de su sistema. No se le puede retener en el esquema clásico emisor-receptor.

La relación que mantiene, en esta legación, con las audiencias, no es lineal ni en el tiempo ni en el espacio. Tampoco lo es con respecto a la cultura contemporánea. El movimiento del diseño por los ámbitos físicos, emocionales y hasta espirituales de las sociedades es envolvente, continuo y fragmentado. Se trata, en todo caso, de la expansión de un tejido, una trama, una red que recubre nuestros vínculos con el mundo mediatizado; tanto de la globalización como de las culturas locales. No fija nada, no se tensa y tiene la virtud de prolongarse en todas las direcciones posibles. Aquí, la acción comunicacional no debemos leerla desde la base del *¿quién dice?* o del *¿desde dónde estamos hablando?* Debe ser, en todo caso, a partir de las preguntas *¿qué deseamos mostrar?* *¿Qué deseamos ver?* Eso nos reafirma que construimos símbolos para exponernos a otro que, a su vez, se expone ante nosotros. Hay en el proceso de intercambio un ejercicio de revelación y auto-afirmación, de movimiento perpetuo de la acción de mostrarse y de la necesidad de mirar, y de hablar desde una realidad donde la expresión es un continuum infinito, el constante despliegue de la exterioridad, la armonía sugerente de un coro indetenible. El diseño como práctica discursiva, inevitablemente, tiene su especificidad en una condición de la cultura global: mostrar, exponer, enunciar —en el sentido de hacer patente al exterior lo que no debe ser guardado, lo que se ha hecho para ser expuesto— y en el deseo. Desde ese supuesto, podemos afirmar que elaboramos *semiosis* porque pretendemos afectar a alguien más desde nuestra necesidad de exhibirnos.

Diseñar, entonces, es tejer en la red que cubre, antes de nuestra acción comunicativa, el lugar que ocupamos los seres humanos como generadores de discursos. La práctica del diseño tiene que ver no con el juicio del significado sobre lo expresivo, sino con la certeza de que organizamos espacialmente signos desde un a priori que es destino por igual. El diseñador obra sobre la piel que lo envuelve, expande la trama que alimenta su trabajo; sustenta el discurso desde esa misma red que es ya un entorno semiótico.

La espacialidad donde ocurre ese devenir de signos y su consiguiente tráfico, integrada a la posibilidad de reconocer ahí un sistema semiótico lícito de ser identificado,

señalado y estudiado dentro de la cultura contemporánea, la voy a reflexionar desde tres discursos que, en principio, no tienen que ver con el diseño. Sin embargo, aluden al diseñar. El primero está en Borges y se refiere a la geometría visual de Tlön y a la siguiente idea: “los espejos y la cópula son abominables, porque multiplican el número de los hombres”. El segundo tiene relación con las leyes y paradojas que Michel Foucault encuentra en el tratamiento del tejido del espacio que Michel Butor hace en la *Descripción de San Marcos*. Y, por último, el tercero está en la estructura que Hefestos diseña para el escudo de Aquiles en el relato homérico.

2. TLÖN, UNA TRAMA QUE SE MODIFICA

En el libro *Ficciones*, específicamente en el cuento “Tlön, Uqbar, Orbis Tertius”, Borges, a partir de una supuesta conversación con Bioy Casares, nos refiere a una región imaginaria. Este lugar se encuentra ilustrado en los tomos de una enciclopedia laberíntica. El conocimiento que existe sobre aquel mundo está sustentado por referencias, descripciones, citas, notas y diagramas más o menos inconexos que, sin embargo, forman un corpus. A través de las extensas páginas que abordan incontables temas como la arquitectura, las distintas mitologías, la geografía, las disquisiciones teológicas y las ciencias, entre otros, el saber se alimenta de interpolaciones, conexiones fantásticas, aportes de todas las disciplinas y las perspectivas de innumerables autores. Sobre su extensión, Borges (1981:435) dice: “Ese plan es tan vasto que la contribución de cada escritor es infinitesimal”. Las subdivisiones y las multiplicaciones son tantas que “al principio se creyó que Tlön era un mero caos, una irresponsable licencia de la imaginación”. Pero a continuación, el texto aclara que “ahora se sabe que es un cosmos y las íntimas leyes que lo rigen han sido formuladas, siquiera en modo provisional”. Cualquier aporte dentro de semejante espacio de relaciones infinitas lo extiende reproduciendo el sistema dinámico que lo caracteriza. Ahí, la complejidad de cualquier saber, en principio fantástica, se escapa del poder del referente, siempre sospechoso, y es sustentado por la trama de correspondencias que envuelve el misterioso diseño de aquel mundo.

La estructura del discurso —en las páginas de los tomos referidos a Tlön— adquiere la forma de un dominio colonizado por un imaginario fantástico. Curiosamente, no se despliega para su lectura como una fábula. Es, más bien, descrito a partir de las marcas gráficas y epistémicas que le dan validez al libro como documento y que soportan la investigación que Bioy y Borges hacen en la historia. La trama que conecta estas marcas —es decir, el diseño— se distancia de la autoridad que ellas tienen en su carácter de conceptos, de la validez que le aportan los referentes del mundo físico, de la condición trascendental de las verdades metafísicas ahí referidas y se hace autónoma. No importa si Tlön es un lugar apócrifo producto de la especulación literaria, el diseño sigue siendo en la historia una red suspendida sobre lo narrativo.

La complejidad espacial, sustentada en la relación diseño y discurso literario, y amparada en la soberanía de la transformación de esa trama que se expande, está en la misma base geométrica del universo de Tlön. Ahí, la geometría espacial se superpone a la táctil, que sería la nuestra. Ella es soportada por la superficie y no por el punto – en este sentido podemos verla como diacrónica–. No obstante, es el continuum quien establece sus propiedades y no la marca. Por ello, el movimiento del ser humano a través del espacio modifica las formas que lo rodean, sugiriendo así un dominio de relaciones que nunca es el mismo, pero cuya base de transformación depende de un sistema.

3. UNA TRAMA SUSPENDIDA SOBRE EL PAPEL

A partir de la *Descripción de San Marcos* de Michel Butor, Foucault sostiene que el libro y, por lo tanto, la página en blanco, son los lugares donde el lenguaje flota y se posa. Los espacios del lenguaje, que en el libro de Butor están relacionados con “espacios anteriores que éste restituye” –los textos sagrados ilustrados por los frescos, las inscripciones y leyendas, los comentarios de libros y guías, reflexiones de turistas, fragmentos de diálogos–, comparten un sistema con el sentido de visita de la basílica, las fotografías y la diagramación del libro. San Marcos no es en estas páginas un edificio, sino –como afirma Foucault– un ámbito de desciframiento. El libro viene a ser el territorio donde “los lenguajes diversos que son las cosas” después de la descripción-desciframiento encuentran de nuevo su lugar de inscripción.

Siguiendo, como se expone en el texto que nos ocupa, el concepto del libro como “objeto y lugar de la literatura”, podemos preguntarnos desde ahí por el sitio del diseño en la comunicación. El autor alude a la diagramación como “aquello que está prescrito por las grandes páginas blancas en las que Michel Butor ha hecho imprimir su texto” (Foucault 1999:200). Es, no obstante, parte de un sistema doble donde también interviene la estructura narrativa. En este caso, es el sentido de la visita de la catedral tal como la recorren los turistas. Sin embargo, podemos pensar en la diferencia que los hace doble y no uno. Antes de su encuentro y fusión en esta complexión bifronte suponemos que pertenecen, cada uno, a un recinto original. Lo narrativo atañe a lo literario y se despliega a través del enunciado. El diseño, por su parte, tiene origen en el espacio donde son organizadas las relaciones visuales. Es la trama que flota sobre el papel. No como una supra-estructura ni como una ordenación autónoma. Es una presencia que si bien se suma al conjunto de la identidad del libro –que es el ámbito de la enunciación del discurso–, supone un tejido invisible, traslúcido; una red suspendida sobre todo aquello. Y aun así, señalada por la transparencia y el estar encima; es la malla donde ocurren las relaciones expresivas, antes de que los lenguajes se fijen como inscripción sobre el papel.

4. EL ESCUDO DE AQUILES

¿Es Hefestos, en la *Iliada*, un diseñador? ¿Es el escudo de Aquiles un objeto de diseño? ¿Qué implica esa superficie diagramada como un *ethos* del discurso en el mundo homérico? El trabajo del menos agraciado de los olímpicos debe producir un objeto memorable. Luego de escuchar los ruegos de Tetis, baja al taller y comienza de la siguiente forma:

Puso al fuego durísimo bronce y después puso estaño,
plata y oro de mucho valor, y en el tajo el gran yunque
colocó, y hecho esto, por último, con una mano
el pesado martillo cogió y las tenazas con la otra.

Comenzó fabricando un escudo muy grande y muy fuerte
y por todas partes labrado, con triple cenefa
Reluciente y brillante; de plata era la abrazadera.
Cinco capas tenía el escudo y el dios grabó en ellas
con su sabia maestría muy bellas escenas artísticas (Homero 1998:384).

Hefestos diagramó sobre aquella superficie el cosmos, dos ciudades, las fiestas, la danza, la música, el foro donde ocurre un juicio, la guerra, el trabajo de la tierra y sus bondades, y el pastoreo. Cada uno de esos eventos tiene su lugar en la representación, hay acción y las cosas del mundo parecen estables, incluso la batalla que ocurre en la segunda ciudad. Nada es desconocido porque todo pertenece a la vida de los seres humanos y a la naturaleza. La imagen fijada en la cara del escudo es mimética, la totalidad de la existencia ha sido reproducida ahí con absoluto realismo y honestidad: “Luego el ínclito cojo grabó allí el lugar de una danza/ como el que construyó hace ya tiempo en la muy espaciosa/ Cnosos, Dédalo para la de las hermosas trenzas Ariadna” (Homero 1998:388). Esa exactitud es el resultado de una composición sustentada en la dirección característica de la mirada de un dios. Encontramos ahí un ojo omnipresente que acecha desde arriba. La perspectiva es olímpica y, por lo tanto, absoluta.

La imagen forjada en el escudo del *pélida* sugiere tres planos: el de la mimesis figurativa, que viene a ser lo representado, el correspondiente al diseño que se encuentra suspendido sobre el primero y el de las condiciones o modo de ser del discurso simbólico en el texto homérico. Al último le llamaré un *ethos* y tiene relación directa con los dos anteriores.

El espacio cósmico, civil y agrario es diagramado sobre la superficie como una síntesis de la totalidad de la existencia. El orden es preciso y todas las escenas pertenecen a un ámbito autónomo que, sin embargo, guarda una relación de absoluta armonía con el conjunto. Predomina el detalle y a la vez hay una economía de recursos retóricos en aquella imagen. Todo es directo, limpio, comprensible. El escudo carece de

adornos y elementos barrocos, estamos ante una página donde nada se sale de proporción. Ahí está la estructura del universo, las relaciones de los seres humanos entre sí y las bondades de la naturaleza; el trabajo, la justicia y las artes descritos a partir de una armonía gráfica que nos refiere a un modo de comprender la imagen. El diseño, concebido por el dios Hefestos, es la trama que organiza todo aquello. Su estrategia creativa y comunicacional la convierte en ese discurso realista y equilibrado de las escenas. Ahora bien, ¿por qué ocurre eso ahí?

Las imágenes del escudo representan el mundo y el sistema que las organiza en un mismo espacio anuncia un modo de construir, simbólicamente, esa realidad. Habría mucho que decir sobre el significado de las imágenes y sobre el valor conceptual del escudo como signo de la areté en la Grecia antigua. Sin embargo, esa no es la misión de este escrito. Más bien, si hablamos de diseño, el análisis debe dirigirse hacia los problemas que se agitan en las siguientes preguntas: ¿qué implica un modo de ser en el diseño? ¿Cuáles son las condiciones de aparición, sustento y producción de ese modo de estar en una práctica discursiva? La búsqueda de respuestas debe partir de una vuelta a la idea del diseño como un sistema que está suspendido sobre lo representado. También, que constituye un espacio en red donde circulan todos los discursos que aportan significación a la imagen. Es, no obstante, el tejido que sostiene la fuerza expresiva de la semiosis. Ahí encontramos la totalidad de las operaciones semióticas que hay en el objeto diseñado. Incluidas las que aporta en diseño mismo.

El escudo es un objeto único creado por las manos de un dios herrero. Aun así, el trabajo de Hefestos no es un acto de creación individual, no propone una naturaleza alternativa, no despliega sobre la superficie de oro, plata y estaño su visión del mundo. Aunque su obra es perfecta e inigualable, hay un mundo-referente que existe como condición, una técnica que determina el proceso, unos materiales tácitos y una estrategia narrativa que pertenece a la conciencia colectiva de su época. El tejido del dios que produce ese discurso no es un comienzo sino un continuar. Él, como diseñador de objetos, no es un motor inmóvil. Aquello que forja ya está envuelto en la trama de otra práctica discursiva que a su vez lo contiene y lo expande. El diseño del escudo no es un discurso dentro de otro, tampoco un metadiscurso y menos la estructura de un sintagma lineal. Es extensión de esa misma densidad donde subsiste.

Homero, como todos los aedos del mundo antiguo, es un tejedor de textos. Las historias que narra son anteriores a su epopeya la gente las conoce; pero es él quien las ensambla. Aquello que el ser moderno llamó estilo del autor individual en la antigüedad es, por el contrario, un método de tejer historias a partir de ciertas condiciones. Entre otras estaba la oralidad asociada a la memoria, ambas pedían una forma de relacionar los textos a partir de una síntesis narrativa clara, dinámica, visual y reiterativa. El ritmo era el del hexámetro dactílico. Ciertas incongruencias, omisiones e interpolaciones integraban la naturaleza del proceso.

Por su parte, Hefestos trabaja, sobre el escudo que llegaría a manos de Aquiles, hijo de Peleo, en condiciones similares: teje, trenza, compone un discurso visual envuelto en un método y una conciencia colectiva que lo recubren. El producto de su labor es funcional en tanto arma, objeto cultural y medio de comunicación. El carácter de su sistema de diseño, del modo de tejer esa composición, implica un movimiento a través de la trama del discurso homérico. Eso la modifica y expande. La práctica del dios franquea una densidad que es también la del trabajo y las condiciones de Homero. A partir de ahí surge la necesidad de sostener y expandir, a la vez, una estructura compositiva que flota sobre la representación del escudo y sobre |el mismo dios. El universo representado en el arma defensiva de Aquiles es la síntesis gráfica de una naturaleza conocida, de las escenas típicas de un mundo real que debe caber todo y a la vez, de manera armónica, en un mismo espacio gráfico. La epopeya homérica, no obstante, es asimismo un tejido. Ahí son enlazadas todas las historias bajo unas condiciones que afectan al aedo y pertenecen a la cultura griega de la antigüedad.

5. UN *ETHOS* DEL DISEÑO

Ahora bien, ¿qué implican esas condiciones para el tejedor-diseñador que aquí describimos? ¿Cómo determinan el trabajo de Homero y Hefestos? ¿Qué es diseñar si lo pensamos como la práctica que se ejerce dentro de un sistema discursivo? Heidegger (2000), partiendo de Heráclito, entiende el *ethos* como el ámbito abierto donde mora el hombre. Aquí vamos a considerarlo como el ámbito de diseño donde moran los signos. Donde se guarece, trabaja, cultiva y construye cultura visual el diseñador; que no es un sujeto sino una conciencia que se despliega en esa red. Ese *ethos* es un modo de ser o carácter dentro de determinadas condiciones que no son fijas, no son marcas y mucho menos cánones. Es la naturaleza cultural de un proceder, creativo, que reconoce la movilidad de esa red propensa a envolver, transformarse y expandirse en cada proyecto. Por ejemplo, el *ethos* de la oralidad, base de la composición de textos en el mundo homérico, fija una condición para el aedo. También, en la *Iliada* —historia envuelta en esa trama—, el modo de tejer relatos del rapsoda determina la práctica de diseño que Hefestos, sobre las armas de Aquiles, realiza como forjador de imágenes. En el escudo y su representación —que es un discurso sobre el mundo— se despliegan las condiciones de ser que permiten la aparición de la epopeya. El dios, en su trabajo de diseño, expande la conciencia de Homero y envuelto en ella cultiva su propia práctica.

Reflexionar sobre el diseño como sistema, desde esta particularidad del *ethos* mueve el problema hacia las siguientes preguntas: ¿podemos encontrar en el diseño una práctica creativa que determina la acción de comunicar? ¿Es propicio reconocer en semejante práctica no un estilo —entendiendo éste como el desarrollo de una perspectiva personal— sino un sistema, como lo hemos sugerido en el desarrollo del escrito?

Tal sistema, si lo estudiamos desde la condición de existencia y producción de cada pieza, ¿representa siempre una suerte de *ethos* del diseño? Si afirmamos que el diseño es una red que flota sobre el enunciado, ¿podemos estudiarlo a partir de su propio carácter sin esclavizarlo a todo lo que está debajo?

Un paso para hallar las respuestas es aceptar que el diseñador no es el autor fundacional de un discurso determinado. Es más bien el portador de un *ethos*. Está lejos de ser un autor individual, de proponer una visión del mundo. Es, no obstante, una voluntad: un ánimo y un pensamiento creativo vinculado a otros discursos que le han ofrecido la ocasión de existir. En este sentido, otro paso tiene que ver con la necesidad de abordar la práctica del diseño, dentro de la cultura visual contemporánea, a partir de la identificación de un esbozo hecho sobre las condiciones que permiten su existencia. Esa voluntad —que es la de aquellos que en su práctica han sido capaces de construir un *ethos*— agrupa objetos, contextos y pensamientos de diseño y los convierte en discursos culturales, construyendo así un archivo —que se despliega a través de esa red que flota sobre el enunciado— de su modo de ser en la comunicación visual.

El *ethos* no funda escuelas o inaugura las normas de un pensamiento homogéneo. Es una praxis heterogénea originada dentro de una atmósfera de relaciones muy particulares. Por esa razón admite la diversidad, las interferencias, los cambios e incluso las rutinas presentes en el archivo que puede llegar a construir un diseñador. El fundamento del *ethos*, bajo esta perspectiva, se encuentra en la construcción de un sistema referido a unas normas de aparición, un proceso creativo, una conducta adquirida en el ejercicio de diseño, una disciplina que podemos señalar como un modo de proceder. Agrupar el trabajo de un diseñador o de un conjunto de diseñadores no es indagar en las regularidades visuales, técnicas o estilísticas que calculamos pudiesen tener. Es, por el contrario, descifrar las irregularidades que constituyen el modo de funcionamiento de su estrategia de diseño. Hay, entonces, en la compleja red de sus variaciones, un sistema donde es posible agrupar el trabajo de toda una vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORGES, J.L. (1981) *Obras completas*. Buenos Aires: Emecé.
 FOUCAULT, M. (1999) *Entre filosofía y literatura*. Barcelona: Paidós.
 HEIDEGGER, M. (2000) *Carta sobre el Humanismo*. Madrid: Alianza.
 HOMERO. (1998) *La Iliada*. Barcelona: Planeta.

IV. PERFILES

TIPOGRAFÍA Y SURREALISMO. JUAN ANDRALIS

En general, una semblanza recurre a dos o tres principios constructivos. El primero suele ser la descripción acumulativa de actividades o características que distinguen a aquel de quien se está hablando. En orden a este principio, si de Juan Andralis se trata, podríamos decir –con el editor de *Andralis*, libro de TpG en su homenaje–, que fue un surrealista, poeta, pintor, traductor, diseñador, impresor, pero fundamentalmente, un entrañable educador. A partir de aquí podríamos desplegar las múltiples escenas biográficas –segundo principio constructivo– que, engarzadas, constituirían un muestrario de su obra y labor.

En este punto, podríamos extender los hechos del pasado en una suerte de fila india y decir –si de Juan Andralis se trata– que había nacido en Grecia en 1928, que había llegado a la Argentina siendo muy chico (cinco años) y que de ella se había ido siendo muy joven (a los 23 años) para anclar en París, unirse al grupo surrealista y exponer como pintor y fotógrafo junto a De Chirico, Miró, Duchamp y ManRay. Más adelante podríamos verlo en la fundidora Deberny & Peignot colaborando en el desarrollo del alfabeto Univers de Adrian Frutiger o en el estudio de Cassandre, completando su formación tipográfica, esa a la iba a dedicarse con alma y vida. Años después podríamos regresar con él a Buenos Aires y encontrarlo al frente del Departamento de Diseño Gráfico del mítico Instituto Di Tella hasta 1967, momento en que decidió retirarse en vistas a que la dictadura lo había convertido en un espacio intolerable.

También podríamos bocetar su vida –tercer principio constructivo– a partir del recuerdo de sus gestos enérgicos, de su presencia contundente; rememorar las anécdotas burlonas, el culto por el absurdo, la vocación por el humor o analizar sus fotografías y descubrir, como al acaso, sus ilustres amigos de ambos lados del océano. Lo veríamos entonces, de aquel lado, con André Breton, con Peret, con Lamb o con Pellegrini, Distéfano, Fontana de éste. Finalmente, podríamos aprovechar ese momento de la rememoración para enumerar sus títulos, sus obras, sus logros o hacer el inventario de sus producciones.

Sin embargo, si de Andralis se trata, prefiero concentrarme en sus propias palabras y en sus actos.

Corría 1992 y en una emisión del programa *Noche Abierta*, conducido por el poeta y periodista Esteban Peicovich, Juan Andralis dejó caer esta sentencia, desde entonces abundantemente citada:

Ser surrealista, para decirlo técnicamente, es en principio tener un pie apoyado en el sueño y el otro pie en el asfalto. Cuando digo asfalto es el término moderno para decir barricada, la calle. Es decir, un pie en la realidad dura, como es la cotidiana, que tiene implicancias políticas, y un pie en la otra parte que cierra el círculo que es el mundo de los sueños. El esfuerzo de unir esas dos cosas, esos dos mundos, sueño y suelo, eso es lo que muy sucintamente puede identificar al surrealismo.

Durante 1992, la carrera de Diseño Gráfico en la UBA crecía con fuerza al ritmo del neoliberalismo imperante entonces en Argentina. Era de noche y Andralis decía esto. A partir de acá, no es necesario ningún esfuerzo para imaginarlo en su última y prolongada creación: el Archibrazo, la imprenta y editorial artesanal donde –como un nuevo William Morris– luchaba contra el *offset* y demás adelantos tipográficos. Su lucha no era una lucha romántica: era una lucha por un proyecto inconcluso. Era el intento de unir el círculo y transformar la práctica en poesía y la poesía en práctica.

No cuesta imaginarlo, multiplicando el esfuerzo de unir el suelo y el sueño, la barricada y la utopía en el viejo taller de Mario Bravo al 400, en una calle arbolada con tintes de barrio popular, con el esplendor antiguo tapizado de miseria.

Es ahí donde Andralis se adelanta a abrir la vieja puerta adornada con su llamador de hierro, abriendo camino por la suma incontable de habitaciones que se suceden como los cajones de los sueños surrealistas. Dos cosas se destacan en el recorrido: el ruido constante de las máquinas tipográficas y la cantidad de libros y páginas que se amontonan desde el suelo al techo, suerte de estalactitas, precarias columnas trepando con forma de torre de Pisa y lengua de torre de Babel.

¿De qué hablan esas letras? De política y de poesía, de barricada y de sueños. Poesías surrealistas, experiencias posvanguardistas, en distintos idiomas se van sumando a la enorme pila junto a publicaciones censuradas, manifiestos políticos, periódicos revolucionarios. Todo esto, diseñado.

Porque Andralis como poeta y tipógrafo sabía lo que —durante siglos— sólo han sabido poetas y tipógrafos, a saber: que las letras son la carne de las palabras. No me consta, pero sí imagino que cuando Andralis descubrió la tipografía —allá con Frutiger o con Cassandre—, logró unir lo que estaba disyunto, recuperando la parte perdida de las palabras. Desde entonces, fueron las palabras —en su espíritu y en su carne— las que ocuparon todos sus esfuerzos. Palabras para la acción y palabras para el sueño.

Así, en el Archibrazo, poetas y tipógrafos sellaban un pacto que perduraría más allá de los alientos de mercado con que el diseño estaba entrando a su mayoría de edad en aquella edad neoliberal de la Argentina. Pero no sólo esto era el Archibrazo. Precisemos: si las palabras a Peicovich son del 92, el Archibrazo había nacido a fines de los sesenta como resistencia a la caída del Di Tella y aún se mantenía como resistencia a la tecnologización avasallante. En él confluían artistas y poetas a intercambiar experiencias y conjeturas; pero sobre todo, funcionaba una escuela informal de diseño, en la que los discursos eclécticamente universitarios se fusionaban con otros saberes, venidos de otras experiencias. Allí, en cursos informales, concurrían todas las artes para difundir las experiencias de las vanguardias y neovanguardias a través de sus protagonistas, en un mundo circular donde la política y los sueños terminaban por juntarse.

Fue acá en el Archibrazo donde Andralis fue antes que nada maestro. Un maestro poco condescendiente, como deben ser los maestros, que impulsa al naufragio de la duda con la ironía, la humorada, el exabrupto, que arroja al abismo de la falta de certezas donde la tinta por suerte es tan tangible que vuelve seguro lo incierto, posible lo imposible.

Y así durante casi treinta años. Treinta años durante los cuales Andralis se consagró a su principal oficio: ser un surrealista. O sea, el que une el arte y la vida; el asfalto y el sueño. El mejor lugar que encontró fue la multiplicación de la palabra. Generaciones de diseñadores, de poetas, de editores, de pensadores, son deudores de sus posturas militantes. Tal ha sido su coherencia, que él fue un artista de la barricada, de las manos sucias, un tintero. Alguien que llevó hasta las últimas instancias el postulado de unir el arte a la vida y, al hacerlo, contribuyó a elevar el diseño gráfico, a configurar su campo, en el que, según sus palabras, la tipografía es la probidad de la gráfica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FLESLER G. (2005) “El diseño es todo lo que acontece”, *Rev. Tipográfica* n° 64, pp. 44-45.
 FONTANA, R. Y JALUFF, Z. (2006) *Andralis*. Buenos Aires: TPG Ediciones.

MIGUEL PRIETO Y OTROS ESPAÑOLES REPUBLICANOS EN EL DISEÑO EDITORIAL EN MÉXICO

Durante la guerra civil española de 1936-1939, el gobierno mexicano, presidido por Lázaro Cárdenas, defendió el régimen republicano en el terreno de la diplomacia, al tiempo que emprendía la instrumentación de una política de asilo. El testimonio inicial fue la llegada a México, el 7 de junio de 1937, de los llamados “niños españoles de Morelia”; su número, 442: 157 niñas y 285 niños de entre 4 y 15 años, acompañados por una docena de profesores, procedentes de diversas provincias españolas, algunos de Madrid, muchos de Cataluña y Valencia (Ferrer 1999).¹ Los niños quedaron instalados en Morelia, en la escuela que llevaría su nombre. Es importante destacar que todavía no era segura la pérdida republicana de la guerra. En 1939, procedente de Francia y ya con la guerra mucho más definida, arribaron en el barco *Sinaia* más exiliados, y a éste le seguirían otros barcos, entre 1940-1942: el *Ipanema*, el *Mexique*, el *Nyassa*, el *Flandre*, el *Serpa Pint*, que trasladaron a México numerosos contingentes de españoles en varios viajes, hasta completar una cifra aproximada de 30 mil refugiados,² quienes cruzaron el Atlántico con sus mínimas pertenencias, conservando lo más preciado: sus vidas y los oficios que sabían desempeñar.

La fraternidad que mostró México fue excepcional, a pesar de la fuerte oposición de sus fuerzas conservadoras, y en un momento en el que el país se encontraba en una situación crucial para su consolidación política (Benítez 1980: 153).³ Las acciones llevadas a cabo por el gobierno de Cárdenas, la reforma agraria y la expropiación

petrolera, fueron consideradas por los Estados Unidos medidas de un radicalismo extremo y, asimismo, la llegada masiva de republicanos españoles fue calificada por las autoridades y la opinión pública de aquel país como un nuevo y peligroso ingrediente de agitación de izquierda al sur del río Bravo. Sin embargo, México proporcionó a los refugiados hospitalidad y las facilidades para instalarse, estudiar, trabajar y moverse, a su elección, por todo el territorio nacional (Armendáriz y Ordóñez 2000:2).

En el clima de libertad del suelo mexicano, el exilio español fue construyendo su historia; testimonios de ella serían revistas memorables como *España Peregrina*, *Las Españas*, *Romance*, *Litoral*, *Diálogo de las Españas*, *La Nostra Revista*, *Ultramar*, *Ciencia*, *Los sesenta*, *Pont Blau*, *Quaderns de l'Exili*, *Mundo*, *Los Cuatro Gatos*. De manera colateral, los escritores del exilio enriquecieron, con sus colaboraciones, revistas nacionales como *Letras de México*, *Taller*, *El Hijo Pródigo* y *Cuadernos Americanos*, así como los suplementos culturales de *El Nacional*, *Novedades* y *Siempre!* (Ferrer 1999).

La contribución al desarrollo de la actividad cultural que realizaron los republicanos españoles en las artes gráficas y la bibliotecología ha sido de suma importancia. Una de sus principales actividades fue la fundación de imprentas, casas editoriales y librerías. Entre las editoriales creadas destacan Costa-Amic, que publicaba libros en castellano, catalán, inglés y francés; Vasca Ekin, que editaba en castellano y vasco; Leyenda, especializada en arte e historia de México; Séneca, editora de libros de ciencia, medicina, escolares, arte, filosofía y clásicos españoles; Ediciones Rex, especializada en vidas de españoles e hispanoamericanos; Ediciones Atlántida, que hacía enciclopedias; Ediciones España, Arcos, Proa, Minerva, Jurídicas Hispanoamericanas, Lex, Magister, Cima, Lemuria, Moderna, Norte, Esculapio, Continental, Orión, Quetzal, Nueva España; así como la Biblioteca Catalana, el Club del Libre Catalá y la Comunitat Catalana de Mèxic, que editaban en catalán. De esas editoriales, algunas desaparecieron en pocos años y otras se consolidaron como auténticas empresas líderes en la difusión de la cultura, como Grijalbo, de Juan Grijalbo; Joaquín Mortiz, de Joaquín Díez-Canedo; UTEHA, de González Porto; EDIAPSA, de Giménez Siles, y ERA, creada por Neus Espresate, Vicente Rojo y José Azorín (Armendáriz 2000:5-7).

En las editoriales e imprentas creadas por los republicanos, la mayoría de los trabajadores eran de origen mexicano, lo que muestra la interrelación de trabajo que había entre hispanos y mexicanos en la producción editorial (Armendáriz 2000:7).

Por otra parte, el Fondo de Cultura Económica, fundado en 1934 por un grupo de intelectuales mexicanos, le ofreció la oportunidad de trabajar a un núcleo importante de refugiados españoles, donde continuaron su labor intelectual y su práctica editorial (Escalona 1999:2).⁴ Ascensión de León Portilla expresa: “Los españoles en el Fondo hicieron de todo: imprimir, corregir pruebas, diseñar, ilustrar, editar, traducir, escribir libros y dirigir secciones. En sus manos tuvieron todos los oficios que integran el arte de imprimir, desde la elaboración difícil, silenciosa de las primeras pruebas, hasta la presentación de un libro acabado” (Escalona 1999:7).

Uno de los tipógrafos españoles que contribuyó con su práctica profesional a una renovación del diseño editorial en México fue Miguel Prieto, quien era originario de Ciudad Real, Castilla (1907). Durante la Guerra Civil, a la par de sus actividades teatrales, formó y diseñó folletos y revistas para la prensa republicana; después de ésta salió a Francia y llegó en 1939 a Nueva York en el barco holandés *Vedamm*. De ahí viajó por tierra a la ciudad de México, donde pronto se integró al grupo de otros jóvenes trasterrados, y trabajó como artista gráfico en la edición de la revista *Romance* (1940-1941), dirigida por el poeta Juan Rejano (Gallardo 2000:33).

Aunque la vocación primera, íntima y vital de Prieto era la pintura, su trabajo como tipógrafo le permitía explorar de una manera singular la composición y el equilibrio de los elementos gráficos en un espacio concreto. En el diseño del único ejemplar de la revista *Ultramar* (1947) utilizó tres tipos diferentes, y esto se convertiría en una solución reiterativa en la mayoría de las publicaciones que realizó. También marcó una parte de su estilo gráfico al integrar las imágenes con el texto, creando un conjunto equilibrado, que utilizaría en otras publicaciones (Gallardo 2000:35).

Cuando el destacado periodista y promotor cultural Fernando Benítez inició su proyecto de difusión cultural a través de suplementos periodísticos semanales, invitó a Miguel Prieto a hacerse cargo de la formación tipográfica de *México en la Cultura*, suplemento dominical del diario *Novedades*, publicación que se convirtió en un eje del mundo intelectual mexicano durante los años cincuenta. Prieto buscó que la información documental no solamente fuera ilustrada con fotografías o viñetas, sino que ambos valores, el escrito y el visual, fueran equivalentes en la composición. Insistía en que la distribución de las fotografías y las viñetas generaran un discurso con un valor informativo similar al del material escrito (Rojo 2000:60). Así introdujo los espacios blancos que definen y dan fuerza a los bloques de letras y a las ilustraciones y empleó un equilibrio simétrico en el acomodo de las imágenes. En los primeros números de la revista *Universidad de México* (1946-1952) afinó este concepto gráfico (Gallardo 2000:40).

Uno de los trabajos de Prieto que se consideran más importantes por su expresión tipográfica es el *Canto general* de Pablo Neruda, publicado por los Talleres Gráficos de la Nación en 1950, en una edición de lujo de 500 ejemplares (Soler 2000:18).⁵ En esta obra, el manejo de la tipografía, los espacios blancos y amplios márgenes dan al texto fuerza, sobriedad y elegancia. Las grandes capitulares hacen que la lectura de página por página se haga con un ritmo visual a la par de la extraordinaria obra poética (Rojo 2000:64).

Prieto utilizaba solamente cuatro o cinco familias tipográficas: las clásicas Bodoni, Garamond y Caslon, combinadas con gran elegancia con otras dos modernas, Futura y la muy condensada Empire. Conjugaba la belleza de los tipos redondos y cursivos, y creó un estilo en la utilización de las letras capitulares. Además, diseñó letras originales como las que utilizó en la inauguración del Museo Nacional de Artes Plásticas del

Instituto Nacional de Bellas Artes y en diversos materiales impresos de la institución. Por su práctica profesional, Prieto supo sacar provecho de las posibilidades expresivas que ofrecían el linotipo y los tipos móviles de madera. En catálogos y carteles del Instituto utilizó la tipografía Empire, de estilo Dèco, en contraposición formal con la tipografía Bodoni. Con esta reducida selección de tipos y una acertada composición, Prieto definió así un estilo en la imagen de las ediciones de bellas artes durante los años cincuenta (Montalvo 2000:76). Formalmente, su diseño tipográfico se define como una transición entre el tradicional y el moderno: renovó las capitulares, se arriesgó al uso de espacios vacíos, desbordó el tamaño de las ilustraciones, definió las manchas tipográficas, estableció ejes rigurosos de simetría en publicaciones periódicas y en catálogos e invitaciones buscó composiciones asimétricas, trabajó las cursivas y las negritas como valores tonales (Álvarez 2000:45).

Por su temprana muerte, ocurrida en México en 1956, Miguel Prieto no supo que su trabajo tipográfico se convertiría en un estilo, en una manera de diseñar, a partir de “la escuela de diseño gráfico” que su alumno y heredero de oficio, Vicente Rojo, formó en la práctica diaria y que consolidó desde la Imprenta Madero en la edición de libros, catálogos, programas, folletos y propaganda de eventos culturales de instituciones educativas, principalmente.

En el año 2000, el grupo Trama Visual, editó una obra en reconocimiento al trabajo de Miguel Prieto, en donde detalla el desarrollo de su obra como “artista gráfico”.⁶

A manera de conclusión, considero oportuno reflexionar sobre la vida de estos españoles, que como muchos, imaginaron que el destierro era una circunstancia temporal (Armendáriz y Ordóñez 2000:8)⁷ y quienes desde sus espacios de trabajo se comprometieron con la sociedad mexicana, que les dio la oportunidad de volver a recrear sus historias personales y desarrollar su práctica profesional.

NOTAS

¹ Esta primera acogida de niños españoles arribó a Veracruz en el barco *Mexique*.

² Sólo sesenta de los exiliados profesionales del área editorial manifestaron el medio por el que llegaron a México; 32 lo hicieron a través de las tres expediciones organizadas por el Servicio de Evacuación a los Republicanos Españoles (SERE): nueve en el *Sinaia*, cinco en el *Ipanema* y 18 en el *Mexique*; nueve llegaron a nuestro país en otros barcos.

³ Durante las elecciones presidenciales en julio de 1940, una fuerte pugna se desarrolló entre el general Juan Andreu Almazán, apoyado por el Partido Revolucionario de Unificación Nacional, y el general Manuel Ávila Camacho, candidato del Partido de la Revolución Mexicana.

⁴ En 1934, Daniel Cosío Villegas y Alfonso Reyes fueron precursores de la fundación del FCE a partir de la necesidad de crear una biblioteca básica en español enfocada inicialmente en las ciencias sociales y las humanidades.

⁵ También se realizó una edición facsimilar, reducida, de 5.000 ejemplares, y su reedición en 1954.

⁶ Trama Visual, grupo editorial fundado en 1990 integrado por diseñadores gráficos formados por Vicente Rojo. El libro es una coedición entre varios grupos e instituciones.

⁷ Su aportación a la educación permitió contar con un panorama más amplio que el de los temas bibliotecológicos y archivísticos debido a que la visión que tenía este grupo contaba con matices diferentes a los que se conocían en México, los cuales se complementaron formando una importante amalgama que permitió en parte sentar las bases de la biblioteconomía moderna mexicana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁLVAREZ, F. (2000) “Diseño gráfico. Arquitectura de la plana”, en *Miguel Prieto, diseñador gráfico*, 45. México: ERA/Conaculta/UNAM/UAM/UAP/Revista Matiz/Trama Visual/Artes Gráficas Panorama.

ARMENDÁRIZ, S. Y ORDÓÑEZ, M. (2000) “La aportación de los refugiados españoles a la bibliotecología mexicana: notas para su estudio”, *Proyecto Clío* 8 en www.clio.rediris.es.

BENÍTEZ, F. (1980) *Lázaro Cárdenas y la Revolución mexicana*, v. III, 153. México: UNAM.

ESCALONA, J. (1999) “La imprenta peregrina: escritores y editores en México”, en *Exposición Bibliográfica: L'elixiri*, 2. Barcelona: UABi.

FERRER, E. (1999) “El exilio español en México”, *La Jornada*, lunes 31 de mayo de 1999. México.

GALLARDO, L. (2000) “Miguel Prieto. Tipógrafo, pintor, escenógrafo”, en *Miguel Prieto, diseñador gráfico*, 33. México: ERA/Conaculta/UNAM/UAM/UAP/Revista Matiz/Trama Visual / Artes Gráficas Panorama.

MONTALVO, G. (2000) “Diseño gráfico”, en *Miguel Prieto, diseñador gráfico*, 76. México: ERA/Conaculta/UNAM/UAM/UAP/Revista Matiz/Trama Visual/Artes Gráficas Panorama.

ROJO, V. (2000) “Miguel Prieto, sus lecciones”, en *Miguel Prieto, diseñador gráfico*, 60. México: ERA/Conaculta/UNAM/UAM/UAP/Revista Matiz/Trama Visual/Artes Gráficas Panorama.

SOLER, M. (2000) “La tipografía, un medio para un fin”, en *Miguel Prieto, diseñador gráfico*, 18. México: ERA/Conaculta/UNAM/UAM/UAP/Revista Matiz/Trama Visual/Artes Gráficas Panorama.

NEDO O LA POSIBILIDAD GRÁFICA DE LO IMPOSIBLE

A partir de la década de los cincuenta, una tríada de diseñadores excepcionales de origen extranjero, Nedo M.F., Larry June y Gerd Leufert, instauró las bases profesionales del diseño gráfico contemporáneo en Venezuela, al influir, conceptual y profesionalmente, en tres de los fundamentos que más resonancia tendrían en la comunidad gráfica de este país: las imprentas, la educación y la imagen de instituciones culturales y corporaciones a través de revistas, catálogos, emblemas y logotipos.

Nace el 23 de septiembre de 1926 en Milán, Italia y muere en Caracas en 2001. Nedo tuvo como primer profesor a su padre, Emilio Mion Vianello, formado en la academia de Brera de Milán, quien alentado por la política venezolana de inmigración se traslada a Caracas al final de la guerra. Por las relaciones de su padre, Nedo consiguió trabajo en Caracas como ilustrador para *El País*, en el suplemento de *La Esfera* y en otros proyectos didáctico-comerciales. Más tarde optó por explorar su propia dinámica buscando trabajos *free lance* con una clientela muy variada que comenzó a conocer al frecuentar diferentes imprentas y agencias de publicidad, adonde también acudían los fabricantes y comerciantes. Su obra publicitaria alcanzaría su apogeo cuando acepta trabajar casi exclusivamente para Publicidad ARS, en donde da por terminada su experiencia en la publicidad a mediados de 1959, cuando asume la dirección artística de la revista *El Farol*.

En Guía Publicidad, Nedo diseña desde el emblema y la papelería hasta la más dilatada o duradera de sus campañas publicitarias: la introducción en Venezuela,

luego de la nacionalización del servicio telefónico, de la estrategia comunicacional que convierte a las *Páginas Amarillas de la guía telefónica* en un servicio referencial obligatorio para los que se comunican por vía telefónica. Perduran como impecables ejemplos de su diseño gráfico más temprano no sólo los avisos y papelería, sino la propia portada de la *Guía*, en amarillo y azul, que se editó con pocas alteraciones hasta el año 1957.

En ARS su actividad abarca casi todos los géneros de desplegables colorísticos así como diversos clientes, incluyendo el Salón Planchart de 1958; la Corporación Nacional de Hoteles y Turismo (Conahatu); las cajetillas de cigarros como Negro Primero y Alaska; tarjetería y avisos para Aversa, Olivetti; y una extendida campaña publicitaria de la Mobil, en la cual aplicó los resultados de sus dibujos “hápticos”. En estos, la figura humana es despojada totalmente para quedar como un signo mínimo, un papalote primordial que tiene vida, se estira, brinca, extiende sus brazos, se hace carro, moto, impulso. En el símbolo que crea para representar a ARS en una conferencia de publicistas, un papalote de colotes con muchos ojos, brazos y piernas, recoge visualmente el lema de la compañía: “Permítanos pensar por usted”.

Hacia finales de 1959, Nedo acepta otro reto: impartir cuatro cursos de una materia que se denominaba “Publicidad”, y que luego fue designada como “Diseño gráfico”, en la Escuela de Artes Plásticas Cristóbal Rojas. Lo que se había planteado casi como algo provisional se convirtió en una actividad de por vida. Nedo dedicaría veintiocho años a la enseñanza en la Escuela de Artes Plásticas y un par de años en el Instituto de Diseño Neumann-Ince.

Cuando Nedo asume la dirección artística de *El Farol*, la revista ya había experimentado su primera transformación de la mano de Leufert, quien dirigió su producción entre 1957 y 1959, desligándola de un período “criollista”, de excesos en la ilustración, e imponiéndole una diagramación tipográficamente coherente y portadas abstractas de impacto visual y táctil que explotaban los verdaderos recursos de la imprenta. Nedo, a quien le correspondería su dirección artística durante trece años, sesenta números consecutivos y al menos cuatro cambios de su director, sin hablar de los cambios en la Gerencia de Relaciones Industriales de la Creole, la convierte en una bandera de las artes gráficas, esgrimida aquí y en otros países como ejemplo de la excelencia y versatilidad lograda en la industria gráfica venezolana. Esto obedece a que Nedo generó el concepto de diseño gráfico total, en una publicación cuyo verdadero deleite está en la relación entre las partes que se abren y se cierran con el paso de cada página. Cambios de papel y cartulina, efectos de solapa, fluidez entre carátula y cuerpo del texto caracterizan su autoría. La manera en que desarrollaba el tema, fuera histórico o científico, o explotara un efecto de trama para redimensionar la fotografía y la relación que establecía con las contraportadas, y especialmente el tratamiento que impartía al contenido, eran siempre sorprendentes y magistrales. Continuará diseñándola hasta 1972, trece años en los

que sentó las bases del diseño racional total de una revista, planteándose la diagramación como una estructura animada que se convirtió en fuente de inspiración y de emulación para otra generación de diseñadores.

La relación de Nedo con Larry June, el tercer miembro de la tríada seminal de diseño contemporáneo venezolano, se desarrolló en el ámbito de la imprenta Cromotip, en donde ambos mantenían talleres de trabajo gracias a las publicaciones que diseñaban y allí imprimían. Muchos fueron los trabajos que se cruzaron entre ellos. June dominaba el medio empresarial, diseñando los emblemas para un gran número de compañías emergentes de los años cincuenta-sesenta. Entre Nedo y June, y entre ambos y Leufert, se estableció una simbiosis de amistad y consenso gráfico que concluye sólo a la muerte de Larry en 1974.

Entre 1962 y 1968 Nedo asume la dirección artística de otras tres revistas que a pesar de su corta duración constituyen hitos del diseño gráfico venezolano: la revista *CAL*, iniciada en 1962 en total *rapport* y libertad absoluta con su director Guillermo Meneses (y el aporte económico de la Fundación Neumann), para la cual elabora un cabezal que se anticipa a la heterodoxia tipográfica actual; la revista *Crónica de Caracas*, también con Meneses, entonces cronista de la ciudad, en la que Nedo también lleva a cabo una transformación del género “folleto” que nadie conoce y que constituye el mayor acto de dignidad tipográfica emprendido con este trozo de literatura efímera que suele ser el “discurso del orden” conmemorativo.

Con *El Farol*, Nedo le otorga perdurable calidad gráfica a la revista de una poderosa industria cuyo contenido cultural podría calificarse como didáctico-académico y con temas empresariales e históricos, al tiempo que desata un periodismo gráfico revolucionario que no sólo le dio dimensión visual al texto, fuera poético, crítico o de ensayo, sino que hacía que esta dimensión se constituyera en un poderoso imán para su lectura. Por primera vez en la historia de las revistas literarias en Venezuela, el cuerpo del texto de vanguardia calzaba en su horma. Hacia 1968, Nedo y Leufert colaboran en el rediseño de los números 20 y 21 de la revista *Imprimase*, la publicación de la Asociación de Industriales de Artes Gráficas, sin lograr comprometer a la industria en un proyecto a largo plazo. Basta con revisar cualquiera de los dos números, uno con la portada de Leufert y el otro con carátula de Nedo, para disfrutar de las innovaciones de estos diseñadores. Allí figura por primera vez todo el *Alfabeto Imposible 1*, en un despliegue de cuatro páginas que presenta el propio Leufert. Un año antes lo había ensayado en la portada del No. 4 de *Oriente*; su variante, el *Imposible 2*, aparecería como la portada del No. 37 de la revista *Surencom*.

Es durante esta misma y muy fecunda década que Nedo crea sus formas imposibles iniciadas hacia 1961, las cuales, junto a las de Leufert, aparecieron en una edición especial, el volumen *Imposibilia* de 1968, publicado por la Universidad Oriente. Pero también genera propuestas para unos sesenta alfabetos, algunos de la familia *Imposible*, otros identificados como *Reversibles*, *Computables*, recogidos en la publicación

Letromaquia de 1972 y presentados en una exposición montada por Leufert y Álvaro Sotillo en el Museo de Bellas Artes.

Entre 1971 y 1974, tanto la revista *Papeles del Ateneo* de Caracas como *Extramuro*, la revista independiente de Álvaro Sotillo, divulgan estas invenciones cuyas influencias aún perduran. En ese mismo lapso, Nedo utilizó números y letras absolutamente originales para las portadas de las memorias de la Fundación Mendoza y en el libro *Venezuela Independiente*. En 1973, la publicación *Top Symbols and Trademarks of the World* incluye sus emblemas y los de otros diseñadores venezolanos en el volumen dedicado a Japón, España y América Latina. Pero sería su proyecto para la portada de una nueva edición de *Who's Who in Graphic Art*, editada por Walter Amstutz y en cuyo primer volumen de 1962 ya aparecían sus trabajos e ilustraciones, el que tendría mayor difusión. Cuando en 1982 apareció el volumen II de *Who's Who*, su proyecto se convirtió en las guardas originales más espectaculares insertadas en un libro internacional de este calibre.

Posteriormente, sus diseños para museos y galerías estarán más ligados al concepto de creación de imagen mediante la aplicación de alfabetos y números inventados por él, siempre en el sentido de los Imposibles, y en una tendencia cada vez más complicada, que se deduce al comparar el emblema y los catálogos para la Galería Estudio Actual, de Clara Diamante de Sujo, con el alfabeto utilizado en el libro *El Museo de Bellas Artes y algunas de sus obras*, de 1975, o el alfabeto, logotipo e imagen gráfica del Museo de Arte Contemporáneo de Caracas. Sus diseños para este museo corresponden a dos etapas diferentes: la inicial de 1974 y la de los años ochenta, cuando diseña un gran número de despleables y catálogos-libros, solo o en colaboración con los diseñadores Aixa Díaz y Luis Giraldo.

A mediados de los años setenta se abren dos vías de aplicación para su diseño que si bien nunca antes habían explotado, constituían objetivos subliminales de su naturaleza gráfica. Explorar la noción de escala en todas sus posibilidades, desde los extremos de la pica hasta la dimensión arquitectónica, y desplazarse del plano al relieve, física y visualmente. Participa, en estrecha colaboración con un equipo de diseñadores coordinados por Leufert, en un proyecto innovador para la creación de la nueva familia de estampillas venezolanas, trabajos que culminan en 1978 con uno de los emblemas más hermosos de toda su producción, el del Instituto Postal Telegráfico, aceptado y decretado ese mismo año pero jamás usado sino en el testamento filatélico. Sin embargo, puede ufanarse de que su diseño para la estampilla conmemorativa de la nacionalización del hierro, en la que utiliza el Alfabeto Imposible 13, fue uno de los dos sellos del proyecto que más tiraje alcanzó: doce millones de estampillas.

Nedo fue además un excelente diseñador de libros. Para Gerd Leufert diseñó tres volúmenes, todos los cuales recogen aspectos de la obra de su colega: *Gerd Leufert: diseñador*; *Sin arco*; *Penthouse B* (catálogo de su exposición de fotografías) y un proyecto que nunca se imprimió y que era el favorito de Leufert, denominado *Listonados*. En

1993 recibió el Premio Nacional de Artes Plásticas por el conjunto de su obra, la cual ha constituido un eje fundamental, admirado y emulado, para una nueva generación de diseñadores, muchos de los cuales no sólo han seguido su espíritu innovador sino que lo han comprendido para crear, como él, una nueva página en el diseño gráfico venezolano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLANCO, L. (2010) “La leyenda de Cal, 1962-1967”, en L. Elizalde. *Revistas culturales latinoamericanas 1960-2008*, UAEM/Juan Pablos Editor, México pp. 57-58.

CENTRO LA ESTANCIA DE ARTE (1999) “Nedo o la posibilidad gráfica de lo imposible”, en *Matiz gráfico del diseño internacional*, núm. 17, México, 1999, pp. 8-13.

V. RESÚMENES Y DATOS BIOGRÁFICOS

MARÍA LEDESMA

INFODESIGN, USABILIDAD Y BELLEZA VISUAL

Palabras clave: Infodesign, conocimiento, belleza, información.

Key words: Infodesign, knowledge, beauty, information.

RESUMEN

Para el infodesign, la información es una materia prima a elaborar que busca hacerla accesible para la toma de decisiones, la mediatización del conocimiento y la modelización de la experiencia. Apoyándose en estas características, se ha construido alrededor del infodesign una red discursiva que exalta sus virtudes en relación con su rol como facilitador de la comprensión, de la transferencia del conocimiento y del desarrollo de la educación. Este artículo propone una reflexión crítica sobre estos aspectos. En particular, busca demostrar cómo, en las producciones actuales, la pretensión de anular tanto el ruido como las diferencias de interpretación choca con las dinámicas estetizadas contemporáneas. La ambigüedad estética entra en contradicción con el carácter objetivado construido a partir de las posibilidades del ícono diagramático. El resultado es una tendencia al abandono de la objetividad y su reemplazo por una instancia híbrida en la que coexisten, en tensión, la intención objetivante y la estetizante.

ABSTRACT

From the point of view of infodesign, information is a raw material that has to be developed for helping people to take its own choices and decisions. It is also the basic element for mediating knowledge and the construction of experience. Because of these characteristics, a discursive network has been built around infodesign to exalt its virtues as a useful facilitator of understanding, a good tool for transferring knowledge and the enhancing of people's education. This article proposes a critical view about these aspects. Specifically, it tries to demonstrate how the infodesign's goal of avoiding "noises" and misinterpretation because of cultural differences collides with the contemporary dynamics focused on aesthetics, that can be seen as a trend in many current productions. Aesthetics' ambiguity contradicts the objectivity's status built by the combined use of diagrams and icons. As a result, this situation creates a tendency to abandon the pursuit for objectivity and replaces it with a hybrid production in which coexists—in tension—both dimensions: the objective and the aesthetic.

MARÍA LEDESMA es doctora en Diseño por la Universidad de Buenos Aires. Es profesora en el grado y en posgrado en varias universidades argentinas. Ha dirigido numerosos proyectos de investigación vinculados a la semiótica de la imagen y la teoría del diseño en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UBA y en la Universidad Nacional de Entre Ríos. Es autora de *Diseño gráfico, una voz pública* y coautora con Arfuch y Chaves de *Diseño y Comunicación. Teoría y enfoques críticos*. Ha compilado con Mabel López *Comunicación para diseñadores* y con Paula Siganevich *Piquete de ojo. Visualidades de la crisis*. E-mail: mv.ledesma@hotmail.com.

CARMEN MARÍA PRIETO

MARÍA INÉS MENDOZA BERNAL

ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA INFOGRAFÍA DIGITAL

Palabras clave: Infografía digital, semiótica, cibermedios.

Key words: digital infographics, semiotic, cybermedia.

RESUMEN

El presente artículo expone los resultados del análisis semiótico aplicado a una de las infografías digitales relacionadas con el tema de la Copa América publicadas en el cibermedio venezolano *El Universal Digital*. La importancia del estudio se centró en investigar si tal forma discursiva se corresponde con un relato informativo noticioso para ampliar, profundizar y relacionar los contenidos con los sucesos, eventos o acontecimientos, tal y como se concibe en el periodismo. El corpus se abordó teórica y metodológicamente a partir del modelo binario de Roland Barthes (1982, 1986), de la organización sintagmática de Ferdinand de Saussure (1974) y del nivel topológico del modelo estratificado de Umberto Eco (1972). Entre los resultados destacan que el relato infográfico responde a una estructura sintagmática propia del mensaje publicitario y la función de anclaje con la que opera es la misma de dicho discurso.

ABSTRACT

The present paper exposes the results of the semiotic analysis applied to one of the digital infographics related to the subject of the published in the Copa América published in the venezuelan cybermedia *El Universal Digital*. The importance of the study was centered in investigating if such discursive form corresponds with an informative story or news to expand, to deepen and to relate the contents with the events, just as is conceived in the journalism. The corpus was undertaken theoretical and methodologically from the binary model of Roland Barthes (1982, 1986), the syntagmatic organization from Ferdinand de Saussure (1974) and the topological level of the stratified model by Umberto Eco (1972). Between the results they emphasize that the infographic story responds to a syntagmatic structure own of the advertising message, it is operates with anchorage function in the same discours.

CARMEN MARÍA PRIETO es licenciada en Comunicación Social egresada de la Universidad Cecilio Acosta (1990) y magíster en Ciencias de la Comunicación (2003). Estudiante regular del Doctorado en Ciencias Humanas de la Universidad del Zulia. Investigadora del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información CICI-LUZ. Docente de las cátedras Periodismo de Opinión y Periodismo Informativo de la Escuela de Comunicación Social de Luz y de Prácticas Profesionales de la Universidad Rafael Bellosó Chacín. E-mail: carmenmaria72@yahoo.com.

MARÍA INÉS MENDOZA BERNAL es doctora en Ciencias de la Comunicación (Universidad Complutense de Madrid. 1996). Postdoctorado en Ciencias Sociales, Ciencias de la Comunicación, Humanidades y Artes (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, 2008). Docente e investigadora de la Universidad del Zulia en el área de sociosemiótica y análisis del discurso de los medios de difusión masiva, PPI nivel II, con publicaciones y ponencias tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Miembro activo de la AVS (Asociación Venezolana de Semiótica), FELS (Federación Latinoamericana de Semiótica), AES (Asociación Española de Semiótica) y ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación). E-mail: mimber@hotmail.com.

EMILIO FONSECA MARTÍN

ANÁLISIS SEMIÓTICO DE VISUALIZACIONES DE CONFLICTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES EN AMÉRICA LATINA

Palabras clave: diagrama, América Latina, medioambiente.

Key words: diagram, Latin America, environment.

RESUMEN

Las visualizaciones o diagramas son textos multimodales que permiten informar de forma clara y precisa, proporcionar datos objetivables y comparables, explicitar relaciones, desentrañar procesos y también apelar a las pasiones. En este artículo se recogen parte de los resultados del análisis semiótico de diferentes visualizaciones de conflictos sociales y medioambientales relacionados con América Latina, aparecidas en informes publicados por las organizaciones Oxfam, Greenpeace y el PNUMA entre los años 2004 y 2009. Se tratan algunas de las estrategias utilizadas en las visualizaciones en contextos de comunicación para el desarrollo y por la defensa del medioambiente; se explican algunos de los procesos de significación presentes en las distintas visualizaciones a través de la descripción de ciertos procedimientos de representación y comunicación de datos.

ABSTRACT

Visualizations or diagrams are multimodal texts that allow informing clearly and precisely, providing objectifiable and comparable data, rendering relationships explicit, unveiling pro-

cesses and also appealing to passions. This article contains part of the results of the semiotic analysis of different visualizations of social and environmental conflicts regarding Latin America, which appeared in reports published by organizations Oxfam, Greenpeace and PNUMA between 2004 and 2009. This article deals with some of the strategies employed in the visualizations in contexts of communication for development and environmental defense; some of the significance processes present in the various visualizations are explained in this study by describing certain procedures of representation and communication of data.

EMILIO FONSECA MARTÍN es licenciado en Comunicación Audiovisual y doctorando en la Universidad Complutense de Madrid. Profesionalmente se dedica a la investigación y la creación audiovisual, principalmente como ilustrador y realizador de videos para televisión y otros soportes. Email: emilio@walkietalkiefilms.com.

PIERO POLIDORO

LA COHERENCIA TEXTUAL EN LOS SITIOS WEB: DESDE LAS ESTRUCTURAS NARRATIVAS Y DISCURSIVAS HASTA SU MANIFESTACIÓN

Palabras clave: semiótica, estructuras actanciales, interfaces web, estructuras arquitectónicas.

Key words: semiotics, actantial structures, web interfaces, architectural structures.

RESUMEN

El análisis de la manifestación es una de las herramientas más poderosas de la semiótica del texto y puede ser muy útil en la consultoría. En este artículo se analizan los sitios web de Norman Foster y Richard Rogers. Estos tienen estrategias de comunicación muy diferentes, pero ambos muestran una gran coherencia entre los niveles textuales. Estos niveles se basan en dos figuras arquetípicas: el “bloque” y el “marco”. Bloque y marco corresponden a las estructuras actanciales y se manifiestan en diferentes sustancias de la expresión mediante técnicas gráficas, interfaces web y estructuras arquitectónicas.

ABSTRACT

The analysis of manifestation is one of the most powerful tools of text semiotics and it can be very useful in consultancy. This article analyses Norman Foster's and Richard Rogers' websites. They have very different communication strategies but they both show great coherence among textual levels. These levels are based on two archetypal figures: the “block” and the “frame”. Block and frame correspond to particular actantial structures and are manifested in different substances of expression by graphic techniques, web interfaces and architectural structures.

PIERO POLIDORO ha conseguido il dottorato di ricerca in Semiotica con Umberto Eco e Patrizia Violi presso l'Università di Bologna e ha condotto una ricerca di post-dottorato presso

l'Istituto Italiano di Scienze Umane di Firenze. Ha insegnato presso le Università di Roma La Sapienza, di Bologna e di Teramo. Si occupa di percezione e linguaggio visivo, di branding e di nuovi media en el 2008 ha pubblicato *Che cos'è la semiotica visiva* (Carocci). Ulteriori informazioni e materiali sul sito www.pieropolidoro.it. E-mail: pieropolidoro@tiscali.it.

PIERO POLIDORO obtuvo el doctorado en Semiótica con Umberto Eco y Patrizia Violi en la Universidad de Bologna y ha llevado a cabo su investigación posdoctoral en el Instituto Italiano de Ciencias Humanas de Florencia. Enseñó en la Universidad de Roma "La Sapienza" de Bologna y de Teramo. Estudia la percepción y el lenguaje visual, las marcas y los nuevos medios de comunicación y en 2008 publicó *Qué es la semiótica visual* (Carocci). Más información y publicaciones en el sitio www.pieropolidoro.it E-mail: pieropolidoro@tiscali.it.

PIERO POLIDORO received his PhD in Semiotics by Umberto Eco and Patrizia Violi at the University of Bologna and has conducted postdoctoral research at the Italian Institute of Human Science in Florence. He has taught at the University of Rome La Sapienza, Bologna and Teramo. His research deals with perception and visual language, branding and new media, and in 2008 he published *What is visual semiotics* (Carocci). Additional information and materials on site www.pieropolidoro.it. E-mail: pieropolidoro@tiscali.it.

SUSANA GONZÁLEZ AKTORIES

ESPACIOS GRÁFICOS-ESPACIOS SIMBÓLICOS EN LA NUEVA NARRATIVA NORTEAMERICANA.
EL CASO DE *HOUSE OF LEAVES*, DE MARK Z. DANIELEWSKI

Palabras clave: hipertextualidad, espacialidad literaria, puesta en página.

Key words: hypertextuality, literary spatiality, start page.

RESUMEN

Este ensayo se enfoca en la relación que existe entre el espacio ficcional y el espacio visual en una de las novelas norteamericanas más originales de los últimos años, *House of Leaves*, de Mark Z. Danielewski. El elemento clave para la comprensión de esta obra se encuentra en la estrecha liga que se da entre la trama y la disposición del texto en la página, que exige una atención y una competencia de lectura muy particulares.

Esta exploración parte de los antecedentes que permiten a Danielewski crear una obra original y a la vez vinculable a intenciones literarias y extra literarias de diverso tipo. Entre ellas, la evidente influencia de las hipernovelas posmodernas, la alusión a elementos del discurso hipertextual propio del medio cibernético y el nexa con la tradición de la literatura visual. En el acercamiento concreto a la novela se señalan algunos de los múltiples recursos gráficos de los que se sirve el autor para configurar las puestas en página que dan sentido a la obra.

ABSTRACT

This essay focuses on the relation between fictional and visual space in one of the most original recent novels, *House of Leaves*, by North-American writer Mark Z. Danielewski. The key element for understanding this novel is the close link that exists between the plot and the texts' disposition on the page, which demands specific reading skills and competences. Therefore, the intention here is to explore some of the conditions which allow Danielewski to create an original piece of literature, which at the same time derives from pre-existing narratives with a literary intention –such as the influence of postmodern hypertexts and the link to visual literature–, as well from graphic gestures that have become quite common in non literary discourses –for example the allusion to hypertextuality as it is understood in the context related to the computer world. In this concrete approach to the novel, we will point at some of the multiple graphic resources that the author uses to conceptualize his “mise en page”, which help him gives sense to the whole plot.

SUSANA GONZÁLEZ AKTORIES es profesora de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Fue miembro fundador y coordinadora del *Seminario de Semiología Musical* (UNAM), así como del Grupo de Investigación de Literatura y Música. Es investigadora del Sistema Nacional de Investigadores de México (CONACYT). Premio Universidad Nacional para Jóvenes Académicos en el área de Investigación en Artes. Es autora de varios libros de estudios especializados en semiótica aplicada a las artes, así como en teoría literaria comparatista: *Antologías poéticas en México*, “*Muerte sin fin*”. *Poema en fuga*, *Sensemayá: juego de espejos entre música y poesía*, *Reflexiones sobre semiología musical y Entre artes/entre actos: ecfrasis e intermedialidad*. E-mail: s_aktories@prodigy.net.mx.

BRUNO DE VECCHI

LA IMAGEN EN LA NOVELA HIPERTEXTUAL ELECTRÓNICA. EL CASO DE STUART MOULTHROP

Palabras clave: experimentación, hibridación, Stuart Moulthrop.

Key words: experimentation, hybridization, Stuart Moulthrop.

RESUMEN

Este artículo describe la utilización de la imagen en algunos hipertextos electrónicos literarios, tomando como eje la experimentación y la hibridación entre narrativa y juego que ha hecho en algunas de sus obras Stuart Moulthrop, uno de los autores más reconocidos en el campo.

ABSTRACT

This article describes image uses in some electronic literary hypertexts; it focuses on covering the experimentation and hybridization between narrative and games made in some of his works by Stuart Moulthrop, one of the most renowned authors in the field.

BRUNO F. DE VECCHI ESPINOSA DE LOS MONTEROS es maestro en Comunicación por la Universidad Iberoamericana. Es profesor-investigador del Departamento de Síntesis Creativa y profesor en el área de Medios Audiovisuales de la Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco. Fue jefe del Departamento de Síntesis Creativa, en el cual ha desarrollado investigaciones en el área de lenguajes y producción en medios audiovisuales. Actualmente su investigación se centra en los nuevos lenguajes de la comunicación y en el desarrollo de proyectos hipertextuales en áreas del diseño y la comunicación gráfica. Ha publicado artículos en las revistas *Diseño en Síntesis*, *Versión*, *Lúdica*, *deSignis*, *Diseño y sociedad* y *Garagee Interlink Headline News*. E-mail: bdevecchi@yahoo.com.mx.

LAURO ZAVALA

LOS COMPONENTES FORMALES, ESTRUCTURALES E IDEOLÓGICOS DE LA NARRATIVA GRÁFICA

Palabras clave: paradigmas estéticos, minicómic metonímico, minificción metafórica.

Key words: aesthetic paradigms, metonymic minicomic, metaphorical minifiction.

RESUMEN

En este trabajo se propone distinguir tres paradigmas estéticos en la narrativa gráfica: clásico (convencional), moderno (experimental) y posmoderno (donde coexisten ambos paradigmas). Para ello se estudian sus elementos estructurales (inicio, estructura narrativa, género, intertextualidad y final) y formales (diseño, puesta en escena, trazo y color), lo cual permite reconocer la ideología implícita en cada caso. Este modelo permite identificar las diferencias entre el minicómic metonímico (clásico) y la minificción metafórica (moderna o posmoderna).

ABSTRACT

The central idea in this paper is a typology of three paradigmatic categories for studying graphic narration, namely, classical (conventional), modern (avant-garde) and postmodern (an integration of both of them). This distinction leads to analyzing the nature of structural elements (beginning, narration, genre, intertextuality and ending), formal elements (graphic design, mise-en-scene, drawing and color) and the ideology in each of these elements. This model also leads to distinguish between two tendencies in short-short graphic fiction, namely, metonymic minicomic (classical) and metaphoric minifiction (modern or postmodern).

LAURO ZAVALA es doctor en literatura hispánica por El Colegio de México. Profesor-investigador en la Universidad Autónoma Metropolitana desde 1984. Investigador nacional (Nivel 2) desde 1996. Director de la revista semestral de investigación *El Cuento en Red*, <http://cuentoenred.xoc.uam.mx/>. Presidente del Seminario Permanente de Análisis Cinematográfico (Sepancine). Sus libros más recientes son: *Paseos por el cuento mexicano contemporáneo*; *Cartografías del cuento y la minificción*; *La minificción bajo el microscopio*; *Ironías de la ficción y la*

metaficción en cine y literatura; Teoría y práctica del análisis cinematográfico; Cómo estudiar el cuento. E-mail: zaval38@hotmail.com.

DANIELE BARBIERI

MIRAR Y LEER: DE LA PINTURA A LA TIPOGRAFÍA

Palabras clave: semiótica, música, rítmica.

Key words: semiotics, music, rhythmic.

RESUMEN

Este documento se centra en gráficos visuales y el diseño a través de dos procesos semióticos, de ver y mirar: y el proceso de interpretación y construcción de la imagen gráfica de la música y las modulaciones rítmicas del autor y el lector. Si la mirada es una detención de la lectura rítmica, se entrelaza en este proceso y se destaca el objeto gráfico con señales y modulaciones plásticas.

ABSTRACT

This paper focuses on graphic visual and design through the two semiotic processes of seeing and looking; the process of interpretation and construction of the graphic image to the music and the rhythmic modulations of the author and the reader. If the look is an arrest of rhythmic reading is always intertwined in this process and enhances the graphic object with signs and plastic modulations.

DANIELE BARBIERI es semiólogo italiano de reconocida trayectoria internacional, doctor en Semiótica por la Universidad de Bologna y experto en la semiótica del cómic. Desde hace unos años estudia y explora el problema del ritmo y de la musicalidad como fenómeno estético y semiótico. Es autor de libros y ensayos publicados extensamente en Europa, Italia y Latinoamérica. Email: barbieri@hortizon.it.

MARIANO DAGATTI

PAULA SIGANEVICH

EL DISEÑO GRÁFICO EN LA ERA DE “LA PRECARIZACIÓN DE SÍ”

Palabras clave: diseño gráfico, estética relacional, dinámica performativa, precarización.

Key words: graphic design, relational aesthetics, performative dynamics, casualization.

RESUMEN

Hay en la tradición del diseño gráfico como disciplina una tendencia a implicarse en el mundo del mercado y en ese sentido seguir las rutas que marcan las campañas de identidad y las consignas de claridad en la información. Nos preguntamos, sin embargo, si no es posi-

ble pensar una nueva tendencia, todavía en vías de configuración, en la que las piezas gráficas presentarían huellas de la “precarización de sí” de los productores y productoras culturales y estarían en tensión con la tendencia mercantil, a la vez dentro y fuera de ella. Esta tendencia se caracterizaría por la dimensión eminentemente relacional de su estética, haciendo de lo precario no una forma o un contenido de las piezas gráficas, sino la constitución de una peculiar dinámica performativa cuyos efectos atravesarían una variedad de fenómenos, transformando el campo de reflexión sobre la disciplina. Con el objetivo de indagar en algunos de estos fenómenos y con particular interés por analizar los dispositivos enunciativos en los cuales estas prácticas relacionales se inscriben, indagaremos en dimensiones posibles de una semántica de la precariedad en diferentes investigaciones contemporáneas y analizaremos piezas gráficas realizadas por dos productores gráficos argentinos: GRAPO y CAM.

ABSTRACT

There is a tendency in graphic design disciplinary tradition to get involved in the market world and, in this sense, follow the paths indicated by the identity campaigns and the slogans of information clearness. We inquiry, nevertheless, if it is not possible to think a different tendency in this field, still not completed shaped, in which the graphic pieces would show traces of the “self-precariousness” of the producers and in tension with the brand tendency, at the same time in and out of the background. This tendency can be characterized by the eminent relational capacity of its aesthetics making the precarious not a shape or a subject matter of the graphic pieces, but a particular performing dynamic whose effects will cross over a variety of phenomenon, transforming the disciplinary reflection field. With the objective of inquire into some of this issues and with particular interest in analyze the enunciation dispositive in which this relational practices are register, we will examine a possible semantic dimension of precariousness in different contemporary investigations and analyze graphic pieces made by two argentine graphic producers: GRAPO and CAM.

MARIANO DAGATTI es licenciado y profesor en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Es becario doctoral de la Comisión Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y docente de Comunicación y Semiótica de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Además, fue becario de posgrado de la UBA en el marco del proyecto UBACyT “La construcción de lo precario como modo de representación en el diseño gráfico”. Es editor de la revista anual de comunicación y arte *Def-ghi*. E-mail: mjdagat@yahoo.com.ar.

PAULA SIGANEVICH es investigadora de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Profesora en la cátedra de Comunicación de la Carrera de Diseño Gráfico de esa facultad desde 1993. Fue codirectora del proyecto UBACyT “Las representaciones gráficas de la crisis Argentina 2001-2003” y actualmente dirige el proyecto UBACyT “La construcción de lo precario como modo de representación en el diseño gráfico”. Fue directora de Publicaciones de la FADU/UBA. Fue profesora de la Universidad de Rosario y ex

directora asociada de la Universidad de Nueva York en Buenos Aires. Ex becaria de CLACSO y CONICET, editora de diversas publicaciones, entre las que se encuentra desde 2003 el proyecto binacional de la revista *Grumo* (premio 2008 del Ministerio de Cultura de Brasil) y el sitio www.salagrupo.org. Autora de libros y artículos, en 2008 compiló con María Ledesma *Pi-quete de ojo. Visualidades de la crisis Argentina 2001-2003*. E-mail: psiganevich@hotmail.com.

MABEL AMANDA LÓPEZ

ENUNCIADOS VISUALES FIJOS Y TEMPORALIDAD: CÓMO REPRESENTAR GRÁFICAMENTE EL TIEMPO

Palabras clave: representaciones gráficas, enunciados fijos, temporalidad, especialización temporal, temporalización espacial.

Key words: graphical representations, fixed set, temporality, temporal specialization, timing space.

RESUMEN

Tradicionalmente se ha definido la imagen visual fija como espacialización del tiempo, pura atemporalidad. Si bien la ausencia del factor tiempo parece detener en un puro presente la mayoría de las imágenes visuales, algunas manifiestan explícitamente un despliegue temporal. Lo visual no permite expresar formas deícticas de tiempo como *mañana* o *ayer* como los lenguajes verbales, con sus deícticos e índices de ostensión. Sin embargo, es posible reconstruir marcas temporales de pasado y futuro. Del mismo modo que el espacio produce una representación simbólica, el tiempo es mostrado de manera convencional o codificada.

En el artículo se analizarán casos tipo para esbozar una categorización de los distintos dispositivos retórico-enunciativos usados en la temporalización de enunciados visuales *fijos*.

ABSTRACT

Traditionally the steady image is defined as a spatialization of time, a pure non-temporality; its logic is alien to time, it is out of it. It is obvious that a visual image does not allow us to say tomorrow or the last year in a so concrete way as it happens in verbal language. However, it is possible to reconstruct temporal marks that allude to past and future. A series of rhetorical and enunciative devices can be found by means of which the visual statements express temporal relations. Taking into account that both space and time are symbolical representations, we will show typical cases in order to develop a theoretical categorization about the different rhetorical devices used in the temporalization of steady visual images.

MABEL AMANDA LÓPEZ es investigadora y profesora en el área de Comunicación Visual en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Profesora en el Postítulo en Comunicación visual de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Su área de interés principal es el diálogo en la enseñanza del diseño gráfico,

tema de su tesis doctoral. Desarrolla investigaciones que intersecan comunicación y diseño: enunciación visual, lectura de piezas gráficas; color y comunicación visual. E-mail: ychodos@fadu.uba.ar.

OS VALORES SIMBÓLICOS DO DESIGN DO TEMPO PRESENTE

ROSANA COSTA RAMALHO DE CASTRO

Palavras chave: Análise das Imagens, Semiótica Aplicada, Semiótica Visual, Psicologia da Gestalt, Comunicação Visual.

Palabras clave: análisis de la imagen, semiótica aplicada, Psicología de la Gestalt, comunicación visual.

Key words: Analysis of images, semiotics applied, visual semiotics, Gestalt Psychology, visual communication.

RESUMO

O presente artigo procura identificar o panorama que se descortina a partir da constatação da existência da Cultura do Design. Demonstra como os processos de concepção do Design, ainda praticado, fazem uso de teorias formais cujo principal interesse é de manter o controle do designer até depois do objeto assimilado impondo a os processos de concepção Designum sistema constante e Objetivo. Apresenta o Design do Tempo Presente um meio de romper com o cerco do formalismo para deixar emergir a plenitude da Subjetividade. Utiliza como estudo de caso o Cartaz do Festival de Cannes 2009 identificando o convite do designer ao receptor para, juntos, perceberem a imagem de acordo com os códigos simbólicos de cada um.

RESUMEN

Este artículo trata de identificar el panorama que se despliega a partir de la constatación de la existencia de la cultura del diseño. Muestra cómo los procesos de diseño, que todavía se practican, hacen uso de las teorías formales cuyo principal interés es mantener el control del diseñador hasta después de que el objeto de la imposición de asimilar los procesos de diseño para diseñar un sistema constante y propósito. Al presentar el diseño del tiempo presente una manera de romper el cerco del formalismo, surge la plenitud de la subjetividad. Se utiliza como estudio de caso del cartel del Festival de Cine de Cannes 2009 para identificar la invitación de la diseñadora al receptor a trabajar juntos para alcanzar la imagen de acuerdo con los códigos simbólicos de cada uno.

ABSTRACT

This article seeks to identify the panorama that unfolds from the observation of the existence of the culture of design. Demonstrates how the processes of design, still practiced, make use of formal theories whose main interest is to maintain control of the designer until after the object treated by requiring the processes design a system constant and object. The design

of the present time indicates the means of breaking the encirclement of the formalism, to let emerge the fullness of subjectivity. Use as a case study, the poster of the Festival de Cannes 2009 identify the invitation from the designer too the receiver to work together to comprehend the image in accordance with the symbolic codes of each one.

ROSANA COSTA RAMALHO DE CASTRO é designer, pós-doutoranda de Literatura e outras artes da UFF (2009). Possui doutorado em História pela UFF (2004) e mestrado em Artes Visuais pela UFRJ (1995). É professor adjunto da Universidade Federal do Rio de Janeiro desde 1981 e professora credenciada do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Arte - UFF. É membro da comissão de elaboração do Programa de Pós-Graduação em Design para Sustentabilidade - COPPE/EBA-UFRJ. Dedica-se à pesquisa sobre: semiótica e cultura do design, representações culturais, semiótica cultural e da imagem. É membro da Latin American Studies Association - Pitt/edu. E-mail: rosana.ramalho.c@gmail.com.

ROSANA RAMALHO COSTA DE CASTRO es diseñadora, becaria postdoctoral en literatura y otras artes de UFF (2009). Tiene un doctorado en Historia de la FFU (2004) y Maestría en Artes Visuales en la UFRJ (1995). Es profesora adjunta en la Universidad Federal de Río de Janeiro desde 1981 y profesora acreditada del Programa de Posgrado en Ciencias del Arte - UFF. Es miembro del comité de redacción del Programa de Postgrado en Diseño para la Sostenibilidad - COPPE / UFRJ-EBA. Dedicada a la investigación sobre: semiótica y cultura del diseño, representación cultural, semiótica e imagen cultural. Miembro de la Asociación de Estudios Latinoamericanos - Pitt / edu. E-mail: rosana.ramalho@gmail.com.

LUZ DEL CARMEN VILCHIS ESQUIVEL

EL FENÓMENO DE SEMIOSIS EN EL DISEÑO GRÁFICO

Palabras clave: diseño gráfico, intencionalidad, sentido, semiosis, discurso.

Key words: graphic design, intentionality, meaning, semiosis, discourse.

RESUMEN

Este texto es una reflexión sobre las condiciones de comprensión semiótica del diseño gráfico, considerando como fundamento los conceptos de intencionalidad, sentido y semiosis y sus vínculos con el campo semántico del diseño gráfico en el que destacan las cualidades matéricas de lo diseñado como el objeto de estudio de esta disciplina. Las condiciones significativas de los fenómenos del diseño están delimitadas bajo la teoría de las necesidades y sus características semióticas integran las dimensiones del signo tanto como las posibilidades de exégesis que surgen del pensamiento visual. Desde aquí, y junto a las ideas de discurso, texto y contexto, se explica la comunicación visual en lo diseñado.

ABSTRACT

This text is a reflection of the semiotic conditions to understand the graphic design, taking as basis the concepts of intentionality, meaning and semiosis and its links with the semantic field of graphic design which highlights the material qualities than intended as the object of study of this discipline. Significant conditions of the design phenomena are defined under the theory of needs and features integrated the sign semiotic dimensions, as well as opportunities arise exegesis of visual thinking. From here, and with the ideas of discourse, text and context is explained in visual communication design.

LUZ DEL CARMEN VILCHIS ESQUIVEL es catedrática de la UNAM. Licenciada en Diseño Gráfico y Filosofía. Maestría en Diseño Gráfico. Doctorado en Bellas Artes en la Universidad Politécnica de Valencia y Doctorado en Filosofía en la UNAM. Autora de 12 libros, ha colaborado en 23 libros y publicado 81 artículos especializados nacionales e internacionales. Pionera en la aplicación de tecnología digital al diseño, ha elaborado planes de estudios en 7 universidades, dirigido más de 200 tesis de licenciatura y dictado 85 cursos y 135 conferencias en 24 países. Miembro de DRS, Fundación Historia del Diseño y Design History Society, entre otros, forma parte de 13 comités editoriales internacionales arbitrando 56 artículos internacionales. Trabaja diseño profesional y expone obra gráfica desde 1979.

VERÓNICA DEVALLE

TRADICIONES DISCIPLINARES EN LA CONFORMACIÓN DEL DISCURSO DEL DISEÑO GRÁFICO.
HERENCIAS, LEGADOS Y HORIZONTE DE PROYECCIÓN

Palabras clave: diseño, disciplina, discursos, prácticas, instituciones.

Key words: design, subject, discourses, practices, institutions.

RESUMEN

El presente artículo reflexiona sobre las tradiciones que convergen en la creación del diseño gráfico como disciplina en la Argentina tomando la dimensión discursiva del mismo como corpus de análisis. Se trabajó con fuentes primarias (entrevistas, documentos fundacionales, programas de materias, actas de congresos, estatutos de asociaciones) y con fuentes secundarias.

ABSTRACT

This paper reflects on the traditions that converge in the creation of graphic design as a discipline in Argentina, taking the discursive dimension of it as a corpus of analysis. We worked with primary sources (interviews, founding documents, career courses programs, conferences papers, associations statutes) and secondary sources.

VERÓNICA DEVALLE es licenciada en Sociología, doctora en Teoría e Historia de las Artes por la Universidad de Buenos Aires y magíster en Sociología de la Cultura por la Universidad Nacional de San Martín. Profesora en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UBA e investigadora adjunta del CONICET. Es autora de *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)* y compiladora junto a Leonor Arfuch de *Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global*, ambos de reciente edición. E-mail: vdevalle2005@yahoo.com.ar.

ROCCO MANGIERI

DISEÑO GRÁFICO Y SEMIÓTICA EN VENEZUELA: ENTRE HISTORIOGRAFÍA Y TEORÍA

Palabras clave: diseño gráfico, semiótica, historiografía.

Key words: graphic design, semiotics, historiography.

RESUMEN

En este trabajo se trata de articular y conectar las producciones del diseño gráfico en el proceso educativo desde una perspectiva semiótica. Al mismo tiempo, se propone una tipología semiótica abierta para realizar nuevos estudios sobre el análisis sincrónico y diacrónico del diseño. Los objetos de diseño gráfico aquí elegidos se colocan entre una teoría semiótica y la historiografía.

ABSTRACT

This paper tries to articulate and connect the productions of the graphic design in the educational process from a semiotic perspective. At the same time, we propose an open semiotic typology for further studies over synchronic and diachronic analysis of design. The graphic design's objects chosen here are placed between a semiotic theory and historiography.

ROCCO MANGIERI es arquitecto, director de cine y televisión (Universidad del Zulia, Universidad de Roma, Academia Nacional de Cine y TV), semiólogo (Universidad de Bologna, Universidad de Urbino). Enseña semiótica de la imagen, dirige el Centro de Semiótica de las Artes y el Laboratorio de Socioantropología Teatral de la Universidad de Los Andes. Secretario general de la Federación Latinoamericana de Semiótica y miembro del staff de la Asociación Internacional de Semiótica Visual y de la IASS. E-mail: roccomangieri642@hotmail.com.

LYDIA ELIZALDE

PRAGMÁTICA DE LA EXPRESIÓN GRÁFICA EN REVISTAS DE ARTES VISUALES Y DISEÑO EN MÉXICO

Palabras clave: práctica gráfica, revistas, pragmática gráfica, recepción, mensajes icónicos.

Key words: graphic practice, magazines, graphic pragmatic, reception, iconic messages.

RESUMEN

La práctica del diseño es un producto de la comunicación de masas y los argumentos que sustenta la exhibición de diseño realizado en algunas revistas culturales mexicanas a partir de 1970 es reconocida por sus lectores. En su diseño han sido determinantes los ambientes culturales que permitieron la definición de estilo de cada revista y representan una manera de expresión y significación a partir del pluralismo y la diversidad de sus contenidos. El acercamiento a estas revistas no puede dejar de considerar la transformación que ha habido en los últimos treinta años en los procesos de producción y de recepción de sus mensajes icónicos y que en la actualidad se analizan desde los mismos espacios de la comunicación de la cultura donde fueron generados.

ABSTRACT

The practice of graphic design is product of mass communication and the arguments supporting the design presented in some magazines of visual arts and design in Mexico, since 1970, is renowned for its readers. The cultural environment has been decisive in their design that defines the style of each magazine; which represents a form of expression and meaning of the pluralism and diversity of their contents. The approach to these magazines considers the changes that have occurred over the past thirty years in the process of production and reception of iconic messages, which now are studied from the same areas of the communication of culture where they were generated.

LYDIA ELIZALDE es doctora en Historia del Arte, es profesora investigadora de la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM) y pertenece al Sistema Nacional de Investigadores. Es integrante del cuerpo académico *Teoría y Crítica del Arte y la Literatura* y autora de artículos especializados en semiótica del arte y diseño gráfico, y de investigación histórica sobre el diseño y la producción editorial en México. Coordinó y editó los libros *Revistas culturales latinoamericanas 1960-2008* (2010, coedición UAEM/Juan Pablos editor). Es autora del libro *Diseño en la Revista de la Universidad de México* (2009, coedición UNAM/UAEM/Bonilla Artigas editores), un estudio semiótico de la difusión de la cultura universitaria. Co-coordinadora, del libro *Imaginarios del grotesco, teoría y crítica* (2011, coedición UAEM/ UIA/ Juan Pablos editor). E-mail: semiotikavisual@gmail.com.

TERESA CAMACHO

LA SÍNTESIS VISUAL DE FÉLIX BELTRÁN

TERESA CAMACHO es egresada de la licenciatura en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma Metropolitana, es especialista y maestra en diseño en el área de nuevas tecnologías. Realizó estudios sobre Psicología de la Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid. Ha participado como jurado en concursos de diseño, sus trabajos se han presentado en exposiciones nacionales e internacionales, ha impartido conferencias y talleres en diferen-

tes instituciones. Desde 1994 trabaja como free lance, destacando su participación en 1995 como colaboradora de la Coordinación de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma Metropolitana así como su trabajo permanente desde 1993 para Félix Beltrán+Asociados.

HUMBERTO VALDIVIESO

EL DISEÑO, LOS ESPEJOS Y LA CÓPULA

Palabras clave: diseño, geometría visual, tejido del espacio.

Key words: design, visual geometry, tissue space.

RESUMEN

Pensar el diseño como sistema, asunto que le da cuerpo a este escrito, supone indagar sobre su función y el lugar de su espacialidad en el discurso. Asimismo, pide definir las condiciones de aparición de su *ethos* o modo de ser dentro de la cultura visual. La reflexión ha tenido como base tres discursos distanciados, aparentemente, del diseño, pero referidos al diseñar: la geometría visual de Tlön y la idea “los espejos y la cópula son abominables, porque multiplican el número de los hombres” en Borges; las leyes y paradojas que Michel Foucault halla en el tratamiento del tejido del espacio que Michel Butor hace en la *Descripción de San Marcos*; y, por último, la estructura que Hefestos diseña para el escudo de Aquiles en la *Ilíada*.

ABSTRACT

Think about design as a system, issue that gives form to this essay, about the role and place of his visual and spatial discourse. Also to defines the conditions for the appearance of the *ethos* inside our visual culture. In Tlön (Borges) the visual geometry and the idea that “mirrors and copulation are abominable because they multiply the number of men”; the paradoxes and laws that Foucault lies in the Butor’s space description of San Marcos; and finally, the visual structure designed in Achilles’s shield in the *Iliad*.

HUMBERTO VALDIVIESO es licenciado en Letras y magister scientiarum en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Profesor de Arte, Semiótica y Teorías de la Comunicación. Investigador del Centro de Investigación y Formación Humanística de la Universidad Católica Andrés Bello. Director de la revista *Baciyelmo* de la Escuela de Letras de la UCAB. Ha publicado artículos en las revistas *Temas de Comunicación UCAB*, *Investigaciones Literarias UCV* y *Revista Nacional de Cultura*. Su investigación en arte y diseño comprende las exposiciones Color, amor y calor de la Pequeña Venecia. Santiago Pol en la 51ª Bienal de Venecia; El Quijote Gráfico; entre otras. E-mail: hvaldivieso@gmail.com.

Impreso en Color Efe
Paso 192. Avellaneda.
Pcia. de Buenos Aires
Enero 2014