

Libros de **Cátedra**

# Comunicación Visual

Reflexión y práctica de la enseñanza

María Jorgelina Branda  
Ana Cuenya

FACULTAD DE  
BELLAS ARTES

**S**  
sociales



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

**COMUNICACIÓN VISUAL  
REFLEXIÓN Y PRÁCTICA DE LA ENSEÑANZA**

*María Jorgelina Branda  
Ana Cuenya*



**2014**

Branda, María Jorgelina

Didáctica específica / María Jorgelina Branda y Ana Cuenya. - 1a ed. - La Plata : Universidad Nacional de La Plata, 2014.

E-Book: ISBN 978-950-34-1073-8

1. Artes Visuales. 2. Comunicación Visual. 3. Enseñanza Universitaria. I. Cuenya, Ana II. Título

CDD 707.011

Fecha de catalogación: 08/04/2014

**Diseño de tapa:** Dirección de Comunicación Visual de la UNLP



**Universidad Nacional de La Plata – Editorial de la Universidad de La Plata**

47 N.º 380 / La Plata B1900AJP / Buenos Aires, Argentina  
+54 221 427 3992 / 427 4898  
editorial@editorial.unlp.edu.ar  
www.editorial.unlp.edu.ar

Edulp integra la Red de Editoriales Universitarias Nacionales (REUN)

Primera edición, 2014  
ISBN 978-950-34-1073-8  
© 2014 - Edulp

Dedicamos este trabajo a nuestros compañeros de estos veinte años en la Cátedra B, quienes forman parte del camino transitado. En especial a Celia Cuenya y a Roberto Rollié, siempre en nuestro recuerdo.

Dice, M. Csikszentmihalyi, en su libro "Creatividad". "...La mayoría de las cosas que son interesantes y humanas son resultado de la creatividad. Compartimos el 98% de nuestra composición genética con los chimpancés. Lo que nos diferencia de ellos - nuestro lenguaje, valores, expresión artística, inteligencia científica y tecnológica - es el resultado de una ingeniosidad individual que ha sido reconocida, recompensada y transmitida a través del aprendizaje. Sin creatividad, sería verdaderamente difícil distinguir a los seres humanos de los monos".

Csikszentmihalyi, M. "Creatividad" Ed. Paidós. Bs.As. 1998

## **AGRADECIMIENTOS**

Desde el año 1992 la Cátedra de Comunicación visual “B” de la FBA- UNLP, ha desarrollado distintos trabajos de elaboración e investigación con el equipo de docentes - investigadores, sobre Ciudad y Comunicación y sobre temas culturales y didácticos. Algunos de estos estudios son: “Comunicación visual urbana en la ciudad de La Plata”. “Estado del Patrimonio en La Plata”, “Calidad de vida urbana”, “La cultura y las fiestas”, “Contaminación Visual” y “Ciudad de La Plata. Imagen urbana”. En estos trabajos colaboró el equipo docente y de investigadores de la Cátedra “B”, tanto en la construcción teórica colectiva, como en la implementación didáctica, de los cursos de II a V año.

Nuestro agradecimiento a: María C. Blanco, Laura Álvarez, Diego Caputo, Edgardo Dalachiesa, Fabio Ares, Atilio Díaz, Héctor Ungurean, Matías Carricaburu, Mariana Rimoldi, Marcelo Alonso, Ignacio Desuk, Gustavo Arroyo, Florencia Pereyra, Valeria Carbajal, Julio Arca, Esteban Luna, Mariana Avico, Pablo Massolo, Eugenia Rojido, Licia Rizziardi, Julia Gouffier y Nadia Gardella, Evangelina Verón y Valeria Salazar.

# ÍNDICE

<b>Presentación</b>	<b>7</b>
<b>Prólogo</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo 1.</b> Introducción a una didáctica para la enseñanza en comunicación visual	<b>12</b>
<b>Capítulo 2.</b> Las dimensiones de la imagen y el estilo	<b>38</b>
<b>Capítulo 3.</b> El concepto de Identidad y sus complejidades	<b>68</b>
<b>Capítulo 4.</b> Discursos y características de los Medios de Comunicación	<b>80</b>
<b>Capítulo 5.</b> La Comunicación visual urbana en La Plata	<b>89</b>
<b>Capítulo 6.</b> Sobre la experiencia, del egreso de grado, entre 2009-2012	<b>124</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>136</b>
<b>Las autoras</b>	<b>139</b>

## PRESENTACIÓN

La convocatoria realizada en el marco de la UNLP como “Libro de cátedra” ha dado la posibilidad de contar con materiales específicos, ligados a la dinámica educativa y a las necesidades de de las distintas áreas académicas. Coordinado por la Titular de DCV “B” Profesora, María Branda y la Adjunta, Profesora Ana Cuenya, en este trabajo, proponen una mirada sobre cuestiones didácticas, aspectos de los contenidos como la imagen y el estilo, la identidad y las intervenciones urbanas, desde la comunicación visual. Este enfoque, concibe y formula al proceso de enseñanza como un ámbito de reflexión que produce saberes cotejados con la experiencia, siempre renovadora, del acontecer educativo. Está planteado desde la diversidad de aspectos que configuran el saber de una disciplina que cambia y se difunde ampliamente en los últimos años. El texto desarrolla una apreciación pedagógica y de contenidos conceptuales del campo de incumbencia, que expresan una orientación integral sobre los problemas, en lo metodológico y teórico, que es implementada y construida por los autores en el devenir de la práctica en la comunidad. Se destaca el valor del proceso de construcción de conocimientos, que se extrae de la aplicación de los aprendizajes en el aula, y de las conclusiones que permiten iniciar un nuevo proceso y buscar las respuestas a los interrogantes planteados.

La relevancia de realizar proyectos vinculados a lo social, a lo cultural y educativo, que aparecen como sustento de los “Proyectos de comunicación integral”, es un recurso que valida las intervenciones de diseño en los contextos de aplicación. Se desarrollan en el plano conceptual, en el vincular y en el visual, los lineamientos para proponer producciones que tienen destinatarios tangibles. La identidad, la imagen, el estilo, los medios, constituyen los contenidos desde los cuales se fundamenta la elaboración de los mensajes, se forma a los alumnos y se interactúa con los docentes. La propuesta para el debate de un nuevo plan de estudios y de un tipo de evaluación para los trabajos de graduación, como la descripción del egreso universitario, confieren un interés actualizado al recorrido que se explicita.



El libro expone un material planteado sobre lo disciplinario y lo didáctico, que hace de esta edición, una pieza atractiva, para la reflexión y el debate en el campo. Siendo por lo tanto de interés para profesionales, docentes y alumnos. Su amplitud posibilita varias lecturas y se presenta con un lenguaje accesible para los estudiantes y egresados con preocupaciones afines.

El cuerpo docente de la cátedra y el equipo de investigación, participaron realizando el seguimiento y la orientación de los alumnos en su aprendizaje y aplicando instrumentos de evaluación, cubriendo todos los aspectos y los temas que hacen a los proyectos de graduación, de este modo contribuyen a plantear reformulaciones hacia las prácticas de los futuros diseñadores. En lo que hace la comunicación visual urbana, los debates sobre ciudad, entre espacio público y privado, la arquitectura fundacional, el cuidado del patrimonio, la señalética y aquellos mensajes espontáneos de grupos que se expresan en la ciudad, configuran desde esta concepción, un aporte creativo.

Estas ideas superan la mirada funcionalista, que aun subsiste sobre la ciudad, sus actores y las intervenciones. La vasta producción de elementos que conforma la comunicación visual urbana, es un espacio complejo de múltiples textos, de discursos disímiles, que es necesario analizar para indagar sus antecedentes y características, cuando son parte de la enseñanza y de la producción comunicacional. Identidad y memoria son dos conceptos a repensar, ya que se reconsideran desde que se recuperó la democracia en el país y abren diversas líneas de interpretación. El libro menciona obras de diseño y arte urbano dedicando un capítulo a la producción de comunicación visual en el territorio, incluyendo en el análisis, las observaciones de su tránsito de varios años de proyectos, relevamiento e inserción en la ciudad.

Antecedentes a esta configuración de ideas, el libro "Enseñanza del Diseño en Comunicación Visual", Ed Nobuko, "Muñecos de fin de año", Ed. La Comuna. "Comunicación y creatividad", Ed Nobuko y "Ciudad de La Plata Imagen urbana", Ed. CCV "B". FBA: UNLP. Los mismos constituyen un aporte al proceso de enseñanza aprendizaje, que las autoras complementan con esta publicación. Considerar en el estudio, el resultado del trabajo en el aula y de la investigación que la cátedra viene realizando en relación con la práctica docente, contribuye a valorizar los saberes que se construyen y abren

horizontes para nuevas búsquedas. En estas páginas confluye la preocupación por la tarea de formar profesionales capaces de resolver propuestas integrales de comunicación, redimensionando los alcances de su trabajo y la vitalidad de la participación social, en la cual se involucra la Cátedra “B”.

Magíster Jorgelina Quiroga

## PRÓLOGO

El conjunto de materiales que presentamos forma parte de la elaboración realizada para la enseñanza de grado en Diseño en Comunicación Visual, la planificación pedagógica y la implementación disciplinaria. Creemos que esta tarea requiere de una bibliografía elaborada específicamente para su enseñanza. Contribuyeron para elaborar estos textos, los resultados de los trabajos de investigación, realizados durante varios años, por la Cátedra de Diseño en Comunicación Visual, FBA. UNLP.

Los fundamentos para la docencia - investigación han sido la figura rectora del proceso educativo. Sobre esta base, se comenzó a trabajar en 1992, en la organización de un proyecto de cátedra, en los programas, los textos de lectura, la metodología de análisis y las formas de transferencia a los lugares previstos para la inserción social.

Esta experiencia de construcción teórico-educativa, se continúa hasta la fecha. La mayoría de los docentes han sido alumnos y luego ingresaron a continuar su aporte a la carrera, muchos de ellos ingresaron desde los primeros años, y han participado de este recorrido, con un alto grado de compromiso con la tarea académica. La continuidad del equipo, ha permitido recoger vivencias valiosas acontecidas en el aula.

De este proceso surgen los textos que aquí se recogen, que comenzaron con los desarrollos de los contenidos seleccionados para los cursos y se ampliaron a la investigación. En función de profundizar la historia la carrera, se realizó un primer proyecto de estudio, aprobado en el Programa de Incentivos, denominado; “Historicidad de la carrera de diseño en comunicación visual.(1960-1990) y Propuesta curricular”. Este proyecto tuvo continuidad en “Didáctica y creatividad en las áreas proyectuales” y “Proyectos comunicacionales y evaluación”. (entre los años, 1994-2012)

Simultáneamente otros planos de investigación que abordamos se centraron en el problema de la “Comunicación visual urbana en la ciudad de La Plata”. Esta problemática está vinculada a una teoría del diseño urbano, y ha sido estudiada para el IV curso, temática que continúa en ejecución.

Los resultados de la experiencia de estos veinte años de ejercicio académico, son sujeto de evaluaciones continuas y abren innumerables líneas de indagación. Para ir alcanzando distintos niveles de síntesis es interesante

exponer los momentos de cierre de cada etapa, para comenzar un nuevo proceso de elaboración. Posiblemente sea en el “curriculum oculto”, donde el análisis puede expresar su mayor riqueza, abriendo un amplio campo de búsqueda para generar otros espacios de reflexión. Pero el estudio del curriculum aparente y el curriculum vivido, con sus saberes, experimentaciones y dudas, será objeto de otro trabajo que requiere cierta distancia de la práctica cotidiana. Nos proponemos ahora analizar las líneas teóricas, disciplinares y educativas, que orientan el conocimiento de la Comunicación Visual y su implementación en el aula y en distintos espacios de la ciudad.

# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN A UNA DIDÁCTICA PARA LA ENSEÑANZA EN COMUNICACIÓN VISUAL

El campo del diseño en comunicación visual, se conforma en una realidad cambiante de innovaciones e incumbencias, que se van definiendo en etapas, dónde la Comunicación es un espacio trascendente en la vida social. Es una disciplina que adquiere cada vez más presencia en todos los ámbitos de la vida pública, y necesita de la permanente actualización en el plano de la enseñanza y la profesión, para producir y formar a los alumnos en las áreas de Comunicación visual, Diseño y Arte. El desarrollo de los estudios sobre sus alcances y gravitación, han adquirido una dimensión sustantiva y la inversión en comunicación, es de las más altas del mundo. Una pedagogía para la enseñanza, en la carrera de Diseño en Comunicación Visual, necesita incorporar nuevos conceptos y hacerlo en forma permanente, ya que su ingerencia es significativa y las transformaciones en Cultura y Comunicación se han debatido extensamente en los últimos años. En lo hace a la enseñanza superior ha crecido notablemente en cantidad de aspirantes y se han multiplicado las polémicas y avances disciplinarios, como las innovaciones tecnológicas. Esta actualización debe ser incluida en los programas de formación. La carrera se fundó en la situación social y económica de los años 60, respondiendo a la necesidad de demandas reales, para formar especialistas universitarios. Posteriormente se fueron aplicando cambios en distintas etapas, que actualizaron la currícula y por lo tanto ahora, es necesario pensar las líneas directrices que inciden en su reformulación.

La Comunicación visual es una disciplina sustentada en las teorías de comunicación, instrumentalmente proyectual y productiva, que puede resolver problemáticas y necesidades comunicacionales de la sociedad.

Su práctica metodológica se basa en algunos aspectos fundamentales: la investigación, la conceptualización, la observación, el análisis situacional de los problemas, y las variables de la imagen, para luego generar los proyectos para la posterior concreción de las intervenciones proyectuales, en distintos medios y espacios.

El objeto de estudio de la comunicación visual es la construcción significativa del mensaje, como resultado de una cultura y del contexto en que se desarrolla, con las características de su tiempo.

"La época actual se caracteriza por un boom del diseño que puede finalizar tan velozmente como se difundió, pero en este contexto no interesa tanto el boom en sí mismo, como la posibilidad de concebir el diseño como una disciplina fundamental, capaz de abarcar todos los niveles de la educación. Es una oportunidad que se ofrece por primera vez y es imprescindible aprovecharla, ya que no existe campo del conocimiento ni actividad humana que no esté relacionada con la proyección".<sup>1</sup>

La institución educativa debe estar preparada para brindarle al alumno el conocimiento y las herramientas metodológicas que lo preparen para que su accionar comunicativo sea el resultado de un proceso analítico, de reflexión y crítica, sobre un accionar creativo. Proporcionar los instrumentos formativos para que los jóvenes puedan participar en forma autónoma y democrática en su espacio cultural y en la sociedad a la que pertenecen. Los planes de estudio deben estar sujetos a evaluación permanente, siendo innovadores para consolidar a los futuros profesionales en un sentido dinámico, integral y eficiente. Capaces de analizar e interpretar su tiempo, desde un saber y una ética, para una práctica proyectual, inserta en el espacio de aplicación.

## Fundamentos didácticos

La formación de profesionales en la Universidad pública, contribuye a la sociedad en su conjunto y trabaja para el desarrollo del país y la calidad de vida de la población. El currículum por medio de procedimientos metodológicos, del desarrollo del objeto de estudio de la disciplina y de la orientación pedagógica, aportan al desarrollo de las capacidades intelectuales y las habilidades técnicas, de una formación profesional abarcativa que no se reduce a lo instrumental. La observación y reflexión respecto de su entorno permiten al sujeto que aprende construir el objeto de estudio y ser capaz de operar un pensamiento y un proyecto inmersos en el marco social, elegir de forma

---

<sup>1</sup> Gui Bonsiepe - Del objeto a la interfaces Mutaciones el Diseño - Ed. Infinito Buenos aires

autónoma y consciente su futuro educativo y/o profesional y participar de su entorno y su comunidad.

"Como producción de una realidad nueva, el Proyecto existe en todas las áreas de la actividad humana. Desde el momento que nos abrimos al futuro, entramos en el campo de la proyectación. El futuro no está dado, es proyectado".<sup>2</sup>

La construcción de aprendizajes es un proceso de experiencia y conocimiento que no separa la teoría de la práctica, sino que las integra como dos momentos del acto de conocer. La incorporación de nuevos lenguajes, debe estar presente en el transcurso de la carrera. La construcción de mensajes a través de distintos medios y objetos será sostenida por el conjunto de materias que se relacionan curricularmente, en el acontecimiento educativo. El conocimiento e interpretación de los mismos, le permitirá al alumno, comprender y analizar críticamente desde distintos saberes, para desarrollar sus propuestas.

La cultura actual viabilizada a través de los medios de comunicación, en especial del cine, la televisión y la Web, constituyen la educación no-formal, que contribuyen a la estimulación imaginativa, transmitiendo productos visuales que forman parte de la vida diaria. Estos mensajes son parte de la educación informal, que la educación formal debe incorporar, con las nuevas miradas y tecnologías cambiantes.

La falta de organicidad en los planes de enseñanza para la transmisión del lenguaje visual y las imágenes en general, que se reciben, inciden en las facultades racionales y perceptivas de los estudiantes. En momentos de globalización informativa el individuo es destinatario de una gigantesca avalancha de estímulos visuales, pero no se lo educa con las herramientas básicas necesarias que otorga lo visual, el diseño y la comunicación, para procesar, analizar y seleccionar los mensajes, desde una apreciación reflexiva y capaz de seleccionar o elegir. La escuela enseña a leer y escribir, pero no a comprender las imágenes, a interpretar su sentido y a emplearlas intencionalmente en la producción gráfica.

---

<sup>2</sup> Gui Bonsiepe - Del objeto a la interfaces Mutaciones el Diseño -2000. Ed. Infinito Buenos Aires

El aprendizaje del lenguaje visual no solo se suma al lenguaje verbal, sino que se articulan, ampliando las posibilidades expresivas y comunicacionales.

El diseño en comunicación visual, es una disciplina que se relaciona de diferentes maneras con otras áreas del conocimiento. Propone al alumno una permanente vinculación con otros campos (sociales, culturales, científicas, políticas, económicas, productivas, tecnológicas etc.) Por esta razón preparar al estudiante para el abordaje de trabajos grupales e interdisciplinarios, es integrar su capacidad comunicativa.

La comunicación visual depende del conocimiento amplio de otras áreas y espacios curriculares, para su aprendizaje. Para que el alumno pueda incorporarse a la problemática de diseño, el plan de estudios debe contemplar:

- ◆ Adquirir una cultura general integradora, desde las ciencias sociales.
- ◆ Elaborar y manejar los conceptos e instrumentos de la disciplina
- ◆ Analizar el diseño en su contexto espacial y temporal.
- ◆ Relacionar los contenidos de los distintos espacios curriculares.
- ◆ Manejar los elementos básicos del lenguaje verbal y de la imagen.
- ◆ Conocer las bases para implementar metodológicamente un proceso de investigación y diagnóstico comunicacional.
- ◆ Manejar el saber y los recursos de su disciplina para realizar proyectos de comunicación integrales.

Las características metodológicas para la enseñanza del diseño requieren de la implementación de actividades colectivas, de preparar al alumno para asumir responsabilidades, participar del debate organizado, acordar y tomar decisiones compartidas, en función de un proyecto común.

La educación visual permite la construcción de un pensamiento integral, abstracto e imaginativo. El aprendizaje del diseño es un vehículo entre reflexión y realización de proyectos visuales, que articulan la incumbencia.

Para formar profesionales en el campo de la comunicación visual, capaces de conjugar la reflexión y la acción, se requiere de entrenamiento, disposición y esfuerzo intelectual y sensible como de la experiencia. Afianzar la confianza en las capacidades propias, creer en la capacidad de elaborar, producir y alimentar el trabajo en campo.



"El Diseño es una forma de ser, de vivir, de sentir, de ver y de interpretar el mundo circundante, que como cualquier disciplina inunda la experiencia vital de quien la ejerce proyectándole una plácida alegría de autorealización".<sup>3</sup>

La enseñanza se orienta a pensar la práctica proyectual sujeta a las condiciones del contexto social, productivo y simbólico, insertos en el territorio real en el que se involucra.

Implementado este tipo de formación en la disciplina, el alumno, logrará involucrarse activamente en su entorno, desarrollando propuestas situadas, ya que no es posible concebir el diseño fuera de un espacio y un tiempo determinados. De esta manera, se comprenderá la importancia de la participación activa y experimental, para aprender, aportar a sus pares, a su comunidad y en consecuencia a su país.

#### Sustentos conceptuales de la Comunicación Visual.

La comunicación visual es un campo proyectual, sustentado en la teorías de la comunicación. Entendida en términos estrictos implica un cierto anacronismo, es difícil reducir hoy la producción de mensajes a las concepciones tradicionales que se basaban en definiciones vinculadas a los sentidos, a la sensorialidad visual, a la subjetividad. Si bien en la comunicación instalada en la vida social estos esquemas se han roto por las transformaciones teóricas y tecnológicas, aún subsisten en la enseñanza estas modalidades fragmentarias de construir el conocimiento.

El panorama general de la enseñanza de la Comunicación visual, muestra no solo esta segmentación sino también un cierto grado de pragmatismo en el "aprender haciendo" despojado de elementos teóricos conceptuales los que impiden una visión integral de la complejidad de la comunicación como campo disciplinar. Dentro de los aportes al campo de Comunicación y Cultura en la década del 80, después de plantearse la necesidad de desplazar el eje de estudio de los medios a las mediaciones, emerge en el contexto de los que se llamó a los 90 la "década perdida", la definición de Martín Barbero que inicia un proceso de articulación de la comunicación con la cultura, en la búsqueda de definir su sentido- significado. Los trabajos de Barbero son fundamentalmente

---

<sup>3</sup> Gui Bonsiepe - Del objeto a la interfaces Mutaciones el Diseño – 2000. Ed. Infinito Buenos Aires

teóricos y abren el campo de investigación a las identidades, a los medios y las mediaciones, en un espacio de tensiones como es lo público.

En 1981 Habermas publica su obra "Teoría de la acción comunicativa". Es una obra sociológica, una teoría global de la sociedad: el origen, la evolución y las patologías de la sociedad. Habermas abandona la anterior visión sobre el programa de la filosofía de la conciencia o del sujeto y se ubica en el de la intersubjetividad comunicativa o del entendimiento lingüístico. Desde este punto de vista, considera entre otras cosas que el modelo de acuerdo con el cual hay que pensar la acción social no es ya el de una acción subjetiva orientada por fines egoístas de sujetos individuales, sino el de una acción orientada al entendimiento en el cual los sujetos coordinan sus planes de acción sobre la base de acuerdos motivados racionalmente, a partir de la aceptación de pretensiones. La pragmática universal intenta identificar y reconstruir las condiciones universales de todo entendimiento posible en el medio específico del habla. En este sentido, Jorge González, Sánchez Ruiz, Guillermo Orosco, Fuentes Navarro y García Canclini, son los investigadores cuya producción en Latinoamérica, ha aportado con estudios que abordan diversos aspectos de la temática.

Desde el punto de vista teórico es necesario incorporar estos debates y la comprensión del proceso de comunicación con la complejidad que implica. Entender que se trata de un proceso que es sustantivo en la vida social y que éste es su contexto.

La comunicación cualquiera sea su característica y los canales por los cuales se transmite, genera otro fenómeno complejo, producto de la interrelación de sus diferentes modalidades, que construyen una *trama de significación* que no puede ser subestimada desde una disciplina que pretende tener una visión global del proceso, para luego poder abordar con idoneidad aquél aspecto específico, propio de alguna de las tipologías de los mensajes, su circulación y su consumo.

La comunicación visual hace mucho tiempo que no puede ser concebida como un simple "hacer". El compromiso propio de la construcción de sentido para una interpretación y comprensión social, tiene que prever una cuota cualitativa de relaciones interdisciplinarias para la consolidación eficiente de estos productos que son los mensajes.

El intento de repensar una teoría de la enseñanza del diseño lleva a ubicar los

alcances de la disciplina en su situación actual. Indagar y definir, cómo hacer que un conjunto de conceptos se construyan y transmitan sin interferencias en la práctica proyectual.

Otro aspecto a considerar que ha dado lugar a permanentes debates es el del lenguaje, sobretodo en lo que hace a la sobre dimensión del lenguaje visual como fenómeno predominante. Esto ha generando un privilegio cercano a un esencialismo casi místico por lo perceptible. Podemos hablar de una mística de la percepción visual, como elemento estructurante. Este “perceptualismo” muestra sus limitaciones, en la medida que es posible recuperar la comunicación como construcción de sentidos. Se abre así el estudio más extenso sobre conceptos como el de género, estilo, retórica, discurso, etc.

Un tema a considerar es el espacio de reflexión crítica, acerca del concepto de estilo y el de género, como los problemas teóricos de la comunicación. En la práctica del diseño como en su enseñanza, las cuestiones estilísticas duelen estar ausentes, siendo componentes insoslayables. Se suele manejar lo estilístico sin reconocer su historia, y la validez en la construcción de la significación. La selección de los elementos intervinientes en un diseño son portadores de estilo y están signados por diferentes paradigmas históricos sociales, culturales, estéticos, etc. Conociendo estos conceptos, que conforman un saber abarcatibo, pueden pasar a ser protagonistas activos del proceso proyectual.

El desarrollo tecnológico de los últimos años incide en el campo de la Comunicación visual, modificando su incumbencia, sus modos de intervención y sus audiencias. La adecuación a los cambios permanentes, implica reorientar los sustentos y los fundamentos.

### Orientación pedagógica

El proceso de enseñanza aprendizaje se inscribe en la dinámica de transmisión de una cultura y en ese marco se produce la construcción de conocimientos que preparan a un sujeto en determinado campo del saber. El término aprendizaje adquiere características diversas según la corriente de interpretación educativa que lo teorice y practique. Entendemos, dentro de la amplia corriente cognitiva, que el proceso de enseñanza aprendizaje es un

acontecimiento de construcción conceptual que se produce, en un momento histórico, en un campo disciplinario, en una etapa específica de la inteligencia, con sujetos sociales que participan e interactúan. En la educación superior, la institución, el currículum, los docentes y los alumnos, van a propiciar un proceso de enseñanza que se propone construir aprendizajes, desde una concepción disciplinar y una didáctica.

En este proceso de aprendizajes significativos, intervienen todos los factores involucrados en la educación y el problema central está en *el marco social, los conocimientos y la experiencia educativa y social*. Tener una visión integral de esta complejidad, hace posible el hecho cognoscitivo.

Los saberes específicos de la disciplina se ordenan en los contenidos programáticos, que expresan las categorías de análisis que van a conformar los objetos de estudio de la carrera. Esta orientación va a influir directamente sobre la práctica educativa. Es decir el proceso de enseñanza - aprendizaje se inscribe en este marco global, sintetizando la construcción del tipo de pensamiento que es necesario operar para dominar una disciplina.

La dimensión pedagógica en el proceso de enseñar y aprender, para una disciplina como la comunicación visual, radica justamente en esta problemática, en la construcción de proyectos de comunicación integrales, para resolver problemáticas sociales. En su orientación, en como está planteada y en la realidad curricular vivida, que la imparte y la contiene.

La función de la Universidad, es formar profesionales en los diferentes campos del conocimiento. La educación es un derecho social de todos los habitantes. La formación aspira al nivel más alto, a la inserción, a formar integralmente. Desde un plan de estudios con saberes y prácticas vinculados al contexto general y particular. El estudiante tiende a labrar un porvenir mejor, a la movilidad social por medio de los estudios superiores. Esta es una de las utopías, inherentes a la educación. Se proyecta hacia el futuro de mediano y largo plazo y se traza un camino para la formación.

El sistema educativo argentino ha tenido contados períodos de su historia, en los cuales la vinculación universidad- sociedad, fue una concreción. La relación profesión y trabajo, ha estado en permanente conflicto, ya que la articulación educación - estructura productiva, ha sido una expresión de deseo, mas que el resultado de una planificación de políticas educativas.

Es la decisión sobre la situación socioeconómica de un país, la que necesita para su desarrollo, destinar un lugar para la producción científica y tecnológica, y por lo tanto para la ocupación de los profesionales, que ha formado en las distintas disciplinas. Una profesión es *útil* cuando los egresados son incorporados en el empleo que corresponde a su capacidad y especialización. Los sucesivos modelos económicos ensayados en nuestro país, han tenido sus propias leyes, generalmente han sido intentos o ensayos que no contemplaron proyección, y por lo tanto la expansión de las carreras universitarias. No ha sido resultado de planes de país para el futuro, sino de coyunturas inmediatas. Se han ensayado modelos, como el de los 90, que consideró a la educación como un servicio, no como un derecho. Sus consecuencias fueron perjudiciales para la formación y para el empleo. Cuando el mercado de trabajo se fue deteriorando sobre decisiones rápidas que cambiaron, o se modificaron sin proyecto, ni planificación, hubo desocupación. Carecían de la perspectiva y la continuidad necesarias, para marchar sobre objetivos de bienestar común y hacia metas preestablecidas. Mas bien el mercado neoliberal impuso sus leyes, según las pautas trazadas por los grandes centros de decisión internacional. Esto generó tensión social y parte de la comunidad educativa entró en crisis en 1998/ 2001, cuestionando la Ley Federal y defendiendo la educación pública. Esta posición pretende desmitificar la presión que se ejerce sobre las universidades y los planes de estudio, respecto a las salidas laborales. La educación, los programas de formación superior, no generan empleo. El rol social de la educación es la transmisión cultural y la producción de conocimiento y su recreación, con la finalidad de constituir sustentos que puedan innovar y mejorar a la sociedad. Vincular en forma mecánica la formación profesional, con la ocupación, es minimizar el problema, como el rol de la educación superior. La universidad es un derecho, no tiene como misión formar profesionales para los vaivenes del mercado, su propósito es más estratégico. Su finalidad es formar individuos para aportar al progreso de la nación, para un futuro donde está involucrado el crecimiento cualitativo del conjunto de la sociedad. Generar saber, ciencia, arte, tecnología, para el país. Estos modelos económicos de las últimas décadas, con preeminencia neoliberal, impusieron necesidades tendientes a satisfacer a un mercado competitivo y sectorial. Han buscado resolver los intereses de sectores parciales de la sociedad, y de esta forma se fue orientando a las carreras de

grado hacia perfiles acotados y se desestimó la formación integral del estudiante. En este contexto la preparación técnica y las habilidades prácticas, se presentaban como suficientes. Los resultados se expresaron en altos porcentajes de egresos de bajo nivel, respecto a parámetros anteriores a 1976. Esta deficiencia de procesos educativos satisfactorios, de planes de estudio emparchados, carecieron de una estructura que garantizara la formación de un profesional con proyección y respuesta para las demandas del futuro, para plantear alternativas. Estas orientaciones curriculares, con sus contradicciones, coexisten en nuestras universidades, y se visualizan como generalistas o especializadas, creando una dicotomía falsa, muchas veces enunciadas como excluyentes. Las viejas confrontaciones de teoría - práctica, como estas de generalidad- especialidad, no resuelven los problemas curriculares, porque son una distorsión simplista del problema. La cuestión se dirime en el saber disciplinar y una didáctica específica, que sinteticen el conjunto de conocimientos que requiere un perfil innovador, historizado y adaptado a un proyecto de país equitativo y previsible.

Las tendencias tecnocráticas que interpretan el rol de la educación y la planeación curricular, como una respuesta a las demandas del mercado, tienen antecedentes en los años 50, cuando se conformó como campo la Economía de la Educación, que fue convirtiéndose en el referente del problema, educación - profesión. Instalando formas de evaluación, orientaciones formativas y un léxico que aun hoy empleamos; “gerenciamiento educativo, inversión educativa, eficiencia, resultado, profesión- empleo, escuela -mercado laboral, universidad- aparato productivo”. Etc.

Esta terminología está incorporada en el lenguaje cotidiano y contamina el imaginario curricular, creando un estilo de vivir lo académico y de debatir los problemas. Desde sus inicios, esta corriente con un enfoque tecnocrático, percibe a la educación como una inversión que debe ser rentable. Desde el economicismo educativo, todo bien, es de consumo. El sentido y la finalidad de la educación se convierten en objetos cuantificables que se evalúan como eficientes o no. Se dimensiona la productividad educativa, por encima de la formación integral del individuo, se valoran los resultados más que los procesos.

Reformular el curriculum y el perfil profesional de una carrera, implica analizar los antecedentes históricos de la profesión, su campo de aplicación, los

proyectos de formación implementados y desde ese recorrido formular las perspectivas futuras, en el marco social correspondiente.

### Sobre el Plan de estudios y el perfil profesional

Un plan de estudios es un conjunto de saberes que van a conformar un perfil profesional en una disciplina o un área de conocimiento.

Construir un marco de referencia para la elaboración de un plan de estudios significa ubicar el objeto de estudio de la disciplina, referenciar la profesión y realizar un análisis social integral, sobre la comprensión del contexto histórico que enmarca determinada práctica profesional.

La lógica de articular los contenidos de la enseñanza exclusivamente a los conocimientos técnico - profesionales, suele desestimar la formación teórico conceptual del estudiante. En las carreras profesionales la construcción del conocimiento es el factor sustancial para definir los planes de estudio, porque es la división social laboral, la que condiciona las modificaciones del sistema educativo.

El marco de referencia de un plan de estudios se obtiene considerando:

- La formación socioeconómica en particular
- La formación educativa dentro de esta situación
- Las prácticas profesionales que se desarrollan en este marco
- Las líneas históricas de la formación académica disciplinar
- La práctica profesional en Comunicación visual, que históricamente ha dominado la socialización de la profesión.
- Las perspectivas a mediano y largo plazo en el campo científico-tecnológico.
- El objeto de estudio vinculado a la realidad disciplinar y a la profesión.

El marco de referencia se construye con el conjunto de elementos conceptuales y empíricos con los que se define el contexto social de la profesión, y sus prácticas.

Un campo disciplinar demanda un conjunto de requisitos indispensables para el saber que orienta una profesión, este conocimiento conceptual e instrumental

está ligado a un proyecto de país. Diferenciando claramente, que no son los requerimientos de un momento coyuntural, o de un mercado parcial, sino más bien se deben sustentar según las necesidades sociales estratégicas.

La eficiencia tecnológica, empresarial, industrial, militar o de mercado, no pueden ser condicionantes de un plan de estudios, en todo caso forman parte de un contexto a tener en cuenta, pero no deben orientar la formación del egresado.

Las corrientes tecnocráticas de la educación confunden el rol de la Universidad y de las disciplinas, trasladando mecánicamente los temas del empleo y del mercado al campo de la educación superior. No es que la Universidad no prepara para el empleo, es que la economía y la política laboral no generan trabajo. Las políticas de exclusión social, determinan un sector que tiene acceso al estudio superior y otro que está afuera, marginado de éste, como de muchos otros derechos.

Podemos señalar dos posiciones para la incorporación del profesional al mercado ocupacional:

- La evolución del capitalismo exige cada vez más que la formación que se transmite en las universidades sea una capacitación de habilidades instrumentales para el desempeño eficaz del profesional que requiere el sistema productivo.
- La universidad debe reflexionar sobre la necesidad de una formación teórica del estudiantado, que le permita cumplir con su función histórica. Propiciar esta formación en los futuros egresados, abre la posibilidad potencial para que el profesional actúe, entienda y transforme su realidad.

Estas distintas concepciones sobre la profesión, atraviesan el currículum, generando distintos perfiles y distintas formaciones, como resultado del plan de estudios.

Podemos diferenciar dos miradas sobre el problema:

- La tecnología educativa, que plantea a la profesión como una práctica específica, que responde a la división social del trabajo. En una profesión existen varios tipos de prácticas profesionales que se definen por la consecuencia de la función que cumplen en el proceso de acumulación del capital. Esta concepción vincula el currículum fundamentalmente a las necesidades del mercado laboral



- La visión modular por objetos de transformación del currículo, considera que la práctica profesional es el conjunto de actividades que exige un campo de acción, con una relativa independencia de las corrientes o enfoques parciales, centrando el análisis en la posibilidad de transferencia social de las actividades y en el desarrollo posible de la ciencia y la tecnología.

#### Antecedentes del Plan de estudios, de la carrera en la UNLP

Los contenidos de la carrera de Comunicación visual están incluidos en las innovaciones del proyecto de 1994, planteados por el profesor Roberto Rollié<sup>4</sup>. Para crear nuevas materias y modificar las actuales, se toma como antecedente los cambios anteriores y las propuestas de esta última etapa desde el 94 hasta el 2006, elaboradas en la cátedra de CV “B” en base al trabajo docente y a cuestionarios aplicados en distintos momentos a egresados y alumnos. Para esto se analizó la historia de la carrera, los sucesivos cambios de planes de estudio, las modificaciones de los programas, la relación horizontal y vertical de la currícula y los distintos perfiles profesionales que resultaron.

En el sistema educativo actual, son innumerables los problemas que se presentan ya que el nivel de la educación superior ha sufrido una masificación gradual en los últimos años. Es necesario adaptarse a las nuevas realidades. Señalar los aspectos emergentes desde los cuales comenzar a incorporar el fenómeno de una sociedad que pretende elevar los niveles de instrucción. Las deficiencias de los niveles educativos previos, no se resuelven desde la sumatoria de materias, la multiplicación de los contenidos, o extendiendo los años de cursada de las carreras. La respuesta cuantitativa a esta situación, no resuelve, es desde la detección de los aspectos cualitativos que se pueden producir saltos de transformación. Generar el interés, la motivación, el compromiso con el saber, su validación social y los conocimientos previos, como una forma de revertir la orientación. Hay algunos aspectos a contemplar como la inclusión de áreas que hacen al pensamiento y la reflexión y la interrelación entre las mismas. La formación conceptual y la creatividad

---

<sup>4</sup> Rollié, Branda. Propuesta de Plan de estudios. Carrera de Comunicación Visual. FBA – UNLP.

implican reflexión, descubrimiento, innovación, crítica y acción, entonces trabajar este plano de la educación, puede producir cambios. La relación educativa, es un aspecto que requiere compromiso para existir y dar sentido al hecho cotidiano de construir la tarea. Esta vinculación que se establece entre el docente y el alumno, si bien no escapa al marco general en que se inscribe, tiene dinámicas propias. Este vínculo es tal vez, uno de los más resentidos en los últimos años. La relación educativa, es un pacto entre el alumno y el docente. Es el vínculo que se contrae en el aula, que va construyendo el saber desde la experiencia y el contacto cotidiano. Conjuntamente, ejercita y arma el futuro, viviendo la educación como esa apuesta utópica, a un tiempo que vendrá. Es un tema que los pedagogos han estudiado a lo largo de la historia, porque constituye un punto neurálgico, un puente en el proceso de enseñar y aprender. La sociedad va cambiando y por lo tanto también se transforma la educación, entonces las relaciones entre el que enseña y el que aprende se modifican. Con el paso del tiempo se han superado muchas prácticas que en otras épocas eran frecuentes, como el castigo corporal o verbal, la figura del maestro como el que todo lo sabe y la del alumno como una caja vacía que no contiene nada.

Analizando la situación actual se observa una marcada fragmentación del conocimiento vinculada a los niveles educativos anteriores y a la situación de la carrera, donde las materias están desvinculadas unas de otras y muchas son comunes con otras carreras.. Se detecta una necesidad de mayor formación teórica y conceptual que prepare al alumno para comprender la comunicación en su complejidad. Se encuentra en los egresados de las promociones de los años 90 una predominancia instrumental en la práctica profesional y en el imaginario sobre la carrera. También se pueden señalar deficiencias de la formación instrumental, que plantean la necesidad de incorporar algunos temas como seminarios y ajustar asignaturas como las Tecnologías en su secuencia y actualización. En algunos casos es necesario reformular los contenidos mínimos de algunas materias y ajustar su didáctica; en otros cambiar esos contenidos y articular su papel en el plan estudios. Otro aspecto importante es la experiencia y la vinculación con el medio social y con otras disciplinas afines. En los planes anteriores, la preparación técnica y las habilidades prácticas, se presentaban como suficientes Esta deficiencia generó procesos educativos

parciales, con planes de estudio que carecen de una estructura que garantice la formación de un perfil profesional actualizado y con proyección.

Estas orientaciones curriculares contradictorias, coexisten en nuestras universidades, y se visualizan como generalistas o especializadas, creando una dicotomía falsa, muchas veces enunciadas como excluyentes. Las viejas confrontaciones de teoría - práctica, como estas de generalidad- especialidad, no resuelven los problemas curriculares. El léxico derivado de categorías económicas, está incorporado al campo curricular, creando un estilo de vivir lo académico y de debatir los problemas educativos. Desde sus inicios, esta corriente tecnológica, percibía a la educación como una inversión, como un servicio, que debe ser rentable. La educación como un bien de consumo, que asigna una escala cuantitativa a los valores académicos.

En la actualidad replantear el perfil profesional de la carrera, requiere desentrañar las consecuencias de esos modelos aplicados. Recuperar los antecedentes históricos de la profesión, su campo de aplicación, los distintos proyectos de formación implementados y desde ese diagnóstico formular sus perspectivas futuras, en un marco social real.

#### Propuesta para el Plan de estudios de la carrera de CV<sup>5</sup>

A partir de las ideas que venimos desarrollando para hacer una propuesta, tomamos en consideración las distintas concepciones sobre la profesión, que atraviesan el currículo. Las que van generando diversos perfiles a través del tipo de formación, que es resultado del plan de estudios que se aplica, con definiciones y características propias.

Se pueden diferenciar dos miradas sobre el problema:

- 1- La tecnología educativa, con base en el conductismo, que entiende a la profesión como una práctica específica, que responde a la división social del trabajo. Formula que en una profesión existen varios tipos de prácticas profesionales que se definen como consecuencia de la función que cumplen en el proceso de acumulación del capital. Esta concepción vincula el currículum con las necesidades del mercado, y los sectores de interés

---

<sup>5</sup>Branda y equipo. Propuesta de Plan de Estudios. CCV. 2005. FBA -UNLP

coyuntural que manejan la economía en distintos momentos del desarrollo del país, o que son dominantes en el mundo.

- 2- La visión modular por objetos de transformación curricular, se presenta más integral e innovadora de acuerdo a las características actuales de la carrera. Considera que la práctica profesional es el conjunto de actividades que exige un campo de acción, con una relativa independencia de las corrientes o enfoques parciales. Formula la transferencia social de las actividades teniendo en consideración el desarrollo posible de la ciencia y la tecnología. Tendiendo a formar a los profesionales para el conjunto de la sociedad y desarrollando un pensamiento que sea capaz de operar sobre la realidad para comprenderla y transformarla.

Para la ejecución de este trabajo se examina la posibilidad de módulos de transformación que desarrollen los objetos de estudio de cada campo del conocimiento y de sus unidades de contenido. (Actualmente constituida por una enumeración de temáticas) Cada asignatura estará acompañada de Introducción y objetivos generales de la Comunicación Visual y de contenidos mínimos de cada asignatura que se interrelacionan en el plan de estudios.

Esta propuesta se tiene sus antecedentes en el modelo curricular de Hilda Taba y la actualización que propone el Dr. Díaz Barriga, en el texto, Didáctica y curriculum.

#### Lineamientos modulares y objetos de transformación

Sobre la base de los elementos planteados se incorpora como propuesta los módulos de Comunicación y Cultura; Historia y sociedad y Ciencia y tecnología. Con la intención de unificar las áreas del conocimiento y ordenar los contenidos. Las asignaturas que proponemos tratan de respetar los espacios existentes y de no agregar una carga académica que redimensione la currícula, con un exceso de asignaturas. Considerando la posibilidad de proponer algunas modificaciones que inicien un camino para generar espacios para responder a esta necesidad acuciante, de mejorar la formación. Generalmente estas modificaciones curriculares se realizan sin estudios previos y sin tener en cuenta el contexto y las demandas que la experiencia va marcando. Vemos en

muchos casos que se agregan materias a los planes de estudio sin fundamentos pedagógicos, orientación didáctica y demandas sociales.

La inclusión de nuevas materias requiere de validación académica y social, actualización disciplinaria, contenidos propios, metodología y una didáctica de aprendizaje cuya ingerencia va a modificar el perfil del egresado.

En este marco, las materias deberían tener la carga académica necesaria y los contenidos mínimos que se vinculen con el resto de las materias del plan de estudios y que preparen al egresado para los tiempos que se prevean.

El saber de una disciplina está constituido por los contenidos conceptuales de la misma. Los fundamentos explicitan la validez de la materia para la formación del profesional. Los objetivos son las metas que nos proponemos a mediano o largo plazo para alcanzar el conocimiento y la práctica de la disciplina. Las formas de implementación requieren de una definición didáctica y metodológica de trabajo que se encuentre inmersa en el curriculum.

Los programas deben partir de un diagnóstico de necesidades y tener su propia fundamentación, articulándose con el resto de las áreas o disciplinas. Formulando los contenidos mínimos de la materia, los objetivos, las actividades, la metodología y las formas de evaluación. Recomendando una bibliografía básica para el aprendizaje. Elaborando la cronología de trabajo y la carga ordenada de contenidos y objetivos (dosificación).

Módulos:

**1- Cultura, Comunicación y Diseño**

**2- Historia y sociedad**

**3- Ciencia y tecnología**

**Metas del plan de estudios:**

- ◆ Que el alumno logre comprender e incorporar el diseño como una metodología que le permite proyectar tanto aspectos de cultura general, como aquellos específicos del área.
- ◆ Que comprenda la vinculación existente entre la comunicación visual y otras áreas de conocimiento.

- ◆ Que adquiera el hábito de la participación en actividades grupales que pongan a prueba su integración, la responsabilidad, el acuerdo en la toma de decisiones en función del cumplimiento de un proyecto en común.
- ◆ Que desarrolle capacidades intelectuales como la observación, reflexión, análisis, diagnóstico que le permitan la elección autónoma y consciente y la toma de decisiones.
- ◆ Que logre adquirir una actitud reflexiva, crítica y analítica frente a los mensajes que recibe y que construye.
- ◆ Que logre ampliar las capacidades expresivas-comunicacionales a través de nuevos lenguajes, en presentaciones orales y escritas.
- ◆ Que comprenda la importancia de fundamentar sus ideas y propuestas.
- ◆ Que maneje un pensamiento crítico y social
- ◆ Que pueda adaptar las nuevas tecnologías en función de la producción en comunicación visual

#### Contenidos del plan de estudios

1. Desarrollo del marco conceptual del enfoque comunicacional de la carrera.
2. Concepto de comunicación - Contexto: el diseño como método proyectual. Definiciones. Aspectos históricos, socio-políticos, tecnológicos, económicos y culturales de Comunicación visual. Sus vinculaciones con el Diseño arquitectónico, Industrial, de Indumentaria y Multimedial.
3. Proceso de Comunicación: contextualización del diseño en el proceso de comunicación. La problemática de los distintos factores que intervienen en el proceso de comunicación.
4. Comprensión de los mecanismos de codificación y sus aspectos simbólicos y retóricos. Esquemas y modelos de comunicación. La comunicación en el objeto arquitectónico, en el objeto industrial.
5. La comunicación visual y los medios.
6. La comunicación visual y su entorno.
7. La historia de la comunicación visual y las artes visuales
8. Teorías de la comunicación

9. La investigación en Comunicación visual
10. Procesos productivos, tecnológicos y circulación de los mensajes.

#### Metodología teórico-conceptual de la propuesta proyectual

- La investigación: su justificación en el proceso de diseño. Metodología.
- La observación: su justificación en el proceso de diseño.
- El trabajo de investigación para un proyecto de diseño.
- Análisis situacional y planificación de un proyecto (P.C.I.)
- La elección de estrategias y referentes en función de la construcción de los mensajes. Comitente-medio- destinatario.
- La propuesta proyectual de intervención de diseño. "Proyecto de Comunicación Integral".

#### Los contenidos mínimos de los programas del plan de estudios

1. El signo y sus relaciones con el lenguaje verbal e icónico:
2. El signo, características, significado y significante, connotación y denotación.
3. Tipografía: el signo tipográfico como elemento de comunicación. Uso en Identidad..
4. La imagen como signo: iconicidad. Retórica de la imagen. Síntesis de la imagen Pictograma. La imagen abstracta Diagrama. El concepto de Marca.
5. Reconocimiento de las posibilidades productivas, recursos del lenguaje y formas de representación..
6. Las competencias productivas de piezas de diseño gráfico, su reconocimiento y aplicación en propuestas de Comunicación visual.
7. La función de la imagen en distintos soportes y variaciones.
8. La articulación del lenguaje verbal e icónico: relación texto e imagen. Composición, diagramación, gráfica aplicada ( distintos medios gráficos, gráfica eventual, arquigrafía, la gráfica de envases).
9. Imagen visual y entorno. Ambiente y comunicación. La comunicación visual urbana y sus múltiples manifestaciones sociales.

10. Técnicas de producción del diseño. Reconocimiento de las distintas técnicas de producción del diseño. Capacidad de analizar la utilización de las técnicas de producción en función de la resolución de problemas de proyectos de diseño en comunicación visual.

Es necesario considerar que algunos de los contenidos que se presentan son desarrollados en los espacios curriculares de las materias que conforman el plan de estudios. En cada uno desde su perspectiva correspondiente. Cada espacio debe retomarlos de tal manera, de contextualizarlos, integrarlos y buscando su incorporación dotándolos de sentido y funcionalidad. Es necesario afianzarlos y verificar que han sido incorporados como saberes ya que determinan el aprendizaje de la disciplina (Comunicación, lenguajes artísticos, Tecnologías de la información, Imágenes y contextos, culturas y estéticas contemporáneas, lengua y literatura, metodología de investigación para la comunicación visual).

La articulación de los saberes, y de los contenidos que permite esta modalidad, hace necesario que estos espacios curriculares estén vinculados horizontal y verticalmente para la orientación de los contenidos en común. Que se planifique la realización de trabajos interrelacionados entre las áreas, que permitan al alumno integrar los conocimientos teóricos y la práctica de cada una de las materias que componen el plan de estudios. La implementación y la realización de los programas deben abordarse desde el espacio de la comunicación; la elaboración de los proyectos de intervención, (PCI), para incorporar los contenidos desarrollados en otros espacios curriculares; que otorguen un perfil integrador al egresado en la carrera.

Gui Bonsiempe resume que el diseño amalgama el pensamiento proyectual-artístico con los de otras ciencias, humanas, sociales, naturales y exactas en una tarea interdisciplinar que compone un nuevo sistema estructurado de conocimiento.

Es necesario desde el currículo de la carrera, construir la mayor integración posible de los contenidos, que estén articulados en los distintos programas de las asignaturas, para que conformen un plan de estudios integrador y coherente, que surja desde el objeto de estudio disciplinar. Esa mirada es el núcleo de una orientación común, que da el perfil al egresado.



## Orientación didáctica

En la educación superior, la institución, el currículum con los programas, los docentes y los alumnos, propician un proceso de enseñanza que se propone construir aprendizajes, desde una concepción disciplinar y una didáctica.

En este proceso de aprendizajes significativos, intervienen todos los factores involucrados en la educación y el problema central está en el marco social, los conocimientos y la experiencia educativa en que el acontecimiento se produce. Tener una visión integral de esta complejidad, hace posible el hecho cognoscitivo y permite implementarlo en una didáctica específica.

Los conocimientos esenciales de la disciplina se ordenan en los contenidos programáticos, que expresan las categorías de análisis que van a conformar los objetos de estudio de la carrera. Esta orientación del plan de estudios y sus contenidos, va a influir directamente sobre la práctica educativa. Es decir el proceso de enseñanza - aprendizaje se inscribe en este marco, sintetizando la construcción del tipo de pensamiento que es necesario operar para dominar los sustentos de la disciplina.

La dimensión pedagógica en el proceso de enseñar y aprender, para una disciplina como la comunicación Visual, radica justamente en plasmar en el plan de estudios esta problemática, en como está planteada en la realidad curricular que la contiene. En la forma en que esos contenidos se construyen y transmiten en el acontecer educativo en el proceso de formación de los sujetos. Se denomina modalidad didáctica, a la forma de organización y al estilo de trabajo académico en el aula. Las distintas modalidades se aplican según los propósitos educativos de cada disciplina y del plan de estudio que responde al perfil de la carrera o del nivel educativo que corresponda.

Estas modalidades generan las condiciones propicias para el intercambio y la construcción de conocimientos. Se adaptarán a cada materia en particular y a sus contenidos. Las formas de enseñar y aprender, las modalidades didácticas, deben ser explícitas en los planes de estudio.

Construir conocimiento implica definir metodologías de trabajo y formas organizativas para desarrollar la tarea. Preguntarse que características tiene la disciplina que se trata y cómo desarrollar modos apropiados para generar condiciones para los requerimientos del proceso de enseñanza aprendizaje.

Las modalidades didácticas más usuales son el curso, el taller, el seminario, que se adaptan a sistemas escolarizados como a diferentes estilos de educación formal o no formal, y planes abiertos o a distancia. Es necesario definir las pautas de estas formas de trabajo áulico para aplicarlas a los fines que requiere cada disciplina.

Estas modalidades tienen características propias que responden al conocimiento disciplinar, al contexto, la época, la institución y el currículum.

#### El taller de Comunicación Visual

El taller es una modalidad integradora, permite compartir la mesa de trabajo rompe con el aislamiento y le propone al alumno interactuar con el grupo, moverse libremente consultando e intercambiando ideas y experiencias.

El docente participa de esa interacción como parte del los grupos asumiendo diferentes roles (moderador, orientador, organizador, etc.) de acuerdo a la propuesta de trabajo.

También se puede tener en cuenta la modalidad "taller a puertas abiertas" ya sea a otros cursos, como a la comunidad, ampliando de esta manera el aporte y la integración.

Permite la crítica y la corrección grupal a través de "colgadas" (las propuestas o bocetos se cuelgan en la pared) donde el alumno expone y fundamenta su propuesta y cada uno de los compañeros expresa libremente su opinión generándose el debate organizado y la crítica constructiva.

"El alumno no solo debe recordar o memorizar lo teórico sino poder aplicarlo a una práctica. Realizar una experiencia en el proceso de trabajo del aula, donde lo teórico práctico se articula, son acontecimientos integrados. Si el alumno no logra este estado de integración, no aprende y no avanza y esto se evidencia en los trabajos prácticos".<sup>6</sup>

El grupo deberá tener claro que el mejor desarrollo del trabajo dependerá de los aportes de cada uno de los integrantes del grupo, ya que la opinión del compañero le permitirá visualizar la propuesta desde diferentes ángulos, y de esta manera corregir errores antes de la presentación final de los trabajos, para ello se deben propiciar las siguientes acciones:

---

<sup>6</sup> Rollié- Branda. La enseñanza del diseño en Comunicación visual. Nobuko. 2006

- ◆ Implementación de proyectos grupales o individuales de realización en el aula, en el domicilio y en campo.
- ◆ Propiciar el análisis y debate, la elaboración de conclusiones con fundamento, fomentando la capacidad de verbalizar, ya sea en forma oral o escrita.
- ◆ Incorporar proyectos de interacción e integración con otros espacios curriculares, la institución y la comunidad; donde el alumno pueda relacionar los conceptos trabajados en clase con la problemática real.
- ◆ Reforzar la permanente observación del entorno, la búsqueda y selección de material fotográfico, bibliográfico y multimedial.
- ◆ Realizar evaluaciones grupales e individuales. Por proceso y del resultado, teniendo en cuenta aspectos como la participación, cumplimiento con la tarea y el material requerido, entrega de la tarea en tiempo y forma, presentación, capacidad técnica además de los contenidos teóricos.

## El seminario

Seminario viene del latín *semillero*. Según el diccionario de la Real Academia Española, quiere decir: “Clase en la que se reúne el profesor con sus discípulos para realizar trabajos de investigación. Casa destinada a la educación de los jóvenes que se dedican al estudio eclesiástico”.

Es una modalidad didáctica cuya característica central es la de investigar y enseñar a investigar, desde una experiencia concreta.

El seminario es de carácter especializado, dado que la investigación tiene rasgos propios en cada campo del conocimiento. La metodología empleada para estos estudios, como el tiempo, la continuidad y la permanencia en la tarea se adaptan a las necesidades del trabajo. Generalmente se organiza en forma grupal, es decir es una figura académica colectiva, cuyo sentido de cooperación y crítica es permanente y compartida por los participantes. La elaboración y la reflexión conjunta es la razón de ser del seminario. Seleccionar, analizar, criticar, generar ideas, debatir, son formas de construir el conocimiento y lograr un nivel de síntesis. Esta modalidad permite el intercambio y la duda, generando los niveles de abstracción necesarios para

producir conocimiento, como proceso y resultado del aporte individual y colectivo.

Repensar y reformular un campo del conocimiento requiere de una actividad permanente del intelectual colectivo, con su potencialidad de analizar, profundizar, crear y transformar.

En la modalidad de seminario, el número de integrantes es limitado para viabilizar el funcionamiento y quien lo coordina debe ser un especialista en el tema, ya que implica una profundización o resignificación en el campo. En general la modalidad de seminarios está ligada a la enseñanza superior. La conformación de los planes de trabajo es elástica ya que se redimensiona en el transcurso de la elaboración grupal. Se establecen acuerdos de avances según el ritmo de producción alcanzado.

Se pueden señalar algunos puntos de las características de un seminario:

- Los participantes deben tener intereses comunes en cuanto al tema y compartir un nivel académico similar.
- El tema o materia exige la investigación y la búsqueda específica en diversas fuentes. (Un tema desarrollado en un libro, no justifica el trabajo de un seminario)
- El desarrollo de la tarea, los temas y subtemas, son explicitados al inicio del seminario por docentes y alumnos.
- Todo seminario concluye con una sesión de conclusiones y evaluación del trabajo realizado.
- El seminario puede desarrollarse en forma intensiva por un lapso de tiempo determinado, con una duración horaria de dos a cuatro horas, por semanas o meses, hasta dar por finalizada su labor.
- Los resultados o conclusiones son patrimonio y responsabilidad del equipo de trabajo. Si el director o docente a cargo, publica los resultados debe especificar que son fruto del trabajo del seminario.

#### Requerimientos de infraestructura

- ◆ El diseño como otros espacios curriculares de esta modalidad, requiere para su enseñanza la implementación de la metodología de taller; los bancos tradicionales de la vieja escuela no permiten esta práctica. Es

necesaria la incorporación de un aula-taller, no solo como recurso didáctico sino como estructura. Mesas largas que permitan utilizar mayores áreas de trabajo, bancos apropiados y con iluminación adecuada.

- ◆ Gabinete de informática equipado con computadoras, scanners, impresoras y software específico.
- ◆ Material bibliográfico actualizado y acorde a los contenidos.
- ◆ Equipos de vídeo, TV. Computadoras, cañones, reproductores visuales.
- ◆ Conectividad y servicio técnico permanente.

### Perfil docente

La enseñanza del Diseño en Comunicación Visual requiere de diseñadores con formación docente, práctica profesional actualizada y sólidos conocimientos en comunicación.

Los docentes deben tener conocimiento de la globalidad del plan de estudios para comprender la relevancia de la particularidad de su objeto de estudio. No es posible que el alumno comprenda la globalidad de su formación si los docentes no articulan los conocimientos de las distintas áreas. Es por esto que proponemos la visualización de la currícula de la carrera desde los siguientes módulos.

### Articulación de asignaturas según módulos

#### **1- Cultura, comunicación y diseño**

Taller de DCV de 1 a 5 - Taller experimental 1 -  
Comunicación, semiótica y diseño.

#### **2- Historia y sociedad:**

Historia del arte y el diseño o Historia de las artes visuales - Filosofía y estética.

#### **3- Ciencia y tecnología:**

Tecnologías de 1 a 4 - Metodología de la investigación, 1 y 2. - Métodos del diseño

## **Seminarios: Tipografía. - Físico –matemáticas – Historia de la imagen –**

Los seminarios pueden ser obligatorios y optativos, según los créditos a considerar.<sup>7</sup>

Esta propuesta, con mayores presiciones, fue presentada a la Facultad de Bellas Artes, en el año 2005, como contribución al debate para la modificación del Plan de estudios de la Carrera de Diseño en Comunicación visual, que se continúa desarrollando.

---

<sup>7</sup> Branda y equipo. *Esta propuesta es parte de la que presentó, para el Plan de Estudios de la CDCV para desarrollar y debatir, en ese proceso, al CA de la FBA - UNLP. 2005.*

## CAPÍTULO 2

### LAS DIMENSIONES DE LA IMAGEN Y EL ESTILO

La imagen es uno de los conceptos sustantivos de la comunicación visual, sus dimensiones sustentan la teoría y la práctica proyectuales. La imagen es una representación mental, solo puede ser leída en un contexto y desde un universo cultural. Es una compleja construcción abstracta, cuyas dimensiones están vinculadas a la capacidad interpretativa del sujeto que la decodifica. La imagen está inscrita en un código, es un enunciado que tiene una estructura, homóloga o no, de un conjunto directamente percibido respecto a un espacio autónomo bidimensional, generalmente incluido en un campo visual que lo encuadra. Las imágenes necesitan de otras imágenes, para ser leídas. La imagen es un signo por cuyas características se reconocen las diferencias entre las ideas y las valoraciones en un mensaje.

“La victoria de la imagen es indiscutible” dice Isabel Veyrat<sup>1</sup>. Muchos autores sostienen que la imagen no genera consciencia, mientras otros afirman todo lo contrario. Considerando que la significación es propia de la imagen y que produce una inmediata identificación, se la puede ubicar entre la percepción y el juicio de valor. No existe conocimiento sin relación entre los objetos, en el caso de la imagen se puede establecer un parangón con esta mirada. Se aprecia la imagen desde el análisis, la percepción y el conocimiento histórico y contextual.

Dice Guy Gauthier<sup>2</sup>: “Las imágenes están culturalmente codificadas, sometidas a la diacronía de los procesos históricos. En nuestro contexto occidental, la simulación del mundo –idea esencial de la mimesis- es obra de un sistema cerrado.”

Antes de la era digital, la imagen era mediación de la realidad, en la actualidad esto se modifica siendo casi un sinónimo de mediatización. Sea fija o animada, la imagen se distancia, pierde contacto directo con la realidad, por lo tanto disminuye el valor que le confería la experiencia. No se presenta en forma directa. Se produce una inversión de la mediación.

“La sustancia del mensaje, en lo que se refiere a la imagen, sigue siendo la

---

<sup>1</sup> Veyrat. Espacios públicos en imagen. Ed Gedisa. 1957

<sup>2</sup> Guy Gauthier. Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido. Ed. Cátedra. 1992

información que el receptor va a constituir mediante la identificación de la forma o la decodificación. La imagen, el rodeo de las representaciones diversificadas de lo real concreto, produce sentido, sentido que la perfección no puede cerrar; la imagen, aunque sea representación o acto sémico, solo puede funcionar mediante un código establecido gracias a las relaciones sociales. “<sup>3</sup>

La imagen no existe por sí misma o sola, siempre se la entiende en su relación con otras imágenes. Tiene un antes y un después, siempre es relativa, toma elementos externos a sí misma y de lo icónico. Se puede diferenciar a las imágenes reales (o naturales) de las virtuales, en lo que hace a su dualidad, no son lo mismo una mujer, que una muñeca o una animación realista, o un estereotipo de la misma figura.

Existe en la lectura de las imágenes el reconocimiento de la acción crítica del receptor. El sujeto y el colectivo le dan sentido, con sus valores, opiniones, recuerdos, experiencias. Estos filtros permiten tomar distancia, codificar y decodificar la información. Desde esta recepción el sujeto hace su elección y confiere significados. El imaginario del receptor opera en la interpretación de la imagen y en su construcción. Es un proceso de interacción, nunca unilateral o unidireccional. Esto reduce la posibilidad de manipulación, porque hay una libertad interpretativa diversa, que es distinta en cada individuo. Los códigos, los referentes, las experiencias, el marco cultural, el imaginario de cada receptor, hacen que las interpretaciones sean múltiples. Que una imagen no contemple una única lectura. El receptor está pertrechado de su bagaje cultural para comprender e internalizar una imagen, para aceptarla o rechazarla. Está en una situación óptima, para seleccionarla y ser crítico frente a ella.

La paradoja de la imagen es que evoca, apela a los recuerdos, a las experiencias placenteras o traumáticas, a los miedos, a los valores, a las identificaciones que establecen relaciones con el mundo interno y externo.

Orozco Gómez, habla de la “alfabetización visual” dice que se debería proporcionar una alfabetización al lenguaje de la imagen para educar la mirada. Dussel y Gutierrez<sup>4</sup>, en su libro “Educar la mirada”, recopilan a varios autores que desarrollan el tema, haciendo énfasis sobre la importancia de incorporar a la *imagen* como objeto de estudio en el campo de la educación, ya que es de consumo permanente y masivo, tanto en la actualidad, como en el futuro. Es

---

<sup>3</sup> Guy Gauthier. Obra citada.

<sup>4</sup> Dussel y Gutierrez. Educar la mirada. Ed. FLACSO. 2010



importante destacar que la imagen no es un artefacto puramente visual, puramente icónico, ni un fenómeno físico, sino que es la práctica social material la que produce una cierta imagen y la inscribe en un marco social particular. “La pintura, el cine, la fotografía, la televisión y todos los otros géneros que podemos considerar *visuales*, siempre involucran a otros sentidos, pero sobretodo involucran a creadores y receptores, productores y consumidores, y ponen en juego una serie de saberes y disposiciones que exceden en mucho a la imagen en cuestión”.<sup>5</sup>

En la enseñanza en Comunicación visual, es uno de los aspectos centrales a desarrollar, tanto en la formación, como en la producción. Leer y generar imágenes para la comunicación requiere de una atención permanente, desde lo conceptual, en la percepción, la elaboración, como en la lectura y comprensión de las imágenes. Es decir aprender a ver, apreciar, criticar lo relacionado con las imágenes, permite conocer qué dicen y hacerlas decir. La selección y diferenciación, es un análisis y un ejercicio mental imprescindible para quien trabaja con la imagen.

#### Concepto de código.

En un proceso de comunicación el código es el elemento que tienen en común el emisor y el receptor del mensaje, para vincularse.

Un código es un conjunto de convenciones socialmente instituidas, se trata de un repertorio semántico, un conjunto de elementos significantes y sus reglas de combinación. Se pueden señalar tres aspectos fundamentales:

- 1) Un código está constituido por una serie de elementos (materia signifiante) y sus posibilidades de significación, por lo que constituyen un sistema sintáctico.
- 2) Una serie de significados o contenidos que expresan nociones y configuran un sistema semántico.
- 3) Un conjunto de reglas basadas en convenciones sociales que establecen la relación de los dos sistemas, semántico y sintáctico, que suponen respuestas previsibles y la comprensión del mensaje en un marco social determinado.

"De forma sencilla, sin embargo, el mensaje en tanto que formulado debe sufrir

---

<sup>5</sup> Dussel y Gutierrez. Educar la mirada. Ed FLACSO: 2010

una operación transductiva para así poder ser exteriorizado de forma apropiada al canal o canales seleccionados para unirse a sus destinatarios. Esta transformación neurobiológica desde una forma de energía a otra, es conocida como encoding. Cuando el destinatario detecta y extrae los mensajes codificados del canal, otra transducción, seguida de una serie de ulteriores transformaciones, que deben producirse antes de que tenga lugar la interpretación. Esta reconversión se conoce como decoding. Codificación y decodificación implican la existencia de un código, de un conjunto de reglas claras según las cuales los mensajes son susceptibles de convertirse de una representación en otra. El código es lo que supuestamente tienen en común, sea de forma completa o parcial, de hecho o por asunción, las dos partes que intercambian un mensaje"<sup>6</sup>.

En la práctica educativa existe una diferencia generacional y cultural entre docente y alumnos, que naturalmente establece diferencias en las formas de codificar mensajes. Este hecho puede potenciar o empobrecer el resultado del trabajo dependiendo del grado de debate que pueda alcanzarse sobre la intencionalidad de las elecciones estilísticas y visuales.

### Convención del código

La correspondencia entre codificador y decodificador supone un acuerdo entre los usuarios, una convención. Un código, es un acuerdo tácito que les permite entenderse. Para comunicarse hay que comprender al otro, recibir y apropiarse de lo *expresado*.

"Sin embargo, la convención puede ser implícita o explícita y ese es uno de los límites, si bien impreciso, que separan a los códigos técnicos de los códigos poéticos. Este análisis, que es el de los lingüistas, es válido, para todos los sistemas de signos. Sin embargo, la noción de convención - y en particular de convención implícita - sigue siendo bastante relativa. La convención tiene gradaciones, puede ser más o menos fuerte, más o menos unánime, más o menos constrictiva"<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Rollie.Roberto. Arte y lenguaje visual. Apuntes de Lenguaje visual. 1988. FBA: UNLP.

<sup>7</sup> Rollié-Branda. La enseñanza del diseño en comunicación visual. Ed Nobuko. Bs As. 2004

Monosemia y polisemia.

"Teóricamente, la eficacia de la comunicación postula que a cada significado corresponde un significante y uno solo, e inversamente, que cada significado se expresa por medio de un solo significante. Es el caso de las lenguas científicas, de los sistemas de señalización y, de una manera general, de los códigos lógicos"<sup>8</sup>.

Es en la práctica proyectual, donde los variados sistemas en que un significante puede remitir a varios significados y donde cada significado, puede expresarse por medio de múltiples significantes. Este es uno de los casos, de los códigos poéticos, en los cuales la convención es débil, la función icónica fuerte, y el signo es abierto.

Consideramos aquí, los conceptos de denotación y connotación: "Denotación y connotación constituyen dos modos fundamentales y opuestos de la significación. Y aunque se combinen en la mayoría de los mensajes, podemos distinguirlos según sean con dominante denotativa o connotativa: las ciencias pertenecen al primer tipo, las artes al segundo"<sup>9</sup>.

Los códigos científicos, que en general son monosémicos, limitan las posibilidades de variaciones estilísticas y de connotaciones que, en cambio, se multiplican en los códigos poéticos. En una fórmula química o algebraica, los desajustes estilísticos son escasos. Mientras que un realizador plástico o visual, puede tratar una obra según un código realista, impresionista, cubista, abstracto, etc. Esto muestra que la polisemia de los signos es la consecuencia de la variedad de los códigos. Y esta superposición de los sistemas semiológicos aparece como una característica de nuestra cultura occidental.

Lengua y habla

Los lingüistas definen a la lengua (lengua -código) como un fenómeno social donde los mecanismos de interpretación de la lengua castellana, francesa, etc., son compartidos por todos los miembros de cada una de esas comunidades

---

<sup>8</sup> Giraud, P. La semiológica. Ed. Siglo XXI. Bs As. 1972

<sup>9</sup> Guiraud, P. Obra citada.

lingüísticas.

El habla es el uso concreto del empleo de la lengua por los sujetos que la utilizan.

Es necesario aclarar la equivalencia entre lengua y habla o código y mensaje, por el uso que algunos autores hacen de estos conceptos. (Habla -mensaje).

Guiraud,<sup>10</sup> ha propuesto criterios objetivos para distinguir código y lenguaje. "Lengua y código son sin lugar a dudas, una y otro, un sistema de convenciones que permiten transformar un mensaje; así, la lengua es el sistema de las equivalencias léxicas y de las reglas sintácticas por medio de las cuales las ideas, el pensamiento, se transforman en hablas articuladas. Pero existe una diferencia fundamental entre la lengua y los códigos: las convenciones de un código son explícitas, preestablecidas e imperativas; las de la lengua son implícitas, se instituyen espontáneamente en el propio transcurso de la comunicación".

El hombre ha generado códigos, para la comunicación, mientras que la lengua se crea en la propia comunicación. Por esta razón el código está cerrado y es fijo. Se transforma a través de un acuerdo explícito de los usuarios, mientras que la lengua está abierta y se renueva en ejercicio permanente del habla y en acontecimiento cultural.

Para la comunicación visual el problema es complejo. La práctica proyectual supone la utilización de diferentes códigos: el uso de la lengua escrita, sonora, las imágenes: fotográfica, dibujo, producción pictórica, ilustrativa, etc. Por lo tanto, esto supone la interacción de las diferentes modalidades de codificar.

En el diseño, el proceso productivo y la propuesta comunicacional (salvo códigos muy específicos) se renuevan constantemente buscando lo creativo, lo poético, la originalidad. Un proyecto de diseño siempre es una búsqueda innovadora, intencional, sus modalidades de codificación están abiertas a las diferentes condiciones de producción, circulación y consumo de los mensajes.

En este sentido podemos decir que la imaginación proyectual tiene muchas analogías con la imaginación lingüística. También sus propias formas de representación. Estos repertorios se adquieren y multiplican conociendo el problema y el lenguaje. Teniendo un dominio temático que se obtiene adquiriendo un repertorio visual variado y diverso.

---

<sup>10</sup> Guiraud, P. Obra citada.

## La imagen como texto visual

Desarrollamos el concepto de imagen, lo vamos a utilizar como equivalente al de icono e iconicidad. Es necesario contextualizar el estudio de la imagen, formando parte de los sistemas de comunicación, la imagen no es simplemente una representación visual (foto, dibujo, video), es un signo o mejor dicho, un texto visual, en su significación más amplia, como tal, un fenómeno a estudiar:

- La imagen de un personaje, de un animal o de un paisaje, es un conjunto articulado de significaciones que expresan sus referencias en determinadas situaciones, que no pueden ser definidos simplemente como cosas denotadas, sino que forman parte de lo que llamamos un texto visual.
- Un texto visual, además de sus referencias semánticas, está constituido por una materia significativa, factible de una multiplicidad de tratamientos, de organizaciones visuales y efectos ópticos. Una imagen supone diferentes grados de abstracción, referencias estilísticas, opciones de géneros y retóricas.

La imagen como tal no escapa a las consideraciones de codificación, como un conjunto particular de convenciones de la comunicación y sus incumbencias.

## La imagen fotográfica

Para analizar la imagen fotográfica, que es un concepto necesario para comprender el problema de la imagen, vemos algunos autores que la consideran, como Barthes. "Aparece así la característica particular de la imagen fotográfica: es un mensaje sin código, proposición de la cual es preciso deducir de inmediato un corolario importante: el mensaje fotográfico es un mensaje continuo" Roland Barthes<sup>11</sup>.

Tenemos entonces que plantearnos, según el autor, si existen otros mensajes sin código. A primera vista diríamos que sí: pueden ser todas las reproducciones analógicas de la realidad: dibujos, pintura, cine, teatro. Pero en realidad, cada uno de estos mensajes desarrolla de manera inmediata y evidente, además del contenido analógico en sí (escena, objeto, paisaje), un

---

<sup>11</sup> Barthes R. La semiología. Revista comunicación.14. Ed Tiempo contemporáneo.1970

mensaje suplementario, que es lo que llamamos corrientemente estilo de la reproducción. Se trata en este caso de un sentido secundario, cuyo significante es un cierto "tratamiento" de la imagen, por parte del creador, y cuyo significado, ya sea estético o ideológico, remite a una cierta "cultura" de la sociedad que recibe el mensaje. En suma, todas estas "artes" imitativas contienen dos mensajes: un mensaje denotado que es el analogon en sí, y un mensaje connotado, que es la manera como la sociedad da a leer, lo que piensa o lo que quiere decir.

La paradoja fotográfica sería entonces la coexistencia de dos mensajes, uno sin código (lo analógico fotográfico) y otro con código (el "arte", o el tratamiento o la "escritura" o la retórica fotográfica). Estructuralmente, la paradoja no es la conclusión de un mensaje denotado y de un mensaje connotado (o codificado) se desarrolla en este caso a partir de un mensaje sin código. Esta paradoja estructural coincide con una paradoja ética cuando queremos ser "neutros, objetivos", nos esforzamos por copiar minuciosamente lo real, como si lo analógico fuera un factor que se resiste a la incorporación de valores (esta es, al menos, la definición del "realismo" estético). Es interesante observar cómo la fotografía puede ser al mismo tiempo "objetiva" y contener valores, naturales y culturales. Es posible captar o interpretar, el modo de imbricación del mensaje denotado y del mensaje connotado. Barthes sostiene que en la fotografía, el mensaje denotado es básicamente analógico, es decir, que no recurre a código alguno, es continuo; por consiguiente, no habría motivo para buscar las unidades significantes del primer mensaje. Por el contrario, el mensaje connotado contiene un plano de expresión y un plano de contenido, significantes y significados: obliga a un verdadero desciframiento. Este desciframiento sería actualmente prematuro, pues para aislar las unidades significantes y los temas (o valores) significados, habría que realizar lecturas dirigidas (quizá por medio de tests), haciendo variar artificialmente ciertos elementos de la fotografía para observar si esas variaciones de forma provocan variaciones de sentido. Así podemos prever los principales planos de análisis de la connotación fotográfica. Pero teniendo en cuenta que hoy los recursos tecnológicos agregan otros elementos de análisis sobre este tema, ya que la fotografía es cada vez menos analógica y tiene mayores posibilidades de intervenciones del autor.

## Modos de representación gráfica

Toda imagen gráfica admite una serie de tratamientos visuales. Las imágenes que elaboramos sintetizan, o más bien esquematizan una serie de cambios en la apariencia de la imagen, tomando a ésta en un sentido de totalidad. Los recursos son todos aquellos a los que cada uno puede recurrir según sus capacidades y sus propósitos. Hoy existen repertorios tecnológicos muy variados para transformar la imagen. La intención y el conocimiento que tenga el realizador sobre el tema van a incidir en el empleo de los repertorios. Los cambios y las transformaciones de la imagen son innumerables. Estas variables representan de algún modo la riqueza necesaria para tratar las imágenes desde el punto de vista didáctico, para orientar un trabajo experimental de aprendizaje.

El concepto básico es que el significado de una imagen, es decir, su referencialidad, es susceptible de profundas modificaciones en la medida que el referente admite los tratamientos visuales que van a concluir construyendo la significación de la imagen. (Significante – Significado- Significación).

Entonces la significación es el producto de la conjunción del referente y el significado. En el tratamiento de una imagen se observan las transformaciones de la significación, aunque el significado referencial no cambie. Las operaciones gráficas ejecutadas sobre la materia referente provocan una amplia gama de significaciones posibles. Los tratamientos los podemos definir como tratamiento lineal, tratamiento tonal, tratamiento texturado y tratamiento mediante tramas. No son los únicos y pueden contemplarse muchos más.

Estas operaciones que generan distintos efectos, son el resultado de una clasificación sistemática de las posibles transformaciones a las que puede ser sometida la imagen. Podemos hablar entonces del concepto de contorno y como consecuencia, del efecto de linealidad; el concepto de tono y los efectos de gradaciones tonales, etc.

Estos efectos y muchos otros, forman parte de programas informáticos, pero su origen inicial se desarrolló a partir de un análisis y de una sistematización de las posibilidades gráficas de la imagen. Estos modos de representar hay que buscarlos en la historia de la pintura, de la fotografía, del diseño gráfico, del cine, etc. A partir de ellos se ordenan las diferentes operaciones que permiten

hoy generar resultados con diferentes programas de la informática, para trabajar las imágenes del diseño digitalizado, según las decisiones, las necesidades e intenciones del emisor.

## Respecto del signo

Umberto Eco<sup>12</sup> dice, que el signo se define a partir de dos conceptos: comprensión e interpretación. El signo es el elemento fundamental de la comunicación y de la mente humana. Todo lo que el hombre construye como la cultura, las producciones materiales o simbólicas, está conformado por signos. De esta manera se utiliza y se interpreta como signo y sirve para mentir o decir la verdad. Para generar distintas dimensiones de lenguaje mediante apariencia, ficción o representación de lo real. La mente humana tamiza el intercambio, la expresión y la experiencia para *decir* con los más diversos y variados recursos comunicativos. Peirce y su discípulo Saussure, fueron los que más investigaron estos temas y desarrollaron la Semiótica o Semiología, que es el estudio de los signos en la vida social. Señalaron que los signos son unidades de significancia que se agrupan en conjuntos que se denominan sistemas. La lengua es el único sistema interpretante porque se explica por medio de la palabra. Los otros sistemas de signos son interpretados y categorizados por la lengua. La lengua tiene doble significación: el modo semiótico y el modo semántico. El plano semiótico es propio del signo lingüístico (significado-significante), la referencia debe ser reconocida. El plano semántico se refiere al modo de significancia del discurso. Está vinculado a los referentes, y está en el mundo de la enunciación. Por medio de los signos reconocemos las diferencias y similitudes de las ideas, de los contenidos y también de las formas y las imágenes.

---

<sup>12</sup> Umberto Eco. Tratado de semiótica general. Ed. Lumen. Barcelona. 1985



## Las investigaciones de Piaget<sup>13</sup> sobre el conocimiento humano

Es interesante tener una noción de cómo conoce el individuo para encontrar el fundamento de estos conceptos, que no son una disquisición teórica, sino una forma de leer los procesos de pensamiento y comunicación del hombre. Para ver cómo se construye el conocimiento, Piaget observa en el niño, su comportamiento y sus juegos desde los primeros días de vida. Vamos a reseñar este proceso desde el año y medio en adelante y dejamos el sensorio-motor, que aunque es muy importante, ya que queremos tomar la construcción mental del niño cuando se amplía su marco social y comienza a desarrollar la función simbólica.

Terminando el período senso - motor, hacia el año y medio o dos, aparece la función simbólica que es fundamental para la evolución de las conductas futuras. Esta función consiste en poder representar algo por medio de un significante diferenciado, que solo sirve para esa representación: esto es, el lenguaje, la imagen mental y el gesto simbólico.

El aprendizaje es un acto provocado, mientras que el desarrollo es natural, pero estos dos elementos están indisolublemente unidos. Entonces para entender el crecimiento físico e intelectual del niño hay que tener en cuenta:

- Maduración (referido al sistema nervioso central)
- Experiencia (interacción con el medio)
- Equilibración (entre factores)

Cada etapa tiene su estructura propia en la que se pueden observar distintas conductas, como manifestaciones de esa estructura.

Si observamos las conductas del período senso-motor (0-18 meses) encontramos reflejos, actividad perceptual, como forma de inteligencia sensoriomotora y construcción de categorías de conocimiento en lo que hace a tiempo y espacio, objeto y causalidad. No hay en este estadio representación. Es decir el niño no puede pensar en un objeto que no está frente a él. Hay imitación pero en presencia del objeto. Es decir pensamiento concreto.

En el período pre-operatorio, entre 2 y 6 años, hay pensamiento preconceptual o intuitivo. Aquí la inteligencia es representativa y el niño puede reemplazar, en su pensamiento, a un objeto por una representación simbólica. En esta etapa hace inferencias elementales; da una primera forma de organización al

---

<sup>13</sup> Piaget. Seis estudios. Ed Ariel. México. 1989

espacio; comienza a establecer las condiciones de una clasificación lógica, establece ciertas relaciones causales, aunque aún confunde las relaciones temporales con las relaciones espaciales.

Este es un momento de cambio cualitativo que le permite operar con el pensamiento, reemplazar las acciones reales por acciones virtuales. Esto da paso a la función simbólica, o sea a la representación mental del objeto. El lenguaje, el dibujo y el juego simbólico, son las características de esta etapa.

Se denomina simbólica a la función generadora de la representación; para los lingüistas es importante diferenciar signo de símbolo, ya que el signo es una representación convencional, mientras que el símbolo es un concepto. Un concepto historizado y cargado de significación. Hablaremos entonces de función semiótica, para designar los funcionamientos referentes al conjunto de los significantes diferenciados.

Los mecanismos sensomotores ignoran la representación, es recién a partir del segundo año de vida, que el niño evoca el objeto ausente. Cuando se constituye, entre los nueve y doce meses el objeto permanente, que aparece como la búsqueda del objeto desaparecido; éste objeto acaba de ser percibido, es decir no hay aún significación, ni representación mental. Toda la asimilación sensomotora, incluso la perceptiva, consiste en conferir significaciones, pero de tipo perceptivo, indiferenciado en su significación. Por eso no podemos hablar de función semiótica, un significante indiferenciado no es ni un símbolo, ni un signo, es solo un indicio y como tal, no tiene significado; es solo una parte de algo, que no abarca el todo.

En cambio en el segundo año de vida, aparecen algunas conductas que implican una evocación representativa de un objeto ausente, que supone la construcción de un significante diferenciado. El niño va construyendo la representación mental de un objeto y lo va expresando en el juego y otras actividades, como la gráfica.

Esto aparentemente es muy teórico, pero es necesario considerarlo para entender de qué manera conoce el ser humano. Piaget lo comprueba con un registro detallado del comportamiento del niño que sirve para sacar conclusiones de cómo va conociendo y como hay que relacionarse con él en cada momento. En cierta época hace garabatos y eso tiene un sentido de control motor, una forma de experimentar con materiales, de representar en el plano o el papel su imagen mental y desarrollar su pensamiento; de nada sirve

que la mamá le lleve la mano para dibujar el gato que ella tiene conceptualizado, si el niño está elaborando otros conceptos, otras ideas en ese juego, y en el gesto motor, en el manejo de la mano, del papel y del lápiz. Interferir en esta evolución natural no es lo más indicado, podemos motivarlo con juegos y materiales para ejercitar este proceso, pero no intervenir en su modificación y mucho menos intentar conducirla, para saltar etapas. Todo el proceso implica construcción del conocimiento y esto se produce en la experiencia y va conformando el pensamiento en sus relaciones, clasificaciones, sustituciones. Va armando esquemas mentales que a partir de la práctica, van cambiando por nuevos conceptos superadores. De esta manera se aprende durante el transcurso de la vida. Si nuestros alumnos no realizan este tránsito, no avanzan hacia nuevos saberes.

**Imitación diferenciada:** Se inicia en ausencia del modelo: El niño puede imitar lo que recuerda, horas o días después de haber visto el modelo; esto marca el comienzo de la representación, es un gesto de imitación de significante diferenciado.

**Juego simbólico:** No existe en el nivel senso-motor. Es una representación de hechos anteriores. El significante diferenciado es un gesto imitador que suele ser acompañado de objetos que se han hecho simbólicos para el niño. Se monta en un palo de escoba y es su caballo.

**El dibujo:** En sus inicios, el dibujo o la imagen gráfica, son un intermediario entre el juego y la imagen mental.

El niño, entre el año y medio o dos, empieza con los garabatos, que son en el comienzo un desordenado juego motor de representación. La imagen mental es una imitación de algo que ha interiorizado. Relacionamos a la imagen mental con el pensamiento y la representación. El pensamiento surge con la capacidad del niño de representar. El concepto, es la interrelación de esos pensamientos.

**Evocación verbal:** Es la evocación de acontecimientos pasados. Existe representación verbal cuando el niño dice "muuu, y piensa en el animal. La representación se apoya en el significante diferenciado constituido por los

signos de la lengua en vías de aprendizaje. El lenguaje y el gesto gráfico son formas de conocer y el niño, solo va expresando lo que conceptualiza.

### **Conceptos principales:**

**El papel de la imitación:** La imitación es el paso entre la representación y el pensamiento propiamente dicho. Es la primera manifestación de la función semiótica. Es una prefiguración de la representación. Al terminar el período senso-motor el niño ha adquirido la capacidad de imitación y pasa a representar. Podemos marcar, entonces tres momentos:

**1) Copia perceptiva directa (senso-motor)**

**2) Significante diferenciado.**

**3) Representación del pensamiento.**

Con el juego simbólico y el dibujo, esta evolución se cumple en forma armónica, siendo primero un acto desligado del contexto y luego un símbolo generalizable.

Con la imagen mental, la imitación no es sólo diferida, sino también interiorizada y la representación se independiza del acto exterior. Comienzan aquí los bosquejos internos que luego van a transformarse en pensamiento o en dibujo figurativo, o en lenguaje comprensible.

La adquisición del lenguaje, a la que se accede por medio de la imitación, cubre el conjunto del proceso, ampliando sus posibilidades de comunicación.

El juego simbólico es esencial en el crecimiento del niño. Es el apogeo, el momento culminante de su vida afectiva. Es asimilación de lo real al yo, sin limitaciones. Transforma lo real, por asimilación a las necesidades del yo.

La imitación, en cambio, es acomodación a los modelos exteriores.

La inteligencia, es equilibrio entre la asimilación y la acomodación.

Tenemos por lo tanto que el instrumento esencial de adaptación es el lenguaje, que es imitación. El juego, en cambio, es expresión propia, es creación. Un sistema de significantes construido por el niño, adaptado a sus deseos, a sus apetencias, a sus intereses y preocupaciones por conocer y experimentar.

Este sistema de símbolos, propios del juego simbólico, es creativo y como tal satisfactorio. Es construcción de conocimientos. El juego simbólico, centrado en el yo, alimenta diversos intereses conscientes del sujeto, como también conflictos inconscientes. (Intereses sexuales, defensas contra la angustia, fobias, agresividad, expresión, comunicación, etc.)

El simbolismo del juego se une al del sueño; los límites son vagos entre lo consciente y lo inconsciente, son testimonio del juego simbólico y de los sueños. El simbolismo del sueño es análogo al del juego, porque quien duerme pierde la utilización razonada del lenguaje, el sentido de lo real y los instrumentos deductivos de la inteligencia. Se halla así en la situación de asimilación simbólica que el niño busca y necesita para crecer.

**La expresión gráfica:** El dibujo es una forma de la función semiótica que está entre el juego simbólico y la imagen mental, como imitación de lo real. El dibujo es una forma de juego, al menos hasta los diez años, donde se presentan ya preocupaciones estéticas formales e intenciones de similitud o simulación.

En sus rasgos iniciales, el dibujo no asimila cualquier cosa, sino que permanece como imagen mental muy próxima a la acomodación imitadora. Constituye una preparación que es resultado de ésta. Entre la imagen gráfica y la imagen interior, existen innumerables interacciones, ya que las dos se derivan directamente de la imitación. Es decir no hay imagen mental (o interior) que no unifique el pensamiento y la gráfica, o representación de formas, colores, objetos.

Luquet,<sup>14</sup> cuyos estudios fueron retomados por Piaget, demostró que el dibujo infantil, hasta los 8-9 años es de intención realista, dibuja lo que sabe de las cosas, los personajes o los objetos. A la vez de su propio ser, ya que el monigote es ya la noción de su cuerpo. Esta observación es muy precisa, porque la imagen mental, que también es conceptualización, se expresa así gráficamente, antes de ser copia perceptiva.

El realismo del dibujo infantil, según Luquet, pasa por diferentes fases:

Realismo fortuito: Garabato, como gesto motriz. Desordenado y descontrolado.

Realismo frustrado: Garabato dirigido. Tiene incapacidad sintética, los elementos de la copia están yuxtapuestos, en lugar de coordinarse en un todo. El garabato es controlado, direccional y repetitivo.

El monigote:

a) monigote renacuajo. (Cabeza y líneas).

b) monigote completo (cabeza, tronco y extremidades).

Realismo intelectual: Atributos conceptuales sin preocupación de apariencia visual. (Dibuja lo que sabe de las cosas. Son típicas las transparencias.) Tiene

---

<sup>14</sup> Luquet, G. El dibujo infantil. Paris, F. Alcan, 1927

un pensamiento concreto, necesita ver la manzana para referirse a ella. En la medida que va dibujando va conceptualizando, pero no le interesa la analogía.

Realismo visual: Dibuja la apariencia de las cosas, busca la similitud, en este caso ya es muy notable la incidencia cultural. Un oriental representa muy distinto a un occidental. Por ejemplo la perspectiva. (Representa lo que se ve y lo que se puede asemejar a lo que ha visto graficado, sin transparencia, las paredes de la casa, la figura humana vestida).

En esta etapa, comienza la preocupación por la perspectiva, el volumen, el espacio aparente, la profundidad, la yuxtaposición y la semejanza. Tiene pensamiento abstracto, es decir puede pensar en un objeto ausente. Puede pensar el número, como signo, sin ver las manzanas o las cuentas.

Estos estudios permiten observar la evolución de la imagen mental, que obedece a leyes de conceptualización, más que de percepción. Es decir lo fundamental es el ejercicio de la inteligencia y no de los sentidos, aunque éstos son parte del proceso de conocer. En este momento también se puede observar la evolución de la geometría espontánea, donde las primeras intuiciones del niño son topológicas antes de ser proyectivas o de conformarse a la métrica euclidiana (Topología: relaciones proporcionales del sentido común (intuitivo), lejanía y cercanía. Métrica euclidiana: la medida de normas históricamente definidas).

En la etapa del realismo intelectual, el dibujo infantil ignora la perspectiva y las relaciones métricas, pero tiene en cuenta las relaciones topológicas, que proceden de intuiciones proyectivas (7-8 años), aquí va apareciendo la métrica euclidiana, lo que da paso al realismo visual. En este momento de transición se constituye la recta proyectiva (con centro homotético en la vista), y así también la perspectiva elemental. El niño anticipa por medio del dibujo la forma de un objeto que se le presenta, pero que es dibujado como visto por un observador situado a la derecha o enfrente de él.

Entre los 8 a 10 años, (realismo visual) puede dibujar situando correctamente el punto de vista desde el cual ve el objeto. A partir de entonces adquiere los conceptos de perspectiva. Alcanza el pensamiento abstracto. Es el momento en que puede representar ideas que trascienden lo concreto. Construye conceptos, accede a operaciones complejas y abstractas, puede sintetizar. Puede abstraer y resumir, puede relacionar, clasificar, articular, deducir, comparar y componer. Es decir tiene completa la etapa evolutiva, desde

entonces está en condiciones potenciales de realizar y aprender secuencialmente, cualquier operación mental<sup>15</sup>.

### Consideraciones sobre el Estilo

El estilo en el campo visual, es una forma de tratamiento de la imagen, en un momento y una corriente de pensamiento, o en la expresión de un autor o un grupo. Es una manera determinada de comunicar ideas y miradas sobre el mundo, que funciona como sustento y referencia de la producción individual y colectiva, en una cultura y en un tiempo. Una marca que identifica épocas, autores y características singulares que unen y diferencian. Es el propósito intencional de un emisor o realizador, de elegir un lenguaje que lo identifique y le sea útil para comunicarse confiriéndole rasgos distintivos. Considerar el empleo del estilo en la elaboración de mensajes, es valorar sus virtudes significativas, teniendo en cuenta que estas decisiones construyen sentido. La carencia de normas estilísticas, como las ventajas y desventajas de su empleo, son posibles en tanto se manejen sus particularidades. La necesidad de conocer la producción de la imagen, su historia y sus estilos, permite el empleo de un recurso profuso, para poder seleccionar adecuadamente los repertorios necesarios para la construcción de un proyecto de comunicación. Entendiendo que una propuesta de intervención integral, situada, en lo referente a su historia y a sus características de identidad, puede construir un perfil estilístico propio e innovador. Estableciendo vínculos con sus antecedentes, sus códigos y su identificación cultural.

En la acepción coloquial del término, se dice que "el estilo es el hombre", que hay estilos de vida, estilos de época, que determinadas culturas generan sus propios estilos, o que no hay estilo, etc. Estas expresiones son simplemente consideraciones de un mismo fenómeno, donde el término de *estilo* está presente de distintas maneras en la producción de mensajes.

Según R. Rollié, el concepto de estilo, se puede analizar en varios niveles:

- Considerar al estilo a partir de la singularidad expresiva del emisor, donde se hace visible la personalidad, la forma de pensar y sentir, y el componente subjetivo que exterioriza sus pautas culturales.

---

<sup>15</sup> (Branda M. Este texto sobre "Imagen" es empleado como "APUNTE" se elaboró sobre estudios de de los trabajos de Guy Gauthier - Roland Barthes y J. Piaget.)

- El estilo como el modo de vida y construcción de una cultura, como un hacer colectivo, que funciona como sustento y referencia de la producción individual.
- El estilo como la capacidad selectiva del emisor que se manifiesta en lo público, en el marco de los valores de la vida social, política y cultural.

Los distintos estilos marcan no sólo diferencias individuales y culturales, sino que definen momentos históricos. La historia del arte está estructurada según periodos estilísticos: arcaico, clásico, barroco, romántico, etc.

El movimiento moderno y sus expresiones de vanguardia, muestran desde fines del siglo XIX, una serie de cambios estilísticos que reconocemos como: impresionismo, expresionismo, cubismo, futurismo, constructivismo, surrealismo, informalismo, hiperrealismo, entre otros. En un trabajo sobre el estilo Meyer Schapiro<sup>16</sup>, señala la necesidad de una visión global de este concepto. Es interesante su manera de ver el problema porque permite una amplitud sobre el estilo vinculado al diseño.

”...El estilo es un sistema de formas con cualidad y expresión significativas, a través del cual se hace visible la personalidad del artista y la forma de pensar y sentir de un grupo” Agrega el autor que es también un vehículo de expresión dentro del grupo; por lo sugestivo - emocional de las formas, que comunica y fija ciertos valores de la vida social, religiosa, y moral. Constituye un fondo contra el cual pueden evaluarse las innovaciones y la individualidad de determinadas obras y realizadores.

Reconocer y valorar las características de los distintos estilos, su época y sus razones de ser, explica los momentos históricos y las culturas que las generaron.

Acerca del estilo y el género.

Dijo Borges; “De chico, veraneando en el norte de la provincia, la llanura redonda y los hombres que mateaban en la cocina me interesaron, pero mi felicidad fue terrible cuando supe que ese redondel era la “pampa” y esos varones “gauchos”. Lo genérico prima sobre los valores individuales”.<sup>17</sup>

Podemos decir que el concepto de estilo fue desarrollado en el marco de las

---

<sup>16</sup> Meyer Schapiro. “*Estilo*”. Ediciones 3, Buenos Aires, 1962

<sup>17</sup> Martínez G. Revista Sudestada. Num.9. Ed Extra. Oct.2013



disciplinas que estudian la historia del arte, la crítica literaria, la estética, etc.

La clasificación de las obras literarias, los tipos de oratoria, los estilos arquitectónicos y pictóricos, dieron lugar a discursos que trataron de explicar cómo los estilos forman parte y expresan, las estructuras de pensamiento social y cultural.

El origen de estas miradas tiene una ideología que se plantea con cierta estratificación de la sociedad. En "Estilo e Iconografía" de Jan Balostocki<sup>18</sup>, muestra un panorama que permite comprender que el problema del estilo no es simplemente una cuestión formal o estética, sino que tiene razones y fundamentos sociales.

"..En su Orator, Cicerón establece que "un mismo estilo y unos mismos pensamientos no pueden ser empleados para representar todas las situaciones de la vida, todas las posiciones sociales y todas las dignidades y edades; por medio de la diferenciación se ponen de manifiesto la situación, el tiempo y el interlocutor" "". En términos generales, se desarrolló un sistema de tres figuras: el gran estilo (lo sublime), el estilo medio y el sencillo. Lo sublime era el estilo retórico por excelencia, mientras que lo sencillo pertenecía a la conversación cotidiana. Entonces se dividió el estilo retórico en dos categorías: una perseguía la elegancia y la perfección y la otra la violencia y la pasión.

"La teoría medieval acentuó el carácter social de la diferenciación del "modo". Podemos considerar este sistema estilístico como correlativo del agrupamiento aristotélico, estético y ético en tres partes: "normal", "bajo" y "alto". Aristóteles opinaba que los poetas deben describir personas que sean mejores o peores que los seres humanos reales, o bien que se parezcan a ellos."

La triple división medieval de los "modos" artísticos, incluía la composición de elementos gráficos. Pero los teóricos y artistas del Renacimiento que aceptaron la concepción de Vitruvio de los tres géneros antiguos, descubrieron la importancia de la poesía dramática. La división en "tragedia", "comedia" y "sátira" condujo a la descripción de los tres tipos de teatro. En este sentido, Vitruvio dice:"Existen tres géneros de decoración teatral: la trágica, la cómica y la satírica. Cada una de ellas se diferencia de las demás. El teatro trágico contiene columnas, estatuas y objetos relacionados con la vida de los soberanos. El teatro cómico muestra el interior de las casas, balcones y

---

<sup>18</sup> Bialostocki, J. "*Estilo e iconografía*". Barral Editores, Buenos Aires, 1973.

ventanas, tal y como eran en las casas particulares corrientes del pueblo. El teatro satírico introdujo árboles, cuevas, montañas y otros elementos paisajísticos mas amplios”.

Estos conocimientos permiten operar conceptualmente en el análisis de la producción visual, para el manejo de la significación, que tiene distintas dimensiones. En este caso se trata de nociones generales que abarcan clases definidas, por ciertas constantes de producción y recepción de sentido.

Los conceptos de estilo, modo y género en muchos casos se superponen, por esta razón es conveniente analizar el estilo, dejando de lado la noción de modo, que es más ambigua. El modo, está más referido a la descripción de las características particulares de la realización de un individuo, a la personalidad del artista o realizador.

El problema del género es amplio, pero podemos establecer un esquema operativo que permita diferenciar los rasgos que lo caracterizan. La noción de género ha sido relegada en los estudios de la comunicación visual, en las artes plásticas, como en otras áreas de la producción de imágenes. El desarrollo de este tema se encuentra en los estudios de las convenciones iconográficas, en las teorías del cine y la televisión y fundamentalmente en la lingüística, la semiótica y la crítica literaria.

En la actualidad ha renacido el interés por el concepto de género, que está relacionado al crecimiento de los medios de comunicación

El género se puede definir como un conjunto de elementos que tienen caracteres comunes y se diferencian en el sentido que adquieren en la comunicación. Hay una diversidad de géneros: informativo, humorístico, grotesco, dramático, entretenimiento, ciencia ficción, documental, fantástico, decorativo, trágico, realista. Todos parten de la definición que los griegos le dieron a la interpretación en el teatro; trágico, cómico, y farsa. El concepto de género se transforma en un clasificador de audiencias, público o recetor y está vinculado al estilo. Es un recurso expresivo en la construcción de sentido.

El estilo en el campo de la comunicación visual.

Para abordar ésta problemática, es necesario definir una serie de aspectos vinculados a la comunicación visual, como campo de aplicación.

Si consideramos el concepto de estilo desde la emisión del mensaje comunicacional, no es otra cosa que el resultado de una decisión del emisor en función de las opciones posibles para su producción.

Los procedimientos estilísticos, se consideran operaciones que suponen una determinada elección frente a una variedad de alternativas. El emisor selecciona y combina los elementos del discurso, en el marco de un contexto comunicacional para producir un mensaje.

El concepto de estilo designa aquellos fenómenos que caracterizan un mensaje en términos de lo predecible y de la argumentación.

Se puede decir entonces que para conformar un estilo deben presentarse determinadas constantes, es decir que tienen que producirse: grados de regularidad, situaciones de repetición, o recurrencias de determinados efectos, organizaciones y tratamientos de la imagen.

El estilo es considerado como un lenguaje en tanto posee una organización propia, un tipo de reglas y normas, que exhibe mediante sus componentes y sus relaciones, una determinada conformación estética y simbólica.

A fines del siglo XIX, en el marco de la revolución industrial entra en crisis el concepto de estilo, como la hegemonía cultural de las clases dominantes. Desde la óptica de la utilización de los estilos históricos que generó el conocido eclecticismo ochocentista. El diseño moderno, está representado por las ideas del Bauhaus. Esta escuela se replantea una búsqueda que trata de eliminar o por lo menos de desactivar, el llamado decorativismo historicista.

Walter Gropius<sup>19</sup> plantea que el nuevo diseño no trata de imponer ningún estilo. El objetivo del Bauhaus no se propuso propagar "estilo", sistema o dogma alguno, sino sencillamente ejercer una influencia reformulada sobre el diseño. "Un "Estilo Bauhaus" hubiese sido una confesión de fracaso y un retorno a esa inercia poco vital, a ese academicismo estancado, ante cual se había convocado, con la finalidad de combatirlo. "Nuestro empeño consistía en hallar un nuevo enfoque que promovería un estado de ánimo creador en quienes tomaran parte, y conduciría finalmente a una nueva actitud ante la

---

<sup>19</sup> Gropius, *"Alcances de la Arquitectura Integral"*. Ediciones La Isla, Bs. As, 1957

vida". Según Gropius, la Bauhaus fue la primera institución en el mundo que pudo corporizar este principio en un programa de estudios integral y definido. Este programa fue precedido por la concepción de un análisis de las condiciones del período industrial y de sus tendencias dominantes.

Tomás Maldonado<sup>20</sup>, 25 años después observa las limitaciones del concepto de estilo desarrollado por Gropius.

"...La noción de estilo en nuestro siglo ha tenido una trayectoria ambigua. Theo Van Doesburg afirmaba, en su época, que la idea de estilo como "anulación de los estilos" constituía la base de la poética neoplasticista". En los años de De Stijl y de la Bauhaus apenas se sospechaba lo que actualmente sabemos muy bien: que incluso el pretendido "estilo no-estilístico" proclamado por aquellos movimientos, con el transcurso del tiempo han perdido su espontaneidad y su validez primitivas, conformándose al fin como un estilo, sobrio, atractivo, legible, pero con sus limitaciones".

...“Lo más grave es que aquel pretendido "estilo no-estilístico", de evidente inspiración racionalista y a su modo, al servicio de una voluntad de coherencia, puesto en contacto con la gran industria, se mercantilizó. Esa idea ha dado origen - no se sabe bien si por transmutación de sus elementos propios, por reacción contra ellos, por exigencias externas, o por todas estas causas a la vez - a un estilismo a ultranza, a un estilismo (y esto es lo peor) al servicio de las intenciones menos escrupulosas de la política de mercado”.

Tomás Maldonado sostiene que el "estilo no-estilístico" es una quimera ya que, definir una forma siempre equivale a definir un estilo. No menos quimérica es la pretensión del "modernismo de apariencia", de atenerse solamente a la forma, desinteresándose de cualquier otra responsabilidad. "Todo objeto -dice Josef Albers - tiene una forma, y toda forma tiene un significado”.

Desde la mirada de Maldonado todo parece indicar, que el estilo, de hecho, es inevitable. No es cierto que el no-estilismo haya fracasado porque se ha convertido en un estilo; su frustración histórica se explica más bien por el hecho de no haber conseguido, a pesar de sus deseos, escapar de la órbita de las viejas maneras de concebir el estilo. En realidad, el no-estilismo quiso establecer un "estilo definitivo" del mundo moderno. Pero el mundo moderno no ha sabido, ni ha querido apoyar esta posibilidad, ya que acosado por sus

---

<sup>20</sup> Maldonado, T. *Vanguardia y Racionalidad* (Max Bill y el Tema del Estilo). Ed. Giliy Barcelona, 1977.

contradicciones, se debate entre la voluntad de eternizar en un estilo el orden social existente y la necesidad de disolver y de dispersar las formas que el propio orden social crea. En los últimos años es evidente que tanto las concepciones de las primeras décadas del siglo, que planteaban un estilo aestilístico, como las críticas que en la década del 50' y sobre todo en los '60, se desarrollaron desde un racionalismo modernizado, cayeron inevitablemente en la formulación de un estilo.

La Escuela de Diseño de Ulm, que formuló una nueva visión del diseño, más allá de los resultados de la Bauhaus, no superó el marco de un estilo, un racionalismo de nuevo corte, volvió a fundamentar las propuestas de producir en base a la psicología de la percepción. La teoría de la Gestalt siguió siendo el soporte "científico" de las definiciones teóricas de la comunicación visual.

El punto de partida fueron las leyes perceptuales, que según esta teoría experimental describen la capacidad humana de percibir. Este marco da pie a una metodología del diseño que desemboca en la creación de un orden visual, mediante el cual se eliminarían las confusiones de lectura, para poder acceder sin dificultades al nivel semántico del mensaje.

Hoy sabemos, después de largos debates y de los resultados de la investigación en el campo de la comunicación visual, que las leyes de la percepción están condicionadas por las diferentes maneras de ver, según las distintas culturas. Que no hay bases objetivas cuantificables que se puedan preestablecer para elaborar o recibir un mensaje.

En el caso de la escuela de Ulm sería incorrecto no reconocer la profundidad de los estudios teóricos sobre el tema, incluyendo disciplinas como la sociología, la teoría de la información, la semiótica, etc., pero también hay que reconocer que los resultados en el campo de la comunicación visual en particular, no escaparon al purismo de una estética gestáltica. Este enfoque del diseño adquirió una gran difusión, y es de donde surge su denominación como "Estilo Tipográfico Internacional". Su reconocimiento se basa en una gama de soluciones visuales que se expresan en patrones bien definidos: buena legibilidad, utilización de tipografías sans serif, simplicidad de la organización, coherencia formal (unidad de estilo). La neutralidad morfológica de estos mensajes está en función de enfatizar el inmediato acceso a la información. Desde este punto de vista, surge un deliberado rechazo a las soluciones expresivas e individuales, centrando el problema en una visión más universal y

supuestamente "científica" de la comunicación visual. Lo que también dio lugar a las recurrentes discusiones, sobre si el diseño es arte, o es función, legibilidad, información; falsas disyuntivas que hoy están superadas.

El nuevo funcionalismo de Ulm, muestra una fuerte voluntad estilística, los paradigmas formales se pueden encontrar en las corrientes de vanguardia del arte abstracto y más particularmente en el llamado arte concreto. De esta forma estamos nuevamente frente a la vieja forma del funcionalismo; la función (el significado) es el fundamento de la propuesta, y la forma debe adecuarse a la función ("la forma sigue a la función"). Pero por otro lado también prescribe normas para los tratamientos visuales, recorta las opciones dentro de ciertas tipologías formales, dejando de lado un gran espectro de posibilidades y recursos morfológicos y expresivos. Estos repertorios podrían ser opciones posibles en la construcción del significado y también de la función.

## Estilo y posmodernidad

La corriente llamada posmoderna se presenta como una propuesta prácticamente sin limitaciones en el uso de los tratamientos gráficos, de este modo se revalorizan todos los estilos y se implementan a veces, sin contemplar el sentido. Asistimos a una conjunción indiscriminada del uso de estilos.

Del formalismo basado en un estilo hegemónico se pasa a un eclecticismo desmedido. Desde esta óptica el espectro de selección es muy amplio, pero es limitado en cuanto a fundamentación. No se vislumbra una teoría que sustente la producción visual, como la encontramos a pesar de sus limitaciones, en el racionalismo. Lo que sí se ve es una reacción contra el esquematismo y las normas establecidas por una producción de pretensiones universales.

Es frecuente ver soluciones visuales vinculadas a corrientes artísticas de las vanguardias históricas, de amplio espectro, neoexpresionismo, neodadá, neodecò, neoconstructivismo, pop, desde una mirada esteticista. Teniendo en cuenta que el racionalismo sólo había seleccionado aquellas que posibilitaban una normalización de la organización visual. Esta conjunción de estilos, no se sustenta en la búsqueda de sentido, su orientación está más sesgada por el lenguaje de las formas y de los valores estéticos, que por el contenido,

Decía Rollié<sup>21</sup> en 2002, "Podemos decir que estamos frente a un eclecticismo

---

<sup>21</sup> Rollié – Branda. La enseñanza del diseño en comunicación visual. Ed. Nobuko. 2004

acrítico donde todo es válido y es común encontrar soluciones visuales de un alto grado de arbitrariedad y desarticulación. Es probable que estemos entrando en un proceso de cambio que admite, dentro de ciertos parámetros, propuestas similares a lo que se produce en el mundo de la moda. Actualmente se está manifestando un desplazamiento de concepciones fundadas en el marco de la comunicación a concepciones más formalistas que consecuentemente han privilegiado el mundo de las sensaciones y los efectos visuales, de un marcado corte esteticista”.

Gilles Lipovetsky<sup>22</sup> desarrolla estas ideas cuando analiza el posmodernismo. “...No se trata de crear un nuevo estilo, sino de integrar nuevos estilos incluidos los más modernos”. Se puede deducir de lo que sostiene, que los valores hasta el momento prohibidos son recuperados, se vuelven preeminentes. Dice: “...el eclecticismo, la heterogeneidad de los estilos están en el seno de una misma obra, lo decorativo, lo metafórico, lo lúdico, la memoria histórica..”

Para Lipovetsky, el posmodernismo no tiene por objeto ni la destrucción de las formas modernas, ni el resurgimiento del pasado, sino la coexistencia pacífica de estilos. La producción está más vinculada al mercado, a la moda, a la publicidad, que a los antecedentes y a la identificación cultural.

Podemos hacer un análisis inicial del eclecticismo que acabamos de describir, y ver cuáles son los principales paradigmas que signan las corrientes estilísticas que vemos en la comunicación visual de los últimos años y que ya han sido empleados en otras épocas, como innovadores:

- Los paradigmas basados en los movimientos artísticos de la primera mitad del siglo XX, que en la actualidad han vuelto a adquirir vigencia.
- Los paradigmas que surgen de la influencia de la gráfica espontánea, que generalmente se la vinculan a una visión expresionista y a las manifestaciones urbanas como el grafitti, el stencil, las pintadas y los relatos murales, etc.
- Los paradigmas que son producto de las nuevas tecnologías y de Internet. Los medios actuales, como la televisión y el video, y el más importante de todos, la informática, Internet, a través de la posibilidad de digitalización en la generación de la imagen, ha provocado y seguirá provocando grandes cambios en las posibilidades de transformación y de interacción de los distintos lenguajes. Este nuevo recurso, producto de las transformaciones tecnológicas, tiene una riqueza de posibilidades impredecibles. Un ejemplo parcial de este

---

<sup>22</sup> Lipovetsky . La sociedad posmoderna. [www.lipovetskyencia-de-la-modernidad.pdf](http://www.lipovetskyencia-de-la-modernidad.pdf)

fenómeno se puede observar en la transformación de la sintaxis u organización del mensaje visual. Es allí donde las posibilidades combinatorias se multiplican en todas las direcciones, generando una imagen, que es un producto específico de las posibilidades que la informática brinda a la comunicación. April Greiman<sup>23</sup>, es un ejemplo de esta nueva sintaxis. Lo que se observa en sus trabajos es lo que ella llama la híbrides en el estilo. Esto quiere decir emplear un estilo híbrido, significa poner en juego en un mismo espacio diferentes posibilidades y tratamientos gráficos que conviven como producto de la flexibilidad combinatoria propia de las nuevas tecnologías. Esta situación es la que predomina en el debate de los años 90 y que actualmente comienza a definirse en una búsqueda de identidad más marcada, pero que debería generar nuevas definiciones y propuestas. Existen construcciones graficas que recuperan la pertenencia cultural, las identidades y la memoria, pero son más prácticas que de elaboración teórica. De alguna manera, hoy seguimos transitando este proceso, de reformulación en la producción de la disciplina, en Latinoamérica.

El estilo según Norberto Chávez

En su libro, "El diseño invisible", Norberto Chávez<sup>24</sup> toma el problema del estilo desarrollado la idea de que en la actualidad el estilo está casi ausente de la obra del comunicador visual. En el Cáp. I, "Regla, estilo y época", dice que la acepción *Academicismo*, hace referencia a la actitud de obediencia a reglas que están por encima del individuo y que son las establecidas por la Academia. Que estas reglas tienen normas que constituyen tratados que explicitan los principios a los cuales de alguna manera, el realizador tiene que ceñirse. Dice que las reglas generaron la desocultación de las producciones, mas que la creación. Esta idea generalizada de los límites que imponía la academia, llevó al rechazo de toda acotación formulada desde el academicismo. Las vanguardias del siglo XX se sublevaron contra estas imposiciones y opusieron innovaciones dignas de observar. También en el transcurso de esos años han aparecido y han sido olvidados innumerables movimientos, y producciones individuales, que no lograron perdurar. A estos procesos en el mundo de la cultura, se suma hoy la acelerada transformación tecnológica, que no solo

---

<sup>23</sup> Greiman, A. [www.frasesypensamientos.com.ar](http://www.frasesypensamientos.com.ar)

<sup>24</sup> Chávez, N. El diseño invisible. Ed. Paidós. 2006



aporta medios, sino también argumentos a favor de la discontinuidad. Chávez, observa que la tecnología provee recursos inéditos de cambio formal y brinda hechos infraestructurales pre-simbólicos que avalan por analogía, la pertinencia y legitimidad de esos cambios. Ya a finales del siglo XX se fue cristalizando una cultura de la inestabilidad. El resultado de este proceso impuso preguntas también novedosas, como por ejemplo si existen reglas en la producción cultural. Si hay normas que regulan la producción cultural. El autor dice que la cultura en su producción material e inmaterial, que porta un sentido compartido por toda la comunidad a la que pertenece. Es decir una significación de alcance social. Esta significación no es posible en tanto no existan códigos que permitan registrarla y comprenderla. Es decir la cultura misma es un complejo sistema de reglas y códigos. Lo cultural no es un ámbito o un campo, sino una dimensión que abarca la totalidad de los planos de la vida social. Como dice Manuel Delgado, ...“la cultura es lo que llamamos naturaleza humana”. El hábitat es la primera huella material de la vida humana. Refleja las relaciones materiales y simbólicas de una comunidad. Una ciudad barroca o una actual hablan de la vida material y simbólica de sus habitantes. Esto quiere decir que las reglas que regulan el sentido del hábitat, son culturales. Las teorías que han buscado simplificar la comprensión de estos fenómenos, los han reducido en la medida que pretendieron fragmentar esa totalidad. La arquitectura y la comunicación visual han incurrido sistemáticamente, en estas parcializaciones, desestimando lo cultural como una dimensión integral. Así se siguieron paradigmas como, la forma sigue a la función. O lo útil es bello. Estos postulados que en su momento fueron necesarios para nuevas propuestas, se convirtieron al correr el tiempo, en escollos para visiones más abarcadoras. El discurso del entorno, es producto de la experiencia social, más que de teorías o prácticas de producción cultural. Las reglas que lo rigen no son las que los realizadores aplican o formulan, sino el resultado de la vida social. Por esta razón una teoría del hábitat debe incluir en su objeto de análisis tanto la realidad material como la crítica de los discursos y las formas de representación de su producción, distribución y consumo. No se puede explicar la sociedad por las ideas que tienen de ella sus miembros, como tampoco se puede explicar lo urbano por lo que formulan sus constructores o usuarios, porque toda matriz cultural es inconsciente. Entendiendo esto en el sentido de que no se construye sobre planes previos establecidos, ni individuales, ni

sociales. Podemos decir en este sentido, que la comunicación visual en el espacio urbano, es una construcción social colectiva inconciente.

Refiriéndose especialmente al problema del estilo, dice Chávez, que cuando hablamos de estilo, nos referimos a un puro lenguaje formal, a una serie de recurrencias morfológicas y sintácticas que trascienden el hecho individual, instituyéndose como principio regulador de la producción cultural y como generador de la unidad y coherencia de su discurso. Estas apreciaciones un tanto direccionales, se completan entendiendo, que el estilo no se reduce a una mera retórica formal, pues constituye la regla que articula todos los planos presentes en una obra. El estilo sintetiza lo simbólico, lo estético, lo utilitario, determinando sus modos relativamente estables de condicionamiento recíproco. El estilo no se limita a regular el producto u objeto cultural, sino los usos del sujeto; el estilo configura al propio sujeto cultural como tal.

Considerando al estilo como un problema de relevancia en este campo, es que el desarrollo del autor es atendible, ya que es representativo para un amplio sector de comunicadores y aborda los problemas de manera integral y desde una perspectiva social. Dice que no es posible ver en forma separada un estilo arquitectónico, del sistema de comportamientos de sus usuarios. El peso cultural del concepto de estilo es considerarlo un hecho social, que no se limita a lo formal, ni se reduce a una estética, o a una retórica, ni se cierra a la obra, ya que el estilo es el regulador del sentido del hecho cultural, porque regula la relación con el sujeto. Condensa el sentido cultural que materializa la obra, con una herencia y con antecedentes a los cuales el realizador les confiere un sentido. El estilo aparece donde existe una manifestación estable de cultura, ya sea desde el idiolecto del pequeño grupo, hasta las convenciones del conjunto de la sociedad, desde la moda hasta el estilo general, estable de la época. El estilo de época, es el código de un momento histórico. Época y etilo, constituyen uno el signo de la otra. La sociedad tiene reglas estilísticas, que quienes las comparten culturalmente, otorgan sentido a esas convenciones y es allí donde está el origen del poder del estilo, como condición *sine qua non* del sentido. Al igual que el lenguaje, el estilo es una convención social.

Los distintos estilos han sido, a través de la historia, continuidad y ruptura con las reglas anteriores: el Renacimiento en los siglos XV y XVI, el Barroco en el XVII al XVIII, el neoclasicismo y el Romanticismo desde mediados de XVIII al XIX. Pero a finales de este último, y en el siglo XX, se produce la más febril

innovación de todas las reglas. Esto sucede en forma abrupta, acelerada, y confrontativa, tanto de las inmediatas anteriores, como de las contemporáneas. El racionalismo de entre-guerras, se constituyó en un estilo, en contra de sus propios postulados de no-estilo. No logrando convertirse en una corriente universal. Pero el espíritu moderno de la arquitectura no agotó sus posibilidades y fue mas consumido por profesionales, que por los habitantes de los espacios sociales. Esto está vinculado a la inestabilidad y a la sed de innovación de la época que ha hecho del cambio permanente, el único y autentico producto cultural. Los lenguajes culturales más valiosos del siglo XX, han sido desechados sin poder madurar, se han descartado sin llegar a evolucionar. La cultura padece una suerte de anorgasmia, donde solo se concreta y consolida el consumismo, como una suerte de patología de la sociedad de masas. Una tendencia firme en este sentido es el experimentalismo reduccionista, que propone un principio o factor elemental del hecho cultural. Está basado en lo aleatorio, el acontecimiento, la combinación, la sensación., la metáfora, la provocación de emociones. Estas son formas de reduccionismo cultural que excluyen deliberadamente todos los planos ajenos a la experimentación y al inmediatismo. Es un estado de situación que ha desestimando otros planos de conocimiento y profundización de la comunicación. Dice Chávez que la cultura, que es una práctica integradora por excelencia, se desdibuja en aras de intereses coyunturales, económicos y políticos.

#### Aplicaciones del estilo

Es necesario entender que la aplicación de los rasgos estilísticos de una producción no son caprichosos, ni casuales. Considerar que cuando se habla de estilos de diferentes épocas, se está haciendo referencia a aquellos elementos que fueron dominantes y aceptados por los sectores preponderantes de una cultura. No se puede pensar una sociedad con un mismo patrón cultural para la totalidad de los individuos que la componen. La división de la sociedad en clases, en sectores, ya habla de fragmentos que tienen distintas ideas y prácticas. Por lo tanto preferencias estéticas y estilísticas. Los sectores dominantes generan, e implementan una cultura y la utilizan como elemento

predominante, multiplicador, y muchas veces, hegemónico. La regeneran con pautas educativas y culturales que se realizan desde las instituciones que las imparten, para *reproducir la ideología*, diría Bourdieu. En el siglo XX en cierta medida, se modifica esta unilateralidad del poder, y se transforman las ideas clásicas de la división de dos grandes polos, en las clases sociales, no en el sentido de que dejen de existir, sino en que se expresan con mayor diversidad. De aquí que las Vanguardias del siglo XX, responden a intereses culturales mas amplios y se manifiesten en grandes rupturas y en un amplio abanico de propuestas. Es porque la sociedad se ha ido transformando y ha mutado sus intereses, sus gustos y preferencias. Ya no son los burgueses capitalistas los que dominan a la sociedad, sino los capitales financieros concentrados, cuya visibilidad y perfiles son más difusos. La Modernidad transforma los parámetros hacia abanicos más amplios. En lo que reconocemos como Postmodernidad, el núcleo de análisis en lo social, pasa por la información y la comunicación, en vez de la industria y la producción, como en la Modernidad. En este nuevo modelo no hay un único polo dominante de la cultura, sino diversas tendencias que compiten, se complementan o se excluyen. De esta manera se entrecruzan, mezclan o repiten estilos sin que se presente un perfil homogéneo, dominante, único. Aunque en muchos casos podemos observar que siguen operando tendencias con rasgos hegemónicos, y que sus comportamientos tienen una direccionalidad, su incidencia no abarca a toda la ciudadanía, sino que se dirige a sectores específicos. Que las audiencias son mas sectoriales y menos manipulables y que las formas de circulación se multiplican.

Es necesario analizar estos marcos de interpretación y manejar la producción de la imagen en su historia y sus estilos, para poder realizar intervenciones de comunicación visual y poder seleccionar con pertinencia los recursos necesarios para la práctica proyectual. Construir argumentos para un discurso nutrido conceptualmente, diverso en lo instrumental y superador del vacío que postula el modelo posmoderno. Una propuesta de comunicación visual integral, con su historia y sus características de identificación, pueden construir un discurso comunicacional visual con un estilo y un sentido, intencionales y fundados.

## CAPÍTULO 3

### EL CONCEPTO DE IDENTIDAD Y SUS COMPLEJIDADES

La identidad, y la identificación visual, son temas de análisis desde la disciplina y conforman un amplio espacio de sus prácticas y teorías. La relación que supone la identificación visual, con los recursos del lenguaje que se emplean y la lectura de la imagen, se integran en una síntesis de conjunto interpretativo, que sustenta la práctica proyectual.

La identidad, según J. Costa<sup>1</sup> es esencia y apariencia, es conocimiento y apropiación. Es la sustancia de lo latente y lo implícito. Es signo y símbolo, según sus alcances y trascendencia. Etimológicamente, identidad viene del latín, *identitas*, que quiere decir; lo único, idéntico, la unicidad. Desde lo filosófico, se puede marcar una secuencia:

a.) Es el ser o el ente. Es lo que es o existe, o lo que puede llegar a existir.

b.) Todo ente, está dotado de una dimensión existencial significativa, que le es propia. Es su entidad, como una medida universal que constituye su misma esencia y materialidad.

c.) Toda entidad posee una forma perceptible y memorable que es su identidad, su característica de ente en su individualidad particular, que lo diferencia de otros.

Identidad, equivale a autenticidad, es idéntico a si mismo y diferente de los demás. Es la cosa y su forma, la cosa misma, presentándose ante la sociedad por sí misma, y como única y diferenciada de otros. Semánticamente, es ente mas entidad, y su resultado es idéntico a si mismo. Se hace evidente a los sentidos y a la razón, por la diferencia. Por tres elementos centrales de unidad donde se integran; la sustancia, la función y la forma.

La Identidad visual, es la visibilización homogénea que se construye para conseguir que se identifique una institución, una ciudad, una grupo o una persona. Para que pueda ser fácilmente reconocida y presentar una imagen adecuada, se la conforma a través de diferentes elementos visuales, casi siempre presentes y compartidos en la vida social.

---

<sup>1</sup> Costa , J. La marca institucional. Ed. Gilli. España.1998.

Desde el nacimiento de la fotografía, hasta el impacto del uso mundial de las tecnologías digitales, la producción de imágenes y de las identidades, en todas sus variedades, ocupan un lugar permanente y destacado en occidente.

El "logotipo", es probablemente la forma de identidad mas empleada, así como las diferentes piezas que se articulan en consonancia con una visión de los valores que se quieren transmitir, que habrán de reflejar de distintos modos, la sustancia, la identidad o la personalidad, sea institucional o empresarial.

Lo que comúnmente se llama "logotipo" es, según expresa el diccionario de la lengua española; "El distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto". Seria entonces, una representación verbal que consiste en una o varias palabras mediante signos tipográficos. No se trata del icono o símbolo, sino solamente de las palabras y del uso de las tipografías o de los signos identificatorios.

Según Saussure<sup>2</sup>, es constitutivo de todo signo lingüístico, el significante y el significado. En general, un signo es algo convencional que remite a algo diferente de sí mismo, como lo es, por ejemplo la palabra, "vaca" que como imagen "acústica", puede pronunciarse articuladamente a través de ciertos sonidos, en relación con la idea o concepto de "vaca" susceptible de aplicarse a una clase particular de objetos, en este caso el animal; la "vaca".

El signo es signo por la institución de una función significativa establecida por una comunidad. Esta institución se va haciendo por el establecimiento de una convención social incorporada por el habla coloquial y la memoria cultural, que se construye con el lenguaje.

El signo lingüístico o visual aparece como una relación necesaria, arbitraria o analógica, entre sus dos partes o caras:

- a) El sensible o perceptible, es el significante (imagen acústica o visual).
- b) El inteligible, es el significado (concepto, representación, etc.)

Todos los hechos culturales, son ante todo comunicación. Para Peirce, "pensamiento" es sinónimo de "signo". Desde sus componentes, el signo es ese dispositivo que hace posible el paso de la existencia a la sustancia, es el fundamento de todo proceso cognoscitivo. Hay tres tipos de signos: iconos, índices y símbolos.

---

<sup>2</sup> Saussure. [www.slideshare.net/zulyromero/semiotica-segun-ferdinand-de-saussure](http://www.slideshare.net/zulyromero/semiotica-segun-ferdinand-de-saussure)

## Los iconos

El ícono opera ante todo por similitud de hecho entre el significante y su significado, por ejemplo entre la representación de un animal y el animal representado: la primera vale por el segundo, por la simple razón de que se asemeja. Se utilizan en comunicación visual, los términos: iconograma / imagograma

Las imágenes son íconos, llamamos pictograma a un ícono o imagen de tratamiento gráfico visual, simplificado y esquemático.

Norberto Chávez<sup>3</sup> habla de imagotipos: estas imágenes pueden adoptar características muy diversas: deformaciones personalizadas de un logotipo, íconos o reproducciones más o menos realistas, de hechos reconocibles, mascotas o características de personajes u objetos, figuras abstractas o composiciones arbitrarias sin significación o referencias explícitas.

El imagotipo, según Chávez, incluye las dos subclases de íconos: imágenes y diagramas, que como mencionamos, son las que define Pierce.

## Diagrama

Pierce<sup>4</sup>, distinguía dos subclases distintas de íconos: Las imágenes y los diagramas. En la imagen, el significante representa las "simples cualidades" del significado, mientras que en el diagrama la semejanza entre significante y significado, "solo se refiere a las relaciones entre sus partes". Definía un diagrama como un "representamen", que primordialmente es un ícono de relación, y hay convenciones que le permiten desempeñar dicho papel. Un ejemplo de este tipo de "ícono de relaciones inteligibles"<sup>5</sup> es un par de rectángulos de diferentes tamaños que ilustran una comparación cuantitativa entre la producción de acero de los Estados Unidos y la Argentina. Las relaciones dentro del significante corresponden a las relaciones dentro del significado.

Entendemos que los signos de identificación que tienen la categoría de diagrama son generalmente imágenes abstractas que adquieren significado mediante la utilización de algún tipo de relación con el significado que se quiere

---

<sup>3</sup> Chaves. La imagen corporativa. Ed. Gilli. Barcelona.1998

<sup>4</sup> Pierce. Zecchetto. Seis semiólogos en busca del lector. Ed. La cruzía. 2005

<sup>5</sup> Pierce. Obara citada.

expresar: sea dinamismo, estatismo, fuerza, liviandad, caos, orden, integralidad, etc.

## Fonograma

Un fonograma es un signo visual en el cuál se utilizan los signos gráficos del lenguaje verbal, es decir el alfabeto, utilizando las letras que lo conforman. Pueden ser letras iniciales, siglas, palabras.

Chávez llama logotipos a la capacidad identificadora del nombre como signo verbal, su versión visual - básicamente gráfica - agrega nuevas capas de significación mediante diferentes tratamientos gráficos que transforman a un simple fonograma, en un objeto visualmente atractivo y reforzado en su significación. Muchas ciudades, empresas, instituciones, organizaciones, se definen por la relevancia de sus signos

## Ciudad, signos y señales

Sobre el sitio urbano, que definimos como un espacio de protagonismo de sentido, se puede establecer la especificidad de la comunicación visual y su papel en la ciudad. Los pioneros del diseño moderno entendieron que la planificación de la comunicación visual debía ocupar un lugar importante en la vida urbana. Las complicaciones de la ciudad moderna, el aumento demográfico, la construcción de vías rápidas en función de un crecimiento desmedido del transporte, como el automóvil, las estaciones, los aeropuertos, etc., requería de criterios ordenadores, su respuesta fue dada en el marco conceptual y proyectual del funcionalismo. La tarea del diseño visual se concentró en la creación de sistemas de señalización. La gráfica de vía pública utilizada fundamentalmente como publicidad es otro aspecto del diseño gráfico, que si bien forma parte del diseño urbano, está encarado desde otro lugar en la práctica proyectual.

Las teorías racionalistas y las urgencias concretas, legitimaron un imaginario que sobredimensionó una visión conductista de la comunicación, y la señal fue su protagonista principal. Otros aspectos de la comunicación fueron



minimizados en este marco de proyectos de comunicación visual. Lo simbólico quedó como perteneciendo a otra época, a otro momento de la historia, siendo sustantivo en este tipo de intervenciones. El avance tecnológico y consecuentemente los cambios que se produjeron en la vida cotidiana privilegiaron la inmediatez, las reacciones automáticas, que se volvieron cotidianas y necesarias para sobrevivir en el vértigo de la ciudad.

Adrian Frutiger<sup>6</sup> ubicó la importancia de las señales destacando su hegemonía como algo incuestionable, que pertenece a la razón misma de nuestra época.

"Con la segunda revolución industrial, con el desarrollo de la tecnología, el concepto de signo se ha ido transformado en sus mismos fundamentos. Si el mundo de la Fe se caracterizaba en el símbolo, y el de la Razón Ilustrada lo fue por el signo, nuestro mundo de la comunicación omnímoda y de la transmisión inmediata aparece regulado y estructurado por la señal".

La exaltación de la sociedad tecnológica, y sus consecuencias en la vida urbana, sin ninguna alternativa crítica, puede llegar a la conclusión de que nuestro "mundo de la comunicación" está *regulado y estructurado* por los sistemas de señales que ordenan, prohíben y orientan las conductas humanas en las calles, los edificios, las fábricas, las rutas, etc.

Es verdad que las señales y los sistemas de señales no existían en el mundo medieval, ni en el siglo de la luz, con la importancia regulatoria que hoy tienen, pero entendemos que la capacidad emocional y seductora de los símbolos o la racionalidad de los signos, forman parte sustancial de la "estructuración de la comunicación social contemporánea".

Una propuesta con mayor perspectiva, que apunte a una visión integral tiene necesariamente que reconocer la complejidad e interacción de las diferentes modalidades de comunicación, teniendo en cuenta la estructura social de producción, circulación y consumo de los mensajes. Dando lugar al estudio de los rasgos de identificación que las caracterizan.

En este marco, los objetos o mensajes específicos de la comunicación visual adquieren una significación que desborda la visión unilateral del diseño como un sistema autosuficiente. Hoy más que nunca es necesario ver el fenómeno desde una visión integradora, por un lado sustentando un marco teórico que sea capaz de integrar la diversidad de la comunicación, y por otro, la formación de equipos interdisciplinarios que puedan abarcar la complejidad del fenómeno.

---

<sup>6</sup> Frutiger. Signo, símbolo, marcas y señales. Ed GGilli Barcelona. 2002

Henri Lefebvre<sup>7</sup> en su teoría del campo semántico desarrolla las especificidades de la señal, el signo y el símbolo. Aquí tomamos el papel de la señal.

"Las señales. La luz doble (roja, verde) es experimentalmente para cada uno de nosotros el prototipo de la señal. Binaria y disyuntiva, obedece a leyes estrictamente lógicas, el "todo o nada", el "bien o bien". No soporta intermediario, ni transición, ni evolución. Abre o cierra un camino. Indica una bifurcación o un cruce. Designa una opción y la suprime. Un tercer término (la luz amarilla en la circulación de las calles) puede intervenir para suavizar la dureza imperativa de la señal. Comparándola, este tercer término disminuye su eficacia; es un tema de discusiones perpetuas".

La señal no puede dirigirse más que a un único órgano sensorial. Es visual o auditiva. La ambigüedad de la señal no se tolera. No tiene, por otra parte, relación alguna con lo que significa imperativamente. Su arbitrariedad es completa. Un timbre obtiene los mismos resultados que una señal óptica, en el supuesto de que comience y termine distintamente. Teóricamente, una corriente de aire perfumado podría tener la misma eficacia. Enteramente externas a la conciencia, las señales dejan exterior y pasivo al "sujeto" actuante, que se vuelve su objeto inerte.

Y sin embargo la señal no sigue siendo exterior al objeto-sujeto humano sobre el cual ejerce su acción. Produce un efecto muy definido: el condicionamiento. Sin perder el tiempo en reflexionar, freno ante la luz roja y paso con la luz verde. Adquiero un reflejo. Estoy condicionado por las repeticiones de la señal. Y está bien que sea así. Cuando hay que conducir un automóvil en la vía pública, no hay otra forma que con un encadenamiento de reflejos, encadenamiento en el cual se insertan las señales de circulación, que son una norma de seguridad vial. Todos las hemos aprendido, igual que los demás. Constituyen un código ineludible y común. Una vez internalizadas, las señales pasan a nuestras manos, al cuerpo y a los pies, por una práctica condicionada, por reflejos inmediatos, a los que todos respondemos. Los que funcionan en relación con unas técnicas, o dispositivos que son determinantes.

Simples, evidentes (claras y distintas a la perfección), las señales deben también poseer una estabilidad perfecta. Un cambio de señales desconcierta; perturba profundamente una serie de actos sociales constituidos y estables, por

---

<sup>7</sup> Lefebvre. Lenguaje y sociedad. Ed. Proteo. Argentina. 1967

ejemplo la circulación callejera o ferroviaria. Constante y repetitiva por esencia, siempre ahí, la señal es automática. Funciona según una frecuencia regulada, sin que la voluntad conciente intervenga; en su funcionamiento, es impecable. Debe considerarse que la señal no informa, o muy poco; prohíbe o autoriza: incluye o excluye, nunca se sabe por qué y por otra parte no se tiene la necesidad de saber por qué. La señal perfecta, totalmente impersonal, se repite indefinidamente, incluso cuando no hay nadie frente a ella. Define una redundancia, no una información. Si se la concibe y utiliza bien, no aporta sorpresa alguna: siempre en el mismo lugar, reiterando sin comienzo y sin fin la orden imperiosa o la prohibición.

En la señal, la significación coincide con la cosa, es decir el signo. Luz verde, luz roja, la orden dada (o la prohibición) está totalmente dada por la cosa. No se necesita distinguir la significación. En y por la señal, la significación unida a una cosa tomada arbitrariamente como signo, coincide con la cosa sin significación. La racionalidad perfecta y el absurdo perfecto se encuentran. Si la señal significa otra cosa -o alguna cosa distinta - para mí, y que en lugar de obedecer la interrogo, la desafío y mas allá de lo que esta, enteramente presente o ausente, me pregunto lo que quiso alguien inaccesible, que precisamente no está aquí y del cual no se nada. Alguien puso una luz o un cartel, en un cruce y el que circula, sigue esa indicación.

“Aislada<sup>8</sup> en su funcionamiento a la manera de una pura cosa, la señal no esta, sin embargo, sola. Siempre forma parte de un sistema y es un sistema definido (codificado). Así, el código caminero, el sistema de señales ferroviarias, u otros sistemas más curiosos, el de los guardabosques, el de los scouts, etc. Un sistema bien combinado puede pretender alcanzar una gran generalidad, e incluso la "mundialidad" (por ejemplo, señales camineras, código Morse, etc.)”. En un sistema, dada la multiplicidad de situaciones practicas, la pureza objetiva de la señal (binaria y disyuntiva) se altera. Junto a las señales propiamente dichas, vemos aparecer otros elementos como las palabras: "peligro", "parking"; signos o símbolos: la calavera, etc. Esto parece oscurecer la definición del signo y del sistema. Son elementos que se cargan de cierta información. La que es mínima, enteramente cognoscible por adelantado, que no deja lugar a ninguna incertidumbre, ni a interpretaciones discutibles, sin lo cual el sistema sería defectuoso. Tal sistema debe ser cerrado, estar suturado,

---

<sup>8</sup> Lefebvre. Lenguaje y sociedad. Ed. Proteo. Bs. As. 1967

ser coherente, y riguroso. Puede haber conflictos en las exigencias de la práctica o en el rigor funcional, lo que no debe ocultar la naturaleza abstracta y antinatural de la señal y del sistema de señales.

Se puede agregar, que la señal es un llamado o respuesta a un acontecimiento posible, el conjunto define un espacio de acontecimientos. Estamos rodeados de señales que son necesarias y funcionales, para la convivencia social.

## Ciudad e identidad

Las identidades tienen un escenario particular en la cuestión urbana, que forma parte de su construcción, de su desarrollo multicultural y mutante.

La cultura de las ciudades se expresa con manifestaciones que articulan los acontecimientos cotidianos de miles de ciudadanos ubicados en un sitio. Es un lugar donde conviven, subsisten, trabajan, circulan. Ese espacio existe en un territorio con una historia, circunstancias y conflictos, que conforman el accionar social, que sustenta sus rasgos de identidad en sus diversas significaciones.

Esta construcción colectiva es propia de la vida urbana con sus antecedentes, su trazado, su arquitectura, su ambiente, es el resultado de una comunidad que va adquiriendo la temperatura de los conflictos e imaginarios de la población. Tiene sus signos de identificación en el escenario material y en el universo simbólico. Parte importante de estas expresiones son representadas y se pueden leer, en la imagen visual urbana

La lectura de las identidades es cambiante y compleja, reúne la riqueza del conjunto de los factores que la componen, sus similitudes y diferencias, sus signos y símbolos, contruidos y propios. No podemos verlos desde el rigor de una disciplina, sino desde la conjunción de los elementos que la significan. Desde la diversidad y las variables que se van articulando en el devenir del tiempo en cada lugar, en cada cultura.

La comunicación urbana es, en la actualidad, un fenómeno multicontextual que cambia y se redimensiona con una dinámica de modificaciones permanentes.

Es un texto audiovisual multifacético, que conjuga lo social, lo político y lo ambiental, como un todo. Como un acontecimiento que se redefine constantemente en el territorio y en la práctica de la comunidad.

La sociedad globalizada, de consumo compulsivo y sus efectos, no contemplan la comprensión de este acontecimiento de rasgos propios de la identidad de las ciudades. Por el contrario, desdibuja lo regional en aras de la inserción del mundo "avanzado" sobre las regiones atrasadas o dependientes. En este sentido la mundialización de la información y del consumo, son impactos de transformación que han modificado la vida y la imagen de las ciudades del mundo y de las latinoamericanas en forma abrupta, en los últimos años.

Esta irrupción de lo global en las culturas dependientes, cambió el perfil idiosincrásico de las regiones integradas culturalmente. Transfirió sus intereses y sus propios códigos, naturalizando pautas de comportamiento de los países centrales. Así en ciudades como La Plata asistimos a una invasión continua, donde se diluyen los elementos propios para ser reemplazados por elementos comunicacionales desvinculados de nuestra cultura. Sólo por señalar algunos ejemplos podemos mencionar, una cartelera y una señalización, diseñadas para Europa o EEUU, que se ve en las calles de la ciudad sin tener mucho que ver con la imagen visual y la identidad platenses. Esta irrupción se ha dado en forma indiscriminada, modificando visualmente el paisaje y el ambiente de la ciudad. Los supermercados con su arquitectura y su estilo de consumo impersonales, como un rasgo de vida ajeno al espíritu de la feria o del pequeño comercio local. Este es un fenómeno tan extraño al hábito del almacén de la esquina, como al mercado prehispánico, que hoy encontramos en casi todas las ciudades del continente. La edificación en altura y los barrios cerrados, que cambiaron la escala urbana y sus centros de distribución y encuentro.

Existen otros problemas de gran impacto, como el protagonismo del automóvil que ocasiona enormes dificultades de desplazamiento en las ciudades. A esto tenemos que agregar las deficiencias del transporte público, las vías rápidas y los accesos. Todo esto incide en el funcionamiento y el imaginario de la población modificando la vida cotidiana de las ciudades.

En este marco, la injerencia de los medios de comunicación, convertidos en multimedios, representan intereses cuyas dimensiones rebasan la capacidad de recepción local. La posibilidad de absorber, decodificar y seleccionar esta magnitud de mensajes públicos, se vuelve difícil de abarcar. La cantidad de información de todo tipo, es un fenómeno desproporcionado que da cuenta del comportamiento de lo global, en lo regional.

La diversidad y la fragmentación, de distintos aspectos de la vida de los individuos, se presenta como algo propio de la etapa que vivimos, como un mal previsible de la actualidad. Las consecuencias de estos impactos se revierten en la actividad social de los ciudadanos y se manifiestan en conflictos urbanos que compartimos diariamente.

La necesidad de humanizar y mejorar la calidad de vida de las ciudades, es el gran desafío de la época y desde distintos sectores hay una búsqueda por encontrar caminos para producir cambios, para mejorar la calidad de vida.

La cultura urbana es el conjunto de creencias, costumbres, saberes, tradiciones, que comparte una comunidad, donde lo simbólico y lo material, lo natural y lo arquitectónico, cobran sentido en la vida en social. En este contexto, la noticia, los medios y las formas de comunicación, ocupan un rol, en tanto informan y recrean, incidiendo e interactuando sobre la opinión pública.

La prensa, la radio, la televisión, el video, son la voz cotidiana de las ciudades y gravitan en el ánimo de sus pobladores, resignificando sus valores y comportamientos. Las propuestas de globalización, con sus contenidos transregionales, están vinculadas a determinadas formas de vida. Un habitante urbano recibe día a día un zapping permanente de imágenes, de mensajes, de información, con la compulsión de consumir todo lo que se le oferta, de transformarse en alguien, que no se corresponde con su realidad. En ciudades como La Plata, aún sin ser de las más complicadas, también sucede todo esto. Existen otras iniciativas locales que plantean una visión más situada, pero ambas conviven y por supuesto con recursos económicos y tecnológicos muy diferentes. Estas tendencias de desarrollo regional, proponen miradas y acciones que tengan participación e incidencia, en las necesidades locales.

Este "menú" global, del que se supone podemos elegir, es reiterativo, aturde y bombardea a toda hora y en todo lugar. La capacidad de optar, de clasificar y seleccionar, es una respuesta posible, pero depende de la fuerza de la cultura propia y en última instancia de la identidad cultural.

La globalización actual no es mala en si misma, en todo caso el problema es como afrontarla desde la propia identidad y poder enriquecernos con ella. Lo dificultoso, es recibirla desde la debilidad o la frivolidad cultural, donde las concepciones éticas, estéticas y valorativas de la comunicación y la tecnología, dan como resultado una identidad difusa. Los países dependientes reciben estos impactos de importación, implantado desde los lugares de decisión

económica que los exportan como forma de penetración cultural, científica, tecnológica, generando nuevos modelos y sentidos. Los sistemas de cómputo, video juegos, satélite y multimedia, son incorporados a nuestra idiosincrasia generando gustos, saberes y valores.

Esta diversidad en la que vive el individuo urbano tiene consecuencias directas en el imaginario de pertenencia. La identidad se construye y redimensiona en la dinámica compleja de estas ciudades que tenemos. La pertenencia a una cultura con su historia, su lengua, sus costumbres, su paisaje, ocupa un lugar constitutivo en el accionar social. Los elementos de la globalización se van incorporando paulatinamente y en este proceso podremos diferenciar los que sirvan a fortalecer los intereses de nuestra cultura y los que no.

La comunicación visual urbana tiene un lugar preponderante en la construcción y el reconocimiento de las identidades, ya que constituye una forma de identificación a través de los símbolos, los signos, las señales, que configuran la imagen de las ciudades. Este conjunto de elementos vincula al habitante urbano con su lugar y con los otros. Representa valores, saberes, un estilo comunicacional y un imaginario colectivo.

La consolidación de las identidades urbanas en su conformación colectiva, es una característica de la época y es una conformación de todos aquellos que contribuyen a situarla. Los valores se reconstruyen desde la pertenencia y no hay duda de que la vida ciudadana requiere de una recomposición del tejido social. Los conflictos de hoy, como la violencia, la desocupación, la contaminación, el deterioro de la seguridad pública, lesionan las relaciones de convivencia entre los ciudadanos, son problemas comunes.

En América Latina hay más de 600 millones de habitantes y la gran mayoría vive en las ciudades. Lo que constituye una concentración social de trascendencia para realizar estudios de comunicación, como urbanos. Históricamente, en el continente, los cambios sociales se producen desde los sustentos colectivos, la participación, los consensos y el reconocimiento de los derechos. La conformación y el ejercicio de las identidades, forman parte de la vida social, regional, en sus diversas acepciones y se manifiestan como un posicionamiento y un resguardo de los intereses propios, reconocibles y diferenciables en la vida colectiva. Las luchas contra el poder colonial, por la independencia, por la organización sindical, la visibilidad de los pueblos originarios y en el siglo XX, contra las dictaduras y los sistemas de opresión,

se han producido con la movilización de sectores populares, ciudadanos que espontáneamente u organizados, protagonizaron transformaciones que mejoraron las condiciones vida de su comunidad.



## CAPÍTULO 4

### DISCURSOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*“Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copias a sus amigos: nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad. Derrote el terror. Haga circular esta información” Rodolfo Walsh<sup>1</sup>*

Desde la Comunicación visual

Cuando nos referimos al campo de la Comunicación, hablamos de un proceso dinámico que establece vínculos e interacciones. Donde el emisor es todo individuo o institución que elabora un mensaje con una determinada intención. El destinatario o receptor, es quien recibe el mensaje y tiene un rol activo en ese intercambio. No se puede hablar de comunicación sin reconocer la interrelación dialéctica que existe, entre el emisor, el medio y el destinatario. El estudio de este proceso, conjuga a innumerables autores, que desde distintos enfoques, han teorizado los campos del lenguaje, los códigos, los signos, los símbolos, sus relaciones, y los medios. En un proceso de comunicación el mensaje es lo que se nos aparece a la razón, a los sentidos, y su organización responde a un determinado código, propio de una cultura o un grupo.

El mensaje es una composición elaborada de un contenido dado, en el que se expresa la intencionalidad del emisor, y sobre él se ejerce en primera instancia, la interpretación. Esta recepción, no es pasiva, se realiza desde una cultura y un conocimiento, que decodifica y hace una valoración de los contenidos y las formas. El destinatario se apropia y decodifica el mensaje, hace su lectura reelaborando lo que recibe, descartando o aceptando, desde sus códigos, y su experiencia. Cada vez mas el público participa de este proceso, las redes

---

<sup>1</sup> Walsh. R. Carta a la Junta Militar. Dictadura de Videla, 1976

sociales, son transversales.

Se entiende por código a las reglas de elaboración y combinación de los elementos de un mensaje, reglas que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor, porque conforman un sistema socialmente instituido.

El referente es el tema del mensaje, aquello a lo cual el mensaje alude. El marco de referencia constituye el contexto inmediato que permite la lectura, la interpretación de aquello que se *dice*.

Existen numerosos marcos de referencias que inciden en la elaboración y en la interpretación de los mensajes vinculados a las diferentes culturas, como a distintas circunstancias y actores o grupos, de una misma cultura.

Los medios constituyen los elementos materiales o soportes, que sirven para vehicular, difundir y poner en circulación los mensajes.

Los medios tienen una influencia en la conformación de los mensajes, les imprimen ciertos límites y orientaciones que es necesario conocer, sobre todo en relación a las posibilidades de la percepción de los destinatarios.

El receptor, o destinatario, es el individuo o grupo que participa e interpreta un determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia y mediante un conocimiento del código utilizado.

Se denomina *Medio de Comunicación*, a las diversas formas que “median” entre quien emite y quien recibe la información, el mensaje. Cuando la comunicación no es directa de persona a persona, y existe un elemento que la mediatiza, sea libro, afiche, radio, diario, revista, televisión, cine, etc. Estos medios se fueron transformando, han variado en distintas épocas y culturas, adquiriendo diversas formas a través del tiempo, con el desarrollo científico, tecnológico y social. Joan Costa<sup>2</sup> amplía la variedad de los llamados medios, caracterizando, tres formas, a los *mass media*, *micro media* e *inter media*. Refiriéndose con estas dos últimas denominaciones a otras formas de difusión, como, *acción de recepción en la diversidad*. Se trata de otros medios, canales y soportes no masivos, que en muchos casos están al servicio de las marcas de empresa o de la producción de distintos grupos o sectores de espacio acotado. Entre ellos podemos mencionar como emisores, a los científicos, artistas, políticos, escritores, grupos ecologistas, etc.. Son circuitos a veces más locales, y otros hoy en las redes sociales, cuyo alcance es global, pero que también tiene circuitos regionales. Dentro de esta segmentación se encuentran,

---

<sup>2</sup> Costa, J. La imagen de marca. Ed. Paidós. 2004

las calles de las ciudades, los barrios, los museos, las rutas, los comercios, encuentros y centros deportivos o musicales, exposiciones, congresos, centros científicos y educativos, salas de espera, centros comerciales, medios de transporte, y por supuesto el ciberespacio. Estos circuitos son relevantes y de contacto mas directo, se han usado de manera espontánea y por necesidades concretas de llegar a un sector en particular. Son espacios acotados, pero de gran magnitud comunicacional.

Eliseo Verón<sup>3</sup> en su último libro, hace un recorrido por la historia de la humanidad, el lenguaje y los medios; “¿Qué fundamentos y qué consecuencias tiene el identificar la emergencia de los útiles de piedra como el primer fenómeno mediático en la historia de la humanidad? En términos de fundamentos, debe tenerse en cuenta que lo que aquí nos interesa es la emergencia de la semiosis, que no se debe confundir con la emergencia del lenguaje.” Dice que Internet destruyó las fronteras entre todas las audiencias, y que esto democratiza la comunicación por la modalidad del intercambio, que tiene alcances mundiales, ya que están dispersas por todo el mundo.

En los inicios del siglo XX el periódico, el cine y la radio, alcanzaban masividad, es decir ampliaron las audiencias, lo cual generó debates y teorizaciones, sobre sus características, alcances y dimensiones. Discusiones que aun continúan, ahora con la inclusión de Internet, pero siempre vinculadas a las formas, los contenidos y los emisores y el público. Hace tiempo que los medios, forman parte de la vida pública, como instrumentos de circulación de mensajes y del sistema social y político en el mundo. Durante el siglo pasado y mucho más en el actual, se sucedieron grandes cambios.

Marchal MacLuhan<sup>4</sup>, fue uno de los destacados teóricos, que en los primeros años del siglo pasado, fue llamado “el profeta de los medios”, ya que les atribuyó un papel revolucionario para la educación y el desarrollo de la sociedad. En sus obras, “La galaxia de Gutenberg” y “Comprender los medios” “El medio es el mensaje”, enfatizó sobre la influencia positiva de los medios y las tecnologías, como productores de una nueva cultura. Polemizando con estas ideas, Theodor Adorno, Max Horkeimer y Walter Benjamin, como parte de la Escuela de Frankfurt, (1930) caracterizaron a la Industrias Culturales, como un engaño para las masas, que serian manejadas por los intereses del

---

<sup>3</sup> Veron, E. La semiosis social 2. Ed Paidos. 2013

<sup>4</sup> MacLuhan, M. Comprender los medios. Ed Paidos. Madrid. 2003

consumo, para adormecer sus potencialidades de resistencia. Adorno, Marcuse, Benjamin, abordaron el estudio de la comunicación de masas, de manera integral, considerando tanto a los actores sociales, como a las estructuras económicas capitalistas, involucradas en el fenómeno. Analizaron las formas y los contenidos, como su incidencia en las masas, entendiendo que las manipulaban incrementando la dependencia, y la servidumbre, imponiendo sus intereses, de manera autoritaria.

Posteriormente, Edgar Morín, (1960) intelectual que se ocupó de este tema, habló de la “cultura cultivada” y la “cultura de masas” como dos enfoques diversificados que estandarizaban la información y disgregaban las expresiones genuinas de la comunidad. Fue crítico de la incidencia de los medios en los procesos sociales y en la formación de opinión.

Umberto Eco<sup>5</sup>, de alguna manera sintetizó esta discusión en “Apocalípticos e integrados” ante la cultura de masas, haciendo referencia a esa polarización de las posturas y abriendo nuevas interpretaciones del problema. Desde su perspectiva revaloriza el devenir histórico de los medios y su aporte para popularizar el conocimiento, las artes y las ciencias, lo que permitió el avance de las poblaciones, desde la imprenta de Gutember, en adelante. Eco, entiende que el mayor acceso a los medios, la amplia propagación de la palabra y las ideas, ha permitido a las grandes mayorías, el acercamiento a la ciencia, la tecnología y la información, logrando mejores niveles de educación y de vida.

La preocupación por comprender el rol de los medios en la sociedad, tiene importantes aportes teóricos y trabajos de campo, desde entonces hasta hoy, que continúan enriqueciendo la reflexión sobre este espacio, que cada vez mas ocupa un lugar preponderante en la vida social.

Deleuse<sup>6</sup>, en “Posdata sobre sociedad de control” sostiene la tesis de que los medios son el elemento de dominio en la sociedad moderna, y encuentra que el marketing, como la versión actualizada de la publicidad, es el instrumento más eficaz para sostener y reproducir a la sociedad de consumo. Deleuse reconoce que los medios producen lo que la gente quiere, que no se puede separar medios de sociedad. Ya Eco, hacia mención a que en la Edad Media, el cristianismo, tenía sus métodos de propaganda, como lo fueron la Biblia y la catedral gótica y que su público era la comunidad católica, pero que la lectura

---

<sup>5</sup> Eco, U. “Apocalípticos e integrados”. Ed. Turquet. 2008

<sup>6</sup> Deleuse. Posdata sobre sociedad de control. Ed. Paidós. 1986

del texto eclesiástico, disminuyó el analfabetismo.

Adorno y Horkheimer<sup>7</sup>, en “Dialéctica del iluminismo” trataron el mito, desde el ángulo del ritual, en el mismo sentido que Eco. Marcuse, en cambio, sostenía que los medios de comunicación reducen la conciencia a su condición de inmediatez, impidiendo la posibilidad de tomar distancia para reflexionar y seleccionar los mensajes. Dice que la diversidad de publicidades es más homogeneizante, que la repetición de una misma publicidad. Adorno critica esta idea, diciendo que se subestima al receptor, considerándolo incapaz de discernir, de elegir por su propio criterio, de actuar como miembro de una cultura con sus necesidades y comportamientos propios, con intereses específicos, ligados a su condición social.

A finales de la década del 50, Wright Mills<sup>8</sup>, en “La elite del poder” hace referencia a que el poder es autoridad, coacción y también, relación de fuerzas, donde la imposición y la manipulación son solo una parte del problema, la otra es quienes y porqué se dejarían someter. Entiende que los fundamentos de una democracia real, instala otra vinculación entre sociedad y medios, como entre sociedad y poderes hegemónicos. Pero sobre la situación de las masas, consideradas como tales, cree que pierden la condición de ciudadanos en la masificación y se las estigmatiza con mensajes impersonales y tendientes a la manipulación. Piensa como un conjunto de teóricos norteamericanos, de la corriente Comunicación y Cultura, que el hombre de clase media como ciudadano, reconoce sus derechos, discute y lucha por ellos, y aborda las cuestiones públicas, lo que se expresa en fuerza legal. Que este sector de la población, ejerce la demanda por el cumplimiento de sus derechos. La *opinión pública* equivale a la idea de mercado libre, donde las ideas existen y compiten. La comunidad masificada, despolitizada, por un estilo de poder elitista, no define los asuntos públicos y los rumbos sociales. (Como es el caso de EEUU) Esta idea de *masificación* no define hoy el debate, sobre los medios. Jurgen Habermas<sup>9</sup> en “Teoría de la acción comunicativa” dice que la teoría de la modernidad nos permite entender que en las sociedades modernas, los espacios de contingencia para las interacciones desligadas de los contextos normativos, se amplían de manera tal que la vida pública y la privada se tratan en los medios desdibujando los límites entre ellas. Que la lógica comunicativa

---

<sup>7</sup> Adorno y Horkheimer. Dialéctica del iluminismo. Ed. Sudamericana. 1987

<sup>8</sup> Mills, R. La elite del poder. Ed. FCE. México. 1990

<sup>9</sup> Haberman. Teoría de la acción comunicativa. Ed Taurus. Bs As. 1990

licua la conciencia y la subjetividad del sujeto, dando prioridad a la circulación del los mensajes como primicia, y como impacto. Que solo una sociedad democrática puede horizontalizar los medios, en concordancia con las relaciones sociales. Rescata las ideas de la Escuela de Frankfurt, pero indicando que no analizó los conceptos de, “contingencia” y la “ambivalencia” de los medios. Habermas, no considera a los medios como entidades de control social sistemático, sino como formas de comunicación generalizada que consisten en hacer simplificaciones de los problemas, tendiendo a despojarlos de complejidad, trascendencia y continuidad. Que generan un mundo lingüístico, un discurso que se cierra en si mismo, con una lógica que tiende a generar consensos. Pero sostiene que hay una interacción entre el comunicador y el ciudadano, que en situaciones de orden constitucional, genera tensiones e intercambios, que son liberadores. Los medios serían parte de esas fuerzas sociales en disputa, por mayores espacios de libertad.

Entendemos que la complejidad es una categoría inherente a lo social, y que los medios de comunicación no pueden caracterizarse como simples manipuladores que dominan la opinión pública, o que establecen un plan sistematizado, conspirativo, tendiente a homogeneizar a los ciudadanos en determinada orientación de las ideas, valores y conductas. No hay duda, y los datos económicos así lo confirman, que tienen intereses propios, que responden a tendencias políticas e ideológicas, que muchas veces no son explícitas. El derecho a la información, es una cualidad de los sistemas democráticos, que provee a la población de la libertad de expresión, de la circulación irrestricta de la información y de la posibilidad de elegir y criticar las ideas que circulan. Los medios no son inocuos, difunden aquello que les resulta conveniente y orientan la noticia con determinada intención. Las audiencias, leen estos mensajes según su experiencia, su educación, su ideología y su capacidad de seleccionar y deconstruir los mensajes. Los medios, como los partidos políticos, las entidades religiosas, el estado, y demás grupos de poder, construyen su discurso para persuadir, ganar adeptos, vender sus productos, propagar sus ideas y también representar a sectores afines, que pertenecen a la población. En las sociedades regidas por leyes equitativas, que funcionan y se cumplen, esta tensión se dirime en las urnas, en las adhesiones y los consensos, que la misma sociedad va manifestando, no lo decide ningún poder en particular, ni tampoco pueden hacerlo los medios de comunicación. Es cierto

que los factores de poder difunden y promueven todo aquello que es conveniente a sus intereses, políticos, económicos, sectoriales, como lo señala Chomsky<sup>10</sup> : “El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes”.

En este sentido, vemos que existe una permanente difusión, publicidad, propaganda, narración, discursos, relatos, etc, por todos los medios, y que va dirigida a incorporar ideas, estéticas, valores, consumo, pero esto no se produce en forma lineal, ya que la comunicación no es unilateral, su esencia es la intervención activa de los distintos factores que la conforman. En una situación de igualdad de posibilidades para expresarse, se garantiza la diversidad de propuestas y la circulación de los mensajes. El monopolio de los medios, como los monopolios económicos, productivos, financieros, atentan contra los derechos ciudadanos, y son contrarios a la Constitución y a las leyes. Pero el poder también lo detecta la comunidad, cuando se expresa, de distintas formas, sobre estas arbitrariedades que cercenan los derechos y afectan sus intereses, esa correlación de fuerzas es propia de la vida social y ha producido cambios radicales y modificaciones parciales, en todas las épocas, en todas las culturas. Como dice Golier<sup>11</sup>. “No es posible hablar de dominación si no es a través de los fenómenos de resistencia, y de lucha contra la dominación. Los movimientos sociales son formas de acción colectiva que revelan el carácter arbitrario de un orden social dado, mostrándolo como opresivo” Y agrega; “El análisis de los medios de comunicación no debe restringirse a los *mensajes*, sino que tiene que desentrañar su conexión con las prácticas sociales que subyacen en ellos” Diríamos con el autor, que los medios, influyen, inciden, forman parte de las ideas circulantes, pero no determinan una corriente de opinión única.

Martín Barbero<sup>12</sup> ofrece una mirada integradora sobre la comunicación:

“Necesitamos dejar de oponer lo que pasa en el mundo de las culturas tradicionales a lo que pasa en el mundo de las culturas urbanas y las industrias culturales, que constituyen hoy los medios masivos, normalmente vistos como

---

<sup>10</sup> Noam Chomsky. [www.Chomsky.info](http://www.Chomsky.info)

<sup>11</sup> Golier, J. C. Movimientos sociales, identidad y narrativa contrahegemónica. Ed. Al margen. LP.1997

<sup>12</sup> Barbero, M. Conferencia en España. 2004. [www.oei.es/CARTACULTURALIBEROAMERICANA1.pdf](http://www.oei.es/CARTACULTURALIBEROAMERICANA1.pdf).

una especie de mundos irreconciliables: por un lado el mundo de las culturas tradicionales como el mundo de nuestra autenticidad, de autonomía, de nuestra verdad profunda, versus el mundo de los medios masivos como el mundo de la frivolidad y de la pura actualidad instantánea. No podemos seguir anclados en el pensamiento dualista, es preciso salir de la razón dualista para entender cómo se relacionan esas memorias que viven a través de las culturas tradicionales con las contemporaneidades expresivas, comunicativas, narrativas, que pasan por los medios masivos”.

En uno de los diez puntos que Chomsky<sup>13</sup> señala como centrales en el estudio del rol de los medios en la actualidad y de la mirada de los poderosos sobre el tema, dice: “Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad. Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud.”...“La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que la distancia de la ignorancia que planea entre las clases inferiores y las clases sociales superiores sea y permanezca imposible de alcanzar para las clases inferiores (ver ‘Armas silenciosas para guerras tranquilas)’”.

Chomsky como otros autores, alerta sobre los propósitos de los sectores del poder concentrado, de los medios monopólicos, respecto del manejo de la información, lo cual indudablemente sucede. Pero hay que relativizar y no ver esto de manera fáctica, no siempre el poder logra hegemonizar y cumplir sus objetivos, en la vida social también está la capacidad de la población de disentir con la información recibida e interpretarla de acuerdo con su vida diaria y los problemas que ella le presenta, como a la defensa de sus intereses.

En nuestro país todavía está en vigencia la Ley de difusión, de la dictadura de 1976, desde hace 4 años se aprobó en el Congreso de la Nación, una nueva Ley de medios audiovisuales, que fue debatida y consensuada por sectores amplios de la ciudadanía. Tiene muchos aspectos interesantes y progresivos, como la defensa del derecho a la información y la multiplicidad de voces. Reglamenta la cantidad de medios que un mismo grupo puede tener, es decir prohíbe el monopolio de medios. Se han librado interminables discusiones en estos años por la mencionada Ley, que se han polarizado entre el Gobierno y el Grupo Clarín, lo que ha trabado su aplicación, y como dice Martín Barbero,

---

<sup>13</sup> Chomsky, N. Diez estrategias de manipulación a través de los medios. [www.Chomsky.info](http://www.Chomsky.info)



se han ubicado en “el pensamiento dualista”, que ha generado una manera de analizar a los medios. Esperamos que en su futura aplicación se superen estas dificultades. La experiencia de la Ley de medios audiovisuales, en nuestro país, que hoy la Corte Suprema, ha declarado “Constitucional”, demuestra que la comunicación es una cuestión social y política de debate público, que se sustenta en el consenso y la participación de la ciudadanía.

# CAPÍTULO 5

## LA COMUNICACIÓN VISUAL URBANA

“Los significantes urbanos son percibidos, usados y apreciados de modos diferentes por los variados grupos que la habitan; cada grupo le otorga significaciones no coincidentes y a veces muy distintas, que varían en función de sus códigos culturales, de clase, de etnia o de generación” Mario Margulis<sup>1</sup>

La existencia de las ciudades es muy antigua. En las viejas civilizaciones existían importantes concentraciones urbanas que eran el asiento del poder político y de la vida económica y cultural. Esos espacios determinaban una concepción unitaria del mundo, un universo que compartían la mayoría de sus actores, bajo la hegemonía del poder religioso y político. Este orden movilizaba a los habitantes a defender la ciudad contra cualquier agresión externa que significara la ruptura a esa pertenencia, de la identidad, del territorio común.

En América la ciudad precolombina, tiene en su diseño una directa relación con las formas de producción y la cultura de sus habitantes. Fueron construidas en lugares propicios para sembrar, proveerse de agua, de alimentos, y con condiciones para la defensa. Las creencias y tradiciones de los pueblos se encuentran representadas en los templos, las pirámides, los centros ceremoniales, las esculturas y los murales, que rendían culto a sus dioses. La actividad comercial y recreativa se desarrollaba en el centro cívico, que estaba rodeado de las viviendas particulares y los lugares de siembra. Se pueden visitar hoy las ciudades Mayas, Aztecas, Mixtecas, Totonacas, Incas, que conservan gran parte de sus centros cívicos y ceremoniales.

En el mundo occidental, es a partir de la revolución industrial, y después de un prolongado proceso de transformación iniciado en el Renacimiento, que la ciudad se transforma y anuncia nuevas ideas. Los cambios sociales, científicos y tecnológicos ofrecen otra situación, modificando las viejas aldeas, para volverse más o menos estables en su organización, dando paso paulatinamente a la ciudad moderna, tal cual hoy la conocemos. Las personas

---

<sup>1</sup> Margulis, Mario. “La ciudad y sus códigos” Estudios Sociológicos XX. 2002.

confluyen masivamente a los centros urbanos porque ofrecen mayores perspectivas de subsistencia. Las oportunidades de trabajo, la oferta cultural, o la mendicidad, la diversidad de información y un espacio que permite el acceso a mejores condiciones generales de vida, hacen que los sitios urbanos crezcan en forma permanente. Existe a la vez, una movilidad transitoria, migrante, que en muchos casos modifica la imagen urbana y las funciones.

La ciudad inaugura, fundamentalmente en los últimos veinte años, un nuevo contexto que complica las relaciones sociales y sufre las contradicciones que acompañan a la reestructuración del poder, que se adecua a modelos económicas, sociales y culturales de nuevo tipo.

El conjunto de estos factores influye en la vida urbana y en las relaciones que se dan en su contexto. En la conferencia de las Naciones Unidas realizada en Estambul en junio de 1996, en un proyecto denominado "Hábitat II", aparece la denominación de "Megalópolis" para aquellas ciudades que superan los 8 millones de habitantes. Si bien en 1950 se reconocieron como tal, sólo dos ciudades en el mundo, Nueva York y Londres; actualmente la cifra ascendió a 22, y son más de 300 las ciudades que superan el millón de habitantes. La mayoría de los casos, tanto en los países desarrollados, como en los llamados emergentes, estos crecimientos son descontrolados y carentes de planificación, hechos que dificultan la convivencia y afectan la comunicación humana, o sea la calidad de vida de las poblaciones.

Las nuevas tecnologías, al subordinarse casi con exclusividad a las relaciones mercantiles basadas en el consumo como fin, dejan de lado el desarrollo cultural de las comunidades, y generalmente no ofrecen respuesta a las necesidades de interrelación democrática y solidaria de las mismas.

De esta manera nos encontramos hoy en las grandes ciudades del mundo, entre ellas las latinoamericanas, con graves problemas habitacionales, ambientales, de circulación, ocupacionales, sanitarios y educativos, que configuran un alto riesgo para la consolidación de reglas ordenadoras de ciudadanía. Brasil, México y Argentina, tienen ciudades con superpoblación, (de entre 15 y 30 millones de habitantes)

El trabajo cultural y comunicacional en estas dimensiones urbanas, es motivo de análisis, de estudio y de políticas de estado. La imagen visual urbana es una de las resultantes de este tipo de contexto, e incide en lo funcional y en lo simbólico, de la vida de la ciudad. Como tal, posee una relevancia, para

resolver lo que resulta en la mayoría de los casos, caótico e ilegible en el sentido de la emisión y recepción de los mensajes. Esto produce niveles de contaminación y desorientación, que podemos conceptualizar como parte del proceso de conflictos urbanos, a los que es posible modificar. Las propuestas de diseño deben insertarse, en este panorama de desorden, caos visual, de ilegibilidad, de ruido, de información indiscriminada y yuxtaposición de mensajes. Los que afectan, el ambiente, la arquitectura, la circulación, la cotidianeidad. Los diseñadores en comunicación visual pueden aportar propuestas superadoras desde la disciplina, en lo que hace a los sistemas de señales, como a la producción simbólica. Generar intervenciones que contribuyan a una convivencia solidaria y desde aquí buscar la manera de recuperar y valorizar los espacios de encuentro, de recreación, de trabajo. Teniendo en cuenta los valores históricos, artísticos y culturales que fundamentan el sentido de pertenencia e identificación de los habitantes de la ciudad, como poseedores de un patrimonio propio.

El abordaje de esta complejidad crea la necesidad de tener un marco de referencia que permita un orden conceptual a partir del cual poder elaborar propuestas concretas, sobre lo que definimos como campo semántico. Las especificidades del campo semántico conducen a distinguir el espacio simbólico cultural donde se construye la pertenencia y la identidad. El universo de los signos da lugar a la comprensión del rol de la comunicación visual, en la imagen urbana. Contemplando a la vez sus problemas de información, contaminación y desinformación, para proponer una visión más legible, ética y estética del entorno urbano. Revalorizar la especificidad de las señales que ordenan y regulan las conductas en el uso concreto y cotidiano de las distintas funciones que presenta la vida ciudadana. Este enfoque es parte de una elaboración específica, para el desarrollo de proyectos de trabajo, que intenten conformar un cuerpo de ideas que aborden el fenómeno urbano.

#### Antecedentes y referencias

En el campo de la Comunicación existen distintas líneas que han desarrollado el debate, en Latinoamérica, vinculadas a los medios, más que a otras perspectivas. Las diversas tendencias y autores, han protagonizado estos

temas con múltiples proyecciones en campo de la Comunicación y la Cultura, produciendo una vasta bibliografía que caracteriza los distintos períodos de construcción teórica. De estas caracterizaciones se desprenden subtemas como el de Comunicación y Ciudad.

Las contribuciones al campo de Comunicación y Cultura en la década del 80, después de plantearse la necesidad de desplazar el eje de estudio de los medios a las mediaciones, emergen en el contexto de los que se llamó la “década casi perdida” la definición de Martín Barbero, que inicia un proceso de articulación de la comunicación con la cultura, en la búsqueda por definir su sentido- significado. Los trabajos de Barbero, abren el campo de investigación a las identidades, desde el territorio. En esta misma época Jorge González, Sánchez Ruiz, Armando Silva, Guillermo Orosco, Fuentes Navarro y García Canclini, son algunos de los investigadores cuya producción en Latinoamérica, ha sido tomada en los estudios posteriores que abordan esta problemática. Los referentes teóricos que se pueden reconocer, son Habermas, Lyotard, Boudrillard . Entre estas posiciones, las ideas de Jürgen Habermas, para pensar el campo de la comunicación y la cultura, son una referencia necesaria que ubica los problemas en su historicidad y se presenta con vigencia en la actualidad. La amplitud de su pensamiento y de sus formulaciones teóricas, unida a las investigaciones en diversas áreas, son de un pensador que recorrió los acontecimientos del siglo XX. Su obra abarca lo sociológico, filosófico, científico y político, lo que permite mirar los temas desde una integridad conceptual, que contribuye en gran medida al campo de estudio. Influidos por Heidegger, Hegel y Lukács, se vincula con el pensamiento socialista y de la Escuela de Frankfurt. Estudia a Marx, Benjamín, Marcuse, Horkheimer y Adorno. Ante la situación del nazismo como parte componente del proyecto moderno, Habermas realiza una búsqueda que encuentra en el ámbito de la comunicación, una articulación que permite repensar los proyectos del pensamiento de izquierda. Desde los estudios de sociología entra en contacto con trabajos empíricos de comunicación de masas y sociología política, tomando los aportes de la obra de Durkheim, Weber y Parsons. En esta época escribe “Historia y crítica de la opinión pública” y “Teoría y praxis”, dando continuidad al pensamiento materialista. Trata la filosofía del lenguaje y a la teoría analítica de la ciencia. Considera al pragmatismo americano como una propuesta interesante para compensar las debilidades de la teoría marxista.

Estos estudios lo conducen a la idea de una pragmática universal desarrollada en su “Teoría de la acción comunicativa” de 1981. Esta obra sociológica, conforma una teoría global de la sociedad: el origen, la evolución y las patologías sociales. Desde allí, abandona la orientación de la filosofía de la conciencia o del sujeto y se ubica en la idea de la intersubjetividad comunicativa o del entendimiento lingüístico. Este punto de vista, considera que el modelo de acuerdo con el cual hay que pensar la acción social, no es el de la acción subjetiva orientada por fines de los sujetos individuales, sino el de una acción centrada en el entendimiento, en el cual los sujetos coordinan sus planes de acción sobre la base de acuerdos motivados racionalmente.

Dice Echeagaray<sup>2</sup>, “Junto con el concepto de acción comunicativa, Habermas introduce una noción complementaria: el mundo de la vida, único horizonte desde el cual y sobre el cual puede producirse la reproducción simbólico-social en acciones lingüísticamente mediadas. Según esta postura, una teoría sociológica no puede reducirse a una teoría de la comunicación, sino que se requiere además de una teoría sistémica. La sociedad queda así enfocada como el mundo de la vida por un lado, y como sistema por el otro. Con estos elementos Habermas<sup>3</sup>, puede afrontar el carácter paradójico del proyecto ilustrado: la creciente racionalización del mundo de la vida corre paralela a la creciente complejidad sistémica”. En los textos, “El discurso filosófico de la modernidad” y en “El pensamiento posmetafísico”, Habermas refleja el debate que se instaura en los años 80, en los medios académicos. En el primero califica la llamada “filosofía posmoderna” de neoconservadora, y aboga por una nueva idea crítica del proyecto moderno teniendo en cuenta problemas que la modernidad no resolvió. Concluye que lo agotado no es hoy la racionalidad moderna, sino el paradigma del sujeto o de la conciencia, y que el “espíritu moderno” sigue aún vigente en el vivir la historia como proceso marcado por la crisis actual. El interés de Habermas desde la década del 80, se encuentra en la filosofía práctica: moral, ética, derecho y justicia. En “Conciencia moral y acción comunicativa” fundamenta una ética en un planteo universalista normativo, para afrontar el escepticismo de nuestro tiempo. En “Moralidad y ética”, de 1986, trata la noción clave de la idea regulativa de “comunidad ideal de comunicación”, libre de las coerciones de intereses particulares. Este

---

<sup>2</sup> Echeagaray. Control y dominio de los medios de comunicación en Argentina. Ed Al Margen. 2007

<sup>3</sup> Habermas. Conciencia moral y acción comunicativa. Ed. G.Gilli. España. 1994

concepto está fundado en que la moral individual, es una abstracción, porque involucra la ética del mundo de la vida. La ética es para Habermas una ciencia reconstructiva, dentro de lo histórico-cultural.

Lo histórico cultural tiene un escenario de democracia, de participación y del carácter del poder, como elementos de interpretación, que han marcado diversas visiones.

En este sentido, con relación al poder y los consensos, el análisis de Gramsci<sup>4</sup> referido a la hegemonía, sostiene que es la capacidad de un sector de la sociedad, o clase social, de generar consenso favorable para sus intereses y hacerlos aparecer como intereses del conjunto de la sociedad. El autor, reconoce dos planos superestructurales, por un lado la sociedad civil y lo privado, y por otro lado la sociedad política y el estado. La hegemonía social estaría dada por el consentimiento de las masas, a la conducción y dirección de los sectores de poder. Pero esa hegemonía para Gramsci, no es lineal, porque entiende que las clases populares tienen formas de resistencia que le permiten oponerse y transformar la correlación de fuerzas, en la lucha política. "Todo estrato social tiene su propio sentido común y su juicio; en el fondo son la concepción de la vida y del hombre, mas difundidas".

Deleuze<sup>5</sup> en "Posdata sobre la sociedad de control" coloca a la publicidad como un fenómeno prominente en la comunicación actual. Señala, que es el marketing, la marca, con la implementación de la publicidad, los que gravitan como elementos de dominación, sustentados en el consumo. Esta idea tiene coincidencia con las criticadas posiciones de Adorno, que no dejan de estar presentes en la construcción de los discursos posteriores. Con respecto al uso de la persuasión, en la imagen del nacional socialismo de Hitler, Deleuze dice que en el caso del nazismo la propaganda funcionó como motivación del deseo, y no como engaño. En Marcuse<sup>6</sup> hay reflexiones similares, sobre la diversidad de las publicidades que el autor considera, que provoca más homogeneización, que la repetición de la misma, es decir, una idea expresada bajo formas diversas, seduce más a las audiencias.

Adorno y Marcuse de alguna forma, subestiman al sujeto social y sobrestiman los alcances del poder, mientras que Deleuze se acerca más a la visión de

---

<sup>4</sup> Gramsci. Cuadernos de la cárcel.. Literatura y Cultura popular. Ed. Infinito. México.1994

<sup>5</sup> Deleuze. G. Posdata de la sociedad de control. [www.datapsicosocial.com.ar/.../posdata-sobre-las-sociedades-de-control](http://www.datapsicosocial.com.ar/.../posdata-sobre-las-sociedades-de-control).

<sup>6</sup> Marcuse. [www.marxists.org/reference/archive/marcuse](http://www.marxists.org/reference/archive/marcuse)

Habermas respecto a la intersubjetividad. Wright Mills<sup>7</sup> en “La elite del poder” desarrolla la idea de que el concepto de poder, es autoridad, coacción, relación de fuerzas y que la manipulación es parte de este proceso. Mills forma parte de los pensadores norteamericanos que sostienen que la condición de masas, significa la pérdida de la conciencia ciudadana. Habermas como vimos, dice que la modernidad se caracteriza por la licuación de la conciencia del sujeto y de su subjetividad, dando prioridad a la lógica de las relaciones, cuya mejor expresión es la lógica comunicativa. La garantía de la comunicación estaría dada por la posición horizontal de los sujetos en el diálogo, como oposición a la sociedad autoritaria. La verdad trascendental estaría, en el orden del discurso, rescatando las ideas de la Escuela de Frankfurt, de los años treinta, que no observaron el espacio de contingencia, ni la idea de ambivalencia para el análisis comunicacional. Foucault, ubicado desde el posestructuralismo, realiza un replanteo de la tradición marxista, como de la Escuela de Frankfurt. Dice que el marxismo no da cuenta de algunos hechos del siglo XX, como son, el nazismo, los acontecimientos revolucionarios de la URSS y el mayo francés. Mark Poster<sup>8</sup> puntualiza los aportes de Foucault en algunos puntos que consisten en:

1- Cuestionar el concepto de que los seres humanos mediante el trabajo actúan sobre la naturaleza para transformarla.

2- La idea según la cual la razón o el intelectual, pueden representar la realidad conceptualmente, como una totalidad.

3- El método dialéctico como explicación del marco histórico.

Foucault criticó la concepción del marxismo de la naturaleza del hombre como ser productivo, con otra premisa, que “hay una red de tecnología de poder que actúa sobre el cuerpo”. La premisa de la tecnología del poder, afirma que los discursos y las prácticas están imbricadas en formaciones articuladas, tienen como característica primaria el dominio de unos grupos sobre otros.

Mark Poster, (1987) expresa, que las premisas de Marx se comprobaron en la revolución industrial del siglo XIX europeo. Pero que en el siglo XX cambia la relación del hombre con el objeto, porque la vinculación no se produce sobre la naturaleza, sino sobre la información y los servicios, que actúan sobre el individuo en forma dialéctica, condicionándose mutuamente.

---

<sup>7</sup> Wright Mills<sup>7</sup> “La elite del poder” Ed. FCE Mx.1986

<sup>8</sup> Mark Poster, La comunicación 1997. [www.hipertexto.info/documentos/imagen\\_texto.htm](http://www.hipertexto.info/documentos/imagen_texto.htm)



Drucker,<sup>9</sup> en “La sociedad poscapitalista” (1993) diferencia tres revoluciones a partir de la relación del saber con su objeto: a. La revolución industrial (el saber aplicado a las maquinas) b La revolución productiva (el saber aplicado al trabajo) c. La revolución de la gestión (el saber aplicado al saber) Este último relacionado a la información.

Los temas que se analizan, son el poder, la hegemonía y la posmodernidad, como elementos que atraviesan el pensamiento en el debate y que aun siguen vigentes.

Labourdette<sup>10</sup> (1993) dice que; “El campo de las luchas culturales tiene un rol fundamental en la construcción de las identidades políticas. La hegemonía no es un tipo de articulación limitada al campo de lo político en el sentido estrecho, sino que implica la construcción de una cultura nueva y esto afecta todos los niveles donde los seres humanos modelan su identidad y sus relaciones con el mundo. La sexualidad, lo étnico, lo privado, el entretenimiento, el placer estético, etc. Concebida de este modo la hegemonía, no es la hegemonía de un partido o de un sujeto, sino de un conjunto vasto de operaciones e interrelaciones que se configuran, en la formación de las identidades culturales, donde toda ofensiva hegemónica debe incluir, como elemento central, una estrategia que les concierna”

Follari, R<sup>11</sup> en “Modernidad y posmodernidad” dice que la modernidad aparece a la vez como una época y como una actitud peculiar de entender la organización social. La posmodernidad no habla de toma de conciencia. Ni de objetividad, que son categorías modernas. “En la década de 1980 la teoría social dio cuenta de la sociedad como “posmoderna”. Los cambios sociales reales se modificaron y así modificaron el objeto analizado y el lente epistémico de análisis. Hay una sociedad posmoderna con modalidades de vida cotidiana distinguibles de las modernas. (Lipovesky las llama “disciplinarias – revolucionarias”) La posmodernidad es el rebasamiento del modernismo, no la superación que recupera la idea hegeliana, sino la aceptación/ profundización de Heidegger. Los apocalípticos como Fukuyama, hablan de “finitudes”, del “fin de la historia”. “Mientras, otros niegan la profundidad de la crisis, los nostálgicos hablan de la identidad y los referentes de representación y

---

<sup>9</sup> Drucker La sociedad poscapitalista” Ed. Sudamericana. 1993

<sup>10</sup> Laburdette. S. Política y poder. Problemas de teoría social y política, A-Z Editora, Buenos Aires, 1993.

<sup>11</sup> Follari, R. “Modernidad y posmodernidad” Ed. Aique Grupo Ed., 1990

Paudrillard, hace una crítica lúcida a la transparencia, sin dejar de lado la nostalgia por el proyecto y el sentido. Foster, habla de una posmodernidad impregnadora y contestataria, como complaciente y adaptativa. El fenómeno social posmoderno como tal y sus voceros, resultan conservadores y contestatarios, en un mismo movimiento”

Marshall Berman, y Alcira Argumedo, con respecto al tema de la modernidad y la posmodernidad, vinculando a esta última con los procesos de mundialización y pérdida de las identidades, centran sobre la base de un nuevo modelo capitalista, que se organiza sobre la economía neoliberal.

Marshall Berman<sup>12</sup>, refiriéndose a la modernidad, dice: “En el siglo XX esta fase última y final, el proceso de modernización se expande para abarcar prácticamente todo el mundo en desarrollo y la cultura del modernismo, consigue triunfos espectaculares en el arte y en el pensamiento. A medida que el público moderno se expande se rompe en una multitud de fragmentos, que hablan idiomas privados inconmensurables; la modernidad concebida en forma fragmentaria, pierde buena parte de su riqueza, su resonancia y su profundidad, su capacidad de organizar y dar significado a la vida de las personas”.

Alcira Argumedo<sup>13</sup>, en un artículo sobre la Modernidad y la posmodernidad; “El ingreso de las sociedades latinoamericanas a la modernidad es un proceso complejo de características desgarrantes”. “Se dan severos contrastes en el desarrollo de cinco siglos de modernidad entre los países capitalistas centrales y los de América Latina. El desprecio por los “condenados de la tierra” perceptible en las matrices dominantes en las ciencias sociales y el pensamiento político de Occidente central, plantean a los latinoamericanos la reivindicación de una concepción del mundo asentada en su propia versión de esa historia”. “La conjunción cultural en América Latina confiere rasgos de diversidad cultural que la globalización no ha logrado homogeneizar”.

Noami Klein<sup>14</sup>, en su libro “La doctrina del shock”, analiza desde sus orígenes la teoría neoliberal, originada en la escuela de Chicago, desarrollada por Fritman, que fue implementada por primera vez en Chile con el golpe de Pinochet, que consiste en la libertad de mercado, la privatización de los bienes

---

<sup>12</sup> Marshall Berman. Todo lo sólido se desvanece en el aire. Siglo XXI.1989

<sup>13</sup> Alcira Argumedo. Los silencios y las voces de América Latina. Ed Colihue.2009

<sup>14</sup> Klein, N. La doctrina del Shock. Ed Paidós. 2010.

nacionales y el fortalecimiento de fuertes monopolios, en detrimento de la ingerencia del Estado, en el plano económico y social. Las empresas privadas, toman en sus manos bienes y servicios, reduciendo los vínculos al juego de la competencia y el consumo, como a otras actividades de la dinámica cultural. Sostiene la tesis de que este tipo de implementación se produce cuando la sociedad sufre un shock, desastre natural o golpe de estado, que la distrae de sus intereses y preocupaciones. En esos momentos se aplican estos modelos económicos, en muchos países, los que no favorecen los intereses nacionales.

Estudiar el tema de comunicación y ciudad, lleva necesariamente a abordar un punto de enlace entre estas miradas, que definieron marcos de interpretación del accionar social y los procesos de significación, para ubicar la multiplicidad de acontecimientos urbanos y su circunstancia.

#### El estudio del ámbito urbano

Formando parte del saber urbano y sus perspectivas, y considerada dentro de las temáticas emergentes por Orosco y de otros estudiosos latinoamericanos, los trabajos sobre ciudad, han sido estudiados desde varias disciplinas, entre las cuales se realizaron búsquedas sobre procesos globales de consumo y producción cultural, la hibridación, la industria cultural, considerando importantes la mutación de las identidades, las migraciones, la producción simbólica, la sociabilidad en los espacios públicos y los fenómenos de recepción.

Como antecedente del problema urbano y vinculado a la “generación del 80” en nuestro país, se generó una corriente de modernización que provenía de Europa, con proyectos humanistas como el de W. Benjamín desarrollado en “París capital del siglo XX” que genera la tendencia de “Utopías urbanas” que se proponía ciudades ordenadas y limpias, de tamaño medio, que garantizaran la calidad de vida de sus habitantes. Desde las Revoluciones de 1848, en Europa, el problema urbano comenzó a plantearse con un sentido de proyección hacia el futuro y de mejores condiciones de habitabilidad. Howard propone la “Ciudad Jardín” en Londres, en esta época. Garnier, en 1910 habla del racionalismo, la belleza y la utilidad en el diseño de las ciudades para la sociedad moderna. Estos postulados influyen en la Argentina donde se plantearon proyectos como el de la ciudad de La Plata, que respondió a esas

características. Sarmiento a fines del siglo XIX, viaja a París, y habla en un artículo periodístico, de las virtudes de los modernos proyectos urbanos y vincula a la ciudad con la civilización y al campo, con la barbarie. Es que desde las teorías de urbanización de la época, se caracterizaba a las ciudades por las diferencias con el campo y por el trabajo no agrícola, sino secundario o terciario. Recién en los años 60, la expansión urbana se asoció al crecimiento industrial. Las visiones sobre la ciudad en esta época tienen el sustento teórico del pensamiento moderno.

La Bauhaus (1919-1933) y sus precursores, fue una escuela que influyó en el urbanismo de la época, representando un estilo experimental, racionalista y utópico de la vida urbana, que armoniza distintas disciplinas, integradas en una propuesta de modernidad. Creada por Gropius<sup>15</sup>, la escuela alemana, dice en su Manifiesto fundacional; “Establezcamos una nueva cofradía de artesanos desprovista de esa arrogancia que divide las clases y que pretende erigir una barrera de orgullo infranqueable entre los artesanos y los artistas. Concibamos, elaboremos y juntos construyamos el nuevo edificio del futuro, que abrazará todo en una forma única - arquitectura, escultura, pintura- que se alzaría hacia el cielo desde las manos de un millón de artesanos, símbolo cristalino de una nueva fe que ya llega”. Esta corriente que se presenta como la conjunción ideal de la vida del hombre moderno, si bien se ve interrumpida por la llegada del nazismo a Alemania, influye en las ideas de cultura, arte y ciudad, de casi todo el siglo XX. Le Corbusier formando parte de esta amplia vertiente, dice en la Carta de Atenas en 1941, que “La belleza es un atributo de la utilidad” retomando las ideas de clásicas de las ciudades jardín, pero adaptándolas a las necesidades de la época, a un desarrollo y crecimiento urbano, más vinculado a la ciudad financiera, y de servicios, que a la industrial, con centros cívicos y comerciales por zona, con vías de acceso rápidas, periferias verdes y distendidas. Estas ideas racionalistas, negaban la generación de un estilo propio, priorizando la funcionalidad, aunque con el tiempo, independientemente de sus propósitos, se conformaron como un estilo muy definido, ligado a la modernidad.

---

<sup>15</sup> Manifiesto fundacional de Bauhause.1919.

Los estudios urbanos en la actualidad, reconocen como agente económico, no a la industrialización, sino a los procesos informáticos y financieros, (también llamados de Gestión) lo cual lleva a replantear las funciones de las ciudades.

Lo urbano se reordena a través de los vínculos electrónicos y telemáticos, estas transformaciones hacen a una nueva visión de lo que anteriormente se entendía por ciudad. De esta manera se combina la definición social, demográfica y espacial, con una definición socio-comunicacional de la ciudad. Este marco de análisis es sumamente importante para entender la importancia de la Comunicación visual urbana, su incumbencia y sus intervenciones.

Dentro de los aportes que realiza García Canclini, se puede reconocer una diversidad comunicacional en las urbes, que se aborda desde un abanico más amplio y también más complejo. La variedad de los acontecimientos urbanos y sus significantes, constituyen un escenario cambiante, que modifica y recrea el perfil cultural de las ciudades y produce la mutación de las identidades.

El sentido de la ciudad se construye en lo que la ciudad ofrece para la vida de los habitantes, en su historia y su memoria. En una época globalizada, la ciudad no solo se constituye por lo que ocurre en el espacio territorial, ya que cotidianamente intervienen mensajes, bienes e individuos de otros sitios, con lo cual se conforma con mayor diversidad lo propio, en relación a los acontecimientos de otros lugares del mundo. Esto se puede verificar en la variedad de discursos de los múltiples grupos que habitan la ciudad. Se expresa igualmente en el ritmo de la convivencia, en los conflictos, en las manifestaciones culturales, en la vida cotidiana, en la producción simbólica.

Para Canclini<sup>16</sup>: “Los discursos literarios, artísticos y mediáticos, son documentos del imaginario colectivo, registran los acontecimientos de la ciudad, la memoria, los conflictos, las pérdidas y las transformaciones. La actividad de la ciudad en lo cotidiano, en lo cultural, es el reflejo de su identidad y del estado de organización y pertenencia de sus habitantes. La cercanía entre la ciudadanía, la comunicación y el consumo, habla de los nuevos escenarios de constitución de lo público”.

Retomando a Barbero<sup>17</sup> sobre los resultados de la posmodernidad dice en la conferencia en España en 1994, “Los modelos de comunicación, materializados

---

<sup>16</sup> García Canclini. Lo urbano. Cultura. FPCS. UNLP. La Plata 1999.

<sup>17</sup> Barbero, M. conferencia en España en 1994. [www.oei.es/CARTACULTURALIBEROAMERICANA1.pdf](http://www.oei.es/CARTACULTURALIBEROAMERICANA1.pdf).

en términos urbanos, destruyen un cierto modo de comunicación entre la gente, e imponen, son agenciadores de una potenciación de lo privado, hasta posibilidades casi paranoicas. Todo esto y más como constitutivo de una supuesta modernización. Modernización que subsiste y coexiste con situaciones arcaicas y estructurales de pobreza e indigencia, analfabetismo, insalubridad, inseguridad, que son características ancestrales de las sociedades y que la modernización no elimina, sino- en el mejor de los casos- simplemente oculta. Como en las favelas en la ciudad de San Pablo en Brasil, que están situadas en un rincón donde no pueden apreciarse desde las calles principales, dando al visitante la impresión de que la ciudad es un prototipo de desarrollo, de modernidad primermundista”.

En esta línea de investigación, confluyen otros problemas de planificación urbana, y de comunicación que son los resultados de las políticas neoliberales, como la inclusión y exclusión, que es necesario considerar. Se encuentran rasgos de la participación social, en manifestaciones callejeras, en las producciones simbólicas, en los procesos de construcción de significación, en los elementos de las identidades presentes en el territorio, los que también van sufriendo transformaciones permanentes.

García Canclini<sup>18</sup>, sostiene el concepto de las culturas híbridas, sobre lo multicultural y lo local articulado con lo global. Dice que “En las grandes ciudades la orientación de los gobiernos y el discurso de los medios, reúnen en totalidades imaginarias, los fragmentos dispersos del tejido urbano”. Poniendo énfasis en la idea de totalidad del fenómeno, como forma de abordar cambios y de mirar los problemas culturales y urbanos.

Martín Barbero<sup>19</sup>, en la citada conferencia en España, dice, “Voy a hablar de las transformaciones del mapa cultural, de cómo percibimos desde ese laboratorio de identidades que es América Latina, las transformaciones de fondo que está atravesando el mapa de las culturas al menos del mundo occidental y especialmente de nuestros países iberoamericanos”. Considera un espacio clave de transformaciones culturales a la ciudad y en la que los medios juegan un papel cada vez más importante. Señala la incidencia hegemónica de la comunicación en ese espacio de intercambio.

---

<sup>18</sup> García Canclini. Culturas híbridas. Ed México. 1989

<sup>19</sup> Barbero. Obra citada.

Según los indicadores macroeconómicos positivos del PBI de los últimos diez años, que muestran algunos países, como Argentina, Chile, Brasil y México, estas culturas no superan el nivel de parcialidad en cuanto a progreso. No se ha logrado revertir la situación de los 90, con cambios sustantivos, políticos y económicos estructurales, capaces de modificar los niveles de vida de las grandes mayorías más necesitadas. Continúan siendo sociedades con enormes desigualdades, donde el poder económico está cada vez más concentrado. Dice Brunner<sup>20</sup> sobre, "...estas sociedades, en su desarrollo contemporáneo no expresan un orden, ni de nación, ni de clase, ni religioso, ni estatal, ni de carisma, ni tradicional, ni de ningún otro tipo, sino que reflejan en su organización los procesos contradictorios y heterogéneos de una modernidad tardía"

Según Gossberg, (1994), una de las características de la posmodernidad es que no hay un solo discurso sino varios, referidos al género, a la etnia, al trabajo, a la educación, a la cultura, a la democracia. Cada uno de estos discursos certifican, hacen creíble, un conjunto de relaciones y conocimientos que se amplían a los ámbitos y sujetos específicos a los que van dirigidos. La consecuencia de esto, y un desafío para la comunicación, es la comprensión de lo que un proyecto comunicacional se propone y como desarrollarlo e implementarlo, teniendo en cuenta esta realidad de las audiencias y sus posibilidades para recibir los mensajes.

Armando Silva<sup>21</sup>. (1997), Analiza los imaginarios urbanos por medio de datos cualitativos, mostrando como los ciudadanos le confieren a la ciudad proyecciones imaginarias y modos de asumirla en "la evocación" de su historia, en la "percepción" cotidiana de sus lugares, en la visión estética, la recreación, lo comercial, y la sustentada en el "conocimiento" de su estructura urbana, y de su población, teniendo en cuenta las características socio económicas de los habitantes, con sus grandes desigualdades.

En esta perspectiva se realizan diversos trabajos de campo indagando el imaginario colectivo en ciudades americanas, que dan cuenta de estas relaciones, como de las demandas de los sectores excluidos.

En cuanto al desarrollo del concepto de identidad, Manuel Castells<sup>22</sup>, (1998) señala los atributos de los actores sociales, en la consolidación del

---

<sup>20</sup> Brummer. Obra citada.

<sup>21</sup> Silva, A. Torres Ribeiro. El rostro urbano de America Latina. Ed. CLACSO. 2004

<sup>22</sup> Castells, M. La Ciudad Informacional. Ed. Alianza. 1995

reconocimiento cultural. Indagando la complejidad de este concepto y dentro de las diferentes categorizaciones, dice que las formas de resistencia colectiva (la resistencia como identidad) han sido y son, los rasgos más importantes en la construcción de la identidad, que tiene entre lo global y lo local, connotaciones visibles. “En el contexto de la globalización estos conceptos se tornan dramáticos en la medida que avanza "la sociedad red" basada en la disyunción sistemática de lo local y lo global”.

Este panorama que destaca la importancia de lo local y lo global, se fue elaborando con la problemática del barrio como espacio de convivencia, entendiendo que en él, es posible sostener valores y hábitos que la conglomeración de las grandes ciudades y el proyecto globalizador, tenderían a diluir y minimizar.

En los trabajos sobre comunicación y ciudad, se manifiestan distintas miradas sobre los escenarios de globalización y de las culturas regionales. Las formas de organización barrial atienden problemas de salud, educación, trabajo, con actividades articuladas en organismos intermedios, que coordinan demandas básicas, prácticas que se encuentran muy alejadas de los discursos y orientaciones de los grandes medios y del poder económico y político. Esta distancia entre la realidad territorial y la global, el grado de incidencia de los relatos mediáticos y de los discursos políticos, en relación con las necesidades de los habitantes, va mostrando incipientes desencuentros .

Orozco Gómez<sup>23</sup> en su libro “La investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina”, dice en el apartado “La peculiaridad posmoderna”: “La nueva morfología de las ciudades, cada vez más esta poblada por anuncios, carteles e incluso televisores hasta en las estaciones de transporte público, en los restaurantes y en las cantinas, desde donde se convoca a los ciudadanos al consumo y desde donde se trata de captar su atención a lo que no sucede ahí, a lo que no forma parte de su entorno inmediato, sino a lo que es transmitido y evocado en las pantallas y en los afiches”.

La presencia permanente de los mensajes provenientes de diversos emisores, que se concretan en imágenes, señalamientos, indicaciones y símbolos constituyen el nuevo equipamiento urbano, cuyo rasgo prominente es la captación de los sentidos, las visiones, las escuchas, las sensaciones. Uno

---

<sup>23</sup> Orozco Gómez. La investigación de la comunicación, dentro y fuera de América Latina. FPCS. UNLP. 1997



de los resultados de esta situación es la atención de los individuos y las sociedades, en relación con su entorno inmediato, que reciben múltiples estímulos que compiten por conquistar sus mentes, sus voluntades, sus deseos, sus expectativas. Lo que no siempre responde a sus necesidades.

Es necesario hacer esta apreciación de lo urbano y la vez superar el pensamiento polarizado, de la razón dual, positivista, para entender la relación de la historia y la memoria que se vive a través de las culturas regionales y cómo se articulan con las contemporáneas. Existe una interacción permanente, con manifestaciones simbólicas, comunicativas, que gravitan en la vida comunitaria y que también aparece en los medios locales, mostrando de alguna manera el fenómeno multicultural, la desigualdad y la cultura de la resistencia. Estos mensajes se entrelazan, en contrapunto con el discurso hegemónico global.

Mientras más avanza en la posmodernidad, más se profundizan las diferencias entre la mayoría y la minoría, entre la riqueza y la indigencia, y crecen las desigualdades. Los movimientos de resistencia se expresan en luchas por la tierra, la vivienda, el salario, los derechos a la salud y la educación. A la vez que los sectores de poder se redefinen y concentran. La UNICEF da a conocer, que en los últimos 10 años la pobreza en América Latina avanzó 20% y que de todos los pobres, 60% son niños. Las estadísticas de los países latinoamericanos que actualmente son prototipo de crecimiento, estabilidad financiera y desarrollo económico, muestran que aunado al aumento cuantitativo de las economías, subsisten millones de pobres y que estas cifras no han bajado en relación proporcional al crecimiento obtenido.

Continuando con Canclini<sup>24</sup>, se puede reconocer que las formas de control social son propias de estas inequidades; “En el ámbito cultural, la proliferación homogeneizante de significantes y significados, de discursos y conocimientos, de representaciones y evocaciones, tanto en los espacios físicos como en los simbólicos, en el arte, en la sexualidad, en la vida profesional, no obstante en la entropía que conlleva y la diversificada oferta que prometen, se evidencian nuevas formas de poder y control social”.

La necesidad de control social, se presenta con nuevas características y el poder se ejerce en el campo social, político y mediático, más que con la represión directa.

---

<sup>24</sup> García Canclini. Culturas híbridas. Ed. Paidós. 1989

Foucault<sup>25</sup> señaló en 1980, que el poder, más que con violencia y el burdo autoritarismo, se ejerce de manera difusa, no directa, con sutileza y mecanismos cada vez más sofisticados, y destaca que son los medios posmodernos de información los que cuentan con los dispositivos idóneos para ejercer poder, y para controlar. Esto sucede en parte, por su capacidad para trasponer los géneros tradicionales, cambiando los soportes y las lógicas discursivas.

La necesidad del Estado de control social, que no es un recurso de esta época, tiene como contrapartida, nuevas formas de organización de la sociedad civil. Lo local supone relaciones más cercanas, cercanas y la problemática del barrio se va construyendo como espacio de convivencia, como forma de nuclear demandas y resistencias de la comunidad. En este tipo de vínculos es posible sostener valores, tradiciones y hábitos, que la conglomeración exagerada de las ciudades y el proyecto neoliberal, globalizador, no permiten consolidar.

Este punto de vista lo desarrolla Gian Carlo De Carlo (1999), como una manera de evitar la pérdida de identidad urbana, planteando la posibilidad de que las ciudades crezcan como federaciones, como un enjambre de barrios autónomos que se comunican entre sí, pero manteniendo su propia personalidad.

En un relevamiento realizado en el barrio de Tolosa, La Plata (1998 y 2009) pudimos observar este tipo de fenómeno, donde el nucleamiento local, con problemáticas comunes, resuelve sus conflictos por consensos, reunidos en asambleas barriales y formas de organización horizontal, que representan los requerimientos y demandas colectivas. Muchas de estas experiencias son momentáneas, relacionadas con conflictos puntuales, pero sedimentan formas organizativas que luego se retoman y recrean.

Otro fenómeno que se presenta como correlato de la concentración de la poblacional en las ciudades, es la fragmentación, producida por los modelos de exclusión mencionados, donde la sociedad está dividida entre los niveles económicos bajos, medios y altos, y tiene formas de vida visiblemente diferenciadas. Se separan la vivienda, el trabajo, los servicios, la recreación.

---

<sup>25</sup> Foucault (citado por, Alfaro, María. De las culturas populares a las transformaciones políticas. Ed. Calandria. Lima. 1994

Daniilo Veiga<sup>26</sup> en un artículo denominado “Desigualdades sociales y fragmentación urbana: obstáculos para una ciudad democrática” del CSIC de la Universidad de la República, de Uruguay, dice:

“Se ha demostrado que los procesos de fragmentación socioeconómica acentúan diversas formas de segregación urbana, estimulando profundos cambios en las pautas culturales y estrategias familiares, y por consiguiente, en la emergencia de situaciones de vulnerabilidad y riesgo social, que particularmente afectan a jóvenes, mujeres y grupos carenciados (CEPAL – PNUD, 1999). En este contexto asumimos que la fragmentación social es un proceso complejo y multidimensional que requiere analizar en contextos específicos, ciertas variables centrales tales como: las pautas de estratificación social, la heterogeneidad del mercado de trabajo, los cambios en los agentes de socialización y las relaciones de poder”.

Touraine<sup>27</sup>, 1997, señala, “Así mismo es necesario recordar que la fragmentación creciente de experiencias individuales que pertenecen a varios lugares y tiempos. Ello implica un llamado de atención frente al economicismo predominante, enfatizando la complejidad cultural vigente al interior de sociedades aún relativamente homogéneas, como la Argentina y la Uruguay. En tal sentido la interrelación entre la cultura globalizada versus la cultura local, constituye una línea de análisis relevante para avanzar en el conocimiento de los procesos de globalización que impactan en nuestras ciudades”.

El autor se refiere a la fragmentación sufrida en los años 90, que si bien ha variado desde entonces, sigue siendo un dato de la realidad en las ciudades latinoamericanas. Aun en esta década, cuando mejoraron los índices de crecimiento en la mayoría de nuestros países, se reitera una tendencia a los análisis economicistas, se mantienen altos niveles de pobreza y exclusión, sin encontrar formas más efectivas de cubrir las necesidades de los menos favorecidos. Existen corrientes políticas y organizaciones de base, con una orientación más vinculada a los acontecimientos sociales y culturales, donde surgen una diversidad de propuestas de desarrollo local y regional, que se construye socialmente, desde experiencias parciales, pero representativas.

---

<sup>26</sup> Vega, Daniilo. “Desigualdades sociales y fragmentación urbana: obstáculos para una ciudad democrática” CSIC de la Universidad de la República, de Uruguay. 2000

<sup>27</sup> Touraine. *Crítica de la modernidad*. Ed. FCE. México. 2009

Ana Falú y Cecilia Marengo<sup>28</sup>, investigadoras del CONICET en un trabajo titulado “Las políticas urbanas: desafíos y contradicciones”, desarrollan un marco de referencia sobre el acontecimiento y su complejidad. “El territorio urbano es el espacio donde se expresan las complejidades de los procesos que se han producido en el último tiempo como consecuencia de la globalización de la economía y del auge de las políticas neoliberales que se aplican a la producción y gestión del hábitat urbano. El territorio, como lo define Pradilla (1997) en tanto soporte material de la sociedad, expresa la compleja totalidad del universo social, sus relaciones sociales. Es modelado y producido por la dinámica social, refleja sus cambios y las múltiples determinaciones económicas, políticas y culturales. Desde la perspectiva de la planificación territorial tradicional, el territorio se define como el ámbito espacial de un sistema de relaciones sociales particularizadas, resultado de tres instancias simultáneas: la físico-espacial, que constituye el sustrato donde se localiza el conjunto de las actividades; la organizacional o social, que comprende desde la población hasta las instituciones; y la económica que involucra todas las relaciones y las acciones que tienen por cometido la reproducción material de la sociedad misma y que como tales constituyen un punto de articulación entre ésta y el medio físico. A estas tres dimensiones de la planificación tradicional se incorpora una cuarta, la cultural o identitaria, que se define a partir de ciertos atributos comunes que le dan unidad”

Martín Barbero<sup>29</sup> dice, en la Conferencia mencionada: se refiere a los cambios que están sufriendo los tres grandes ámbitos culturales que distingue: “el de las culturas tradicionales, el de las culturas nacionales y el de las culturas urbanas. Primero, en lo que respecta a las culturas tradicionales me refiero a las de América Latina. Por culturas tradicionales entiendo las culturas precolombinas, las culturas negras y en gran medida las culturas campesinas, a las que no llamo rurales pues la oposición entre rural y urbano, que ha sido hace poco otra oposición fundante, y tranquilizante, está sufriendo una transformación radical: más que lo que tiene que ver con la ciudad, lo urbano designa hoy el proceso de inserción de los territorios y las comunidades en lo global, en los procesos de globalización”.

---

<sup>28</sup> Falú y Marengo. Las políticas urbanas: desafíos y contradicciones. CONICET. 2004

<sup>29</sup> Barbero. Obra citada.

De manera que lo urbano ya no tiene independencia, no hay algo que escape a las lógicas de inscripción de los movimientos de globalización, aunque se viva en pequeños pueblos o lugares alejados de los centros urbanos. La extensión de la dinámica tecnológica en el ámbito de la producción, de los medios audiovisuales y en el ámbito de la cultura, es hoy un dato de la realidad.

...”Como nunca a lo largo de la historia occidental, las culturas tradicionales, tanto las culturas indígenas como las culturas negras -en América Latina-, como las culturas campesinas, se ven cada vez más involucradas en procesos de interacción con las otras culturas de la nación y del mundo. Es decir, estas culturas tradicionales que, en gran medida, subsistieron hasta los años 50 por su escasa exposición al proceso de modernización se hallan ahora inmersas en un proceso cada vez más intenso y rápido de «comunicación», de interacción con otras culturas, con las culturas modernas nacionales y también con otras culturas de otras naciones, de otros países e incluso de otras civilizaciones. Es un primer cambio que me parece fundamental: la relación de las culturas tradicionales con las culturas modernas y con otras culturas tradicionales de otras civilizaciones, se está intensificando de modo cada vez más fuerte y cada vez más acelerado”.

El análisis de los autores citados y los trabajos que han aportado, son materiales de estudio para la comunicación visual y especialmente en las ciudades. Tratan la globalización, las construcciones regionales, las identidades, en tanto se encuentran rasgos de una participación social que se manifiesta en las comunidades, en la cultura, la comunicación social, en los procesos de significación, en la construcción simbólica y en los rasgos que caracterizan las identidades. Son fenómenos de expresión ciudadana.

La particularidad de los elementos que hacen a la imagen urbana, que construyen significación en el espacio público, forma parte de la comprensión de la vida social, y por lo tanto del estudio y las intervenciones de la comunicación visual.

#### Intervenciones en la ciudad

Como venimos desarrollando, lo urbano es una problemática relevante en el mundo contemporáneo y la Comunicación visual es un elemento central en el mundo de hoy y previsiblemente, del futuro. Las grandes urbes han crecido sin una planificación adecuada y constituyen un tema acuciante por su

complejidad, para los especialistas y para los gobiernos. Por esta razón se han convertido en objeto de estudio de distintas disciplinas. El campo del diseño está involucrado en lo que se refiere a la Comunicación Visual Urbana con su historia, sus transformaciones y la situación actual que presenta. La intervención en señalética, cartelería, arquigrafía, y expresiones permanentes o eventuales, es incumbencia de la disciplina.

En este contexto, el rol del comunicador visual es conocer, comprender y dar respuesta a las necesidades comunicacionales de la población. Es elaborar mensajes con un sentido social y apropiado a su cultura y a los diversos tipos de audiencias a quienes va dirigido.

La producción de mensajes necesita respetar la pertenencia, los códigos, las características propias, para poder entenderse con el espacio urbano, con sus conciudadanos y con sus instituciones.

Este conocimiento reflexivo sobre las ciudades permitirá, desde la disciplina, y en conexión con otras afines, como la arquitectura, la sociología, la antropología, la comunicación social, etc.; desarrollar diagnósticos y propuestas que logren un diálogo entre los distintos actores de la vida urbana. Estas intervenciones pretenden abordar la complejidad del fenómeno urbano realizando proyectos visuales integrales, y para distintas instituciones y zonas de la ciudad, desde una mirada que contemple sus características.

La propuesta curricular para la enseñanza, los contenidos y la didáctica de la comunicación visual urbana, incluyen las características del sitio, la presencia y la dimensión de los medios, y las formas de interacción en el escenario urbano. Los habitantes de la ciudad deben reconocerse en el mensaje comunicacional, en la arquitectura, en los espacios verdes, en el entorno propio, para contribuir a su conservación y mejoramiento. El mensaje, el proyecto de intervención, deben producirse con un sentido de pertenencia capaz de identificar los destinatarios como protagonistas y copropietarios de un espacio común, donde la democracia y la solidaridad sean un elemento movilizador de la energía colectiva, para contribuir a valorizar y mejorar la calidad de vida ciudadana.

## La ciudad de La Plata

La ciudad de La Plata tiene más de cien años, fue fundada en 1882 por el Dr. Dardo Rocha, sobre los campos de Iraola. Esta ciudad que tenemos hoy es sustancialmente diferente a la de los primeros años. Se han construido y remodelado edificios, casas habitación, industrias. Creció el tránsito vehicular, la población y el comercio. La imagen urbana cambió sustancialmente desde la fundación hasta nuestros días.

En el siglo XIX, 1880, 82, el Dr. Rocha era Gobernador de la Provincia de Buenos Aires y el Gral. Roca era Presidente de la Nación. Se había designado a la ciudad de Buenos Aires como capital de la República Argentina. Por esta razón se decidió fundar la capital para la Provincia y tener allí los Tribunales, la Legislatura, la Casa de Gobierno y los Ministerios Provinciales. Dardo Rocha, comenzó a trabajar en el gran proyecto de edificar una ciudad capital. Los fundamentos históricos - estilísticos de la nueva ciudad son los de la generación del 80, basados en la modernidad, en el progreso y en una definición política que fundamentalmente sustentaba Sarmiento sobre civilización y barbarie. Este pensamiento ubicaba a lo europeo y a las concentraciones urbanas como representantes de la civilización y por lo tanto de la cultura culta, mientras que el campo, el criollo el gaucho, los caudillos eran vistos como la barbarie que solo generaría atraso, anarquía, ociosidad. No se reconocían a las culturas precolombinas y negaba cualquier valor y derecho a esas poblaciones, la Campaña del Desierto dirigida por Roca, es un claro exponente histórico de esta concepción dominante. El fomento a la inmigración europea tenía como propósito recibir las enseñanzas de la Europa ilustrada, aspiración de la que Sarmiento se siente años después decepcionado, entendiendo que los europeos no enviaron lo mejor de sus hijos. Estos principios de sustento histórico, explican el espíritu del proyecto, del diseño y del plan urbanístico de La Plata, inspirado en las ideas y las políticas de progreso de Sarmiento y Roca.

El grupo de Rocha eligió como lugar propicio para la nueva ciudad a las Lomas de la Ensenada, teniendo en cuenta las condiciones del Puerto al que llegaban barcos de todo el mundo, para lograr que la nueva capital brindara los mejores servicios. Ya existían en la región distintas vías de comunicación terrestre como el Camino de las Inundadas, el Camino Real y el Camino Blanco y el de

Magdalena. El Camino a Chascomús fue una obra importante para esa época, en lo que hoy es la ruta 2 que lleva a Mar del Plata.

En 1871 se había fundado Tolosa con su Estación ferroviaria, por José Martín Iraola. En esa época ya existían los Saladeros en Ensenada y años más tarde se instalaron los saladeros en la localidad de Berisso, con su ramal ferroviario. Todos estos componentes contribuyeron para que La Plata se fundara en este lugar.

Los planos iniciales del proyecto se confiaron al Ingeniero Benoit que diseñó la ciudad teniendo en cuenta las cuestiones ambientales, productivas y sociales de la época, para su futuro desarrollo. El trazado de la ciudad fue un cuadrado con arterias principales y secundarias que forman manzanas de 100 metros y es cruzado por dos diagonales principales de este a oeste y de norte a sur. Los límites que circunscriben al cuadrado son las calles 31, 32, 72 y 122, que componen la Avenida Circunvalación, que la rodean con una rambla de casi cien metros, que ha operado como contención y preservación de los límites..

La Plata fue una ciudad planificada antes de ser habitada, a diferencia de la mayoría de las ciudades del mundo. Por esta razón tiene un trazado armónico, inspirado en el modernismo, funcional e higienista. El ordenamiento de sus calles y espacios verdes están repartidos simétricamente al eje Monumental, con plazas y parques cada seis cuadras. El casco urbano es como un tablero de ajedrez; su centro geográfico se encuentra en la Plaza Moreno y los edificios públicos más importantes sobre las Avenidas 51 y 53.

Los paradigmas sobre los que se imaginó la nueva capital son los de la generación de 1880, basados en la modernidad y en una visión sobre civilización y barbarie, donde lo europeo y las concentraciones urbanas representaban la civilización, el progreso y la cultura, mientras que el campo, el criollo, el gaucho, los caudillos eran vistos como el atraso y la barbarie. Estas concepciones fueron criticadas, pero lograron hegemonía. Indudablemente eran muy distintas a las que habían impulsado Bolívar y San Martín en sus sueños de integrar la patria grande Latinoamericana. Comprender estos postulados de sustento histórico, explica el espíritu del proyecto, del diseño y del sustento urbanístico de La Plata.



## El Patrimonio urbano

Se considera Patrimonio urbano a todo aquello que tiene valor histórico, monumental, arquitectónico, artístico, natural y cultural. Sea público o privado, forma parte del acervo ciudadano.

En la ciudad de La Plata una cantidad de sitios, edificios y lugares han sido protegidos legalmente para respaldar la protección del patrimonio, desde la Municipalidad y el Consejo Deliberante y la Legislatura Provincial.

- *Legislatura Provincial: Ley N 10.962- Monumento histórico provincial-*
- *Estación de ferrocarril (1 y 44): Ordenanza N 7762- Interés histórico-recuperación y preservación-*
- *Traza fundacional: Ordenanza N 3001/63- Interés histórico provincial- Decreto N 21- 8/11/89*
- *Iglesia Catedral: Ley N 11.217- Monumento histórico provincial- Resolución N 18- 11/12/89*
- *Palacio de Justicia: Ley N 11.219- Monumento histórico provincial- Resolución N 28- 23/5/90*
- *Dirección Gral. de Escuelas: Ley N 11.261- Monumento histórico provincial- Resolución N 35- 23/5/90*
- *Palacio Municipal: decreto Patrimonio arquitectónico- Ordenanza N 6485- Interés histórico- Provincial, Ley N 10.986- Monumento histórico provincial*
- *Casa de Gobierno y Residencia del Gobernador: Resolución provincial N 3690*
- *Casa Curuchet: Decreto Municipal N 1590- Patrimonio arquitectónico- Ley N 11.242 Monumento histórico provincial.*
- *Colegio Nacional: Provincia, Ley N 11.371 - Monumento histórico provincial*
- *Teatro Coliseo Podesta: Decreto Municipal N 695/85- Patrimonio arquitectónico- Ordenanza N 6.485- Provincia Ley N 10.514, Monumento histórico provincial.*
- *Banco Municipal 7 y 49 (hoy Provincia): Decreto Municipal N 695/85- Patrimonio arquitectónico- Ordenanza N 6.485-*

- *Banco Municipal: Diag.74 y 48: Decreto Municipal N 695/85- Patrimonio arquitectónico- Ordenanza N 6.485- Interés Municipal*
- *Sede Ex Jokey Club: Resolución N15 - 26/10/89- Patrimonio arquitectónico-*
- *Casa Museo Almafuerde: Decreto Municipal N 695/85- Patrimonio arquitectónico- Ordenanza N 6.485- Interés Municipal*
- *Cementerio Municipal: Decreto Municipal N 695/85- Patrimonio arquitectónico- Ordenanza N 6.485- Interés Municipal*
- *Museo Archivo Dardo Rocha: Decreto Municipal N 695/85- Patrimonio arquitectónico- Ordenanza N 6.485- Interés Municipal*

Se encuentran también protegidos por este tipo de legislación, el Observatorio Astronómico, el Museo de Ciencias Naturales, el Jardín Zoológico, el Asilo Marín y el edificio de la Plaza Malvinas Argentinas; Casas particulares de interés estilístico e histórico, de distintas épocas.

#### Patrimonio cultural y comunicacional

El patrimonio cultural de La Plata, (tangible e intangible) se compone de un de diseño urbano, cuyo trazado conserva las características fundacionales, la arquitectura que fue una propuesta adaptada a las necesidades urbanas de la modernidad, los monumentos y los elementos que desde entonces se fueron constituyendo en el espacio urbano. En su crecimiento se reemplazó gran parte de la construcción fundacional y de la propuesta visual. La escultura, los murales, el mobiliario urbano, la señalética, la forestación y las manifestaciones eventuales como, los carteles, los graffiti, la imagen preparada para las festividades, el lenguaje visual urbano espontáneo, se modificaron y continúan cambiando.

La ciudad de La Plata tiene características apropiadas para el ejercicio del encuentro social, desde sus inicios. Plazas, parques, ramblas, áreas verdes, avenidas anchas, invitan a la gente a compartir los espacios públicos, las fiestas, a pasear o sentarse en las veredas y los parques. El diseño urbano y sus dimensiones, ofrecen las condiciones propicias para que los habitantes de distintas edades, ocupen los ámbitos recreativos y los sientan propios. La actividad cultural, el esparcimiento, la convivencia cotidiana, son las formas en que la vida social se recrea, integrando a los individuos en una dinámica colectiva. El proyecto urbano concebido a fines del siglo XIX, tuvo como perspectiva pensar una ciudad cuyos espacios públicos, fueron planteados para el esparcimiento y las actividades abiertas, como para las organizadas. Museos, bibliotecas, teatros, parques, iglesias, escuelas, contribuyen a dar un perfil de identidad a la ciudad, donde aun se conserva una vida vecinal, propia de una población mediana. El modelo neoliberal, actualmente muy resistido, con el fenómeno de la globalización, tiende al aislamiento del sujeto en su comportamiento social, es una propuesta donde el consumo es el eje de las expectativas. El uso de la informática, la televisión, el servicio domiciliario, instalan hábitos de vida donde no es necesaria la presencia del otro, ni el riesgo de salir a la calle. Se promociona la búsqueda de la seguridad individual que ofrecen los lugares cerrados, la casa, el trabajo y los ámbitos privados. La desigualdad y la exclusión presentan un panorama de fragmentación social, que ha transformado a las ciudades. El shopping y el country son formas de segmentar la experiencia colectiva. La tendencia de la posmodernidad, es revertir la inseguridad, generando lugares confortables y seguros, para unos pocos que pueden pagarlos. De esta manera se convierten en protección, las opciones privadas. Estos lugares contemplan los temores del ciudadano y le ofrecen resguardo, confort y status. La elección es selectiva porque implica costos altos y no incluye a toda la población. En los países latinoamericanos la realidad se presenta conflictiva y contradictoria. Conviven las formas antiguas con las nuevas ofertas. Los grandes supermercados, los barrios cerrados, con las ferias, los tradicionales mercados populares y la vida barrial. La opulencia y la miseria. Los barrios pobres y los ricos, el centro y la periferia.

Simultáneamente aparecen tendencias que rescatan su propia historia, sus costumbres y tradiciones, generando espacios de encuentro, de ejercicio colectivo, de defensa de derechos y rescate de memoria. Se van recuperando

los festejos en las conmemoraciones de aniversario de la ciudad, las fiestas de mayo y de diciembre, el carnaval, los clubes de barrio, como expresiones colectivas de relación y ejercicio social.

La ciudad como texto social.

La ciudad sintetiza la diversidad de la vida humana, esta proyección dinámica se expresa desde contenidos sociopolíticos, económicos y culturales.

Cada uno de sus componentes está impregnado con el sello de las acciones humanas individuales y colectivas que a través del tiempo, han consolidado sus formas y sus contenidos, en suma su perfil cultural.

El orden político dejó sus marcas según las etapas, el autoritarismo generó todo tipo de interferencias para una construcción colectiva, la participación democrática recupera la ciudad como bien común y debe poner en equilibrio los intereses públicos y privados confirmando su legitimidad.

El poder político y económico sustentado en el progreso científico dio lugar a las grandes transformaciones. La tecnología posibilitó mejores niveles de eficiencia, para una vida más confortable. Paralelamente introdujo graves desequilibrios, provocó diversas fracturas y contaminaciones varias: ambiental, vehicular, auditiva, visual. El desborde poblacional, la marginalidad y la violencia urbana, son parte de la inequidad.

El orden cultural construye cotidianamente las formas de vida que se expresan desde las concepciones del mundo, religiosas y políticas hasta las más sencillas y sutiles formas de relación y convivencia humana.

La ciudad articula la complejidad de los acuerdos y conflictos de los distintos intereses sociales, pero más allá de la extensión del término cultura, su manifestación más nítida se expresa mediante la necesidad siempre renovada, de la producción simbólica.

Lo urbano se expresa en los signos y los símbolos, las marcas identitarias que conforman una cultura. La conciencia de los ciudadanos está presente en los elementos que la identifican, instalados en la ciudad y expresando su historia, las etapas que configuran su desarrollo en los signos, los símbolos, la arquitectura, la plaza, el barrio, que representan, más allá de su materialidad y sus funciones concretas.

Los objetos, el mobiliario y las funciones urbanas y arquitectónicas tienen básicamente un uso, una utilidad práctica, que frente a la inmediatez de la vida cotidiana son sólo eso: cosas y usos de las cosas. Pero frente a esta aparente certeza se oculta un universo de múltiples significaciones.

En realidad la complejidad de los códigos culturales se transforma en signos, podemos decir que desde su materialidad utilitaria son significantes, portadores de significados, denotan su referencialidad directa y se abren a un espectro de connotaciones posibles permitiendo una multiplicidad de lecturas.

Desde esta óptica podemos considerar a la ciudad como un texto social, un texto donde el conjunto urbano desborda de significación, donde distintas materias significantes concebidas intencionalmente o no, nos colocan bajo el dominio de los signos y los símbolos.

La calle, dice Henri Lefebvre, es... "lugar de paso, de interferencias, de circulación y de comunicación, la calle representa la cotidianeidad de nuestra vida social".

Podemos decir que el texto social urbano posee una diversidad que se expresa en la vida misma de la ciudad: categoriza los lugares, símbolos del poder, del consumo, de la vivienda, del encuentro. Sectoriza y a la vez articula, la riqueza y la pobreza. Expresa la vida cotidiana, la solidaridad, la violencia y también garantiza la seguridad colectiva. Une y separa a los distintos sectores sociales, que conviven en los espacios de uso público.

Existe una ciudad que tal vez no miramos, o que observamos poco. Parte de ese texto tiende a caer en la bruma, para dar paso a otras lecturas donde la significación está condicionada por las rutinas, la prisa, el fetichismo del consumo, la especulación económica, una especie de trivialidad apresurada. No se repara hoy en los símbolos de la nacionalidad, en las marcas históricas impregnadas de sus funciones y sus estéticas, en las casas, los árboles y las flores, en la calle como un espacio de encuentro y socialización.

Recorrer las calles, leer sus textos permite vivenciar y categorizar la multiplicidad de sentidos que éstos expresan. El privilegio mercantilista minimiza otras lecturas. Calles donde la magnificencia de los edificios muestra los privilegios sociales. Calles de casas simples y de movimientos lentos. Avenidas con ramblas arboladas que permiten la distensión y la mirada pausada, avenidas despojadas de ramblas y de forestación donde automovilistas y peatones se sienten compulsados a dejar el lugar lo más

rápido posible. Donde la seguridad se ha vuelto un fantasma que hace que la gente se desplace a grandes velocidades. Calles de barrio donde la vivienda y el comercio conviven. De esta manera se pueden leer diariamente las rutinas cotidianas, la vereda, el encuentro y la charla. Se aprende a observar y a hacer una lectura selectiva de la multiplicidad de acontecimientos que conforman la vida de la ciudad. Leerla como un texto que se comprende en lo que está mas allá de lo analógico y lo literal.

Los componentes y su lectura.

El concepto de *texto social* nos permite comprender que la dinámica compleja de la ciudad no se agota en sus funciones. La ciudad es un fenómeno cultural que otorga a sus componentes la validez de los signos, todos los hechos culturales son ante todo comunicación. Muchas ciudades se definen por la relevancia de sus signos, por la fuerza de sus símbolos.

Sobre este espacio de protagonismo del sentido se puede establecer la especificidad de la comunicación visual. Los pioneros del diseño moderno entendieron que la planificación de la comunicación visual debía ocupar un lugar importante en la proyección y en la vida urbana. Las complicaciones de la ciudad moderna, el aumento demográfico, la construcción de vías rápidas en función de un crecimiento desmedido de los medios de transporte, sobre todo el automóvil, las estaciones, los aeropuertos, etc., requerirá de criterios ordenadores, hasta el momento la respuesta fue dada en el marco del funcionalismo. La tarea del diseño visual se concentró en la creación de sistemas de señalización. En la mayoría de los casos la gráfica de vía pública, utilizada fundamentalmente como publicidad, es considerada otro aspecto del diseño gráfico, que si bien forma parte del diseño urbano, está encarado desde un lugar parcial en la práctica del diseño.

Las teorías racionalistas y las urgencias concretas legitimaron un imaginario que sobredimensionó una visión conductista de la comunicación, la señal fue su protagonista principal. Otros aspectos de la comunicación fueron minimizados en este marco proyectual. Lo simbólico quedó como perteneciendo a otra época, a otro momento de la historia. El estilo fue desestimado. El avance tecnológico y consecuentemente los cambios que se

produjeron en la vida cotidiana privilegiaron la inmediatez, las reacciones automáticas necesarias para sobrevivir en el vértigo de la ciudad.

Adrián Frutiger<sup>30</sup> habla de la importancia de las señales destacando su hegemonía como algo incuestionable que pertenece a la razón misma de nuestra época: dice que la segunda revolución industrial, con la gran transformación tecnológica, cambió el concepto del signo, desde sus fundamentos. La Edad Media se caracterizaba por la preponderancia del símbolo, y el mundo de la Razón Ilustrada por el uso del signo, pero el mundo actual, el de la comunicación y transmisión inmediata, se encuentra regulado y estructurado por la señal. Por la necesidad de ordenar el funcionamiento con la orden imperativa de las señales, que controlan la circulación y el tránsito de las grandes urbes.

### Los códigos de señalización

La sociedad tecnológica y la visión conductual de las señales, ha sido necesaria para ordenar y preservar la circulación de lugares superpoblados. Las consecuencias de transpolar esto a la mirada urbana, podrían concluir que nuestro "mundo de la comunicación" está "regulado y estructurado" por los sistemas de señales porque ordenan, prohíben y orientan las conductas humanas en las calles, los edificios, las fábricas, etc. Este análisis sería muy parcial, ya que solo se aplica al protagonismo de las señales. Si abordamos una alternativa integral de ver el problema, encontramos que tiene mayores dimensiones, los signos, los símbolos y las señales, permiten una lectura del conjunto urbano que llamamos, el *campo semántico*, que es un texto significativo, que venimos analizando y que va más allá de lo funcional.

Marcar, indicar, señalar es una práctica humana que forma parte de la propia organización colectiva para comunicarse. Lo utilitario y las ritualidades necesitaron del empleo de materias significantes más amplias, para ordenar y posibilitar las lecturas del entorno. Pero en lo relacionado con localizar lugares y objetos, como el traslado de un lugar a otro, requirieron de orientación y certezas. Las necesidades vitales de comunicación generaron las soluciones adecuadas a cada caso.

Las señales fueron el instrumento que sirvió para delimitar el espacio, se

---

<sup>30</sup> Frutiger, A. obra citada.

anticiparon a la construcción de los caminos, las marcas fueron la anticipación de su trazado. Las organizaciones políticas y militares en Roma, en la Edad Media, y sobre todo en la época napoleónica, estructuraron sistemas de señalización organizados para las prácticas sociales de la época. En nuestro país, todavía existen localizadas en sus lugares originales, viejas señales del siglo XIX que han perdurado en sitios desolados por la indiferencia y que se conservaron por la solidez, por la alta calidad de su material. Se trata de estructuras de hierro de fabricación inglesa, producidas en la época de las construcciones ferroviarias.

El desarrollo científico, económico y social propicia el crecimiento y por lo tanto la circulación de bienes y servicios de donde surge el requerimiento de sistemas de señalización. En la sociedad tecnológica todo se fue complicando, la ciudad, las autopistas, los medios de transporte, la tecnificación de la producción, el crecimiento poblacional, la concentración en las ciudades y las rutas y caminos. Se multiplicó la circulación y simultáneamente, los riesgos de accidentes. Ya en 1924, Le Corbusier describía con temor el espectáculo de la calle, tenía la sensación de que al salir de su casa sería aplastado por el tráfico. En los años posteriores el desarrollo del transporte y la circulación, serían cada vez mayores.

La dinámica de la ciudad a partir del automóvil y la velocidad, trató de dar respuestas y organizar los conflictos cada vez más graves de peatones y vehículos, dando mayor importancia al uso de señales.

La fugacidad, la rapidez y necesidad de provocar reacciones inmediatas dio a las señales un estilo visual muy singular: la simplicidad y el contraste. El paisaje urbano está poblado de estos signos que tratan de exhibir la mayor claridad perceptual posible en competencia directa y permanente con las condiciones más adversas que presenta el contexto.

La simplicidad para los pioneros del diseño moderno fue un condicionante fundamental de su imaginario formal, la concepción funcionalista se sustentaba básicamente en la teoría de la Gestalt (claridad, orden y legibilidad).

Los mensajes visuales exigían la rapidez de lectura, el contraste y tamaño de los titulares de periódicos, el afiche como "un grito en la calle".al decir de Cassandre. Entonces las señales deberían ser el modelo de simplicidad. El requerimiento de ser un protagonista principal visible y semánticamente inconfundible en la mirada urbana, potenció las cualidades de la comunicación



visual a un lugar privilegiado, del espacio urbano, con pretensiones universales. Los sistemas de señales deben responder a una decodificación inmediata e unívoca, utilizando la mayor economía de medios. A partir de estas consideraciones, se elaboraron un conjunto de argumentos para fundamentar las condiciones de su funcionalidad:

- Información inequívoca
- Reacción automática
- Lenguaje monosémico - no retórico
- Excluye la atracción estética, es el ejemplo de mensaje funcional
- Mayor información, menor cantidad de elementos
- Esfuerzo mínimo de captación y comprensión
- Las señales deben formar parte de un sistema
- Tender a dar universalidad al sistema.

## Señales y universalidad

Desde los orígenes de los sistemas de señalización viales se planteó la necesidad de universalizar el código. La importancia creciente de la comunicación visual, la relevancia que fue adquiriendo la imagen en nuestra cultura de los medios, dio lugar a generalizar esta concepción y pretender que los signos gráficos superen las barreras idiomáticas.

La cultura de la imagen alentó la posibilidad de crear un sistema universal de signos. En 1964 la antropóloga norteamericana Margaret Mead<sup>31</sup> propuso la creación de este sistema, a partir de un número limitado de signos que denominó glifos y planteó la posibilidad en estos términos:

"Durante los últimos años se han discutido ampliamente la necesidad del desarrollo sistemático de lo que actualmente denominamos glifos es decir, representaciones gráficas que signifiquen cada una, una idea: masculino, femenino, agua, veneno, peligro, pare, siga, etc... En escala internacional lo necesario es un conjunto de glifos que no haga referencia a un sistema cultural particular de imágenes, sino que forme un sistema de signos visuales de referentes universalmente reconocidos. Sin embargo, hasta el presente por lo menos, no se han intentado de manera consecuente los esfuerzos

---

<sup>31</sup> Mead, M. [www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/mead.asp](http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/mead.asp)

conducentes a explorar la cantidad mínima de glifos que serían necesarios, o a seleccionar un conjunto de éstos, tal que contenga significados claros e inequívocos para todos los pueblos del mundo, que hablan distintos idiomas, viven en distintos climas y están sometidos a la influencia de distintos sistemas de símbolos".

Si bien este universalismo comunicacional no se ha llevado a cabo en su totalidad, en el campo de la señalización vial se han logrado ciertas unificaciones de código mediante distintos convenios internacionales que se vienen realizando desde hace varias décadas en el mundo occidental.

### La comunicación visual en la ciudad

El fenómeno de comunicación visual urbana en La Plata está compuesto por diversos elementos que se articulan en la expresión visual y gráfica, conformando un conjunto identificador. Es una imagen integral que se fue desarrollando en el devenir del tiempo, con el accionar cotidiano, desde la fundación. La historia visual está representada en la síntesis simbólica y funcional que visualizamos en las calles, los edificios, los monumentos, la señalética, la información pública y la cartelera comercial.

La cuestión urbana, el campo de la cultura y el imaginario colectivo han incidido en la construcción del espacio público y de las identidades. La información pública y la publicidad privada, tienen una presencia contundente en la calle y compiten con un conjunto de mensajes dirigidos al receptor que circula cotidianamente la ciudad. La producción de mensajes espontáneos e intencionales en las calles, en las paredes, como pintadas, graffitis, stensiles, murales, son parte del paisaje y expresan a distintos grupos que se conjugan en el territorio. La dimensión comunicacional tiene un lugar y un lenguaje que va cambiando constantemente. En muchos casos los mensajes se adaptan a las características del contexto y en otros son discordantes, o lejanos a la comprensión del receptor, compiten con el sistema señalético público. Pero forman parte de la cultura urbana, y son constructores de las identidades.

## Una planificación integral.

El estado actual de la comunicación visual urbana, tanto en nuestro país como en otras ciudades americanas, es considerado deficiente por sus condiciones generales de deterioro y complejidad. Tanto en los aspectos que hacen a la información pública y privada, como en los elementos que constituyen la identificación de la población con su lugar y con los otros. El resultado de esta situación se ve en las dificultades de circulación, en los problemas de seguridad, en los accidentes, en las aglomeraciones y la contaminación, entre otros problemas. La incidencia es notoria en lo referente a la calidad de informativa y a la identificación con el lugar. Es evidente hasta ahora, que no hay una voluntad planificadora a mediano y largo plazo, desde los lugares de decisión, que tenga en cuenta la necesidad de ordenar los distintos niveles del fenómeno comunicacional urbano.

En la ciudad de La Plata, los mensajes públicos: identificación, información y señalización pública, muestran un descuido que afecta el funcionamiento cotidiano. Es necesario conformar un sistema de comunicación público con continuidad, dotado de los recursos necesarios para mantener su actualización. La realidad muestra el bajo valor que se le asigna a un tema tan importante para el bienestar de la población, como preservar el patrimonio, jerarquizar la comunicación, el ordenamiento vial de la ciudad y para la seguridad pública.

Los mensajes privados, institucionales y comerciales constituyen un impacto dominante de la comunicación urbana. En este sentido identificamos que la cantidad, el tamaño, la acumulación, se normatizan en la ciudad, pero no se cumple la reglamentación que lo regula. El comercio ocupa el espacio propio e invade el espacio público. La imagen urbana puede llegar a ser ilegible, la saturación de la información provoca desinformación, lo que provoca la desvalorización del patrimonio que pone en juego la memoria, la identidad, los valores y la funcionalidad urbana. En algunas arterias comerciales la mirada queda desconcertada, es imposible orientarse, las fachadas desaparecen detrás del gigantismo de los carteles, aunque debemos destacar que paulatinamente se va aplicando la ordenanza y comienzan a ponerse en escala la cartelería comercial. No se detecta un correlato con la adecuación de una información pública en jerarquía y escala acorde con las necesidades de la población que circula.

La indiferencia en la planificación y cuidado de los mensajes públicos y el caos que produce la resistencia de los sectores privados, pone a la ciudad en una situación cuyas consecuencias son en muchos casos irreversibles.

Estas consideraciones de la comunicación visual en el marco de la ciudad, aparentan ser males menores frente a la carencia de servicios básicos, el crecimiento del parque automotor, la organización del transporte, la contaminación ambiental, el descontrol de las construcciones en altura, la superpoblación, la marginalidad social, etc. Pero si consideramos los altos índices de accidentes, vinculados a los problemas de una señalización y educación vial pertinentes, podemos evaluar la dimensión del tema.

A pesar de la urgencia de estos problemas y la cantidad de discursos y argumentos que los señalan como prioritarios no han sido solucionados o en la mayoría de los casos la solución es por lo menos muy lenta.

Como dijimos, la ciudad surgió como una concentración humana organizada, en busca de una mejor calidad de vida, al aumentar su actividad y su población, es necesario adaptar su infraestructura y sistemas de comunicación. En los distintos modos de convivencia las dificultades se plantean como un conjunto complejo, la organización y selección de las soluciones, debe buscarse tratando de construir el mejor equilibrio posible para mejorar la convivencia y la información de la población, en base a la participación.

La comunicación visual es un fenómeno que de no tener soluciones mínimas es fuente de permanentes desequilibrios en el funcionamiento urbano.

Una mirada sobre la distribución cuantitativa y cualitativa de la comunicación en la ciudad presenta zonas donde está sobredimensionada, es un elemento perturbador que satura el espacio y se produce la desinformación, como producto de la insuficiencia de un sistema comunicacional apropiado. Hay otros lugares donde la comunicación visual ha sido descuidada o ineficiente y en la periferia es casi inexistente. Esto quiere decir que una planificación general es cada vez más necesaria y que la misma debe plantearse consensuando con los actores sociales, con los sectores que interactúan en el territorio.

## **CAPÍTULO 6**

### **SOBRE LA EXPERIENCIA, DEL EGRESO DE GRADO**

En los capítulos previos hemos desarrollado una serie de aspectos rectores de nuestra tarea docente, en términos metodológicos, didácticos y en consecuencia en los porqués de la selección de prácticas para la formación de grado, que desarrollamos en la Universidad.

A partir de estas experiencias es que en el período 2005-2009 realizamos una investigación dentro del marco del programa de incentivos de la UNLP denominada “Didáctica y creatividad en las áreas proyectuales y de Comunicación” que permitió generar una didáctica particularizada del área de incumbencia, una selección de contenidos que debe operar el alumno, para egresar del grado. Este proyecto arrojó datos que sirvieron para la reformulación de los trabajos finales de cada año y de los trabajos de graduación.

Los cambios fueron fundamentalmente la apertura del trabajo a realidades sociales complejas que demandan no sólo saberes de diseño sino que obligan a una mirada comunicacional que el alumno debe proponer en sus Proyectos. En cada año y con distintos niveles de complejidad se abrieron las puertas a organizaciones cuya inserción implica la solución de bienes sociales en crisis. Nuestros alumnos deben conocer, analizar, diagnosticar y proponer soluciones comunicacionales a estas necesidades. Esto genera la aplicación de los conocimientos que consideramos previamente como fundantes de la profesión y que ponen en juego los conceptos de identidad, manejo de códigos, relaciones tecnológicas, formas de interacción y distribución de mensajes, etc, en ámbitos y soportes diversos que van desde la propia ciudad, hasta los medios y otras formas de comunicación alternativa.

En consecuencia, fuimos vinculando la práctica de los proyectos de graduación con los proyectos de extensión universitaria de la UNLP. Este proceso fue avanzando hacia una mayor articulación con los Centros Comunitarios de Extensión Universitaria y la tarea de la Dirección de Políticas Sociales. Los trabajos comenzaron a dar respuesta a numerosos grupos de trabajo extensionista, en barrios con derechos sociales en riesgo o vulnerables.

Desde 2009 se comenzaron a implementar planes con otras organizaciones sociales y cooperativas que requirieron de nuestra contribución.

Los proyectos mencionados son concebidos como “Proyectos de comunicación integral” (PCI) y para corroborar las hipótesis que formulábamos sobre el resultado de esta didáctica, desarrollamos la investigación “Proyectos comunicacionales y evaluación”. Este estudio trata de las características de los resultados gráfico-conceptuales, en producciones de distintos niveles de enseñanza y en especial en trabajos de graduación. **El aprendizaje que permite operar un pensamiento proyectual, está relacionado con el tipo de contenidos desarrollado en el proceso de enseñanza.** La evaluación de los proyectos de comunicación de alumnos del quinto nivel, ofreció la oportunidad de analizar los resultados de la aplicación de esta didáctica específica, sobre documentos tangibles. Los trabajos finales de egreso de la carrera, se constituyen en piezas de comunicación tales como: Sistemas de identidad, sistemas de promoción, producciones de diseño didáctico, sistemas eventuales. Soportes multimediales, editoriales y audiovisuales.

La implementación de un proyecto, requiere de definiciones conceptuales y metodológicas, que es necesario investigar, diagnosticar, evaluar y reformular. La evaluación educativa, realizada para este proyecto, contiene los datos representativos a nivel del ingreso y egreso de alumnos, en el último año de la carrera de Diseño en Comunicación Visual “B”

El proceso de seguimiento, monitoreo y evaluación tiene como principal objeto producir una información válida y confiable sobre la implementación, desarrollo e impactos del resultado de la didáctica aplicada, en particular en lo que hace a las condiciones en que el alumno se encontraba al ingresar y el proceso realizado para egresar, en el año de trabajo. El PCI, reúne las condiciones que permiten evaluar el aprendizaje y sus resultados.

Elaboración de instrumentos para evaluar

El abordaje teórico metodológico para el estudio planteado es de tipo cualitativo. Teniendo en cuenta que tanto la producción material y la evaluación académica, como el fenómeno que se va a analizar, están vinculados a un tipo

de problemática que requiere de análisis, evaluaciones e interpretaciones cualitativas. En la temática propuesta las posibilidades de cuantificar los aspectos que se van a estudiar si bien son parte, no definen ni abarcan los aspectos más importantes. Aunque existe una numeración calificatoria y hay cantidades que indican tendencias. Pero tenemos en cuenta que los cruces, la integridad, las vinculaciones, las diferencias y las comparaciones que se pretenden evaluar, son propios de la perspectiva cualitativa.

Según Orozco Gómez, en su texto “La investigación cualitativa” (2006). Considera que entre las características de la investigación cualitativa se destaca la que pretende encontrar lo distintivo, lo propio, lo diferente en aquello que se investiga. A través del análisis y de la interpretación se busca construir sentido en el proceso de relacionar los elementos. A su vez este tipo de abordaje requiere del compromiso y el conocimiento del investigador sobre el problema que se estudia. En este camino se va desarrollando un proceso en el cual se descubren nuevos elementos, nuevas relaciones, explorando y entendiendo en forma paulatina, las didácticas aplicadas y los productos resultantes. De este modo se puede ir alcanzando, en las distintas etapas, diferentes grados de síntesis parciales, las que a su vez van replanteando nuevas formulaciones. Las experiencias anteriores, permiten establecer articulaciones y relaciones que dan mayor amplitud a los momentos investigativos y por lo tanto a los resultados. En este trayecto hay una tensión que puede considerarse riesgosa en lo que hace al involucramiento del investigador, porque es posible que ocasione conflicto y contamine la investigación. Para resolver este riesgo se deberá establecer la distancia necesaria y reubicar el problema, compartiendo las dudas con el equipo. En la investigación cualitativa el objeto se construye, no existe por si mismo, o en una realidad externa. Esto requiere del investigador una constante reconsideración de los análisis que va realizando, de sus interrelaciones y de la implementación metodológica. En muchos casos es conveniente ir modificando y corrigiendo en el transcurso del trabajo, para considerar nuevas posibilidades y recursos.

En el problema planteado, se considera la orientación pedagógica, la ubicación del contexto histórico y la producción simbólica y material, en un momento particular, y en un lugar específico. Así como, el marco conceptual en el tratamiento específico de la comunicación y la propuesta metodológica,

considerados adecuados para analizar el material referido. Se trabajó sobre cuestionarios aplicados a los alumnos en distintos momentos, sobre las consideraciones de los docentes y sobre los trabajos finales presentados para su evaluación final. Estos elementos conforman una propuesta cuyas estrategias y técnicas, requieren de una interpretación cualitativa de los elementos comunicacionales que caracterizan a estas producciones. El corpus seleccionado fue tratado desde el análisis documental, ya que las fuentes de donde se obtienen y producen los datos para su interpretación, pueden considerarse documentos.

### Fuentes utilizadas

Las fuentes fueron documentales: cuestionarios, apreciaciones docentes y trabajos finales que se encuentran recopilados, registro, observación y evaluación de los proyectos de comunicación integral. Existen otras producciones parciales, de trabajos más fragmentarios, pero tomamos aquellas que constituyan propuestas amplias, (proyectos de comunicación integral). Evaluamos los usos del lenguaje visual, la construcción de significación, la estética y la convivencia con elementos de aplicación instrumentales y tecnológicos, con la finalidad de explicar su alcance en cuanto a nivel académico, relevancia, incorporación y desagregación, como parte del logro de los objetivos programáticos, para alcanzar el egreso universitario.

### Métodos y técnicas

Dadas las características de implementación del trabajo, su duración y continuidad, la evaluación que realizamos, supone cubrir distintos aspectos del proceso, con datos parciales, prácticas de debate y seguimiento semanal. Se aplicó casi en su totalidad entre los años 2009 a 2012, aunque tiene antecedentes en recorridos anteriores del equipo de investigación.

Durante el año 2010 se comenzó una primera etapa de acuerdo al cronograma original, de la evaluación que consistió en un piloto de instrumentos valorativos donde se pusieron a prueba instancias de registro para docentes y alumnos,



con señalamientos, máximas y mínimas para establecer parámetros cualitativos. Uno de los principales desafíos metodológicos asumidos para establecer los resultados, fue desarrollar instrumentos que permitieran recoger de forma sistemática la información, a partir de la realidad en aula y de los Proyectos, de duración anual, como producto final.

En el campo de las ciencias sociales se cuenta con un basto desarrollo de técnicas de seguimiento, pero en la experiencia acumulada en particular, encontramos que se presentan elementos más valiosos cuando se reúnen los documentos mencionados y se puede tomar en cuenta el recorrido, para ver el resultado cualitativo.

- a- En lo que hace a los cuestionarios aplicados a los alumnos, surgen problemáticas tales como, que es lo más relevante a consultar, como elaborar los cuestionarios que arrojen datos significativos, las formas en que se puede preguntar, cómo hacerlo y cómo procesar las respuestas. Estos datos a la vez son útiles a las prácticas docentes para diagnosticar la situación educativa, reformular recursos didácticos, seleccionar textos de lectura y elaborar las clases con diversos repertorios visuales. Aportan información al diagnóstico de situación de los alumnos y el aprendizaje.

Las principales dificultades o probabilidades de error, al relevar información tienen que ver con la complejidad de la propuesta que se hace, respecto a desarrollar una respuesta y recuperar prácticas y ordenarlos, para obtener las respuestas. En este aspecto surgen limitaciones y variables vinculadas fundamentalmente a la etapa de desarrollo en las capacidades cognitivas y comunicativas de los alumnos y al nivel de la carrera en que se encuentran. El aporte de los cuestionarios, su percepción sobre distintas cuestiones disciplinares y académicas, resulta sustantivo para comprender aspectos complejos de ciertos perfiles de la formación y de las condiciones en que el alumno se encuentra respecto a la carrera, al aprendizaje y al trabajo que le proponemos.

Atendiendo a las dificultades que se fueron detectando y a la revisión de experiencias anteriores, se elaboró una primera versión de instrumentos: cuestionarios para alumnos, al ingresar y al finalizar proceso. Tomando como base a utilizar, la tabla de evaluación que el docente va completando en cada clase, atendiendo a los planos sintáctico, semántico y pragmático, y

a la vez, guiando las observaciones para atender al ingreso al curso, y fomentar la autoevaluación que el alumno va incorporando a su proceso y propuesta de trabajo.

## Bases para la evaluación de los PCI

En las áreas de comunicación visual, la construcción del mensaje requiere de un grado de síntesis, que conjugue una serie de elementos que el emisor debe articular para lograr su finalidad. Se unifican de esta manera, las características contextuales, las del lenguaje disciplinario y la instrumentación apropiada, para construir un proyecto de comunicación.

**El elemento sustantivo para conseguir la integridad del hecho comunicacional es la calidad de la síntesis alcanzada por el trabajo. La contextualización, el sentido, el lenguaje, la unidad discursiva, la originalidad del mensaje, su calidad estética, y su resolución gráfico-visual, constituyen las condiciones que marcan la calidad de un producto proyectual, que podemos evaluar, confiriendo un de nivel de promoción, o de insuficiencia.**

## Evaluación y seguimiento de trabajos de alumnos de diferentes niveles

Evaluar es interpretar la complejidad de la construcción de un trabajo, sea pieza o proyecto, y los elementos de la situación educativa que la componen. (las piezas nunca están sueltas, ni son “cosas”, sino que forman parte de una propuesta más amplia, del curso o de la cátedra, en un contexto, con actores que integran y participan, del proceso de construcción del conocimiento) El docente hace una **apreciación crítica**, del trabajo y con esto a su vez, enseña una cantidad y calidad de saberes de su experiencia y conocimiento.

Los **cuatro puntos** que guían nuestra forma de evaluar, se pueden detallar para el análisis, pero teniendo en cuenta que están integrados en cada propuesta o TP. Que no se pueden separar y que tienen que alcanzar una síntesis. Con estas consideraciones pretendemos jerarquizar el discurso docente, darle una secuencia y un orden. Ponerlo en valor y hacerlo mas

preciso, para lograr una mejor comprensión del alumno. Entendiendo que elaborar un proyecto integral de Comunicación sobre la base de un contexto real, inserto en lo social, implica una propuesta didáctica superadora a las que tradicionalmente se implementaron en la carrera.

Las características generales para evaluar

Los cuatro puntos más generales que tenemos como ejes, nos posibilitan acercarnos a una nota o valoración:

- 1- Conceptual.**
- 2- Creativo.**
- 3- Instrumental.**
- 4- Proceso de trabajo.**

Estos cuatro puntos se interrelacionan, y permiten evaluar sistemáticamente, logrando agilizar la confección del número, que necesitamos. Pero lo conceptual y lo creativo, se incluyen en todos los aspectos del trabajo y se pueden desarrollar en particular en:

- **Contexto, cultural, social, ambiental. Época.**
- **Fenómeno de comunicación** - Códigos, medio y receptor
- **Manejo del tipo de lenguaje y sus diversas modalidades de codificación.**
- **Construcción del contenido conceptual:** Histórico - Cultural - Temático - Semiótico - Discursivo.
- **Síntesis alcanzada en la propuesta proyectual completa:** apreciación sintáctica, semántica y pragmática.

Podemos decir que este desglose conforma el punto CONCEPTUAL, que hace al conocimiento, o sea a los contenidos; es lo que el alumno aprende y va a mostrar en su trabajo, en lo que podemos caracterizar como la forma y el contenido. Entendiendo que contenido es lo conceptual, el uso del lenguaje, y la forma es lo que hace a lo instrumental, al medio, a las técnicas y los materiales. Pero en la producción en comunicación visual, son indivisibles ya

que representar implica construir la forma desde el sentido y la significación. Es necesario siempre evaluar ese “todo” pero lo separamos solo con la finalidad de analizar un trabajo, apreciarlo, criticarlo, “corregirlo” , evaluarlo, y ordenar un discurso. Esto a su vez se puede desglosar y también, para especificar mejor las dimensiones de los conceptos, y poder hacer una valoración de cómo los usa el alumno, con una finalidad consciente, intencional. Lo encuadramos en los siguientes puntos:

- a- **Fenómeno comunicacional:** Código, medio, emisor, receptor, construcción básica del mensaje. Referentes.
- b- **Significación:** significado-significante. Connotación. (en forma y contenido no verbal, sino gráfico- visual)
- c- **Sentido:** rasgos discursivos dominantes o aleatorios del mensaje, que son intencionales y elegidos, para decir algo. (usando de cierta manera los tratamientos de imagen, forma, color, estilo, género, tipografía, estética, etc)
- d- **Estética:** valor compositivo de elementos de una poética referencial a través de modos de representación con entidad cultural.
- e- **Identidad-** pertenecía, identificación, características propias. Perfil.
- f- **Lenguaje.** Modos de representación: estilo, género, imagen, color, forma, tipografía, ilustración, fotografía, etc. Elementos con los que se construye una retórica, un discurso, que pueden conferir sentido y significación. No se usan como analógicos, o literales, sino como signos o símbolos representativos.

### **Consideraciones para evaluar el proceso de trabajo y la participación del alumno:**

- Comprensión del conocimiento disciplinario, temático e instrumental
- Características explícitas en la indagación de la problemática.
- Tendencias, explorativa, innovadora, creativa.
- Capacidad de independencia de criterios y autonomía.
- Interés para comprender diversos temas o problemas
- Métodos y recorridos en la búsqueda de explicación y solución para realizar los trabajos.
- Complejización e interpretación sobre los temas que se le presentan

- Originalidad en las resoluciones, los procesos y las propuestas.
- Capacidad para relacionar y vincular conceptos
- Tendencia a los desarrollos generales o particulares y capacidad de síntesis
- Desarrollo teórico conceptual y resolución instrumental.
- Capacidad en la elaboración y ejecución, original y propia.
- Participación en clase calidad de intervenciones.
- Integración a los equipos de trabajo. Cooperación en los roles grupales.

### **Conclusiones:**

El análisis, diagnóstico y evaluación de los resultados de los PCI (Proyectos de comunicación integral) como forma de tratamiento de la enseñanza, expresado en las temáticas elegidas y en su realización, dan un resultado de egreso, fue considerado *Medio*, en la experiencia de estos 3 años. La validación de la carrera requiere hoy de una preparación que pueda formar profesionales, capaces de realizar este tipo de proyectos en comunicación visual integral.

Considerando desde nuestra experiencia, el curriculum de la carrera de Diseño en Comunicación Visual, los contenidos de enseñanza de la asignatura, en el marco de la implementación didáctica que los orientó, se encuentra en los trabajos finales de los alumnos, un correlato del estado de situación en el nivel de egreso. Ubicando a los contenidos conceptuales y su implementación didáctica, como elementos que definen el aprendizaje, los resultados son un dato del conocimiento adquirido. Hemos tomando tres niveles de egreso; *alto*, *medio* y *bajo*, para evaluar las condiciones alcanzadas por los alumnos para alcanzar el grado, que otorga la Universidad. Los mismos surgen del seguimiento de 268 alumnos durante el período 2010-2012, con quienes se aplicaron las herramientas elaboradas a tal fin y se evaluaron capacidades sobre las categorías antes mencionadas. Se evalúa sobre los trabajos aprobados.

La construcción del conocimiento, alcanza distintos niveles de desarrollo según el medio social y la época en que el individuo crece y se forma. Cuando hablamos de construcción conceptual en el ámbito de la comunicación visual, nos referimos al conocimiento del tema, a su contextualización, y a la propuesta proyectual, en la complejidad que requiere. Conceptualizar implica comprender un problema comunicacional, ser capaz de traducirlo a un lenguaje y convertirlo en un mensaje. También se incorporan aquí los aspectos

instrumentales referidos a los elementos específicos, los materiales y soportes, insertos en los medios o modos, como las características del lenguaje y los desarrollos tecnológicos.

La capacidad de lograr una síntesis significativa de los elementos conceptuales e instrumentales, conforma este tipo de propuesta comunicacional. La dimensión contextual juega un papel integrador en la elaboración e internalización del contenido del mensaje. El trabajo de campo, articulado en la realidad o espacio físico de un barrio, redimensiona los alcances del PCI.

El saber, el conocimiento disciplinar y la interrelación con el entorno sustentan la intención de comunicar, que se manifiesta explícitamente en los trabajos realizados en el proceso de formación. A partir de esta idea se pueden considerar las diferentes opciones que el alumno tiene como emisor para transmitir un significado, mediante su propuesta. Los contenidos aprendidos, se transforman en mensajes visuales.

El mensaje se construye desde un saber y con un manejo instrumental adecuado para operar un pensamiento abstracto, integral y proyectual. En el mensaje y su significación radica la intención, la propuesta del emisor como generador. Para lograr comunicar, tenemos en cuenta un conjunto de variables:

- El tipo de lenguaje y sus diversas modalidades de codificación
- El contenido disciplinario y sus dimensiones.
- Las condiciones de la recepción del proyecto comunicacional.
- Los recursos instrumentales vinculados al lenguaje.
- La producción creativa en la emisión, proyección y distribución.
- Las características del contexto

El proceso de comunicación, surge de las posibilidades de comprender el contexto, seleccionar las imágenes, las palabras, los textos, la articulación de los elementos formales, conceptuales e instrumentales, con sus tratamientos particulares. Cuando hablamos de tratamientos queremos decir que un elemento cualquiera que componga un mensaje admite una amplia gama de efectos y matices. Esto es válido para todas las modalidades en consideración: el lenguaje escrito o auditivo, lo audiovisual y lo visual. Elementos que incluyen a su vez las más variadas posibilidades estilísticas. La organización de estos elementos en una estructura compositiva, gráfica, audiovisual, contempla un conjunto operaciones que confluyen en el proceso de síntesis, tienen un solo propósito: construir la significación del mensaje.

En función de validar la propuesta didáctica de la asignatura para la formación del egresado, fue necesario decodificar estos productos a través de consideraciones evaluativas sistematizadas. Las mismas se expresan en el programa y pueden analizarse en dichos PCI. Estos productos de Diseño, sustentan las condiciones y prácticas de la construcción del conocimiento como resultado académico. El problema de la enseñanza de la disciplina se constata al aplicar una evaluación sobre los trabajos de estudiantes, en particular del V curso, con su trabajo de graduación. El resultado y el proceso de construcción conceptual de la disciplina, la orientación específica aplicada, contribuyen al aprendizaje del lenguaje. Las propuestas proyectuales explicitan los contenidos y actividades del proceso de enseñanza – aprendizaje, permiten detectar las características, los intereses, recursos, y aprendizajes de los estudiantes. Analizar y evaluar los trabajos de los alumnos, permite reafirmar o reformular los programas de la asignatura, como valorar el egreso. Los aspectos de contenidos, contexto, creatividad e interés, expresan el nivel educativo con que los alumnos egresan, para insertarse en el campo laboral.

#### Sobre la didáctica y los programas de la asignatura

Las modificaciones curriculares se basan en indagaciones previas a tener en cuenta, como las demandas sociales de un perfil de graduado con posibilidades de inserción laboral. Los planes de estudio en su historicidad y los fundamentos pedagógicos, ofrecen el material para realizar un diagnóstico de necesidades y construir una orientación programática. La inclusión en este espacio de reflexión sobre los planes de grado, es una necesidad para elevar la calidad de la enseñanza, cubrir la carencia de validación académica y actualización disciplinaria, que los docentes e investigadores estamos desarrollando en forma sistemática. El trabajo de investigación que realizamos, aporta, mediante la evaluación de los PCI, durante estos años de trabajo, la certeza de que los alumnos egresan con un nivel *medio*, lo que indica que deben realizarse modificaciones para alcanzar mayores niveles en los resultados de los aprendizajes. Este nivel *medio*, indica que el trabajo es aprobado y que está en condiciones de operar un pensamiento capaz de aplicar los conocimientos básicos, que se propone la carrera. Pero que no es lo

máximo que se aspira desde la Cátedra. Hay trabajos que alcanzan un nivel categorizado como, *alto*, pero no son la tendencia mayoritaria.

**Propósitos y metas para elevar el nivel de la enseñanza aprendizaje:**

- Continuar aplicando la didáctica planteada y generar nuevas implementaciones, para mejorar la enseñanza.
- Valorar la secuencia y desarrollo de los contenidos programáticos y su integración en el proceso de aprendizaje, desde el análisis de su evaluación.
- Integrar los ejes conceptuales del programa de CV, en su vinculación con las distintas asignaturas de la carrera.
- Destacar lo interdisciplinario, en la formación de grado.
- Implementar modalidades participativas dinámicas, para los trabajos finales, en su articulación con la sociedad.
- Proponer en la carrera, extender la experiencia proyectual para trabajos de graduación en las asignaturas paralelas, de Comunicación Visual.
- Evaluar los contenidos programáticos y su implementación, en relación a los PCI, para acceder al grado.
- Vincular la evaluación realizada, al ingreso y egreso de la carrera.
- Articular la didáctica, con los programas de la carrera y atender al egreso, desde el ingreso del alumno.
- Elevar el nivel académico del egreso, atendiendo el proceso de enseñanza - aprendizaje, fortaleciendo el recorrido y los resultados.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aicher Kramper - "Sistema de signos"- GG Ediciones. Barcelona.1996
- Alfaro, María R. De las culturas populares a las transformaciones políticas. Ed. Calandria. Lima. 1994
- Arfuch, Chávez, Ledesma "Diseño y Comunicación" Ed. Paidos. Bs. As. 2001
- Augé, Marc. Los No Lugares. Espacios del anonimato. Ed. Gedisa. 1997.
- Barbero, M. Comunicación y culturas populares en Latinoamérica. Ed. GG. México, 1987
- Barbero, Martín. Las transformaciones del mapa cultural en América Latina. Ambitos. N° 2- Enero-junio – 1999
- Barthes, R. "La torre Eiffel" Ed. Paidos. Bs.As. 2002
- Bell Daniel. Las contradicciones culturales del capitalismo. Ed. Alianza Editorial Mexicana México- 1989
- Berjman, Sonia. Plazas y Parques de Buenos Aires. Ed. Fondo de
- Berman Marshall. Todo lo sólido se desvanece en el aire. Ed. Siglo XXI, Madrid, 1982
- Bialostocki, J. "Estilo e iconografía". Barral Editores, Buenos Aires, 1973.
- Bordieu, P. Sociología y cultura. Ed. Grijalbo. Mexico.1990
- Castells, Manuel.- La Ciudad Informacional. Ed. Alianza. 1995.
- Chávez, Norberto, "El diseño invisible" Ed. Paidos. Bs.As. 2006
- Costa Joao – Señalética. Ed. CEAC: 1989.
- Durand, Gilbert. La imaginación simbólica. Ed. Amorrortu. Bs.As. 1998
- Echegaray, Ricardo. Control y sentido en los medios de comunicación en la Argentina. Ed. Al Margen. 2000.
- Eco, Umberto. "Tratado de semiótica general". Ed. Lumen. Barcelona.1977
- Fernández, Roberto. La Ciudad Verde – Manual de Gestión Ambiental Urbana. Ed. Universidad de Mar del Plata. 1998.
- Flores Marini, Carlos. Restauración de Ciudades. Ed. F.C.E. 1976.
- Ford, A. Navegaciones. "Comunicación cultura y crisis". Ed. Amorrortu. Bs.As. 1994
- Frutiger - "Signo, símbolo, marcas y señales"- GG -Ediciones. Barcelona,2002
- García Canclini, N. y otros. Monumentos mexicanos. Ed. Grijalbo –1989.
- García Canclini, N.. Consumidores y Ciudadanos. Ed. Grijalbo –1996.
- García Canclini, N. Cultura y Comunicación. Entre lo global y lo local. Ed. EPC

-1997.

- García Canclini, N. Culturas Híbridas.- Ed. Grijalbo. 1995.
- García Canclini, N. Imaginarios Urbanos.- Ed. EUDEBA. 1997.
- Garnier, A. El Cuadrado Roto.- Ed. Municipalidad de La Plata. 1992.
- Gauthier, Guy. *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Ed. Signo e Imagen. Madrid.1996
- Gramsci, A. Literatura y Cultura popular. Ed. Infinito. México.1994
- Hardoy, Jorge. Ciudades precolombinas. Ed. Infinito. México.1999.
- Heck, Marina. Antología. Grandes Metrópolis de América Latina. Ed. F.C.E.
- Herzer, Hilda (Compiladora). Postales Urbanas del Final del Milenio. Ed. Instituto Gino Germani .1996.
- Iglesias, Rafael. La Ciudad y sus Sitios. Ed. CP 67. 1988.
- Joseph, Isaac. – El Transeúnte y el Espacio Urbano.- Ed. Gedisa 1988.
- Kevin Lynch. La imagen de la ciudad- Biblioteca de planeamiento y vivienda. Vol. 9 - Ediciones Infinito- Buenos Aires 1986
- La Plata, 100 años después- Revista Ambiente nº 32 - Publicación de CEPA- Centro de estudios y proyección del ambiente.
- Llanes, Ricardo M. Antigua Plazas de La Ciudad de Buenos Aires. Ed. Planeta. 1998.
- Maldonado, Tomás. Ambiente Humano e Ideología. Ed. Nueva Visión. Bs, As.1972.
- Mattelart Armand. La Invención de La Comunicación. Ed. Éditions La Découverte. 1992
- Meyer Schapiro. *“El estilo”*. Ediciones 3, Buenos Aires, 1962.
- Moncaut, Carlos Antonio. La Plata. 1882-1982, Crónicas de un siglo- Talleres Gráficos. División Impresiones Municipales de La Plata - 1982
- Morosi, Julio. La Plata Ciudad Nueva, Ciudad Antigua. Ed. U.N.L.P. 1983.
- Nolasco Juárez, Guillermo. La Ciudad de Bs.As.- Ed. Juárez. 1997.
- Orosco, Gómez.Guillermo. La investigación en comunicación dentro y fuera de América Latina. Ed. RPC. La Plata, 1997
- Rojas M. La Ciudad y Sus Desafíos. Salud mental en EEUU. Ed. Espasacalpe. 1993.
- Rollié- Branda.” *La enseñanza del diseño en comunicación visual*”. Ed. Nobuko. Bs.As. 2004
- Sarlo, Beatriz. Escenas de la Vida Posmoderna. Ed. Ariel. 1996.
- Sennett, Richard. El Cuerpo y La Ciudad en La Civilización Occidental. Ed.

- Alianza. 1994.
- Silvestri y Liernur. *“El umbral de la metrópolis”*. Ed. Sudamericana. 1993.
  - Tomás Maldonado *“Vanguardia y Racionalidad”* (Max Bill y el Tema del Estilo). Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
  - Torres Ribeiro. *El rostro urbano de América Latina*. Ed. CLCSO. Bs As. 2004
  - Verón, Eliseo. *“El cuerpo de las imágenes”*. Ed. Norma - Bogotá 2001
  - Verón, Eliseo. *Conducta, estructura y comunicación*. Ed. Alvarez. Bs As. 1969
  - Verón, Eliseo. *La Semiósis Social*. Ed. Gedisa. 1996.
  - Verón, Eliseo. *La Semiósis Social. 2*. Ed. Gedisa. 2013
  - Walter Gropius. *“Alcances de la Arquitectura Integral”*. Ediciones La Isla, Bs. As, 1957
  - Zubieta, A.M. y otros. *Cultura popular y cultura de masas*. Ed. Paidós. Bs.As. 2004

## **LAS AUTORAS**

### **María Jorgelina Branda**

Licenciada en Historia de las artes plásticas. Facultad de Bellas Artes. U.N.L.P.  
Maestría en Psicología Educativa - Universidad Autónoma del Estado de Querétaro - México.

Actualmente, realiza la tesis de Doctorado en Comunicación en la FPCS - UNLP

Titular de la Cátedra de Comunicación Visual, "B" F.B.A. U.N.L.P.

Autor de "La enseñanza del diseño en comunicación visual" 2004, "Comunicación y creatividad", 2006. " Imagen urbana, ciudad de La Plata", 2011.

### **Ana Cuenya**

Diseñador en Comunicación visual UNLP

Posgrado y especialización: Educación y Nuevas Tecnologías – FLACSO Argentina / Fac. de Periodismo – UNLP

Adjunto de la Cátedra Taller de Comunicación visual B – FBA UNLP

Diseñador independiente de materiales didácticos, editoriales y eventuales para INTA, Subsecretaría de Ecología de La Pampa, Revista SóloTC y otros desde 1993.