



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

“El Diseño Gráfico entre la modernidad y la
posmodernidad. Un debate en tiempos de la
globalización”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
Licenciado en Diseño Gráfico

PRESENTA

Alan Uriel Maestro Durán

Asesora: Mtra. Teresa Lechuga Trejo

Noviembre 2015

Santa Cruz Acatlán, Naucalpan, Estado de México



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradezco en especial y antes que cualquier otra persona, A mis Padres, porque sin ellos no estaría en el lugar que hoy me encuentro, porque a pesar de las dificultades se esforzaron para que yo formara el camino que he deseado, porque todos los éxitos que he cosechado son gracias a buenas enseñanzas y el amor que me brindaron. Porque por ellos soy.

Los Amo Alberto y Goyita.

Gracias Hazel por ser el mejor hermano del mundo y estar siempre que te necesito, gracias Marlene por ser la mejor editora y traer al mundo a Siddhartha el bebé más querido del mundo.

Gracias a todas esas personas que han estado conmigo a lo largo de mi camino como universitario, son brújulas en un mundo que siempre es difícil. ¡Los adoro amigos!

Tere, muchísimas gracias por tenerme paciencia, por confiar en mis capacidades, inspirarme y alentarme a no desistir. Porque eres la mejor asesora que pude desear. ¡Hasta la victoria siempre!

Índice

Introducción	7
Capítulo 1 Modernidad	12
1.1 Primeras nociones modernas	15
1.2 Comienzan los cambios	18
1.3 Crisis de la modernidad	23
Capítulo 2 Posmodernidad	30
2.1 Ruptura de la modernidad	33
2.1.1 El papel de la tecnología	36
2.2 La libertad creativa	39
2.3 Una visión global	44
Capítulo 3 El diseño gráfico en la actualidad	50
3.1 Antecedentes del Diseño Gráfico	54
3.2 El diseño en la modernidad	58
3.3 El diseño y la posmodernidad	61
3.4 El diseño frente a la actualidad	65
Capítulo 4 Análisis Visual	74
Análisis 1	79
Análisis 2	81
Análisis 3	83
Análisis 4	86
Análisis 5	89
Conclusiones	91
Bibliografía	96

Introducción

La visualización de los cambios dentro de una sociedad hacen posibles ajustar y modificar nuestras acciones, un análisis como el que a continuación presento ayuda a la comprensión del espacio y tiempo, relación fundamental para el desarrollo, así como la aplicación de nuestros conocimientos ante una realidad contemporánea, en consecuencia reforzar una visión reflexiva y crítica ante un modelo del Diseño Gráfico que actúa en un escenario social, histórico e interpretativo.

El Diseño Gráfico de hoy está establecido en una época donde el ritmo de vida se está acelerando, dejando poco tiempo para pensar en procesos productivos, al igual un deseo de “libertad” que buscan los individuos para estar fuera de un estilo acordado, que afecta en el hecho comprender ésta profesión.

Una tormenta de conceptos flota a la deriva en un presente incierto para el Diseño Gráfico, podemos pensar que todo discurso visual es resultado de un brote creativo y cuestionar si en verdad se requiere de un método preciso. Para contrarrestar ésta idea vana, existe la necesidad de bases teóricas para considerar a nuestra disciplina con la seriedad que se merece y al mismo tiempo explotar el creativo individual en cada diseñador.

Al establecer y analizar dos paradigmas distintos podemos encontrar la forma de fortalecer e impulsar el hecho de diseñar en nuestra sociedad. Reflexionar sobre las modificaciones que existen desde la primera mitad del siglo XX, con las manifestaciones de revolución, además del establecimiento de un entorno cada vez más urbano que se dirigió hacia una cultura industrial, esto fue parte de la modernidad, un paradigma que se construyó a lo largo de casi cinco siglos, que lució como estandarte de cambios y progreso.

En este punto de modificaciones la industria necesitó de un canal estético para la transformación de la sociedad, para adherir una función social, económica y de consumo en lo producido, a diferencia de lo anterior.

Así el Diseño se fundamenta en el trabajo industrial de acuerdo a las necesidades que surgieron, nuevas condiciones se hicieron presentes para la proyección visual, fueron transformaciones que

tienen como consecuencia el surgimiento del Diseño. Cuando el hecho de diseñar fue pensado como solución a necesidades, se desarrollaron métodos para facilitar y mejorar resultados, a partir de la investigación y recopilación para fortalecer los fundamentos. Esto sucedió en el marco de la modernidad, un horizonte que el diseño supo aprovechar para impulsarse. El pensamiento moderno se alimenta de los problemas para transformarlos en desarrollo, similar a lo que realiza el Diseño Gráfico.

Pasando la segunda mitad del siglo XX, la modernidad abarca todo el mundo y a pesar de esto, comienza a perder vitalidad, a punto de perder sus raíces al igual que la capacidad de organizar y dar sentido a la vida, un momento en el cual se postula el final de la modernidad o dictan una etapa más a causa de que surgen nuevos horizontes.

Con el deseo de libertad de expresión, individual y social que floreció en ésta etapa, hubo nuevas propuestas culturales así como ideales. Durante ésta nueva cosmovisión etiquetada con el nombre de posmodernidad, se desencadenó una ola creativa por todo el mundo y estableció libertades fuera de lo establecido dentro del Arte y al igual en el Diseño, precisamente por esto la visión posmoderna y sus postulados son valiosos como propuestas reflexivas, entender por qué los ideales no son maravillosos al llevarlos a marcos sociales.

Hasta nuestros días el Diseño Gráfico ha ido de la mano con los cambios sociales, económicos y tecnológicos, encontrando modificaciones necesarias para solventar las exigencias de un mundo que está en constante transformación, desde la época moderna hasta la posmodernidad, cada paradigma pintó de diferentes matices nuestro desarrollo disciplinario, en un extremo el enriquecimiento estético provocado por la búsqueda de nuevas formas de expresión y por el otro la teorización del proceso creativo.

Entender cada periodo histórico permitirá rescatar las características que favorecen al Diseño Gráfico, con lo que pueden construirse pilares más sólidos para nuestra carrera y resolver muchas contradicciones con el fin de ir hacia adelante, así intento contribuir con mi trabajo.

En el primer capítulo La Modernidad, analizo el concepto de modernidad, señalando eventos que significaron el comienzo de un nuevo paradigma, el surgimiento de los primeros ideales, así como los actos de una sociedad que comienza inconsciente ante las transformaciones sociales y después se convierte en el motor principal, hasta un punto de desequilibrio que significó la crisis de la modernidad.

La continuación de un paradigma que ha mutado, es descrita en el segundo capítulo, La Posmodernidad, la ruptura de una cultura moderna y la transformación cultural que existe a partir de un contexto urbano, industrial, tecnológico y global. Al igual, describo el potencial creativo desencadenado a partir de la libertad individual y posmoderna,

El Diseño Gráfico en la actualidad es el tercer capítulo, donde relaciono el contexto cultural de una sociedad global con el desarrollo del Diseño Gráfico, desde sus inicios para intentar establecer la influencia de las modificaciones culturales, además del impacto que éstas tienen sobre nuestra disciplina y viceversa.

El cuarto capítulo es una selección de diseños, que son objeto de un análisis visual para ilustrar y corroborar las relaciones descritas en el capítulo anterior.

Capítulo I

MO
DER
NI
DAD

A través de la historia han existido un sinnúmero de cambios en el pensamiento de los individuos, motivados por mejorar la vida y encontrar nuevos horizontes; desde que el hombre de las cavernas comenzó a cuestionarse el ¿por qué del día y la noche?; o cuando las antiguas civilizaciones intentaron medir los acontecimientos que ocurrían diariamente; o cuando las grandes potencias europeas exploraron el mundo para expandir sus conocimientos y su poder; después cuando la revolución industrial con sus avances tecnológicos logró transformar la vida de la sociedad y hasta nuestros días ubicados en medio de una virtualidad que parece facilitar nuestras necesidades, toda esta acumulación de conocimientos, técnicas y procesos que se dieron a partir del siglo XV, muchos teóricos la han llamado “modernidad”, por lo que es un paradigma lleno de transformaciones y resquebrajamiento todavía no acabado.

Al concepto de modernidad se le han atribuido distintos significados: de decadencia, como repetición de lo antiguo, de renovación y de progreso. A lo largo de la historia, las civilizaciones se han referido a lo antiguo y a lo moderno, los griegos se consideraban modernos en comparación de los egipcios, se sentían superiores en cuestión a lo antiguo “... cuando se aplica el concepto de «antiguo» éste resulta una función de «moderno», que lo ha generado como término propio, de referencia, en tanto es difícil comprender el significado de «moderno» sin considerarlo a su vez como el producto de la diferenciación de «antiguo»... la conexión entre el uso propiamente histórico y su uso filosófico, ideológico ampliado... es tal que alcanza hasta el lenguaje común, frecuentemente cargado de tintes valorativos”¹.

Mucho tiempo la interpretación fue alejada de lo ideal, el adulto sabe más que el niño, por lo tanto todo indicio de hacer cambios con respecto a lo clásico estaba considerado fuera de lo correcto, se enunciaba la ruptura del pasado y del presente. Esta relación con el pasado permite abrir espacio a la concepción de “rescate”, cuando se une lo antiguo con lo nuevo. El deseo de construir una racionalización libre de errores, el acceso a la naturaleza como fuente de conocimiento, el retorno a una modernidad de rescate, una garantía de salvar de los prejuicios y librar a la humanidad de la ignorancia que había contaminado toda forma de saber.

1.1. Primeras nociones modernas

Describamos el contexto histórico en el que se hallan los primeros pensamientos modernos, regresemos al siglo XV. Los conceptos que impulsan la modernidad comienzan a crecer al final de la Edad Media, un evento que

¹ Viano, Carlo Augusto, “Paradigmas de la modernidad”. En Casullo, Nicolás, EL DEBATE MODERNIDAD-POSMODERNIDAD, Retórica, 2004, p. 142.

muchos escritores indican como el comienzo del nuevo paradigma es la invasión de Constantinopla por el imperio otomano (imperio turco) en 1453, la caída de dicha ciudad que era la capital del imperio romano en oriente, ocasionó un shock en la cultura de occidente, se pensaba que era el fin del cristianismo, provocó que muchas naciones buscaran nuevas rutas de comercio. Portugal intentó llegar a Asia rodeando África, así sucede el viaje de Vasco da Gama y por parte de España el intento de llegar por el oeste al oriente, las consecuencias de este viaje las conocemos, el viaje de Cristóbal Colón que da comienzo a la conquista del nuevo mundo.

Comenzó una fusión cultural de occidente y oriente a causa de las diferentes invasiones, otra razón de la combinación cultural es el viaje de muchos sabios griegos buscando refugio en distintas regiones europeas, principalmente Italia. Imaginemos la confusión y al mismo tiempo el enriquecimiento que se dio en aquella época, como si un niño que viene del campo conoce a otro de la ciudad descubriendo las diferencias que hay en esos dos mundos, colores, olores, sonidos así como una forma de vida distinta, gracias a esto el nivel de saber aumentará en ambos casos. A este cambio se le llamó “Renacimiento”, una época llena de descubrimientos. El hombre está buscando su ideal dentro del concepto de libertad, la individualidad creadora, el renacimiento de la ciencia motivando al libre criterio frente al impuesto por la iglesia, dando paso al poder que estaba oculto dentro del conocimiento que pertenecía a la minoría, se empieza a experimentar la modernidad aunque la gente todavía no estaba enterada de este cambio.

En palabras de Melvin Lasky “*un ciclo moderno de revolución comenzaría con sus santos y terminaría con sus hombres de ciencia*”². Los descubrimientos científicos provocaron que la sociedad dejara de confiar ciegamente en los relatos que contaba la iglesia; las lealtades tradicionales que obstaculizaban al hombre libre, poco a poco van quedando como referencias de la historia.

Con varios aspectos como el protestantismo, donde Europa busca nuevas religiones en busca de verdades más reales, cambió la interpretación de la modernidad a una racionalización que transforma la historia, la sociología, la metafísica y la filosofía, comienzan a pensarse desde otra perspectiva.

En el Renacimiento, la acción artística es la que quizá experimenta más cambios, una ruptura con la estética que se manejaba hasta ese momento. No por esto se abandona lo antiguo, por el contrario hay una vuelta a la antigüedad, no para hacer vivas copias sino para adentrarse en el conocimiento de los cimientos del arte Clásico, -incorporación de antiguas creencias, mitos, leyendas y motivos históricos simbólicos-. Comienza a

sembrase una conciencia histórica, fenómeno nuevo en el arte hasta ese momento.

Además el hombre comienza a pensarse como medida de todo, se busca que el individuo disfrute al máximo la vida, una respuesta a los años de dominio en el pensamiento por parte de la religiosidad, se empieza a confiar en el criterio propio, en los descubrimientos por parte de la ciencia, a este tipo de razonamiento se le llamó humanismo. Surgiendo científicos que comienzan a cambiar la percepción del mundo; Nicolás Copérnico con su teoría de que el sol es el centro del universo y no la tierra; Johannes Kepler continuando con descubrimientos dentro de la astronomía ayudado de las matemáticas; Galileo Galilei considerado el “padre de la ciencia”, físico, matemático, astrónomo y filósofo, desarrolló observaciones de gran relevancia en todas sus áreas, como: perfeccionar el telescopio, la ley de movimiento y un método científico. *“Se relee el pasado. Se interpreta el presente y se prevé el porvenir a través de una nueva medida, un nuevo punto de vista”*³, alcanzando nuevos horizontes durante el renacimiento, dando pie a una nueva visión.

Comienzan cambios en los medios de producción, una nueva forma de economía comenzaba a aparecer, movida por la explotación de los nuevos recursos y materiales que se han encontrado en las nuevas colonias, aumentando las riquezas por lo que se necesitaron cambios para organizarse. El poder cae sobre la burguesía y no en la nobleza. Recordemos que durante la Edad Media el feudalismo era el sistema político predominante, donde todas las tierras pertenecían a la realeza (rey, conde, duque o marqués), la cuál cedía feudos a sus vasallos a cambio de fidelidad, apoyo militar, político y económico. La riqueza no era para mejorar la economía colectiva sino solamente la de la nobleza, por lo que: *“La reducida productividad de la Edad Media agudiza las razones de enfrentamiento entre distintos grupos sociales que luchan por el control del universo rural esencial para satisfacer las necesidades tanto del antiguo mundo señorial, como del nuevo mundo urbano”*⁴.

La riqueza que surge del comercio y las finanzas es la nueva clave, la burguesía, una nueva clase social que no eran ni de la nobleza, ni campesinado, era una clase ubicada en medio, conformada por mercaderes, artesanos y practicantes de oficios o profesiones. *“... la ciudad mercantil... se convierte en la semilla más robusta del futuro. Ahí se establecen los elementos incipientes de una forma de producir, una forma de vivir colectivamente, una concepción de la existencia. Partida doble, espíritu ciudadano, letra*

3 Infantino, Lorenzo, “Marx contra la modernidad”. En Casullo, Nicolás, Op. Cit. p.173.

4 Pipitone, Ugo, CIUDADES, NACIONES, REGIONES LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES DE LA MODERNIDAD, Fondo de Cultura Económica, 2003, p. 42.

de cambio, comercio de larga distancia, mecenazgos artísticos, innovación tecnológica, política como ciencia-arte de convivencia y dominio: todo esto nace, renace y se desarrolla con vigor en varias ciudades de Europa occidental”⁵.

En el siglo XVII con todos lo descubierto, la economía europea parece estar cambiando. Frente a las nuevas fuentes de ingresos, los mercaderes consideran intolerables las antiguas trabas impuestas en el feudalismo. El Capitalismo comenzaba a formar parte de la vida cotidiana.

1.2. Comienzan los cambios

Después de andar a ciegas, sin encontrar el camino hacia la modernidad, las personas empiezan a comprender que existe un nueva cosmo-visión que rige la cotidianeidad. El progreso en conjunto de lo social, lo económico, lo tecnológico y la realización humana fue lo que definió y permitió dar este cambio.

A finales del siglo XVII surge un nuevo movimiento intelectual, la “Ilustración” donde la razón se veía como el ideal a alcanzar, combatiendo la ignorancia y la tiranía. La sociedad pasa a ser una esperanza del bienestar, dónde el único enemigo contra antiguos poderes, que regían la mente del hombre, era el lenguaje de la razón. Recordar que las primeras nociones de la modernidad surgieron sin ser catalogadas como tales, se dieron con el fin de rescatar lo perdido, de restaurar lo clásico y concluyen reconociendo que todo debía de cambiar.

Mucho tiempo la idea de una nueva época moderna pareció una utopía, el compromiso que tenían los nobles y clérigos para retener un poco más todos esos privilegios que traían consigo el dominio del universo teórico estaban terminados, la sociedad se estaba dando cuenta que todo podía modificarse. Después de los pensamientos reconfiguradotes que habían sucedido durante siglos que hacían pensar en la modernidad. Durante la segunda mitad del siglo XVIII ocurren dos eventos que cambiarán la historia por completo: la revolución industrial y la revolución francesa.

El progreso industrial en Inglaterra, la “revolución industrial” comenzada según historiadores a partir de la invención de la máquina de vapor, fue uno de los cambios más notables y persistentes de la historia. La producción dejó de ser limitada por la fuerza de labor artesanal o de la fuerza de animales que ponían diversas máquinas a funcionar, para comenzar a depender de sistemas de máquinas industriales, las cuales multiplicaron la

cantidad de manufactura y disminuyeron los tiempos de producción. Con esta etapa surgen las máquinas, cambia la forma de trabajo surgiendo una nueva clase en la sociedad, el obrero, a partir de ahora la industria comenzará a marcar el ritmo de vida.

Con el surgimiento de nuevas clases sociales, hay un cambio en la vida cotidiana, el pensamiento, la educación y cultura. El mundo envuelto en máquinas rompió todas las barreras entre países, mostrando un poco de lo que más tarde sería un mundo global. En siglos pasados existió un cambio dentro de la sociedad debido a las nuevas adquisiciones materiales obtenidas de las colonias europeas, dentro del marco de los avances tecnológicos la sociedad comenzaba a girar alrededor de la industria. Como consecuencia, la urbanización acaparó la mayor parte del territorio. La población de la ciudades aumentaba considerablemente, debido a que la calidad de vida mejoró notablemente, se debía adoptar una nueva forma de organización.

Por el año de 1790 se da el cambio político más importante en Europa, a partir de la Revolución Francesa, se motiva el cambio social, si bien todo se modificaba en los ámbitos culturales y tecnológicos, en este momento el pueblo entiende que ellos también son parte de algo nuevo, *“La Revolución Francesa y sus reverberaciones trajeron consigo, abrupta y dramáticamente, un gran público moderno. Este público comparte la vida de una época revolucionaria que genera trastornos explosivos en todas las dimensiones de la vida personal, social y política. Al mismo tiempo... recuerda todavía cómo es la vida espiritual y material en un mundo que no es moderno”* ⁶. Significó la victoria de un pueblo pobre sobre los privilegios de la nobleza y el estado absolutista.

Francia se encontraba bajo una monarquía absolutista, el poder del rey Luis XVI era la base del régimen, se encargaba de la paz, la guerra, el ejército, los gastos, los impuestos dirigía todo, basado en su voluntad, sin embargo, la situación era precaria, el pueblo vivía en la pobreza contrastando con la vida llena de lujos y despilfarros del Rey. Mantener un estado absolutista tenía grandes gastos, principalmente por la gran cantidad de funcionarios, más su lucha por el beneficio propio, el ejército y los caprichos de la nobleza estaban dejando en quiebra a la monarquía.

Para contrarrestar los problemas financieros, se pensó en un par de soluciones que le provocaron más problemas: aumentar los impuestos, intentar que todos, hasta la nobleza, pagaran su diezmo, éstos intentaron ocupar más puestos en la burocracia y al mismo tiempo explotaron más a sus campesinos, exigiéndoles mayor trabajo, estaban dentro de un bache eco-

6

Marshall, Berman, “Brindis por la modernidad”. En, Casullo, Nicolás, Op. Cit., p. 88.

nómico. El clero no obtenía el diezmo que le correspondía, era una época difícil, la monarquía había perdido el apoyo de las tres clases sociales, la nobleza, el clero y el tercer escalón donde se incluían distintos grupos, la burguesía principalmente y por debajo los obreros y campesinos, estos últimos destituidos de casi todas sus riquezas al pagar impuestos y diezmo.

Antes de que la revolución comenzara en París, ya estaban sucediendo en distintas regiones a lo largo de Francia, revueltas locales y levantamientos campesinos. *“La revolución, ahora en París, habla la modernidad desde la experiencia del pueblo, desde las muchedumbres: desde esa extensión, masificación racionalizada, de la figura del sujeto”*⁷. La burguesía de la capital al temer ser víctima del campesinado, formó un gobierno provisional y organizó una milicia popular. Se sustituyó el estandarte Borbón por uno tricolor símbolo de la revolución que pasó a ser la bandera nacional. Los campesinos derrotaron el sistema feudal de manera violenta, entrando a los castillos de los señores destruyéndolos e incendiando las oficinas de recaudación de impuestos.

Surgió la declaración de los derechos del hombre tenía por lema revolucionario “Libertad, Igualdad, Fraternidad”. El objetivo principal era establecer una monarquía constitucional, sin embargo, todo problema merece una solución distinta. Ya comenzaban los cambios, una nueva organización en el sistema, el poder ejecutivo, legislativo y judicial, mientras que los privilegios del rey fueron reducidos notablemente. Se comenzó a escribir la Constitución, pasó por varios borradores hasta llegar a un acuerdo, el Rey tuvo que aceptar lo que estipulaba a pesar de que el poder absoluto ya no dependía de él. El sistema francés tuvo muchas modificaciones, guerra tras guerra dentro y fuera del territorio, durante diez años la situación del país fue de conflictos pero a pesar de todo se logró derrocar a la monarquía absoluta, se introdujo un sistema de pago de impuestos equitativo, redistribuyó las riquezas y las tierras, igualdad ante la ley, la libertad de culto y de expresión. Los ideales revolucionarios formaron parte de las reformas liberales Europeas y sirvieron de ejemplo para las independencias latinoamericanas.

Se desplazó el poder absoluto a la aristocracia dentro de Francia y al mismo tiempo cambiaron la forma de pensar del mundo. Con el periodo de la “Ilustración”, la inspiración para los revolucionarios estuvo al alcance, se concibieron nuevas perspectivas hacia la razón y el progreso, los Derechos del Hombre se estaban engendrando, gracias a las ideas de Rousseau, Montesquieu, Voltaire, Diderot y otros.

⁷ Casullo, Nicolás, “Modernidad, biografía del ensueño y la crisis (Introducción a un tema)”. En Casullo, Nicolás, Op. Cit., p. 27.

Jean Jaques Rousseau con sus teorías influyó en el principio de los levantamientos revolucionarios en busca de la libertad y la igualdad, *“El hombre ha nacido libre y en todas partes se haya entre cadenas”*⁸, creía que el renunciar a ser libre era no tener una calidad como ser humano.

Para esta época la modernidad radicaba en la libertad del sujeto, en su derecho; la libertad como principio de autonomía individual, estaba unida al progreso científico-técnico. Se dejó el pasado clásico como historia, para concentrarse en el presente, se volvió un tiempo para saber y escribir sobre el hombre. *“La figura de la revolución, en su pasaje metafórico de idea de restauración a idea de lo inédito, de ser recorrido del astro hacia su punto de partida, a su alegorizar una conmoción de la sociedad develadora de otra historia”*⁹.

El concepto revolucionario, tanto el industrial como el social, es lo que ocasiona que la modernidad se reconozca, no sólo los filósofos y pensadores lo saben ahora el pueblo está enterado de que el horizonte es distinto.

Para el siglo XIX existe un nuevo escenario de la vida, la escena ha cambiado, las ciudades están llenas de máquinas de vapor, fábricas por doquier donde las personas desarrollan sus labores, ciudades repletas de gente, el ritmo de vida también ha cambiado, *“para invertir el orden de la temporalidad y traspasar del pasado al futuro el lugar de la felicidad venidera y el fin del sufrimiento. Esta ruptura esencial en la historia de la humanidad cristalizó con la forma de un discurso radicalmente opuesto al de la decadencia, alegando esta vez las conquistas de la ciencia y señalando las condiciones de un progreso infinito cuyos herederos tendríamos que ser nosotros”*¹⁰. Ahora hay un optimismo en la sociedad, se ha avanzado, en el futuro está el porvenir.

Si bien el pueblo comenzaba a sentir la modernidad como nuevo paradigma, los filósofos y teóricos comenzaban a encontrar problemas en ella, percibían satisfactorio el cambio pero creían que había una contrariedad en la vida misma. Durante esos 100 años surgen distintas teorías: El idealismo Alemán de Hegel, y Kant que representa una reacción al racionalismo de la Ilustración sumándole importancia a la intuición, los sentimientos y el pensamiento. También el alcance individual sobre lo común, el tener cualidades por encima de los demás. Se piensa a la naturaleza como viva, la creación del humano toma un valor importante el autor comienza a tener el poder sobre sus creaciones.

8 Rousseau, Jean-Jaques, EL CONTRATO SOCIAL, Biblioteca nueva, p. 3.

9 Casullo, Nicolás, “Modernidad, biografía del ensueño y la crisis (introducción a un tema)”. En Casullo, Nicolás, Op. Cit., p. 23.

10 Lipovetsky, Gilles y Charles, Sebastien, LOS TIEMPOS HIPERMODERNOS, Anagrama, Barcelona, 2004, p. 14.

El materialismo de Marx en desacuerdo y la oposición con el idealismo criticando la relación entre el pensamiento y el ser, fueron la base para sostener que el hombre es producto de su acción, lo material es la fuente del ser y este mundo existe independientemente de lo cognoscitivo. También el positivismo de Comte para quien el único conocimiento válido es el científico, a partir de la experimentación se obtienen los análisis reales, todo el saber se obtiene de lo empírico afirmaban que sólo existía un método para la investigación, el científico y todas las demás ciencias si aspiraban a ese título debían seguir el mismo camino.

Durante el siglo XIX se puede observar el desarrollo de un movimiento dialéctico contraponiendo los intereses dentro de las nuevas teorías, la contradicción es parte de las nuevas corrientes filosóficas y de la cotidianidad. Se observa una discordancia en la vida, a pesar de los avances tecnológicos la vida no se hacía más sencilla, cada vez existían nuevas necesidades, se saturaban de trabajo las máquinas, las nuevas riquezas representan más conflictos que bienestar, mientras el hombre maneja la naturaleza se convierte en esclavo de otros hombres. Lo sublime “... permite que lo impresentable sea alegado tan sólo como contenido ausente, pero la forma continúa ofreciendo al lector o al contemplador, merced a su consistencia reconocible, materia del consuelo y de placer. Sin embargo, estos sentimientos no forman el auténtico sentimiento sublime, que es una combinación intrínseca de placer y pena: el placer de que la razón exceda toda presentación, el dolor de que la imaginación o la sensibilidad no sean a la medida del concepto”¹¹, a pesar de el avance que se obtenía y todos esos goces que llenaban los días, existía un vacío, un sentimiento negativo, la modernidad acompañada de lo sublime. Los pensadores del siglo XIX eran tanto entusiastas como enemigos de la vida moderna, la lucha sin descanso contra esa dialéctica personal fue el motor de su alcance creativo. Nietzsche criticaba esa modernidad por considerarla en oposición a la vida y la voluntad de vivir consideraba que no permitía el desarrollo de los sentidos.

Como la manera de pensar, también el arte se modificó, con los acontecimientos y cambios culturales los artistas buscaban ¿qué hacer? Y ¿cómo hacerlo? se mostraron inquietos, la ruptura con tradiciones antiguas había abierto un campo sin límites, ahora ellos tenían la decisión en su trabajo. Durante la primera mitad del siglo XIX el gusto propio, los sentimientos, lo irracional, lo imaginario, son temas propios del Romanticismo, principal corriente artística en dichos años, ya para la segunda mitad la perspectiva cambia y se comienza a ver el aspecto social, se toma como inspiración la realidad tal cual sin ninguna pretensión de embellecerla, lo más importante en esta época es la libertad en el contenido de lo proyectado. De la mis-

ma forma que los pensadores, los artistas alcanzaron un poder creativo, en el impresionismo, reflejo de dicha explosión creativa, podemos mencionar a Renoir, Monet, Van Gogh, Cézanne, Degas y a otros más.

Con todas las grandes tradiciones rotas, la sociedad se encuentra con una realidad incompleta, los valores que habían sido llevados por años ahora están en desuso -recordemos que el sistema social había sido modificado y las creencias ahora eran distintas- pero al mismo tiempo el entorno estaba lleno de oportunidades para escoger, el individuo “necesita desesperadamente de sus propias leyes, de habilidad y astucia para conservarse, exaltarse, despertar y liberarse. Las posibilidades son grandiosas y aciagas a un tiempo. *“Nuestros instintos pueden dirigirse ahora en cualquier dirección; nosotros mismos somos una especie de caos”*¹². Las contrariedades continúan, hay un ritmo de vida magnífico, los avances tecnológicos están a la orden del día, todo esto yuxtapuesto al deterioro del bien común por un egoísmo que va en crecimiento, el individualismo comienza, uno de los rasgos distintivos de la modernidad, si bien realizó los efectos de independencia de las transformaciones, comenzó a deteriorar los vínculos sociales, debilitó la conciencia colectiva, sin embargo el hombre no se separa de su vínculo social, muchos autores piensan en el egoísmo, el hedonismo y el narcisismo son consecuencias de dicho individualismo, a partir de aquí lo social se volvió la clave para explicar el comportamiento de los individuos, mismos que, como dice Alain Touraine, ahora pueden concebirse como sujetos sociales.

1.3 Crisis de la modernidad

Después de casi cinco siglos de los procesos y transformaciones ocurridos dentro de la modernidad, es cuestión de instinto entender que las sociedades ahora más complejas no podían ser explicadas con soluciones hechas para sociedades más simples, así que las teorías debían cambiar su proceso de construcción, los sujetos sociales comenzaban a observar su entorno, su modo de producción y la masificación del mismo (producción en masa, consumo de masas, y medios de comunicación masivos). Nuestros paradigmas científicos e ideológicos debían modificarse para esta nueva etapa que se avecinaba.

Desde el siglo XV la modernidad fue un fenómeno que hacía en Europa, sin embargo, con los descubrimientos industriales que permitieron reducir las distancias entre lugares dentro de un territorio pero también fuera del mismo, principalmente para satisfacer la demanda del mercado, podemos comenzar a hablar de una sociedad global *“es evidente que algunos de los*

¹²

Marshall, Berman, Op. Cit., p. 92.

rasgos principales de la sociedad global han sido desarrollados por las empresas, corporaciones o conglomerados multinacionales. Es un proceso que comenzaba a esbozarse a fines del siglo XIX”¹³.

El mundo avanzaba hacia lo global, como catalizadores se presentaron los avances de la segunda revolución industrial a finales del siglo XIX, proceso de innovaciones tecnológicas y económicas, a diferencia de la primera dónde sólo un país sobresalía (Inglaterra), en la solidificación de estas nuevas naciones que comienzan a industrializarse: Rusia, Japón, Alemania y Estados Unidos. Surgieron nuevas fuentes de energía como el gas y el petróleo, también nuevas máquinas que cambiaban la manera de vivir: el motor de combustión interna, el aeroplano, el automóvil, el teléfono, la radio, entre otros.

El ferrocarril que surgió a raíz de la máquina de vapor, se convirtió en el medio de transporte más utilizado, con el dominio del hierro se construyeron vías ferroviarias a lo largo de los territorios nacionales. Dicho metal representa una clave importante en esta nueva industrialización, si antes se utilizaba solamente para las vías férreas ahora se utilizaría para la industria de la construcción y la fabricación de armamento, sin duda un monumento representativo de éste logro es la Torre Eiffel, estructura de hierro además símbolo de la modernidad y del progreso, esta segunda revolución gira alrededor del sistema de producción.

El capitalismo ha madurado, “... la tecnociencia capitalista sobre los demás candidatos a la finalidad universal de la historia humana es otra manera de destruir el proyecto moderno que a su vez, simula que ha de realizarlo. La dominación por parte del sujeto sobre los objetos obtenidos por las ciencias y las tecnologías contemporáneas no viene acompañada de una mayor libertad, como tampoco trae aparejado más educación pública o un caudal de riqueza mayor y mejor distribuida. Viene acompañada de una mayor seguridad respecto de los hechos”¹⁴.

Dicha seguridad se refleja en Estados Unidos al surgir como heredero de las potencias del siglo XIX “El país con el cuál América salía de su piel originaria se convertirá con el tiempo en su máximo símbolo... Hollywood, Ford, la máquina de escribir, Cape Canaveral, Nueva York, la Coca Cola, la televisión, MC Carthy, Kennedy, el Ku Klux Klan, los electrodomésticos, el suburbio clase mediero, la IBM y HAL-900, Ronald Reagan, Malcom X, Richard Nixon y Franklin Delano Roosevelt. Es la vanguardia del mundo en la exploración de una modernidad impredecible”¹⁵.

13 Ianni, Octavio, LA SOCIEDAD GLOBAL, Siglo XXI, 2004, p. 23.

14 Lyotard, Jean-François, Op. Cit., p. 30.

15 Pipitone, Ugo, Op. Cit., pp. 199, 200.

A comienzos del siglo XX el sistema capitalista estaba adaptado a la vida diaria, continúa su desarrollo como modo de producción y de hábitos, ha organizado y planificado su modo de apropiarse del mundo, el desarrollo es desigual entre sociedades y países, pero aún con esta inequidad se convierte en un proceso civilizador. El capitalismo se extiende por todo el globo terráqueo, comenzando por cambiar e impresionar a los que todavía están en una civilización no capitalista. En esta nueva etapa de la modernidad, el capitalismo crea las fuerzas y relaciones de la producción, ésta da forma a la ciencia en tecnología para hacer más eficaz la fuerza de trabajo, el pensamiento del más fuerte es lo que valdrá en este sistema “*Lo que yo digo es más verdadero que lo que tú dices porque con lo que yo digo puedo hacer más (ganar más tiempo, llegar más lejos) que tú con lo que tú dices... el laboratorio mejor equipado tiene mejores posibilidades de tener razón. ¿La razón verdadera es entonces la razón del más fuerte?*”¹⁶, se puede preveer el triunfo del materialismo dejando rezagados los valores tradicionales, la razón pierde su actitud positiva del siglo anterior y comienza a desacreditarse el pasado y el futuro -recordemos que la modernidad ha ido borrando los grandes relatos y tradiciones- estos elementos dejan de ser las bases importantes del progreso, el presente pareciera que es lo que se convertirá en la razón de vivir.

En la primera parte del siglo XX hubo un nuevo conjunto de ideas, estéticas, intelectuales y psicológicas. El vigésimo siglo puede muy bien ser el más luminosamente creativo en la historia del mundo, pero pareciera que habían olvidado cómo comprender la vida moderna generadora de ese arte, además la concepción de la modernidad pareció haberse estancado y retrocedido. La pérdida de ideales humanistas después impulsó a las vanguardias, el boom surgió como la brecha hacia el futuro, sus miembros no eran los portadores del progreso, sino los militantes de una creatividad que liberaría y reanimaría a la humanidad, en oposición a los academicismos, contra lo antiguo y natural, también en contra del arte burgués, que se puede observar primeramente en actos y expresiones de contenido social, surcaron nuevos territorios inexplorados conquistando un futuro que no habían visto otros, “*... este volcarse hacia adelante, esta anticipación de un futuro indefinible y ese culto de lo nuevo, significan, en realidad, la exaltación del presente. La nueva conciencia del tiempo*”¹⁷.

Los artistas podían hacer lo que quisieran y no lo que los demás indicaban, buscaron nuevas tendencias en las distintas etapas de la modernidad, se pretendía llevar el ritmo de los descubrimientos tecnológicos, así como superar las nuevas formas de expresión que aparecían como deseos centrales. Al tener libertad individualista no había un consenso entre colegas

¹⁶ Lyotard, Jean-François, Op. Cit., p. 75.

¹⁷ Habermas, Jürgen, “Modernidad: Un proyecto incompleto”. En Casullo Nicolás, Op. Cit., p.54.

para determinar la expresión de los tiempos, no existía una lógica para condicionar las nuevas formas de expresión, por lo que casi toda vanguardia resultaba efímera aunque otras quedaron incorporadas al arte para siempre. Al mismo tiempo los nuevos descubrimientos hacían ver al arte visual estático como obsoleto, las puestas en escena, la ópera, el cine y los conciertos eran los componentes más importantes de la vida cultural.

Los intentos por declarar que todo era arte y todos eran artistas, restándole importancia a los criterios y dándole importancia a lo estético, a lo subjetivo, resultaron fuente de atención a la creatividad artística. Aunque en un principio surgieron como arte de minorías en oposición al gusto popular, tras medio siglo de experimentos en el arte, se abandonó el proceso, dejando las vanguardias convertirse en auxiliares de la mercadotecnia del actual arte de masas.

La velocidad de movimiento y el acceso a medios de movilidad más rápidos se convirtieron en el instrumento de poder y dominación. Las guerras mundiales definieron los nuevos imperialismos que iban a regir los años venideros, las potencias que habían sido las encargadas de definir el mundo cedían sus lugares en el podium a Estados Unidos.

La primera guerra mundial conflicto bélico entre 1914 y 1918, el primer encuentro entre naciones que ocupó casi la mitad del globo. Europa vivía tensiones por el deseo de expandir sus colonias y el reparto de las mismas, por lo que tuvieron que organizarse en bloques. Principalmente fue una contienda entre los principales imperialismos, La Triple Alianza: Francia, Inglaterra y el Imperio ruso, acérrimos rivales se unieron para detener el crecimiento del Imperio alemán, que al poseer solo algunas regiones necesitaba expandir su terreno, con el apoyo del Imperio austro-húngaro formaron el bloque de Las Potencias Centrales. El primer grupo tenía como aliados a Serbia, Bélgica, Portugal y la ayuda norteamericana de Estados Unidos y Canadá. El otro eje recibió apoyo del Imperio Otomano y Bulgaria. El conflicto duró cuatro años y fue el evento con más muertes que la humanidad había presenciado hasta ese momento, además de las pérdidas humanas tuvieron pérdidas materiales y pérdidas territoriales, las fronteras cambiaron y desaparecieron los imperios del grupo. En cuanto a las Potencias Centrales, en Europa del este se crearon nuevos estados apoyados por Inglaterra y Francia para tener una barrera que los separara de la creciente Rusia comunista.

Las personas comenzaron a cuestionarse el poder de las potencias conquistadoras, el nacionalismo surgía en el interior de las colonias comenzando a llamar a la independencia. Mientras que en la sociedad las clases medias salieron empobrecidas, surgieron nuevas formas de hacer fortuna,

la producción de armamento y la distribución de víveres. Los obreros se vieron afectados debido a la inflación, su salario ya no alcanzaba por lo que se desataron múltiples huelgas que influyeron enormemente para dar inicio a la Revolución Rusa de 1917.

Para el año de 1939 hasta 1945 se desata nuevamente una guerra global, más devastadora que la anterior. Dos alianzas se enfrentaron a los Aliados: Inglaterra, Francia y Rusia, a los que más tarde se les uniría Estados Unidos, contra las Potencias del Eje: Alemania, Italia y Japón, a lo largo de los años de guerra se unirían más naciones a cada alianza. Alemania tenía resentimiento del resultado en la Primera Guerra Mundial por lo que mantenía el deseo de expansión, el país estaba resquebrajado después de perder la primera guerra, también arremetido por un efecto dominó a causa de la crisis más grande del capitalismo en 1929 que aumentó la crisis económica de los alemanes.

Con éstas repercusiones la Segunda Guerra Mundial inicia a causa de una revuelta social dentro del territorio alemán en búsqueda de cambios, dirigidos por un líder llamado Adolfo Hitler que en su tiempo logró una destacada recuperación económica. Comenzó su conquista por Europa, su avance era avasallador, ocupó Francia y estuvo apunto de obtener Inglaterra. Los Aliados debían frenar tal amenaza “... *no hay contradicción entre dependencia y liberación sino que no existe otra manera de alcanzar la liberación más que “[someterse] a la sociedad” y seguir sus normas. La libertad no puede obtenerse en contra de la sociedad*”¹⁸, Hitler intentaba encontrar su libertad contra lo establecido por una sociedad.

Frentes se desataron por todo el mundo, en África, en el océano Pacífico y en el más afectado territorio europeo, que después de la guerra quedó devastado, sin comunicación, sin infraestructuras y tierras infértiles. Ha sido el conflicto bélico con la mayor cantidad de pérdidas humanas en la historia. Durante la última fase de guerra Estados Unidos y la Unión Soviética pasaron a ser las principales potencias del mundo por lo que el poder quedó dividido en dos bloques; el socialista y capitalista. A causa de esto el eurocentrismo terminó por hundirse a costa de nuevos polos culturales, al igual se conforma la ONU (Organización de las Naciones Unidas) como mediadora y modo diplomático para evitar futuras guerras.

Los avances tecnológicos en la industria de armamento a raíz de la primera guerra mundial se pusieron a la vista de la humanidad, armas utilizadas por las potencias, suficientemente poderosas para acabar con la vida de todo el globo. La utilización de maquinaria de último nivel, portaaviones, unidades blindadas, submarinos, el radar y la aviación, hicieron de esta guerra

¹⁸

Bauman, Zygmunt, MODERNIDAD LÍQUIDA, Fondo de cultura económica, 2004, p. 25.

una muestra de la capacidad autodestructiva de los líderes del mundo. Resulta increíble el asimilar como una nación Alemana aceptó la barbarie industrial y tecnológica desencadenada por Hitler, al consentir su llegada al poder y apoyo a sus planes, podemos ver que los ideales de la modernidad estaban quebrándose, sufriendo una nueva transformación.

Estos procesos militares a gran escala se presentan contrarios al desarrollo racional pretendido por la modernidad, los accidentes y ataques nucleares hacen desconfiar de la ciencia que pretendía ayudar a la humanidad. Tanto el nazismo como el capitalismo se apoderan, quizá en totalidad de la vida, el segundo lo hace como necesidad del mercado mundial, sin preocuparse por la legitimación y llevando a cabo una crítica mordaz del vínculo social moderno, y el nazismo, arde y asesina la cultura. La modernidad, el progreso de dicho paradigma, se diluye en estructuras de dominación, nuevas formas de dogmatismo, estrategias de discriminación y control. El carácter destructivo, carece de raíces que la sociedad quiera cuidar, por lo que se buscan caminos por todas partes. El entono social ha cambiado, el entusiasmo por lo moderno se ha agotado, comienzan a hilarse nuevos modos para salvar o destruir lo que trajeron años de modernidad.

Capítulo II

PO
MOs
DER
NI
DAD

En nuestro siglo XXI es más fácil determinar cómo sucedieron las transformaciones de la modernidad, es más sencillo hacer un análisis de este paradigma y al mismo tiempo apuntar los momentos en el que todo parecía transformarse para dar entrada a un nuevo orden de vida, un intento de articular un cambio de época, sin embargo y aunque parezca paradójico, más que nuevo es una modificación a partir del ritmo de vida del siglo XX.

Después de todos los pasos hacia adelante que dio la humanidad durante cerca de cinco siglos, se ha esculpido un pensamiento que desconfía de las verdades ya establecidas desde periodos anteriores, de la razón, de la idea de progreso colectivo y todos los relatos que orientaban al ser, están desvalorizados por la posmodernidad. Debemos entender que no surgió de repente en contra de la modernidad, sino que fue un cambio que llevó su tiempo, algunos pensadores sostienen que es el desarrollo acelerado de una sociedad que jamás se pensó, tirando todas las creencias que se habían sostenido. La posmodernidad no se define como lo contrario de la modernidad, recordemos que en la vida todo está impregnado de su contrario, lo sublime, sino que es la modernidad misma en una nueva etapa.

Con las nuevas metrópolis, ahí suceden los intercambios mercantiles e intelectuales entre los sujetos sociales, las condiciones modernas se alejaron de las primeras que sentaron las bases de dicha cosmovisión, es aquí donde el pensamiento racional es sustituido por el pensamiento instrumental. La historia pasa a ser totalmente del sujeto, los antiguos relatos que describían el origen de la vida han quedado desacreditados, hemos conquistado la naturaleza, y los vínculos con las cosas son explicados por nosotros. El poder tecnológico se convierte en una nueva forma de salvar a otras culturas, de civilizarlos a base de barbaries económicas, psicológicas o tecnológicas como ocurrió en las pasadas Guerras Mundiales por ejemplo.

2.1 Ruptura de la Modernidad

A mediados del siglo XX se producen cambios en las prácticas sociales, individuales y colectivas, disponíamos de grandes teorías que se habían formulado durante la modernidad, que permitían comprender el mundo e incluso idear cambiarlo. Dichos paradigmas fueron quebrantados, favoreciendo la aparición de un sinnúmero de aproximaciones, pretensiones y desconfianzas para explicar los fenómenos sociales, se comenzó a desvalorar los conocimientos históricos, con la idea de que la sociedad funcionaba con el ahora y la individualidad resolvía las cuestiones a nivel social.

Con la Revolución Soviética se intentó llevar el entusiasmo del progreso a otro paso, un principio del paraíso social, un proyecto que traería consigo un futuro feliz, un progreso abrazante para la humanidad que quería adquirir una inspiración renovada y el orgullo de ser necesario, sin embargo el costo fue la ausencia de la igualdad y la libertad, dando pie al dominio del capital.

El socialismo una ideología política que pretendía formar un sociedad libre de clases sociales, con base en principios igualitarios, solidarios y de libertad, heredó los ideales de las luchas civiles del siglo XIX. Intentaba construir un sistema económico capaz de satisfacer a muchos y no a unos pocos con esto la clase obrera comenzó a organizarse para cambiar el sistema.

Lenin quién guió la revolución soviética implementando las teorías de Marx a la realidad de Rusia, inculcó que todo el poder debía ser para los “soviets” (soldados, obreros y campesinos), organizó el Estado de una manera jerárquica donde los que estaban en la cima eran los de abajo. Defendía sus intereses dentro de una lucha de clases, dispuso que los medios de producción eran una propiedad común ligando la relación de producir con los trabajadores de dichos medios así el poder estaba en los actores de la industria y no en la burguesía. ¿Entonces no era un progreso para toda la sociedad? Al parecer se tenía que eliminar al viejo sujeto para dar vida a uno nuevo.

A la muerte de Lenin en 1924, Stalin asume la dirección del Estado, defensor de las ideas de su antecesor aunque radicalizadas a su modo, para este continuador de el leninismo “el fin justificaba los medios”, gobernó de una manera tiránica satisfaciendo fines propios con ansias de poder, estableció un sistema político bajo sus ordenes. Stalin fue víctima de su narcisismo, pretendía que los demás tuvieran una actitud de culto ante su persona, eliminó a sus críticos y detractores, el socialismo había sido transformado en un gobierno totalitario. Sin embargo, Stalin enfrentó la etapa de la Segunda Guerra Mundial y al final de ésta la Unión Soviética pasó a formar uno de los imperialismos más sólidos del siglo XX.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la sociedad comenzaba una etapa postindustrial, desarrollando los avances cibernéticos y de automatización para maximizar la producción, el número de obreros que se necesitaban disminuyó para aumentar la demanda de profesionistas, los hombres y mujeres se convierten en simples reproducciones mecánicas. El sistema industrial ha tomado el control del sistema en conjunto, podemos observar cómo los principios de la modernidad están siendo invertidos, ahora “... el hombre como centro de la vida y dominador de la naturaleza”, pode-

mos mirar cómo se ha perdido el poder sobre lo creado. “Pareciera que la finalidad de nuestros inventos y progresos es dar vida intelectual a las fuerzas materiales y reducir la vida humana a una fuerza material”¹⁹.

En ése momento, el conflicto principal a nivel internacional en los ámbitos político, económico, cultural, tecnológico e incluso deportivo, se presenciaba entre dos imperios, los Estados Unidos y la Unión Soviética, por un lado la ideología capitalista mientras que por el otro estaba la comunista. Después del uso de las armas nucleares en la SGM, los dos extremos sabían que un intercambio bélico sería destructivo no solamente para el perdedor, entonces los enfrentamientos directos nunca tuvieron presencia, por esta razón el conflicto adquirió el término “Guerra fría”.

Las dos superpotencias intentaron imponer sus sistemas a nivel mundial, un conflicto que marcó la historia, se convirtió en una carrera por dominar el orden global, sin embargo todo termina, con la llegada de Gorbachov, el descontento social en Europa Oriental, el simbolismo en la caída del muro de Berlín que representó el fin de una etapa de lucha de clases y el poder económico de los EE.UU., se disuelve la URSS “... termina la guerra fría, ya que la Unión Soviética... y el peligro comunista ya no pueden ser señalados como amenazas al capitalismo, es decir, al Occidente, compuesto por Europa y Estados Unidos”²⁰. Se presenció la victoria del capitalismo con un máximo representante, el imperio Yankee.

El ascenso constante de los empresarios, hasta colocarse en el punto más alto de los privilegios sociales, con el ideal de aprovechar la inmensa variedad y riqueza de las cosas materiales, si bien antes la nobleza tenía el poder, ahora era entregado a los dueños del mercado y del capital, quienes están tomando las decisiones que influyen sobre los demás.

Existen casos distintos, donde ha triunfado la resistencia ante un imperialismo abrumador, como la Revolución Cubana consumada en 1959. Después de un golpe de Estado en 1952, Fulgencio Batista estableció una dictadura militar, llena de corrupción, violencia y con el beneficio de una oligarquía sumamente pequeña además de beneficios para Estados Unidos. Sin embargo, un sector pequeño del pueblo dirigidos por Fidel Castro decidió tomar las armas para combatir a Batista. Después de siete años de conflicto guerrillero el movimiento de liberación nacional triunfó. Fue la primera revolución de izquierda que ha sido exitosa y se ha mantenido vigente a pesar de las adversidades como la caída de la Unión Soviética principal potencia socialista, o el rechazo de esta victoria por parte del capitalismo internacional, por éstos detractores, sin duda ha estado nau-

¹⁹ Marshal, Berman, Op. Cit., p. 40.

²⁰ Ianni, Octavio, Op. Cit., p.14.

fragando a la deriva en una sociedad neoliberal, que ha acusado a Cuba de violar derechos humanos, pero cuenta con iniciativas sociales que han funcionado, como el sector salud y la educación con un porcentaje de alfabetización sumamente alto.

Cuba no fue el único sitio donde existió un rechazo a las imposiciones del orden neoliberal, la revolución Sandinista en Nicaragua, la experiencia del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en México, el Movimiento de los Trabajadores Rurales sin Tierra en Brasil, entre otras.

Para muchos teóricos el nuevo camino tiene su razón en el cambio a un régimen de lo material, en la maduración del capitalismo, el ritmo efímero de la tecnología, el consumismo, y la cultura de “todo tiene precio”, “... el capitalismo tiene por sí solo tal poder de desrealizar los objetos habituales, los papeles de la vida social y las instituciones, que las representaciones llamadas “realistas” sólo pueden evocar la realidad en el modo de la nostalgia o la burla”²¹. El capital se apoderó totalmente de la vida, sin preocuparse por el conocimiento justificado, aislando a la comunidad en una industria capital. Imprimió a los avances tecnológicos un ritmo acelerado, cambiando los fines de la ciencia, antes del bienestar social está la ciencia como consumo.

2.1.1 El papel de la tecnología

Sin duda con los avances tecnológicos el ritmo de vida, la forma de percibir la realidad y la manera en que nos relacionamos como sociedad se ha modificado, quizá aceleró la mutación de la vida moderna, aunque tengamos en mente que desde principios de este paradigma la tecnología fue parte fundamental de los cambios sociales. Esta lucha por mejorar las circunstancias en las que nos desarrollamos cotidianamente es natural, de cierto modo es exigible dentro de nuestra civilización.

El hombre ha soñado con mecanizar lo no mecanizable, es una insistencia que ha existido siempre, por ejemplo, podemos ver muestras de este deseo con el Dr. Frankenstein dando vida a un conjunto de partes sin ella, a base de artefactos creados por ciencia, la máquina se convierte en modelo de lo que se quiere imitar de la naturaleza, brazos mecánicos dentro de las fábricas, microscopios, telescopios y más.

La modernidad se construyó sobre el progreso, primero representamos la acción de mecanizar (técnica) después el de producir (tecnología), pensamos en qué hacer y después realizamos; en la posmodernidad en cambio

21

Lyotard, Jean-François, Op. Cit., p.15.

se nota una construcción distinta del pensamiento, primero pensamos en automatizar lo que realizamos y después su producción. La tecnología de ser una extensión o complemento para nuestra relación con la naturaleza, ha llegado a convertirse en una extensión del pensar, de los sentidos y la conciencia de los sujetos. Sólo miremos la influencia en la sociedad de los medios de comunicación y las tecnologías informáticas, “... no hablamos ya del conocimiento de las tecnologías, sino inversamente, de las tecnologías del conocimiento”²².

Los métodos para lograr cualquier fin práctico resultaban una puerta para explicar los fenómenos en el universo, todo este conjunto de técnicas que se habían acumulado permitían la comprensión de la naturaleza, permitió entender cómo funcionaba, se volvió dispositivo de socialización con la naturaleza.

La consolidación de la economía como referencia de la sociedad, estipula un cambio entre “el conocimiento de la naturaleza para desarrollar la tecnología” por “la tecnología como naturaleza para el conocimiento”, lo que permitió entender con dos visiones distintas y al mismo tiempo el concepto de tecnología: como objeto de ciencia y como recurso económico. Dentro del orden capitalista la técnica de la producción se mezcla en todos los sectores de la sociedad, ahora se producen sujetos para las prácticas sociales. La lógica que rige la tecnología de producción sobre el sujeto, conjuga los ideales con la producción y la distribución de la riqueza.

“... la tecnociencia capitalista sobre los demás candidatos a la finalidad universal de la historia humana es otra manera de destruir el proyecto moderno que a su vez, simula que ha de realizarlo. La dominación por parte del sujeto sobre los objetos obtenidos por las ciencias y las tecnologías contemporáneas no viene acompañada de una mayor libertad, como tampoco trae aparejado más educación pública o un caudal de riqueza mayor y mejor distribuida. Viene acompañada de una mayor seguridad respecto de los hechos”²³.

Con las tecnologías se logró comprender los procesos naturales y también influyó sobre el hombre, permitió observar, percibir e intervenir en la comprensión de la ciencia sobre el individuo, así como el acceso al dominio de los objetos. El desarrollo tecnológico puede así mirarse como una colonización del espacio y del tiempo, configurando el entorno social, con el transporte, el reloj, el mapa y el calendario, pruebas de que con estos hitos la vida se organiza de distinta manera después de su invención.

²² Aguado Terrón Juan Miguel, “Insert coin: Transformaciones tecnológicas de la experiencia mediada”. En Jareño, Alarcón y López, Cambronero, LAS GRIETAS DE LA MODERNIDAD, Fundación Universitaria San Antonio, 2004, p. 108.

²³ Lyotard, Jean-François, Op. Cit., p.30.

La preocupación por el tiempo, el espacio que debía recorrerse y la construcción del espacio, dieron pie a una instantaneidad en la relación del sujeto y la sociedad. Llega el momento en el que el desplazamiento es demasiado tiempo para el hombre, se necesita una manera de llevar conocimiento más rápido, la trasmisión, la sociedad intentará conquistar el tiempo por medio de la reducción del espacio. Al mismo tiempo surge un pensamiento de preservar, de duración, una forma mecánica de almacenar, de conservar la memoria y reproducción como condición de acumular experiencias, con la idea de expresar lo que somos en bibliotecas y museos. El vínculo de esta paradoja de lo instantáneo y la preservación sientan las bases de los modernos medios electrónicos.

A diferencia del sueño tecnológico de la modernidad, el sentido y el sujeto dejan de ser lo primordial, ahora se convierten en producto, donde su función principal ya no va sobre el conocimiento del mundo sino sobre su disfrute. Podemos decir que la nueva era de la conectividad, información y conocimiento también es del espectáculo y del goce, con el pensamiento de dominio sobre el conocimiento se impone un concepto de “disfrutar lo que se nos muestre“, que provoca la exaltación por la experiencia individual, entendida como el lugar donde el deseo se encuentra “... el síntoma de su paroxismo (de la modernidad): el desenclave de la experiencia individual. Si la separación del espacio/tiempo/memoria posibilita la universalización, la desubicación de la experiencia se presenta como prerequisite de la globalización”²⁴, la comunicación se vuelve global.

Con todo el conocimiento obtenido durante siglos se corrobora que la absorción de estos genera dentro de la sociedad nuevas incertidumbres, no sólo dentro de la ciencia existe el deseo de saber más, la demanda va aumentando dentro de la política, en el ámbito laboral, la alimentación, en toda la vida misma. Las sociedades contemporáneas son marcadas por el cambio acelerado, la ambigüedad de los conocimientos formados por el deseo de comprender el mundo. En estas esferas sociales el papel central de la tecnología se puede observar en los medios de comunicación, podemos mirarlos como los responsables de la cultura de masas.

El papel de los medios de comunicación masiva es primordial en las sociedades contemporáneas, se han convertido en instancias que han configurado la experiencia individual, han logrado formar un sistema de recursos simbólicos y tecnológicos que producen imágenes y percepciones del mundo que nos rodea, con los medios masivos la realidad se configura como una sola unidad, política, industrial y cultural que nos ha moldeado a razón de los intereses de quienes dominan la información en los medios. “... el nuevo régimen de democracias carentes ... aturdidas por los goces pri-

vados del consumo, infantilizados por la cultura-minuto, la publicidad, la política-espectáculo. El reino último de la seducción ... aniquila la cultura, conduce al embrutecimiento generalizado, al hundimiento del ciudadano libre y responsable”²⁵, aunque el orden neoliberal y tecnológico no crearon la fiebre de lo inmediato, no hay duda que lo llevaron a su apogeo.

“El desarrollo de las tecnociencia se ha convertido en un medio de acrecentar el malestar, de no calmarlo. Ya no podemos llamar a este desarrollo ”progreso”. Parece desenvolverse por sí mismo, por una fuerza, una motricidad autónoma, independiente de nosotros. No responde a las exigencias que tienen origen en las necesidades del hombre. Por el contrario las entidades humanas, individuales o sociales, parecen siempre desestabilizadas por los resultados del desarrollo y sus consecuencias”²⁶.

La modernidad fue cuestionada, en la medida de evidenciar la falta de libertad, por lo que lleva a todo un cambio cultural, la construcción de un “nuevo pensamiento” no se dio a partir de el sentido común, ni en base del pensamiento anterior, sino de lo que quedó de esto, las ruinas que permanecieron con tantos cambios.

Una nueva etapa de autonomía de los individuos, diferencias individuales y la privatización del bienestar colectivo, en el nuevo horizonte el sujeto va a experimentar una libertad creciente, alcanzando un nivel personal de la realidad, cambiando la permanencia dentro de círculos sociales preestablecidos a márgenes flexibles. No se puede ver la realidad desde una perspectiva fija, “... no se piense como un fenómeno unidimensional, sino doble... se presenta bajo la forma de la paradoja y que en ella coexisten íntimamente dos lógicas, una que favorece la autonomía y otra que aumenta la dependencia... lógica del individualismo y de la disgregación de las estructuras tradicionales de normalización”²⁷.

2.2 La libertad creativa

La posmodernidad ha evidenciado la debilidad de pensar sin etiquetar, la condición posmoderna vuelve a poner en conflicto los puntos de vista. Incita a una forma de leer la historia de manera no lineal desconfiando de los argumentos y la continuidad histórica.

Es difícil separar la modernidad de la posmodernidad porque no existe una muralla de hierro que marque exactamente el fin de una y el comienzo

25 Lipovetsky, Gilles, EL IMPERIO DE LO EFÍMERO, Anagrama, 1990, p.13.

26 Ibid. p.92.

27 Lipovetsky, Gilles y Charles, Sebastien, Op. Cit., p.21.

de otra, entendamos que la posmodernidad nace en el mundo de la modernidad, aún más complejo si miramos las convergencias en ambas, se manifiesta una actitud de desconfianza para lo que es considerado como desorganización y mentira, en los principios de ambas visiones se encuentra el conflicto contra filosofías absolutas, lo que se ha impuesto antes y la falta de libertad en la forma de pensar, una descalificación del pasado para asistir nuevos horizontes, podemos decir que somos parte de un mismo debate.

Para los pensadores posmodernistas, en la medida que adquieren modos divididos, reconstructivos y discontinuos provocan la negación a su supuesta existencia unitaria. Quizá no haya una posmodernidad sino un montón de formas de pensar en disenso con sus similares. La teorías que intentaban posicionarse como guías, estaban llenas de contenidos múltiples en los que la información se encontraba dispersa, sin dar forma o volumen a las visiones.

Al igual que con la tecnología, en el aspecto cognoscitivo la aceleración productiva no permitía plantar una identidad duradera que formara un proyecto para ser concluido, la mayoría intentaba innovar, ser la novedad, oponiéndose a lo que interpretaban como modernidad. Después de tanto buscar la razón, hubo cansancio y agotamiento definitivo en el dinamismo pasional, surgió una imagen otoñal de la modernidad, por lo que la búsqueda en la irracionalidad surgió como válvula de escape, lo pasional, los sentimientos humanos revolucionarios sugirieron una imagen finalmente fracturada del conocimiento y razonamiento moderno.

Perry Anderson menciona que en la modernidad algo faltaba, entonces quizá la posmodernidad fue la solución a la rigidez moderna y cita un término de Ihab Hassan "*literatura del silencio*"²⁸, una fase de la modernidad donde la expresión se encontraba reducida. Con la posmodernidad y sus recursos simbólicos, se respondían cuestiones a una nueva necesidad de ideales que hacían falta en el arte, que resultaba una proyección de la vida cotidiana.

En la segunda mitad del siglo XX los artistas encontraron una nueva forma de combatir el momento con nuevos modos de expresión artística. Existió cierto abandono de los medios tradicionales de representación y comenzaron a usar la tecnología para demostrar una nueva construcción del sujeto, la globalización y el multiculturalismo hicieron presencia en el arte, se puede afirmar que en los sesenta el arte contemporáneo se volvió internacional. El expresionismo abstracto norteamericano y el informalismo en Europa utilizaban las tendencias no figurativas, dejaban que el material se desen-

28

Anderson, Perry, LOS ORÍGENES DE LA POSMODERNIDAD, Anagrama, Barcelona, 1998. P.28.

volviera libremente, rechazaban el dibujo, los contornos de todo lo racional que pudiera existir en el proceso creativo sustituyéndolo por el gusto de manchas y lo azaroso que resultaba el no tener ideas preconcebidas. También utilizaron el color como exaltación anímica y significativa, todo esto acompañado por los estados de ánimo de los artistas que veían sus obras como vehículo para transmitir todo tipo de sensaciones, pasiones y experiencias para dejar huella propia, querían que el observador encontrara su significado sin ninguna interferencia, que percibiera por sí solo el dolor, la angustia, la ira, la alegría, la excitación que contenían las pinturas de Pollock, Rothko, De Kooning, entre otros artistas.

Al igual que con las distintas filosofías dentro del arte existe una heterogeneidad, que enriqueció todas las propuestas que se proyectaron, los límites que se encuentran rotos entre los distintos géneros, la creatividad y los antiguos cánones son reflejos de lo que es la posmodernidad, con sus múltiples tácticas sociales. El juicio estético se volvía totalmente subjetivo, se hacía a un lado la conformidad que debería establecerse según las reglas de lo que era bello, por lo que en lugar de hacer una obra considerada como tal por los perfiles que cumplía, la obra debía hablar por sí sola. Para los artistas, el academicismo vulgariza e impone criterios, obstaculizando la libertad creativa.

En reacción al expresionismo abstracto por considerarlo vacío, surge la denominación de lo que llamamos pop-art (arte popular), que empleó materiales y técnicas ajenas a la tradición, también buscó espacios alternativos para mostrarse, los museos ya no eran los únicos lugares para las muestras artísticas.

El pop-art tomó el reflejo de la vida diaria, con una iconografía llena de lo cotidiano (grandes marcas), de la cultura de masas, de la reproducción industrial y el consumismo que estaba triunfando, con esto el arte se enlazó perfectamente con la publicidad apropiándose de imágenes que nunca habían tenido el valor estético de obras de arte. Andy Warhol fue el máximo representante del pop-art, realizó una sátira de la vida norteamericana a través de la pintura, el cine, la fotografía, la música y la televisión. Logró mostrar la cultura de masas, con los rostros de los famosos como Marilyn Monroe, Kennedy y una conocida lata de sopa Campbell's, mostró el reflejo de la sociedad consumista que ya estaba consolidándose mediante el culto por el presente, la expresión popular sólo proyectó en el arte un nuevo orden social.

Las reglas establecidas tenían que ser alejadas del arte, en respuesta surgió lo kitsch, *“el arte halaga el desorden que reina en el “gusto” del aficionado. El artista, galerista, el crítico y el público se complacen conjuntamente en el*

*qué-más-da, y lo actual es el relajamiento. Pero este realismo del qué-más-da es el realismo del dinero: a falta de criterios estéticos, sigue siendo posible y útil medir el valor de las obras por la ganancia que se puede sacar de ellas”*²⁹.

En ese momento existía una diferencia con los estilos artísticos anteriores al siglo XX, en 1960 no era un momento de crisis o devastación social como en años atrás ya que había terminado la Segunda Guerra Mundial, sino que se percibía un triunfo, había quien se sentía bien con un nuevo entorno capitalista, para ellos llegaba un momento de confort. Los conflictos estaban en las minorías, el feminismo, las luchas de etnias, desempleados, entre otros, que por supuesto influenciaban la inspiración de las obras, sin embargo, no tenían las repercusiones de los grandes conflictos anteriores.

Los artistas intentaban captar la esencia del individuo posmoderno, se utilizaron un sinnúmero de códigos visuales, materiales y con los avances tecnológicos los medios técnicos se utilizaron para el enriquecimiento expresivo: el video, la fotografía y las instalaciones de grabación. Se notaba en la manera de producir arte, se buscaba experimentar con todo lo posible, pero esto traía consecuencias, *“Un artista, un escritor posmoderno... no están gobernados por reglas ya establecidas, y no pueden ser juzgados por medio de un juicio determinante, por la aplicación a este texto, a esta obra, de categorías conocidas... trabajan sin reglas y para establecer las reglas de aquello que habrá sido hecho. De ahí que la obra y el texto tengan las propiedades del acontecimiento; de ahí también que lleguen demasiado tarde para su autor, o, lo que viene a ser lo mismo, que su puesta en obra comience siempre demasiado pronto”*³⁰.

Hubo un terremoto cultural, el crecimiento de las propuestas visuales crecía al ritmo de la urbanización, la situación se aceleró y la imagen se hizo todavía más omnipresente, sobre todo por obra de los medios y de la publicidad. La industrialización ha ido de la mano con la publicidad en el espacio social, el capitalismo sigue provocando los cambios sociales, donde las políticas de consumo comercial de la novedad, entre otros factores, han hecho que la duración de los periodos de las distintas expresiones que surgieron, se hayan acortando, algunas siendo fugaces.

Al romper los modelos prescritos, las conductas asumidas eran las individuales, en ocasiones trajo consigo problemas sociales *“La voluntad estética subversiva de la experimentación y de las vanguardias tuvo con frecuencia sus consecuencias sociales... la transgresión de un código formalizado afecta al sentido es algo obvio, que se puede comprobar con un experimento tan inocente como el de colorear un mapa familiar con azul para el territorio te-*

29 Lyotard, Jean-François, Op. Cit., p.18.

30 Ibid. p.25

rrestre y con marrón para las superficies acuáticas, con lo que se convierte en completamente extraño e irreconocible”³¹, estas irreverencias dentro del arte provocaron conflictos en el sector conservador y en los protectores de las tradiciones, sin embargo, fue el camino que surgió a partir de la explosión de estilos artísticos, reflejos aunados al placer individual que al conflicto con otras ideas.

“En el arte todo vale” una expresión famosa que fue usada durante la posmodernidad, para muchos se ha convertido en la semilla de la mediocridad y el estancamiento dentro de la imagen en el arte frente a la sociedad. El arte es difícil de comprender y muchas veces ha perdido su carga sensorial, quizá por el ritmo en que cambian los estilos, los receptores no llegan a percibir de manera profunda el cúmulo de sensaciones que el artista desea transmitir, agreguemos la subjetividad del autor con su obra. La imagen actual del artista se aleja del cliché cultural, que asocia al artista con un genio de lo material, capaz de crear con su manos todo eso que se proponga, sustituida por un sujeto de conceptos contemporáneos.

Ante la importancia publicitaria en una sociedad consumista, los artistas y publicitarios se encontraron en el mismo proceso creativo, intentando romper los cánones académicos del pasado para crear nuevos rumbos. La publicidad mostró a los artistas nuevas técnicas como la litografía, pero quizá lo más importante fueron nuevas formas de comunicarse, la publicidad rápidamente se instaló en las sociedades, se podía ver por las calles, en las tiendas, en los sitios de reunión, su aceptación por la sociedad fue veloz, quizá un aspecto más que el arte comenzó a adoptar, la frescura de hacer arte y mostrar el arte en cualquier lugar. La manera intuitiva de realizar una obra se vio completada con la racionalización del proceso publicitario, esto fue ambivalente uno a otro se complementaron, la publicidad toma inspiración de los estilos artísticos.

Con el paso del tiempo hubo una separación entre el arte y la publicidad, debido al uso de sistemas digitales los productos publicitarios dejaban atrás los métodos artesanales y gremiales del arte para poder producir más rápido y en mayor número, deja de ser un proceso individual como lo es el arte, para terminar con un producto finalmente industrial. Sin embargo, hoy en día podemos mirar que esas diferencias pueden estar desapareciendo nuevamente.

En el arte se puede observar el aspecto plural y globalizado de la posmodernidad, caracterizado por los medios de comunicación masiva y el consumo apoderándose de la vida. Integremos el recorrido artístico de la modernidad hacia lo posmodernidad, la transición de ideales así como los cambios sociales a los que la creatividad se ha tenido que moldear.

31

Gubern, Román, DEL BISONTE A LA REALIDAD VIRTUAL, Anagrama, p.38.

2.3 Una visión global

El siglo XX representó un cambio en la forma de vida, ahora con un contexto racionalizado a partir de la economía por encima del bienestar como seres vivos. Si bien la posmodernidad representa un cambio en el orden de la modernidad, debemos aclarar que todavía no se ha llegado a una teoría hegemónica sobre lo que significa, significó o está por significar. Lo que se tiene claro es que la sociedad es diferente a la siglos pasados, además el ritmo cada vez más acelerado en que suceden los cambios, hace difícil mantener un relato que abarque todo y a todos los puntos de vista.

Por lo que la razón del pensamiento estará inscrita en el orden social, económico y político, pero con un individualismo exacerbado donde los fines dejan atrás el bienestar común, así como la idea de que la ciencia proporcionaría más justicia, más bienestar, más libertad, pero hoy en día es difícil creer en esas palabras.

Liotard nos da una idea clara de algunos problemas del desarrollo que hemos tenido como sociedad: *“El neoalfabetismo, el empobrecimiento de los pueblos del Sur y del Tercer Mundo, el desempleo, el despotismo de la opinión y, por consiguiente, el despotismo de los prejuicios amplificados por la media, la ley de que es bueno lo que es “performance”, todo eso no es la consecuencia de la falta de desarrollo sino todo lo contrario”*³².

Las relaciones mundiales, los medios de producción, la tecnología, y el mercado, son condicionados por las exigencias de las empresas, que han hecho del consumo y la producción un fenómeno cosmopolita, esta concepción del mundo ha subordinado a las personas y sus ideas. *“En varios aspectos, el nuevo ciclo de occidentalización replantea el problema de la mundialización de la industria cultural, con la expansión de los medios de comunicación de masa y la producción de una cultura de tipo internacional-popular. Se recurre a la movilización de todos los aspectos recursos de que disponen los medios de comunicación, de los medios en general, impresos y electrónicos, con la intención de “reeducar” a pueblos, naciones y continentes”*³³.

En lugar de tener una sociedad global prometedora en que “...la etapa actual del desarrollo capitalista ... no está sujeta al arbitrio absoluto de las clases y sectores dominantes en la economía y la política mundial; es resultado de la articulación precisa de procesos históricos“, nos encontramos en una sociedad problemática, en lugar de un mundo capitalista sin dilemas, encontramos un mundo capitalista difícil, problemático y contradictorio, un orden neoliberal donde la “... estrategia política con la cuál

32 Lyotard, Jean-François, Op. Cit., p.110.

33 Ianni, Octavio, Op. Cit., pp.46-47.

el capital monopólico y las burocracias políticas o élites gubernamentales de las grandes potencias se adaptan al contexto de la globalización y promueven una forma de inserción de las naciones, las comunidades y los individuos en ella”. Sea el narcisismo, el individualismo, lo efímero o el consumismo son conceptos propios de nuestra contemporaneidad, que representan la acuñación de una sociedad global que ha sabido hacer del mundo un perfecto telón para transformar la modernidad en algo difícil de especificar actualmente, al estar parados sobre este escenario a diferencia de la modernidad de hace siglos que se ha podido escribir su historia.

Zygmunt Bauman propone la teoría de “una modernidad líquida“, una analogía con los estados de la materia, que propone un estado de la modernidad al igual que el líquido, incapaz de poseer una estructura fija, la fluidez del agua, la efímera duración para conservar su forma.

La modernidad que propuso durante siglos, con el ímpetu de ser la iniciadora del progreso y el bienestar, se solidificó, se volvió tan rígida que la simple idea de cambiar el orden estaba totalmente fuera de lo permitido, se hacía inútil el pensar heroificar todas esas estructuras sociales tan complejas. Se necesitó romper el molde, la forma sólida vació toda la potencialidad del líquido que llevaba dentro, la búsqueda de caminos por donde avanzar imaginemos la creación de un río encontrando su caudal, la libertad del sujeto por obtener su propio molde, miremos en las expresiones artísticas de la posmodernidad, los moldes sólidos fueron sustituidos por otros, la nueva libertad debía ser buscada por los individuos.

El molde que se escoge individualmente no conserva mucho tiempo la forma, la velocidad de movimiento de la modernidad se vuelve sumamente veloz, con el acceso a los medios de comunicación y de transporte, la velocidad de traslado y de alcance se convierte en principal punto para obtener el poder. Lo instantáneo se vuelve el tiempo necesario para funcionar correctamente, los celulares, el e-mail ahora las redes sociales, demuestran que no es necesario estar en el lugar para estar presente.

El tiempo se ha vuelto independiente de la naturaleza, hemos construido máquinas para desplazarnos más rápido a otros lugares y creamos aparatos con los que podemos comunicarnos instantáneamente a pesar de la distancia. La dominación del tiempo se transformó en una riqueza, ahora el ser ligero representa una ventaja.

En la construcción de las ciudades el fin era establecer un territorio vasto, grandes castillos que durasen eternamente, grandes máquinas, las fábricas debían mantener al individuo dentro de sus paredes e intentar proporcionarle todos los servicios necesarios para que trabajase mejor, su trabajo era de por vida dentro de la misma industria. Hoy los poderosos son los

que rechazan lo durable y disfrutan de lo efímero de los objetos. El afirmarse en el suelo no es lo más importante si ese espacio puede ser alcanzado y abandonado cuando ya no es necesario. Grandes estructuras requieren grandes atenciones y servicios que desperdician tiempo en el camino al poder. *“En un universo donde el éxito consiste en ganar tiempo, pensar no tiene más que un solo defecto pero incorregible: hace perder el tiempo”*³⁴.

Para Bauman el consumismo es la ruptura con lo sólido, la necesidad como principio de la creación de productos, la necesidad descartada por el deseo, el hipnotismo por hacer que el sujeto se volviera adicto al consumo, el anhelo de satisfacer sus gustos, pero el deseo queda relegado por el placer y su persecución como fin de vivir.

Ahora todo gira en relación con el consumo, la compulsión a comprar, la búsqueda de sentimientos y seguridades está en lo material, la inseguridad de no poseer las sensaciones materiales que prometen traen la felicidad provoca un sufrimiento en la sociedad, por no tener el mundo que se dibuja, por descubrir la identidad que estamos buscando día con día. *“La búsqueda de identidad es la lucha constante por detener el flujo, por solidificar lo fluido... las identidades son semejantes a la costra que se endurece una y otra vez encima de la lava volcánica, que vuelve a fundirse y disolverse antes de haber tenido tiempo de enfriarse y solidificarse”*³⁵.

La apariencia es la única realidad, la relación social del individuo se da en el exterior, la apariencia surge a partir de las imágenes que construyen los medios. El sujeto es libre de elegir entre gran variedad de caminos, recordemos que en la posmodernidad las opciones sobran, sólo condicionado por la cantidad de recursos que cuente como consumidor.

La moda un instrumento de lo contemporáneo, *“La moda se ha convertido en un problema vacío de pasiones y de compromisos teóricos, en un pseudo problema cuyas respuestas y razones son conocidas de antemano; el caprichoso reino de la fantasía no ha conseguido provocar más que la pobreza y la monotonía del concepto... reestructurada en todos sus aspectos por la seducción y lo efímero”*³⁶, es un recurso que hace imaginar la libertad al sujeto, la elección del consumidor es un derecho, pero esta libertad no existe sin lo que el mercado abastece, el día de hoy la coerción social se da por la seducción, método utilizado para la obediencia.

El entorno social en el que viven los sectores ricos y pobres es el mismo, unos con mayor número de opciones, en lo que al consumo respecta, se vuelve menos soportable la opción de no poder elegir. El estilo de vida de las clases sociales ricas se abre paso con las clases bajas, llegando a dichos

34 Lyotard, Jean-François, Op. Cit., p.47.

35 Bauman, Zygmunt, Op. Cit., p.89.

36 Lipovetsky, Gilles, Op. Cit., p.10-12.

sectores con el despojo de placeres, ha que el deseo por obtener, divida las condiciones humanas provocando una competencia despiadada.

La “Hipermodernidad”, término acuñado por Gilles Lipovetsky, representa el triunfo del materialismo, en el que el individuo hipermoderno, hiperindividualista e hiperconsumista, se vuelve más frágil, frívolo y superficial. Los sujetos tienen opiniones menos establecidas y cada vez más variadas, gracias a un marco infinito y de puntos de vista subjetivos, provocando desequilibrios en la relación del individuo consigo mismo.

La producción y el consumo dejaron de estar reservados para las clases privilegiadas, con la sociedad de masas los caprichos capitalistas están al alcance de todos aunque sólo sea en deseo imaginario un sueño futuro, porque hay que recordar que todo cuesta. El consumo es más por placer que por necesidad, el lujo representa el cenit de la distinción social, la representación de las pasiones vanidosas que convierten al individuo en un consumista de sueños.

Los sujetos que mantiene objetos por mucho tiempo más allá del lapso de mercado representa un símbolo de carencia, de no poder sustituir por algo nuevo y mejor. En el ámbito entre productores y clientes los objetos eternos no cumplen ninguna función, solamente las cosas con un valor especial son retenidos por los individuos.

La voluntad de aliviar a la humanidad se ha convertido en el alivio del poder, las finalidades de este son el desarrollo del mismo, es un imperio creado sobre el mundo. El gusto por el placer individualista ha privado de valores a la sociedad, como los derechos humanos que no pueden ir de la mano con el consumismo, aunque también hay que reconocer que los derechos nunca se han mantenido como ahora, así como el respeto, la tolerancia y la libertad.

Estas libertades han forjado un individuo dueño de su vida pero sin ataduras firmes, fluctuante en sus gustos y aspiraciones, los medios de información han tenido que adquirir lo superficial y espectacular para mantener la atención de una sociedad seducida por la información.

Al permitir el acceso a la información, aporta a los individuos una mayor diversidad de opiniones, por lo que nuestra sociedad no se caracteriza por estar en consenso todo el tiempo, sino en conflicto permanente. Como consecuencia de la multiplicidad de pensamientos, éstos se vuelven intrascendentes y aparecen como antagonistas de los discursos emitidos por los medios. *“La homogeneización de los gustos y los modos de vida no se canaliza hacia una vida política y social consensuada, los conflictos continúan, pero*

a través de una pacificación individualista del debate colectivo a la que los medios han contribuido”³⁷.

La identidad es lo que cuenta, es difícil la convivencia con grupos que no compartan una imagen social similar, mantener alejado al diferente ha sido una preocupación contemporánea por la purificación, “a medida que el impulso hacia la uniformidad se hace más intenso, también se intensifica el horror ante los peligros representados por los “extraños entre nosotros””³⁸. Se ha convertido en una norma protegerse de lo extraño, si estamos en un mundo globalizado ¿Por qué, costumbres distintas, nacionalidad diferente y gustos extraños representan una barrera para la convivencia? al parecer ya no hay un modelo para los individuos sino conductas permitidas. Bauman cita a Guy Debord, “los hombres se parecen más a su época que a sus padres”. y los hombres y las mujeres de hoy difieren de sus padres y de sus madres porque viven en un presente “que quiere olvidar el pasado y ya no parece creer en el futuro”³⁹. Los jóvenes de nuestro siglo están acostumbrados a la comercialización, si un sujeto de hoy asiste a algún evento y no adquiere algún souvenir, no se sentirá contento ni realizado al 100%. Y es que la identidad generacional es un artículo, producido, distribuido y envasado que está conformada por las modas de consumo así lo afirma Naomi Klein⁴⁰, esta comercialización de la cultura deja de ser física y se convierte en un fenómeno mental.

Presenciamos nuevamente lo sublime en nuestra sociedad “...cuanto más progresan los comportamientos responsables, más irresponsabilidad hay. Los individuos hípermodernos están a la vez más informados y más desestructurados, son más adultos y más inestables, están menos ideologizados y son más deudores de las modas, son más abiertos y más influenciables, más críticos y más superficiales, más escépticos y menos profundos”⁴¹, si nos encontramos dentro de una sociedad global donde estamos unificados, al mismo tiempo no toleramos lo distinto.

Y observamos que la libertad de unas personas es consecuencia de la pérdida de la misma en otras, porque cuando se planea una sociedad encontramos el bienestar pero al mismo tiempo la desdicha. El progreso no nos conduce a una utopía social, porque hoy esa meta es individual y no colectiva, los sujetos buscan su crecimiento con intereses propios, en el mejor de los casos adecuar ese plan a los demás individuos.

Una prueba es ver los intereses de nuestros gobiernos contribuyendo a formar un sistema corporativista donde estas élites políticas y empresa-

37 Lipovetsky, Gilles y Charles, Sebastien, Op. Cit., p.45.

38 Bauman, Zygmunt, Op. Cit., p.115.

39 Ibid., p.138.

40 Klein, Naomi, NO LOGO, Ediciones Paidós, 2000, p.96.

41 Lipovetsky, Gilles y Charles, Sebastien, Op. Cit., pp.28-29.

riales se han unido, intercambiando favores para garantizar su derecho a apropiarse de los preciados recursos públicos, el gobierno crea mejores condiciones para las empresas, bajos impuestos, sin regulaciones y además la libertad de disponer como les plazca de sus trabajadores.

Como consecuencia se forma una población sumisa, temerosa e incapaz de lograr organizar hechos contra las decisiones que los dueños del capital puedan tomar. Pero para mantener el deber de trabajar en el sujeto, este debe encontrar satisfacciones, el hecho de calmar el hambre de obtener, el trabajo es el medio para poder consumir, los corporativos saben que para mantener el deseo debe ser satisfecho continuamente, sin embargo esta satisfacción siempre quedará a medias para que sea un negocio rentable y es que las aspiraciones del porvenir superaron las del progreso, que era uno de los motores de la modernidad. *“No se trata ya de salir del mundo de la tradición para acceder a la racionalidad moderna, sino de modernizar la modernidad misma”*⁴², nuestra sociedad se ha convertido en la exageración misma, todo es llevado a la hipermodernidad según Lipovetsky.

Vemos que nuestro desarrollo como sociedad no tiene como principales detractores las resistencias ideológicas o culturales, sino todo se organiza en cuestión del capital, del consumo o de la corporatividad. Nuestra sociedad moderna rigorista-disciplinaria es relevada por una sociedad de caducidad acelerada, el universo de la comunicación de masas se presenta como una fantasía que seduce a la población.

Heredamos del siglo XX la vivencia del presente, pero hoy la hemos llevado al apogeo, ya no hay una idea del futuro diferente al presente pareciera que con los avances tecnológicos nos es más difícil visualizar un mañana, por qué ya no imaginamos ese 2015 de la película *Back to the Future* (Volver al futuro) o el año 2062 de la familia *The Jetsons* (Los supersónicos) con la visión de un porvenir progresista, llegamos a una etapa de desencanto hasta del desencanto mismo, podemos decir que existe una confianza inestable en lo que “sucederá”. Los más jóvenes piensan en oportunidades para trabajar, en una formación académica para el futuro y no como satisfacción.

Sin embargo, no hemos acabado con la esperanza de un cambio, no hemos destruido la importancia de nuestro futuro, sigue estando la chispa para volver a encender la fuerza de un pensamiento racional y colectivo. Para ver que hay más profundidad en nuestras vidas echar una mirada al pasado *“Apropiarse de las modernidades del ayer puede ser a la vez una crítica a las modernidades de hoy y un acto de fe en las modernidades -y en el hombre y la mujer modernos- de mañana y pasado mañana”*⁴³.

42 Ibid., p.59.

43 Marshal, Berman, Op. Cit., p. 102.

Capítulo III

EL
DISEÑO
GRÁFICO
EN LA
ACTUALIDAD

El Diseño Gráfico, hoy en día tiene un papel sumamente importante en la comunicación, con la misión de organizar el entorno visual, legibilizar los mensajes visuales y mejorar la calidad de la comunicación en el entorno social. Podemos conocer nuestra disciplina, sin embargo, a veces es mal entendida incluso por el diseñador, y se mantiene opaco el fin del Diseño Gráfico a diferencia de otras disciplinas como la medicina, la física, las matemáticas, entre otras.

Se ha establecido un significado ambiguo en la palabra “Diseño” significa el resultado final, y al mismo tiempo es el proceso del mismo, Jorge Frascara escribe *“Diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisible en visible, y comunicar. Diseñar implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos, y usar la experiencia para guiar la toma de decisiones”*⁴⁴, un proceso complejo y racional.

Sin embargo, en muchos casos entendemos el diseño como un producto, siendo difícil imaginarlo como disciplina, sumando que hoy se vuelve más complicado, en una sociedad hiperconsumista donde el objeto es fuente principal del placer social. Y es que el diseño se convierte en una poderosa herramienta de comunicación con la fuerza para enviciar a la sociedad.

Las ornamentaciones, decorativos y patrones naturales que llaman la atención por su estética, son llamados “diseños”, razón para acarrear un significado confuso entre propios a la disciplina y ajenos a este. Y es que en el Diseño por encima de la estética, está el requerir una planificación para llegar a lograr un objetivo específico, ya sea en el Diseño Gráfico o en el Diseño Industrial, Joan Costa menciona *“Diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro”*⁴⁵. Como fuente de comunicación visual se debe afectar el comportamiento y las actitudes de la gente, dejando a un lado el simple hecho de crear algo de buen gusto.

El Diseño Gráfico comunica y persuade, en una sociedad que se ha vuelto visual, representa un papel fundamental, ha de configurar imagen y texto formando un lenguaje propio del diseñador gráfico, tengamos en cuenta que el Diseño Gráfico es racionalizar los elementos visuales para proyectar soluciones comunicativas por lo que el hecho de ser entendido por la gente es fundamental *“la construcción de mensajes no provienen ya de supuestos principios, estéticos universales o de caprichos personales del diseñador... Subordinar lo que el diseño debe ser a lo que debe hacer”*⁴⁶, siendo difícil con la actitud narcisista de muchos diseñadores.

44 Frascara, Jorge, EL DISEÑO DE COMUNICACIÓN, Infinito, 2006, p.23.

45 Costa, Joan, DISEÑAR PARA LOS OJOS, Design, 2003, p.11.

46 Frascara, Jorge, DISEÑO GRÁFICO PARA LA GENTE. COMUNICACIONES DE MASAS Y CAMBIO SOCIAL, Infinito, 2004, p.19.

Y es que el diseñador debe poseer una *alfabetización visual*⁴⁷, un proceso donde se involucra el pensamiento y la creatividad para la reelaboración del universo simbólico producto de la cultura. Teniendo la capacidad de interpretar significados de otros y producir nuevos, conocer, interpretar y modificar el entorno, de una manera inteligente con conocimientos firmes, el diseñador debe ser especialista en comunicación humana.

3.1 Antecedentes del Diseño Gráfico

Existen descripciones de los inicios del Diseño Gráfico, hay que tener claro que la definición de los objetivos como diseñador es reciente en relación a otras profesiones u oficios. Ésta definición “clara” sucedió en parte hasta que se marcaron las diferencias entre el arte y el diseño.

Teorías mencionan las cuevas de Altamira como cuna del diseño gráfico, *“Puede argumentarse que comunicaciones visuales con fines específicos fueron desarrollados desde hace 25,000 años, pero las diferencias de métodos de trabajo, de ciencias auxiliares y formación requerida son tales que no es posible realmente identificar al diseño gráfico actual con el brujo de Altamira”*⁴⁸. ¿Entonces cuál es la diferencia del Diseño Gráfico real?

Teóricos mencionan que surge, con el uso y desarrollo de las tipografías en el siglo XV gracias a la creación de la imprenta moderna por Johannes Gutenberg, este invento cambió la construcción de mensajes visuales que dieron un paso al futuro, se logró de transmitir mensajes a un público más grande por lo que se necesitaban soluciones más variadas, por lo que se dio origen al diseño de tipos así como composiciones innovadoras dentro de las publicaciones de dicha época.

Las pinturas rupestres que describían la vida cotidiana realizadas por un instinto más que por un objetivo o la imprenta de Gutemberg más conectada con la máquina y creando espejos de lo que ya estaba hecho, la segunda sarcásticamente es una relación parecida con el diseñador que vemos hoy. Pero hay que tener presente, que son piezas importantes en la construcción de nuestra disciplina que conocemos a la fecha.

Durante el siglo XIX ya existía una necesidad de producir mensajes visuales, destacamos la influencia de la Revolución Francesa y la Revolución Industrial exigiendo una comunicación aplicable en la publicidad y el de-

47 Agustín Lacruz, María del Carmen y Gómez Días, Raquel (Eds.), POLISEMIAS VISUALES APROXIMACIONES A LA ALFABETIZACIÓN VISUAL EN LA SOCIEDAD INTERCULTURAL, Universidad Salamanca, 2010, p.12.

48 Frascara, Jorge, 2006, Op. Cit., p.33.

sarrollo de las relaciones de masas, no había un diseñador encargado de esto, sino que la tarea era encargada a artistas o impresores.

Sin embargo, los encargados del diseño eran impresores y artistas, el primero dotado de todos los conocimientos mecánicos para la reproducción pero careciente de la sensibilidad y el saber comunicativo que se necesitaba mientras que el artista siempre con la finalidad de expresarse imponiendo su estilo personal como primordial. *“El impresor muchas veces veía arte en el uso de ornamentos y en el cambio de fuentes tipográficas, estilos y medidas, en sus composiciones impresas. El dibujante veía a la tipografía como elemento secundario y prestaba atención a los aspectos ornamentales e ilustrativos, a pesar de que en muchos casos la caligrafía y la imagen estaban muy integradas”* ⁴⁹.

El Art Nouveau surgió a finales del siglo XIX, su influencia abarcó todas las bellas artes, identificada por su forma orgánica. No podemos menospreciar este estilo como simple decoración, hay que observar el peso evolutivo que tiene sobre el diseño, desatando la importancia creativa y fresca que trajo consigo, abriendo las puertas al movimiento moderno del siglo XX, alistando el camino hacia la innovación.

Las formas orgánicas, el dominio del espacio, el color y texturas son elementos usados por el Nouveau, antes las ornamentaciones eran decorativas solamente pero en ésta etapa los objetos, las formas básicas y contornos fueron formados y desarrollados con ornamentos. Ese nuevo estilo formado de líneas y formas imitando la naturaleza, sin embargo, eran inventadas por el artista, dio dirección a libertades creativas y construyó un camino a lo que después sería abstracto. Además, reparó la brecha que la revolución industrial había dejado en sus diseños “en masa a bajo costo” por lo que se implementaron métodos para revalorizar el trabajo manual, mejorando la calidad de la comunicación visual.

“Después de la I Guerra Mundial, la producción, la producción de artículos de marca creció de una forma impetuosa, de la que la publicidad se benefició cuantitativamente pero apenas cualitativamente” ⁵⁰. La demanda era alta en comparación con los valores cualitativos que obtenía el diseño, pero funcionó para que el Diseño alcanzase un lugar en la sociedad.

Durante la primera mitad del siglo XX hubo cambios políticos, económicos y sociales, nuevos movimientos artísticos comenzaron a remplazar las tradiciones visuales, cambiándolas por concepciones analíticas de los elementos formales del diseño y comenzando investigaciones acerca del

49 *Ibid.*, p.36.

50 Müller-Brockmann, Josef, HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL, GG Diseño, 1998, p.78.

conocimiento científico que se necesitaba para perfeccionar la comunicación visual.

La aparición de movimientos como el constructivismo ruso, el futurismo, el dadaísmo, el surrealismo y De Stijl, marcaron la historia del diseño con sus nuevas ideas y puso al diseño en nueva dirección, así como los modos de percepción de la sociedad. Por un lado el espíritu de movimiento sin límites, la irracionalidad, la búsqueda de libertad y la oposición al estilo de la época de movimientos como el dadaísmo mientras que del otro, los estilos como el constructivismo con su carácter exacto y el rigor formal de movimiento.

Se puede resaltar la diferenciación en las tipografías usadas por el movimiento Dada, el uso de distintos tamaños hacía resaltar elementos por encima de la forma, criterio que actualmente es usado en la jerarquización de elementos. La ruptura de tradiciones que trajo el cubismo, al dejar la influencia renacentista que se mantenía en las obras también el futurismo que se encargó de mostrar distintas perspectivas dentro de una misma obra.

En el constructivismo se fijó la visión para estructurar el espacio y la percepción del peso visual, al igual que la tensión dentro de la obra, ya que estos artistas consideraban su trabajo en similitud con los ingenieros o constructores. Entre los años 20 y 30 , surgió el Art Déco dónde el lujo y lo exótico era primordial, un mercado para la sociedad de masas se gestaba, un arte decorativo en combinación con la innovación industrial. El arte del siglo XX sin duda sentó bases del Diseño Gráfico, elementos, teorías e ideales tomados de las vanguardias sirvieron para construir una visión que es cimiento para los métodos que usamos en el diseño de comunicación hasta la fecha.

Para que existiera una cultura de la gráfica comunicativa se necesitaban escuelas que influyeran realmente en una nueva concepción. En 1919 abre sus puertas la Bauhaus dirigida por Walter Gropius, escuela que abarcaba variedad de disciplinas, dibujo, pintura, diseño de exteriores e interiores y el diseño de objetos para uso cotidiano, se transformó en la cuna más importante del arte europeo.

Gropius mantenía la idea de que artistas y artesanos eran iguales, visualizaba en construir una unidad entre arquitectura, escultura y pintura, todas como una misma hacia el futuro, unidas con la tecnología para obtener productos al alcance de todos los sectores sociales. El arte y la artesanía debían unirse nuevamente a la industria, como había sido hasta antes de la Revolución Industrial donde el arte se separó del proceso industrial.

La enseñanza que se impartía intentaba unir la producción con las necesidades sociales, el objetivo era producir objetos con una estética aprendida en la Bauhaus y con esto llevar el arte a la vida cotidiana. *“El arte produciría objetos útiles, idénticos para todos y perfectamente funcionales, de manera que la sociedad pudiera ser conciente de su unidad y de su compromiso hacia un esfuerzo común en el futuro”* ⁵¹. Así como disponer reglas dentro de lo visual, al igual que en toda sociedad, para llevar al orden colectivo, se enmarcaba el diseño como protagonista de la transformación global, se logró consagrar al diseño como una disciplina proyectual.

Los objetos diseñados dentro de la Bauhaus eran considerados símbolos para la humanidad, ser diseñador era ser conciente de la sociedad. *“Coherencia, economía y simplicidad fueron conceptos altamente valorados en el Bauhaus, vistos naturalmente relacionados con funcionalidad y belleza”* ⁵². Esta emblemática escuela concedió al Diseño Gráfico aspectos formales y estructurales, fortaleció la comunicación que este proyectaba, utilizando la fotografía, la tipografía y la composición. Así fue el desenvolverse de la Bauhaus hasta que cerró sus puertas en 1933, por los nazis a causa de la Segunda Guerra Mundial.

Al concluir la SGM, en 1953 surge la escuela Hochschule für Gestaltung de Ulm, Alemania, considerada la heredera de la Bauhaus, fomentó la innovación y el cambio como puntos de desarrollo, convirtiéndose en una de las escuelas de la década de los 50 y 60 más progresistas en la enseñanza del diseño.

La escuela fue pionera en integrar los conocimientos científicos con el diseño, una pedagogía, reflexión, métodos, análisis y síntesis para el diseño. A diferencia de una visión más artística por parte de la Bauhaus, sin hacer a un lado su gran aporte de teorías como la psicología de la Gestalt, la escuela de Ulm desvió su ideología hacia un camino metodológico. Entre los profesores e íconos del diseño: Otl Aicher, Max Bill, Gui Bonsiepe, Josef Müller-Brockmann por mencionar algunos. Cerró sus puertas en 1968.

Ambas escuelas tuvieron influencia en la formación del Diseño Gráfico que hoy vemos *“... mientras la Bauhaus se proponía ser la conciencia del mundo, su campo de acción fue reducido; Ulm, por el contrario, sólo quería satisfacer necesidades funcionales pero su acción, entendida como metáfora de la acción de todo el diseño en la segunda mitad del siglo, transformó la conciencia del hombre en relación con los objetos”* ⁵³.

51 Beltran, Félix, “La visión del Bauhaus” Conferencia: Homenaje al cincuentenario del Bauhaus, Biblioteca Nacional, La Habana, 1969. En Méndez Mosquera, Carlos (Ed.), ENSAYOS SOBRE EL DISEÑO: DISEÑADORES INFLUYENTES DE LA AGI, Ediciones Infinito, 2001, p.83.

52 Frascara, Jorge, 2006, Op. Cit., p.47.

53 Arfuch, Leonor, “Introducción”. En Arfuch, Leonor, Chaves, Norberto y Ledesma, María, DISEÑO Y COMUNICACIÓN: TEORÍAS Y ENFOQUES CRÍTICOS, Paidós, 2003, p.27.

A partir de este momento los objetos fueron cargados de un elemento en que el diseño era responsable, un valor simbólico, un punto extra además del significativo que cada objeto poseía, en adelante nuestra disciplina tuvo gran responsabilidad en la transformación social que se experimentó en el siglo XX.

Para la segunda mitad del siglo pasado, el diseño gráfico a gran escala hizo su aparición, surgió el Supermanierismo y la Supergráfica, el primero como contradicción del manierismo que identificaba el arte elegante del siglo XV. El Supermanierismo principalmente visto en la arquitectura donde eran usadas las figuras geométricas que se les agregaban cortes en zigzag fijando elementos urbanos en la edificación, combinando estos factores formales con otros psicológicos, Robert Venturi fue de los más reconocidos supermanieristas.

A mediados de 1960, en combinación con el ambiente urbano, muros y techos eran plasmados con aplicaciones visuales que daban vitalidad y color a las construcciones, definían un estilo, la Supergráfica, que fue usada para imagen corporativa así como en diseño de interiores además de nutrir la publicidad del pasado y nuestro presente, Barbara Stauffacher Solomon y Charles W. Moore fueron principales representantes de dicho estilo.

Durante los años 60 en la cultura occidental tuvo florecimiento el cartel psicodélico, en respuesta a cambios sociales: las ideas antiguerra, de libertad y conciencia social. Demostró un potencial en la aplicación innovadora del color, el uso de tipografías libres en un punto límite de legibilidad, además logro conjuntar distintas influencias como el Op Art y elementos del Art Nouveau que se dejaban ver claramente en los diseños, haciendo una reinventaba del pasado.

Con el Supermanierismo, la Supergráfica y el Pop art el diseño gráfico toma una forma más parecida a lo que conocemos hoy, nuestra disciplina ya forma un camino por si sola, con escuelas y fundamentos la comunicación visual necesita de un estudio propio.

3.2 El diseño en la modernidad

Todo lo que englobe el proceso de comunicación, sin duda es fundamental para desarrollar un progreso como individuos y este florecimiento de la razón recordemos que es motor principal de la modernidad.

Indicios de diseño existen desde el inicio de la comunicación, por doquier hubo intentos de articulación para crear un lenguaje visual, sin embargo,

hechos a nivel primario en comparación de los alcances en la modernidad. Y es que las necesidades a las que asiste el Diseño Gráfico no son naturales o instintivas, *”... su funcionamiento está regido por sus relaciones con el poder económico, político, cultural. Las necesidades de comunicación visual no son “naturales” sino que provienen de un contexto económico- social al que se pertenezca”*⁵⁴.

La escritura ha existido desde hace miles de años, sin embargo, por mucho tiempo se mantuvo sin organización, la aplicación de marcas gráficas fue importante en el desarrollo de la interpretación, podemos pensar que esta evolución en la escritura surge de ideas pertenecientes al Diseño Gráfico, aunque sería pretencioso afirmar que es responsable de la escritura como tal, rescatemos que el pensamiento gráfico ya estaba formándose.

Podemos decir que en la modernidad como paradigma vigente surge el Diseño Gráfico, con la misión de mejorar en conjunto, de transformar la vida en una zona de confort para la existencia del sujeto. Con la imprenta ya en existencia era clave dar un uso eficiente a la comunicación escrita, consecuentemente se usó como complemento la imagen para transmitir información, junto con las ideas de la Ilustración se cambió la manera de percibir el conocimiento y se buscaba llegar a la razón, aspecto en la que la imprenta cooperó. Al hablar de dar sentido a mensajes por medio de la relación imagen-texto, vemos los principios del Diseño Gráfico dentro de la modernidad. Con los avances la necesidad de comunicación se modifica, la aparición de la fotografía rompe precedentes y aumenta las capacidades de la imagen con respecto a transmitir mensajes, los avances tecnológicos modifican la semántica de la iconósfera constantemente.

*“La iconósfera se habría constituido en las sociedades industrializadas, por lo tanto, tras un siglo que había asistido al invento de tecnologías y de modalidades expresivas de la imagen tan fundamentales como la fotografía, la litografía, el cartel, el fotograbado, la narrativa dibujada de los cómics o aleluyas, y el cine, medios que densificaron espectacularmente el capital icónico en los espacios privados y públicos de las sociedades urbanas”*⁵⁵. La iconósfera es el entorno cultural, donde se desarrollan las interacciones entre los medios de comunicación y los receptores, el desarrollo de ésta ha crecido en relación al aumento en la velocidad de la vida, *“Se a estimado, por ejemplo, que en época de Lautrec un peatón concedía 20 segundos al examen de un cartel, pero en 1960 se calculaba que su atención no superaba los dos segundos”*⁵⁶.

54 Ledesma, María. “La comunicación, ¿función del diseño gráfico?”, En Op. Cit., Arfuch, Leonor, Chaves, Norberto y Ledesma, María, P.41.

55 Gubern Román, Op. Cit., p.107.

56 Ibid., p.123.

Cualquiera que sea la materia, ésta debe estar ordenada, la organización de las partes dispone de un modo para racionalizar los elementos, éste proceso es importante dentro de la modernidad sirviendo para que definiera al diseñador como tal, tener presente la sociedad, la significación del espacio y la comunicación, es la diferencia entre diseñador y artista.

El significado está inscrito en la forma de razonar para el sujeto, todo significa de acuerdo a los esquemas de conocimiento que hay en una cultura, *“El significado de las cosas que no han sido hechas para comunicar, es un producto unilateral del individuo que interpreta lo que percibe y le da sentido. No así los productos de la comunicación, donde los significados están pre-determinados por su emisor”*⁵⁷. Dentro del papel del diseñador está comunicar, éste configura los significados para lograr estructurar un mensaje eficiente, dejando atrás la improvisación, para transmitir correctamente el significado del sistema gráfico diseñado.

Los métodos, así como las normas culturales que existen en la concepción del diseño, forman un productor de la estructura social con cada diseño logrado, para tomar parte en la integración de los individuos al sistema social mediante la producción de los mensajes visuales, *“el diseño en general como una institución de la sociedad actual, como una institución que genera discursos dominados por las nociones de productividad, rendimiento, eficacia, funcionalidad, por un lado, y por el otro lo que funciona de coartada: lo útil”*⁵⁸.

El Diseño Gráfico no puede reducirse solamente a su valor comunicativo, ni económico, ni formal o estético. Debe entenderse como un sistema que actúa y trabaja conjuntamente, en la modernidad se entendieron estos valores, ésta unión se comenzó a teorizar, *“... es propio de las culturas posteriores a la revolución industrial... pues no comienza verdaderamente a existir sino con su liberación formal en tanto función, signo, y tal liberación no llega sino con la mutación de esta sociedad propiamente industrial en lo que podría llamarse nuestra tecno-cultura, con el paso de una sociedad metalúrgica a una sociedad semiúrgica, es decir, cuando comienza a plantearse, más allá del status de producto y de mercancía (más allá del modo de producción, de circulación, y de intercambio económico) el problema de la finalidad de sentido del objeto, de su estatus de mensaje y de signo (de su modo de significación y de intercambio/signo). Esta mutación se esboza a lo largo del siglo XIX pero es la Bauhaus la que la consagra teóricamente”*⁵⁹.

El paradigma de la modernidad posibilitó el hecho de concebir racionalmente todo nuestro entorno, así mismo, el Diseño dejó la determinación

57 Costa, Joan, Op. Cit., p.55.

58 González Ochoa, César, EL SIGNIFICADO DEL DISEÑO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL ENTORNO, Designio, 2007, México, p.49.

59 Ibid., p.56.

artística e instintiva para convertirse en una fuerza socio-cultural, significó para la industria (agente importante en la transformación del mundo) un nuevo modo de producción, distribución y entendimiento en la importancia de ésta para el entorno social.

Cargado de ideologías, el hecho de diseñar creció con convicciones colectivas, un vínculo solidario con las relaciones sociales, un equilibrio entre el pensamiento y lo tangible. El diseño se llenó de “...procesos múltiples, pero coherentes en el fondo, y acumuló atributos como los siguientes: racionalismo, humanismo, universalismo, utopismo, idealismo, voluntarismo, moralismo, mecanicismo, silogismo, ergonomismo o fisiologismo, progresismo, modernismo, profesionalismo, elitismo, vanguardismo, paternalismo, verticalismo, tecnocrasismo...”⁶⁰, herencia de la modernidad y parte de la edificación social actual, se impregnó de la visión revolucionaria, esperando un cambio de paradigma.

Al nacer la conceptualización del Diseño, la modernidad estaba al borde de transformación, esa voluntad revolucionaria se convertía en un miedo contra la misma modernidad, muchos de los ideales que se poseían estaban envueltos en utopías, haciendo a un lado esa relación social que debería involucrar la pragmática (estudiar cómo influye el contexto en la interpretación de los significados). Era una sociedad que miraba con ojos incrédulos esa disciplina extraña, llamada Diseño, representó una difícil inserción, a diferencia de la situación en nuestros días donde los diseños son instrumentos usuales.

Lo que empezó siendo un impulso ideológico, pasó a convertirse en un empuje económico, se vinculó con el desarrollo del mercado, es claro que en una sociedad capitalista era lo que debía suceder pues ya estaba sucediendo, en ese contexto todo lo que no ingresa dentro del mercado es carente de una realidad social, haciéndolo invisible e imposible de mantenerse a flote. Aquí cambia el paradigma, entonces podemos decir que la modernidad nutrió al espectro del Diseño con agentes racionales e ideológicos, superando lo cuantitativo por lo cualitativo, pero esto cambiaría, con una inversión en los papeles.

3.3 El diseño y la posmodernidad

Una diferencia que pone en contraste dos paradigmas dentro del Diseño Gráfico es la desconfianza de la posmodernidad en los ideales progresistas que acuñó la modernidad, el progreso humano a través de la razón y el

⁶⁰ Chaves, Norberto, EL OFICIO DE DISEÑAR PROPUESTAS A LA CONCIENCIA CRÍTICA DE LOS QUE CO-MIENZAN, Gustavo Gili, Barcelona, 2001, p.19.

conocimiento, si la modernidad pretendía cambiar el mundo, en la posmodernidad se podía aceptar el mundo actual y, sin ser el objetivo, se convirtió en un cómplice de la cultura comercial de masas.

Como se menciona en el capítulo anterior, la posmodernidad ofreció múltiples puntos de acceso al producto de diseño y abierto a múltiples interpretaciones. Si la modernidad hacía de la técnica lo primordial, la posmodernidad descubría el lugar donde todo se valía, fue el fenómeno que rompió la profundidad de análisis y soluciones, la posmodernidad está tan establecida como forma de pensar en nuestra época que no puede dejarse pasar por alto.

Usando un fragmento de Rick Poynor donde cita a John Lewis: *“Antes de empezar a quebrantar las normas uno ha de saber cuáles son. Después de conocer los procedimientos adecuados se pueden analizar críticamente para ver si, desobedeciéndolos deliberadamente, se añade algo al método de comunicación”*⁶¹. Y es que esto representó una fuga en el objetivo del Diseño Gráfico, la comunicación pasó a segundo lugar.

Con el transcurso del tiempo y los cambios producidos por el capitalismo trajeron consigo un peligro, preferir el aspecto estético sobre el comunicativo lleva a un problema: establece un orden en el que los diseñadores debemos adaptarnos al mercado, que se introduce dentro de la cultura formando un horizonte empresarial, por lo tanto el poder económico está por encima del éxito comunicativo. La manera de razonar dentro de las ideas posmodernas han sido peligrosas en la medida que han negado ser parte del neoliberalismo, sin embargo, forman una pieza fundamental en la cimentación del mismo.

El menosprecio de la parte comunicativa del Diseño y la ausencia de teorías en una parte sumamente importante de la configuración social, como lo es nuestra disciplina, no son mas que reflejos de la sociedad actual. Partiendo de la idea de que el sujeto social se forma con el entorno que el mismo ha moldeado, la tecnología y la comunicación han cambiado, lo que provoca las modificaciones en la configuración del mundo y el deterioro por la evolución teórica dentro de la Comunicación Visual.

Se ha hecho poco para ver la acción que el Diseño tiene sobre el mundo, el pensamiento filosófico, científico y sociológico no se encuentra en armonía con el acto de diseñar, el que proyecta tiene la noción de experimentar. Con una actitud posmoderna donde la libertad individual y el producir la necesidad es lo principal, debemos reconocer que los diseñadores gráficos contagiados por esa actitud, no hemos sido muy afines a teorizar sobre nuestra disciplina.

61

Poynor, Rick, NO MÁS NORMAS: DISEÑO GRÁFICO Y POSMODERNO, Gustavo Gili, 2003, p.12.

Podemos observar muestras de Diseño Gráfico entre los años 1970 y 1980 que expresan una distinción en soluciones, y transmitían el mensaje de la época que se vivía, aunque muchos diseñadores utilizaron un enfoque conceptual establecido, pretendían expresarse explícitamente de un modo que llegara a todos los espectadores, con creaciones a partir de inspiración encontrada en la arquitectura moderna, los electrodomésticos y objetos de la cultura consumista.

El Diseño se convirtió en un aspecto de la subcultura, una herramienta creativa para que los jóvenes se comunicaran entre ellos, como el Punk que se convirtió en influencia importante sobre el Diseño Gráfico, en este contexto los realizadores eran autodidactas, “... los pensadores de distintas disciplinas desafiaron las ideas restrictivas y normatizadas, así como las tendencias totalizadoras de cualquier tipo”⁶². A pesar que la clase dominante de diseño profesional en un principio dio la espalda a este tipo de estrategia con el tiempo comenzaron a usar las mismas técnicas y recursos, hasta convertirla en una estética influyente de la iconósfera actual.

Romper las normas fue paradójicamente la norma, la preocupación de diseñadores en esa época no era la legibilidad o la funcionalidad sino la construcción de una imagen estética y total, cayendo en ocasiones en la ilegibilidad. Nos encontramos con un concepto para definir: “deconstructivismo”, que al igual que la posmodernidad no mantiene una definición precisa, así como la ausencia de representantes que se hayan etiquetado como tales, ni referencias teóricas directas, para la mayoría de diseñadores fue una moda, sin embargo, me parece preciso tocar esta concepción.

El deconstructivismo “Con la tendencia denominada deconstruccionista (algunas veces denominada deconstructivista), las convenciones del diseño gráfico profesional, tanto el moderno como el ecléctico, fueron deliberadamente cuestionadas y rechazadas... debe entenderse como una crítica a las oposiciones jerárquicas que han estructurado tradicionalmente el pensamiento occidental... Hablando de construcciones culturales que nosotros sin conocer asumimos como inevitables... no es destruir estas categorías sino desmantelarlas y reinscribirlas”⁶³. Usado como un recurso para evitar la inercia de los significados y maximizar la acción del receptor, desorganizar las estructuras preconcebidas culturalmente. El antiguo orden es sustituido por un nuevo desorden visual, en un punto donde se perdió la dirección estructuralista.

Nos hemos convertido en seres receptores y atrapados por estímulos, mediante el nivel de consumo y el deseo de satisfacciones. El diseño va de la

62 Poynor Rick, Op. Cit., p.38.

63 Ibid., pp.44-46.

mano con la publicidad, debido a la fuerza que posee se ha transformado en algo muy parecido a un idioma internacional. Naomi Klein menciona “Estoy persuadida de que es en esta red de vínculos globales donde los ciudadanos del mundo terminarán por encontrar soluciones sostenibles para este planeta vendido en subasta... Se dice que las grandes empresas han adquirido tanto poder, que se han hecho más fuertes que los gobiernos. Que, a diferencia de ellos, no tienen que rendir cuentas más que a los accionistas”⁶⁴, con las empresas dominando gran parte de las decisiones globales, es importante tener presente la fuerza que tiene la publicidad al funcionar como su principal método de persuasión.

La sociedad contemporánea llega a ser superficial, dirigida por un capitalismo defectuoso y atrapada en el consumismo sin sentido, la idea de tener muchas alternativas culturales fue traicionada por las franquicias y la censura de las grandes compañías.

MTV, Nike, Apple, Microsoft, etc., son marcas que se desarrollaron gracias a una conceptualización visual de su publicidad y productos, los adolescentes de 1990 eran una manada: si un joven compraba significaba que sus coetáneos también lo harían, así los objetos pasaron a convertirse en una imagen cultural, visible en la música, los deportes, el estilo y entretenimiento.

*“Lo cool, según parece, es la cualidad imprescindible de las marcas de la década de 1990... Si antes los graffiti eran puntos de encuentro, ahora las supermarcas se han impuesto a todos, incluyendo creadores de los graffiti. No quedan espacios sin marcas”*⁶⁵. Durante esta década, la búsqueda del catalizador para el mercado estaba en la vida cotidiana, Naomi Klein nos habla sobre el cambio generacional que existió en el marketing, así como el posicionamiento de las marcas por medio de elementos urbanos como el hip-hop. Por otro lado está la antimoda, en este caso las empresas debían internarse en una estética “no cool”, apropiándose de las actitudes contrarias e irónicas al consumo por parte del sujeto, con el fin de cubrir toda la cultura existente.

*“El modernismo de la Bauhaus, por ejemplo, tenía de sus raíces en la imaginación de una utopía socialista despojada y sin adornos chillones, pero casi de inmediato fue adoptado por el estilo arquitectónico relativamente barato que se aplicó a los rascacielos de las empresas estadounidenses... una y otra vez se despoja a los estilos de su sentido original, el efecto de la nueva rapiña cultural en los movimientos de naturaleza política resulta a menudo tan ridículo que la reacción más sensata es reírse”*⁶⁶. Estos hechos por parte del

64 Klein, Naomi, Op. Cit., p.27.

65 Ibid., pp.100 y 104.

66 Ibid., p.117.

marketing han sido técnicas que perduran hasta hoy en día, alcanzaron y contagiaron el Diseño Gráfico, quizá es por esto que se ha perdido el fin constructivo en muchos diseños.

La desmaterialización de los objetos, la subordinación de la forma por debajo del significado atribuido por el mercado, a pesar de que nuestra sociedad es consumista, estamos seducidos por el significado de lo material, esta contradicción, se debe al grado cognoscitivo que se hace presente en la configuración de los objetos, la seducción, los deseos y anhelos que son depositados connotativamente han desplazado las normas sociales.

“La distancia (es decir, nuestra escasez de conocimiento) hace confusos los detalles y borra todo lo que no encaja bien en la Gestalt. Ilusión o no, tendemos a ver las vidas de los otros como obras de arte. Y, al verlas de ese modo, nos debatimos por lograr lo mismo: todo el mundo trata de convertir su vida en una de arte” ⁶⁷. Los diseños son productos masivos para la variedad individual, en muchos casos utilizados como status social, para otros ha significado libertad de consumo. Nuestra labor como diseñadores ha sido desplazada hasta éste punto como parte de la cosmovisión actual

3.4 El diseño frente a la actualidad

Actualmente el aprendizaje no se obtiene solamente asistiendo a escuelas, con los avances y la información en la Internet, existe un contexto de aprendizaje que exploramos individualmente y de acuerdo a nuestros requerimientos, por lo que se han desarrollado distintas formas de comunicación e información. Nunca la tecnología nos ofreció tantas posibilidades para ayudar al conocimiento, sin embargo tampoco se habían ignorado ni usado tan fríamente la información como hoy, el número de avances es tal que no permite al individuo obtener el control ni su asimilación, la levedad de los objetos se vuelve presente.

En palabras de María Teresa Olalde *“... los efectos actuales de la velocidad, facilidad y volumen de la información, junto con su paradoja de que tales características tienden a convertirse en depravadoras del conocimiento, de la experiencia abrumadora que implica lidiar con tal vorágine de información que llega a minar la capacidad de comprensión del receptor”* ⁶⁸. El receptor se convierte en mera pantalla para la proyección de información, un punto en donde desechan todas las redes de comunicación.

⁶⁷ Zygmunt, Bauman, Op. Cit., p.88.

⁶⁸ Olalde Ramos, María Teresa, “El diseño frente al conocimiento, la comunicación y la cultura”. Guzmán Bofill, Silvia y López Arredondo, Guillermina (Comp.), JOAN COSTA. CONFERENCIAS EN LA UNAM. REFLEXIONES EN TORNO A LA SOCIOLOGIA DEL DISEÑO, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2010. 78p.

En un mundo visual, el exceso de imágenes acaba por trivializarlas y transformarlas en invisibles ante los ojos del receptor, afirmando el mismo postulado en la comunicación por medio de cualquier canal, no sólo por la pérdida en el valor del mensaje, sino por la dificultad de localizar la información pertinente en medio de una quimera comunicacional. Entonces un lugar con algunos diseños atrae la mirada, sin embargo, el exceso desvía y hace invisible, antes de convertirnos en receptores, emisores, clientes o targets, somos un ser visual, todo lo que vemos influye en nuestra percepción, por lo mismo, la polución visual nos afecta.

La computadora se ha convertido en una revolucionaria, supuso un punto nuevo en la historia y en casi todos los aspectos de la vida. En el campo del diseño su huella ha sido trascendente, como una herramienta de trabajo imprescindible, versátil y con un potencial casi infinito. En la década de 1980, la tecnología que era desarrollada en esa época no parecía satisfacer las necesidades de los diseñadores, con la resolución tan baja de los mapas de bits, realizar un diseño con este medio se veía como un retroceso, con aplicaciones primitivas visualmente, los representantes mantenían la idea de que un día el diseño por computadora estaría en la cima, hoy podemos descifrar qué sucedió con estas predicciones.

Con estas modificaciones gracias a la tecnología, el Diseño Gráfico necesita una readaptación cognitiva acorde al presente si en verdad quiere obtener el lugar que se ha deseado. El proceso de diseño ha cambiado, nos encontramos en una época virtual, en donde las herramientas parecieran crear por sí solas; están invadiendo el lugar del racionamiento proyectual. *“Así el diseñador deberá tener presente, entre otras cosas, de manera general y específica, la arquitectura de la información, es decir, el orden discursivo y el manejo de las capas tectónicas del conocimiento”*⁶⁹. Los sujetos seguimos pensando de una manera analógica, por lo que necesitamos representaciones materiales para comprender mejor nuestra realidad.

Esto último podemos ilustrarlo a partir del análisis que con base en una investigación de campo realicé, con la finalidad de comprender de manera más amplia la causa de que los estudiantes de Diseño Gráfico privilegien la práctica sobre la teoría, el 58% de los encuestados piensan que la práctica es el motor principal del Diseño contra un 38% que piensa en la teoría.

Todo diseño cuenta con influencias visibles, incluso explícitas, y la presencia de éstas no determina o niega su fin. Dentro del sujeto es natural la imitación, es lo que ha nutrido la iconósfera, sin embargo, existe una exaltación por imitar, un espiral sin fin, ha surgido lo Vintage y lo Retro como

69 Tovar Romero, Iarene, “Cambio de paradigma en los procesos de comunicación y diseño”. En Guzmán Bofill, Silvia y López Arredondo, Guillermina (Comp.), Op. Cit., p.70.

muestra de esta postura, un reciclaje siempre renovado culturalmente, entonces ¿La tecnología a diferencia de las concepciones sociales son las únicas que avanzan evolutivamente?

¿Cómo ha impactado la tecnología en el Diseño Gráfico? Con las facilidades que nos brinda la tecnociencia nos vemos seducidos por ventajas y atajos, llegamos a correr el riesgo de caer en modas, perdiendo la capacidad de análisis al igual que la pérdida del proceso de comunicación.

Las herramientas digitales y dispositivos han abierto un área bastante amplia para el desarrollo del diseño en lo que a multimedia se refiere, así como el impulso de los profesionales en éste campo, aumentando las investigaciones dentro de los nuevos medios de comunicación que rodean nuestro entorno, pero han provocado un conflicto con nuestra labor como comunicadores visuales, nos ha vuelto una herramienta para clientes y no un organizador ni creador de los mensajes.

Joan Costa propone la idea de que significamos más que simples creadores gráficos, “no puedo entender el diseño gráfico como <cosas> (carteles, marcas, webs, embalajes, señaléticos), sino como <hechos sociales>, es decir causas de comunicación... Es aquí donde el Diseño está vivo. Cuando entra en interacción con la gente”⁷⁰. Así, nos presenta un esquema de cómo ha evolucionado nuestra disciplina:



“Primero fue el Grafismo (siglo XV). Después el Diseño Gráfico (siglos XVI-XX). Ahora, la Comunicación visual (siglo XXI). Esta última integra precedentes y abre una nueva dimensión al diseño”⁷¹. Es así como el diagrama de evolución también sirve para proyectar el nivel conceptual en el que debemos ubicar la Comunicación Visual, más allá de los objetos o imágenes que se materializan, y profundizar en los fundamentos comunicativos, ya que sus alcances abarcan el Grafismo y Diseño Gráfico.

El diseño en los medios multimedia necesita de un novedoso lenguaje de comunicación, a diferencia de carteles, anuncios, etc., basados simplemente en la organización bidimensional y su objetivo comunicacional, como diseñadores multimedia debemos construir un vínculo entre la fun-

⁷⁰ Costa, Joan, “Cambio de paradigma: la Comunicación Visual”. En <http://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual>

⁷¹ Ibidem.

cionalidad, el objetivo, las ventajas tecnológicas y la interactividad con el receptor, que busca respuestas específicas y personalizadas, busca el interactuar con el mensaje, dejando a un lado la pasividad al recibir el mensaje. Alejandro Tapia define las nuevas acciones del receptor, *“El lector puede hacer variaciones en los recorridos, puede cambiar de contexto informativo, puede desplazarse ágilmente entre diferentes géneros, hacer conexiones inmediatas entre procesos de símbolos o puede transitar por sistemas de información de distintas latitudes e idiomas”*⁷².

A pesar de que la forma para entender los discursos visuales ha cambiado en los medios digitales con relación a formatos analógicos, la estructura contemporánea multimedia no asegura que el nivel de razonamiento en el receptor y el emisor sea más complejo, podemos ver muchos ejemplos en la red o los medios masivos donde las muestras no hacen más que demostrar la incongruencia entre los alcances que podrían generar con los avances en la creación digital, en ocasiones con resultados poco significativos, otras con más interferencias que unidad.

No ha existido una ruptura con los medios analógicos sino que nos encontramos en una diversificación para aplicar la base de conocimientos que posee un diseñador. Debemos tener en claro que los problemas están ubicados en los procesos cognitivos y de interrelación personal *“No se puede suplir el análisis de los contenidos con la pura descripción del funcionamiento del formato o de la tecnología, ni se puede sobredeterminar al instrumento: el medio no hace el mensaje, sino que es una de sus dimensiones”*⁷³. Los diseños producidos digitalmente están formados a través de elementos analógicos tras procesos de invención y creatividad, debemos entender que la tecnología no sostiene el Diseño Gráfico.

Sea Multimedia, Hipermidia o Hipertexto, cualquier de estos conceptos puede ser usado para definir los medios que utiliza el Diseño Gráfico, pero debemos aceptar que en nuestros días todos éstos medios fluyen casi naturalmente; “casi”, debido a que no todos los rincones del mundo poseen los recursos económicos para usar los dispositivos actuales: teléfonos inteligentes, tabletas, plataformas de videojuegos ó inclusive la Internet, a costa de este sector marginado de la tecnociencia podemos decir que es la realidad más presente, ya no podemos hablar de una futura adaptación, las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) son parte de la sociedad global, mediadores de la cultura contemporánea.

Si las herramientas tecnológicas son tan avanzadas, como diseñadores debemos poseer un funcionamiento cognoscitivo a la par, capaces de ana-

72 Tapia, Alejandro, EL DISEÑO GRÁFICO EN EL ESPACIO SOCIAL, Disegno, México, 2004, p.211.

73 Ibid., p.220.

lizar y desarrollar conceptos adecuados al alcance tecnológico, así como una retórica necesaria para organizar el discurso visual.

Las nuevas Tecnologías de Información y Comunicaciones no son escapes, ni atajos a la profundización del Diseño, comparto la comparación que hace Alejandro Tapia ⁷⁴, entre la nueva configuración del diseño con la arquitectura. El orden que sustenta un razonamiento arquitectónico sobre el espacio habitable es parecido al del espacio virtual. El lector realiza esta navegación establecida dentro de las reglas que hay dentro de una pantalla, se encuentra sobre el index representando la puerta principal al espacio a recorrer, eligiendo dentro de lo establecido a donde dirigirse, cada página Web (al igual que aplicaciones para dispositivos móviles y videojuegos) muestra distintas magnitudes y ambientes, un link al igual que una puerta o una ventana proporciona una mirada a otra opción.

Hagamos referencia a la necesidad que tienen estas tecnologías de diseñadores de comunicación visual con argumentos firmes para la construcción del espacio visual, que muchas veces nos engaña mostrándonos atajos y vicios falsos. Por lo tanto hay que mantener continuidad con los principios de proyección, reordenándolos para que el Diseño sirva como fuerza de reflexión e innovación, en un nuevo orden.

El siglo XXI sirve para reflexionar sobre la retórica de la comunicación visual, para comprender cómo se comportan los textos y las imágenes en las TIC, hay que entender como funciona la escritura y la lectura durante la historia.

El diseño reproducido para masas ganó gran difusión con una apropiación de las variantes culturales, así se convirtió en una manipulación en todos los aspectos sociales, podemos llamarlo un método civilizador.

La cultura popular no se refiere al pueblo tradicional, sino que hace referencia a los aspectos culturales de una población trivial que ha desbordado factores para la formación de una sociedad de masas y la explotación por parte de la economía, lo popular se ubica en contraposición a una sociedad académica, mejor preparada y elitista.

Este aparato pop constituyó al sistema en Estados Unidos, para heredarlo a todo el mundo, con esto se ha logrado lo más cercano a una lengua mundial que acerca a las clases urbanas con las más refinadas. La cultura pop no ha sustituido a las ya establecidas sino se ha unido a tradiciones históricas de cada población, funcionan al mismo sonar, se coloca como subcultura universal.

Sociedades que se encontraron con necesidad de libertad, riqueza y modernidad, vieron reflejados estos ideales en las muestras culturales norteamericanas, quizá por esto EE.UU. continúa llevando el mando de dicha cultura. A pesar que Inglaterra hace mejor música, los mayores avances tecnológicos son presentados por Japón y los Europeos demuestran un sentido estético más sofisticado. Sin embargo, no quitarán del protagonismo a un país que por tradición se ha colocado en ese podio para heredarlo al resto del mundo.

Hemos conocido nuestra cultura regional junto con EE.UU., programas de televisión, cine, vestimenta y música, además de los ideales de autonomía. Los íconos de la ideología popular son las estrellas de Hollywood, actores invencibles como Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone, también cantantes como Madonna y Michael Jackson, puestos ahí por el patrocinio de empresas multinacionales, a nuestra boca han llegado alimentos de Mc Donalds y Coca-cola.

Siendo todos productos para el mercado, no podía ser de otra manera al llevar en la espalda una sociedad capitalista, la cultura de masas es un gran negocio. Gracias a esta mercantilización, clases sociales relegadas del ámbito cultural comenzaron a tener acceso a un mundo reservado anteriormente a las élites.

Pero no sólo hizo posible la expansión cultural, se volvió un canal eficiente para quienes dominan, no sólo se considera un elemento para mejorar al pueblo sino que también funciona como ofensa a la inteligencia y percepción de quienes somos consumidores.

Esto se refleja en el Diseño, hay que separar el arte del fin comunicativo en cualquier diseño gráfico, sin embargo como principal influencia estética, funciona para ilustrar la situación antes expresada.

Tomemos prestados ejemplos artísticos contemporáneos para proyectar la visión que mantienen algunos artistas conceptuales. Podemos exponer el trabajo de Gabriel Orozco artista plástico mexicano de gran renombre internacional, sabemos que el objetivo del arte es mostrar su significado en sí mismo e independiente de intereses ajenos al artista, sin embargo, ¿Hasta que punto podemos considerar algo artístico y cargado de un concepto tan profundo con una expresión tan “simple”? Hay que mirar las obras Caja de zapatos vacía, Tapas de yogurt o Gatos y Sandías, que nos hace cuestionar el aspecto real de lo conceptual.

Deberíamos cuestionar cómo es realmente que una simple y ordinaria caja de zapatos que no contiene nada en su interior se volvió un ícono del arte

conceptual, la manera en que la insignificancia se convierte en una virtud, la carencia de un goce estético sustituyéndolo con la polémica de no ser lo que vemos.

Orozco menciona que sus obras *“No tienen un mensaje definitivo, ni siquiera uno aparente, pero es claro que invitan a descifrar una cierta filosofía geométrica para comprender su actividad política. Me imagino que esto le interesa al espectador. Aunque quizás al principio no sea fácil entrarle al asunto”*⁷⁵. Vaya que es difícil, quizá esto sea el hilo negro de su éxito, los objetos serían incapaces de mostrarse como arte en ausencia de un respaldo burocrático.

Ai Weiwei el más conocido artista plástico en China así como el más cotizado en occidente, al mismo tiempo disidente contra el gobierno chino, aunque sin duda esto le ha valido gran reconocimiento *“la revista especializada en arte, Art Review, lo nombró el número uno de su lista de cien personalidades más influyentes en el mundo del arte 2011. Además, ha aparecido en Time entre el centenar de personas con más peso en el orbe, sobrepasando los linderos artísticos pues la presencia de Weiwei se ha vuelto catalizadora de los debates internacionales entorno de la libertad de expresión, los nacionalismos, el poder económico, los derechos humanos y la Internet”*⁷⁶.

Perseguido y aprisionado por las críticas que ha realizado al gobierno chino, pero la contradicción es parte de este singular personaje, porque gran parte de sus éxitos han sido a costa del apoyo del gobierno, como su labor en la construcción del bello complejo deportivo “El nido de pájaro” utilizado en los juegos olímpicos del año 2008, sin duda necesitó del consentimiento gubernamental e implícito que haya recibió una gran cantidad de dinero con este trabajo.

La habilidad que posee para controlar los medios suplanta su actividad artística, parece convertirse en uno de esos personajes icónicos de una cultura pop, siempre cobijado por los medios masivos.

El capitalismo se sustenta por si mismo fomentando valores propios, la labor de consumir ahora está acompañada de obras caritativas, ecológicas y filantrópicas incluso disidentes, un “capitalismo cultural” concepto tomado del filósofo y socialista Slavoj Zizek, un orden que ha adquirido una cara humana. Por lo tanto la solución es no desechar el mal, sino mantenerlo, y hacer que el mal trabaje para el bien.

75 Minera, María, “Entrevista a Gabriel Orozco”. En <http://www.letraslibres.com/revista/entrevista/gabriel-orozco>

76 Abelleira, Angélica, “Ai Weiwei: de encierros judiciales y libertades a través del arte y la web”. En <http://economiecultural.xoc.uam.mx/index.php/abelleira/262-libertades>

La construcción de un estilo disidente tras una cortina que no se percibe coherente y el caso de un neo-conceptualismo paupérrimo tan falto de expresión, son muestras de la masividad en la cultura, los íconos que tenemos alumbrando nuestras metas.

Es importante mirar la transformación del arte-objeto en un cheque enorme, el concepto se incorpora en la obra como discurso de venta, estipulado por el imperialismo estético que se empeña en reconfigurar lo diseñado para parecer Arte Contemporáneo según la tendencia que esté en temporada, y esto mismo pasa en el Diseño gráfico al marginar los procesos cognoscitivos y el fin comunicativo.

Con estas retrospectivas en el arte, que se ahoga dentro de una cultura popular, podemos ilustrar la realidad del Diseño ¿Cómo escapar del capitalismo cultural? Descubrimos que el Diseño en cualquiera de sus vertientes es un engrane funcional y dependiente de este sistema.

Las imágenes y sistemas de significación que el Diseño ha puesto en acción dentro de la vida cotidiana son siempre algo más que una consignación perceptiva de conceptos e ideas, adquiere un nivel antropológico más importante de lo que se considera, intervienen en nuestras emociones, ideologías y perspectivas, éstos ocurren cuando alguien propone una lectura de lo real para una audiencia, para conseguir objetivos particulares.

Si miramos la ideología actual dentro de la comunicación visual, encontramos que no aporta el contenido suficiente para comprender claramente nuestra disciplina, pero en la regla de las contradicciones, figura con éxito en el ambiente profesional. Norberto Cháves menciona *“Hay que comprender que ir a la universidad a aprender diseño gráfico, diseño industrial o arquitectura para sólo hacer proyectos es una barbaridad, un flagrante contrasentido: un aniversario tecnócrata es como un bailarín rengo”*⁷⁷, con ésta idea debemos hacer referencia al aspecto crítico, teórico y racional que debe despertar en el Diseño, para comprender que no sólo consiste en aplicar técnicas gráficas.

Las Universidades deben cuidar el no formar técnicos con suficiente oficio para adaptarse y ser insertado en el campo laboral, podemos ver que existe un espacio vacío por la falta de teoría sólida dentro de la preparación superior, esto facilita las nociones mal dirigidas del estudiante, provocando carencias profesionales. Sin embargo, esto es consecuencia del entorno hipermoderno que nos rodea.

El Diseño Gráfico ya no decide lo que va a producir, podemos aportar esa maravilla diseñada, siempre y cuando no transgreda el sistema en el que estamos inmersos, dicho sistema es ajeno a los ideales del diseñador. Mediante la masificación del Diseño, se le ha subordinado a un servicio, a una fase del proceso productivo, una operación a costa de los límites impuestos por el cliente.

Resultado de la transformación socioeconómica, del consumo y la producción desmedida, la sociedad ha tomado lo necesario del diseño, para transformar la disciplina en un proceso cíclico y programado, parecido al trabajo de un obrero, un método mecánico, en la realidad el mercado es el parámetro que define la eficacia de lo diseñado, igual que cualquier producto puesto en tiendas.

La construcción de alternativas debe enmarcar lo social, traspasando las paredes del Diseño Gráfico, analizando las actividades y comportamientos de los sujetos, una visión al Diseño a partir de la cultura, que incluye desde la sociología del consumo, los fenómenos globales, las Tecnologías de Información y Comunicaciones, la antropología y demás perspectivas en la sociedad contemporánea.

Hay que mirar el Diseño Gráfico como un fenómeno social *“... porque establece sus parámetros en el análisis de los acuerdos culturales y no sólo en los aspectos visuales... Si el diseño se enfrenta desde esta frontera, asumiendo su propia condición como instancia que genera discursos sociales, las imágenes y las palabras que hoy rodean nuestro entorno podrán entrar a un debate más amplio dentro del universo de nuestras creencias, nuestros juicios y proyectos culturales futuros”*⁷⁸.

Capítulo IV

ANÁLISIS VISUAL

Además de fundamentar teóricamente este trabajo realicé un análisis visual, para reafirmar los cambios históricos y sociales expresados en gráficos actuales, pues como moldeadores de la comunicación visual necesitamos muestras gráficas para facilitar la noción de las ideas expuestas. Para esto me doy a la tarea de analizar el lenguaje visual de algunas muestras de Diseño Gráfico, en distintos contextos y entender cómo influye el contexto en nuestra labor de diseñadores.

Utilizaré un método desde una perspectiva semiótica para la interpretación visual de los mensajes, para así lograr el análisis como un fenómeno comunicativo. Todo diseño es una estructura que ha sido construida, unificando los elementos para un mismo mensaje, por lo tanto este sistema funciona gracias a las partes individuales que adquieren sentido por la relación entre ellas.

Distintos teóricos han usado y propuesto métodos para realizar un análisis visual, Umberto Eco, Roland Barthes y María Acaso me servirán como referentes a seguir para realizar el análisis. A continuación los pasos a seguir:

a) Definir la clasificación del producto visual, para clasificar el mensaje visual, señalando las características del medio usado y características según su función.

Descripción preiconográfica.

b) Registro visual. Localizar el sema icónico, la parte más pequeña de significación, contemplar la imagen para clasificar y describir los elementos gráficos como composición, decoración, iluminación, etc.

c) Descripción del registro verbal o mensaje escrito. En la mayoría de diseños se colocan mensajes escritos u orales dependiendo el formato, que fortalecen el significado del discurso o el mismo adquiere un sentido específico.

Análisis iconográfico.

d) Estudio del contexto. Llega el momento de analizar y relacionar la imagen en su contexto tanto del emisor, del lugar y del momento. Nos valemos de las siguientes preguntas:

¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde? Y ¿Para qué? Para llegar al mensaje debemos conocer al autor, conocer el motivo de la construcción del producto.

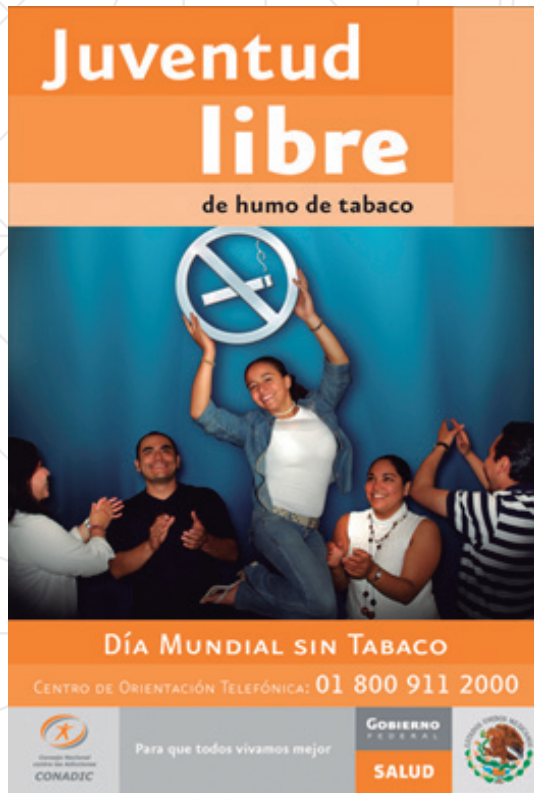
Análisis iconológico.

e) Enunciación. Una vez que conocemos el contenido narrativo y los elementos del lenguaje visual los relacionamos para llegar al significado del discurso visual. En este punto establecemos dos tipos de mensajes diferentes:

Manifiesto: la información que el receptor recibe objetivamente.

Latente: la información que el espectador está recibiendo verdaderamente y muchas veces sin darse cuenta.

Representación visual bidimensional e informativa.



Registro Visual: El espacio está dividido en tres segmentos distribuidos verticalmente, el segmento superior e inferior sirve como marco de la fotografía y base de color para colocar los textos, de color naranja en 3 tonos diferentes, creando un ligero contraste. En la central se encuentra la referencia visual, fotografía en la que se observan cinco personas, 2 hombres y 3 mujeres, por sus rasgos faciales aparentan tener una edad promedio entre 30 y 35 años. Como fondo de la escena, una forma simple, color azul sin ninguna trama, por los reflejos del mismo es similar a una cortina teatral, sin más importancia que el destacar la imagen. En el centro de la composición está una de las mujeres por encima de los demás, al parecer brincando por la posición de sus piernas en el aire, un semblante de victoria y alegría, demostrado por su sonrisa, con ambos brazos por encima de su cabeza sosteniendo un símbolo de prohibición “no fumar” (una circunferencia que en el centro tiene la silueta de un cigarro ambos atravesados por una línea diagonal) en color blanco. En torno a la mujer central se encuentran los cuatro personajes aplaudiendo, por la dirección de sus miradas es a ella, dos de ellos están dando la espalda mientras que los que están de frente muestran una sonrisa en su rostro. Todos los indivi-

duos visten casualmente, mezclilla, playeras, blusas y accesorios comunes, nada ostentoso ni elegante, connotando la apariencia de sujetos comunes y corrientes. La composición y los detalles de la escena no hacen sobresalir la estética, sino el peso del mensaje cae sobre el símbolo de no fumar.

Podemos entender la alegría de los individuos que aplauden como reacción al “No fumar”, la mujer que posee el símbolo en sus manos goza de mayor alegría por lo que salta para expresar la emoción.

Descripción del mensaje verbal: El texto ubicado en la parte superior en el cartel “Juventud libre de humo de tabaco” tiene la función reiterativa del mensaje que expresa la imagen, con una tipografía palo seco en color blanco, se han jerarquizado las palabras de la frase por medio del tamaño. Mientras que los textos inferiores solamente son informativos, respecto al objeto de la campaña (número telefónico y patrocinadores).

Estudio del contexto: Cartel realizado para la campaña “Día mundial sin tabaco 2008”. Por parte del Consejo Nacional Contra las Adicciones (CONADIC). Con el fin de promover una juventud libre de humo de tabaco ⁷⁹, en conmemoración del día mundial del tabaco.

Enunciación: El mensaje manifiesto que comunica nuestro diseño, es el alejarnos del tabaquismo, tanto la imagen como el texto comunican de una manera directa. Mientras que el mensaje latente nos lleva al estado de alegría individual que induce no tener este vicio reflejado en la mujer que posee en sus manos el “no fumar” y al mismo tiempo el apoyo como sociedad que deberíamos compartir contra esta adicción.

Ahora interpretemos este diseño de acuerdo a una visión contemporánea, el objetivo es claro “no fumar” un mensaje para beneficiar a la sociedad, sin embargo, la calidad y técnica del producto dejan que desear si comparamos este resultado con los mostrados por otras empresas como Nike, es fácil evaluar y contraponer la diferencia que existe.

En nuestro contexto es identificable esta visión, podemos separar el factor económico como impulso a un resultado increíble. ¿El diseñador cómo influye en dicho problema?, para un sujeto el individualismo es más fácil de traducir como libertad resaltemos que el 70% de diseñadores en su formación, ven como deber resaltar el estilo propio en cada diseño, podemos creer que en la publicidad de grandes empresas el diseñador no encuentra barreras para su creatividad, a diferencia de un objetivo más cercano al bienestar social, el cuál se observa con rigidez y frenos creativos, indicada en la diferencia conceptual, estética y formal.

79

Información extraída de http://www.conadic.salud.gob.mx/campa/2008/dmst2008_ppal.html

Representación visual bidimensional y comercial con el objetivo de dar a conocer su producto.



Registro Visual: El formato es apaisado, fondo blanco con una ligera degradación a gris muy claro en la parte inferior izquierda. En la zona inferior derecha se encuentra una pieza de calzado deportivo, el cuerpo del tenis es color rosa intenso y en el centro el logo de Nike color negro, la suela blanca y los bordes superiores del cuerpo así como las agujetas en color amarillo-verde intenso. Al centro del sustrato se encuentra la silueta de un pie izquierdo desde la punta de los dedos hasta el talón y cortado al tobillo, es el área que viste un zapato, la posición del pie es la que adopta el mismo antes de apoyarse sobre el suelo con los dedos ligeramente flexionados para amortiguar, no está tocando el piso esto se percibe por la sombra que hay debajo, creando una sensación de movimiento. La forma está constituida por una textura similar a la del calzado con la misma combinación de colores, puede interpretarse como un tejido que se difumina en hilos al final de la silueta, reafirma la idea de movimiento.

Se usa como figura retórica la metáfora, se da a entender que el tenis es uno mismo con el pie, la sensación de ligereza, comodidad y confort. La muestra resalta la calidad y estética del discurso.

Descripción del mensaje verbal: El texto principal color amarillo-verde intenso pero más oscuro que el usado en el calzado, se ubica del lado izquierdo, "El ajuste perfecto para la carrera perfecta", trabajado con una tipografía palo seco, su función es de reafirmar la idea representada en la imagen, reafirma la metáfora y el mensaje. En la parte inferior derecha se encuentra el nombre del producto "Nike Flyknit Lunar+1" con una tipografía cursiva en color negra, su objetivo es el de informar al receptor cómo identificar el calzado.

Estudio del Contexto: Banner realizado en la campaña publicitaria de Nike para la línea 2013 “Nike Flyknit Lunar 1”, *“Tras años de investigación, los mejores corredores del mundo nos dijeron lo que más anhelaban: unas zapatillas cómodas y dinámicas que se ajusten como un guante y que sean ligeras como una pluma. Así pues, nos embarcamos en un proyecto de cuatro años con un equipo de programadores, ingenieros y diseñadores cuyo objetivo era crear la tecnología perfecta. El resultado fue Nike Flyknit”* ⁸⁰.

Enunciación: El mensaje manifiesto es el transmitir las características extraordinarias del calzado, mientras que el mensaje latente nos conduce a al hábito de hacer ejercicio, de necesitar un calzado deportivo que adopta la perfección de la naturaleza anatómica y la complementa con el uso de la tecnología, por lo que estarás seguro usando ese producto.

Es fácil notar la diferencia entre la propuesta del diseño 1 y el 2, si bien los objetivos son distintos, como diseñador ¿Deberíamos presentar un diseño de calidad cualquiera que fueran los fines?, nuestra formación no hace diferencia entre calidad y objetivos. La calidad de Nike se percibe en la composición, el concepto manejado y el uso de los aspectos formales.

Reafirmo mi idea de un mejor desenvolvimiento creativo a través de la publicidad con los valores obtenidos en las encuestas que realicé, el 76% de los futuros diseñadores piensan que el Diseño Gráfico se desarrolla mejor en el sector publicitario seguido por un 12% del ambiente cultural (museos, asociaciones, campañas sociales, entre otros).

Entonces, al paradigma de la posmodernidad al que he intentado referirme es la visión de una cultura socavada por un sistema capitalista neoliberal en una sociedad hiperconsumista, hipernarcicista, globalizada y quebrantada.

El Diseño como actor social dentro del paradigma contemporáneo, no puede escapar de la cultura en la que estamos, los diseños son espejos sociales, que reflejan la relación de la disciplina con la sociedad. Por lo tanto podemos encontrar los elementos que nos caracterizan como sociedad.

Resulta difícil determinar cuando un diseño está bien o mal hecho, si cumplió su objetivo o si fue funcional, sencillamente resulta complicado encontrar una definición única de Diseño gráfico, los encuestados respondieron con diferentes definiciones, desde crear imágenes, crear algo funcional, satisfactor de necesidades, un modo de expresión y la configuración de mensajes comunicativos, la mayoría expresó la última idea, con un 42%. El análisis presentado a continuación tiene como objetivo ilustrar la saturación de la posmodernidad en la elaboración de propuestas visuales.

Análisis 3

Representación visual bidimensional e informativa,
portada de una revista.



Registro Visual: Se puede apreciar una distribución en tres columnas, con elementos que utilizan dos, y el título de la revista inclusive tres.

En primera instancia vemos colores intensos, amarillo y rojo para los textos así como blanco, el fondo de color rojo-violeta con dos plecas en la parte superior color amarilla y la otra roja. A la derecha se encuentra la fotografía de una mujer entre 25 y 30 años, rubia muy atractiva, vestida con un traje de baño negro adoptando una posición sugestiva.

En el espacio central y derecho (referente a las tres columnas) se encuentran cuatro recuadros de texto con fotografías pequeñas, que ilustran el contenido de los artículos principales en la revista. En orden descendente el primero de color amarillo, utilizando el largo de dos columnas, siendo el de mayor superficie, con letras de color rojo, blanco y negro. El segundo con dos columnas de largo y de menor altura que el primero, color cyan, con letras amarillas, blancas y rojo-violetas.

En la parte inferior se encuentran dos recuadros ajustados a una columna, el del lado izquierdo color rojo con letras blancas, amarillas y rojas,

mientras que el segundo color amarillo letras rojas, blancas y rojo-violeta. Todos los cuadros que contienen fotografías no tienen ningún sentido o significación en la composición sin los textos que les acompañan, es decir, su función es ilustrar los titulares de manera llamativa.

Descripción del mensaje verbal: El nombre de la revista “TVnotas” ocupando todo el ancho de la página y ubicado en la parte superior, con la función de darle identidad a la publicación, al mismo tiempo ser identificada por el lector. La tipografía presente es palo seco de color amarilla, causando un contraste complementario en relación al fondo, con excepción de la letra “n” resaltada con otra tipografía y en color rojo, parte del logotipo de la revista. Los demás textos presentes son inductivos, hacen alusión al contenido de la revista, son frases extraídas de los artículos. Existe una jerarquización por los tamaños de las letras, se puede entender que, a mayor tamaño mayor la importancia del artículo.

Estudio del contexto: Portada de la revista “TVnotas”, editorial Televisa, para la publicación del 22 de enero del 2013.

Revista de entretenimiento, amarillista y de carácter popular, distinguida por realizar notas sobre la vida privada de “famosos” conocidos en México.

Enunciación: El mensaje manifiesto es describir el contenido de la revista, mientras que el mensaje latente, nos induce a un simbolismo de la mujer como objeto publicitario. Los conflictos morales que existen dentro de la sociedad, al enunciar como titulares, frases amarillistas sobre figuras públicas: ¡Lo corrieron de su casa! “¡Ya quiero morir!”.

Descubrimos una revista que se desenvuelve en la degradación de la sociedad a costa del negocio, un producto pensado principalmente para las mujeres, con artículos de chismes, con contenidos precarios, contruidos a partir de desprestigiar a los individuos. Resulta increíble encontrar una lectura respecto a la mujer con estas características, pero es real, una identificación del consumidos con el producto.

El diseño gráfico realizado para la portada no presenta sofisticación, con elementos que parecen amontonados, colores usados a diestra y siniestra formando un contraste por tétrada, haciendo fuerte el impacto visual, aunque hay una estructura la presentación de los titulares hace difícil su lectura.

Podemos ver el reflejo social que se encuentra sumergido en la polución visual, lo mismo se ve en esta construcción, el exceso de imágenes termina haciéndolas invisibles.

Por otro lado, encontramos la falta de compromiso respecto al proyecto social, aunque no es responsable el Diseño sino los que plantean los mensajes, termina por influir y delinear los efectos de nuestra labor.

Existen ejemplos de otra perspectiva que proporciona el mercado a los usuarios, elementos caritativos y ecológicos.

Análisis 4 Packaging



Representación visual: Una bolsa de tela, color roja, con el logotipo de Puma color blanco.

Descripción del mensaje verbal: “Clever little bag” es el mensaje que aparece en un costado de la bolsa, Pequeña bolsa inteligente es la traducción. Tipografía palo seco, en color blanco. Debajo se encuentra otro texto con tipografía de menor tamaño con la explicación a la inteligencia atribuida, porque ocupa 65% menos papel que las viejas cajas de zapatos y porque es una bolsa reutilizable.

Estudio del contexto: Packing y sistema de distribución lanzado por Puma a partir del año 2010. Cambiaron los estándares de la industria para ser cuidadosos con el medio ambiente, reducir la cantidad de emisiones y de CO₂ que producía elaborar empaques como cajas de cartón y bolsas de polietileno.

Estas son los objetivos de la empresa:

- Reducción del 25% de CO₂, energía, agua y desechos en oficinas, tiendas, bodegas y fábricas de proveedores directos PUMA.

- Política de oficinas sin papel a través de la reducción en un 75% de su uso y aplicación de iniciativas compensatorias para el uso de papel restante como la plantación de árboles.
- Reducción de CO₂ en un 25% a través de soluciones de transporte de productos más eficientes de parte de nuestros socios.
- Comenzar colaboraciones con nuestros proveedores y servicios logísticos estratégicos para compensar sus propias huellas en el largo plazo.
- Introducción del PUMA Sustainability-Index (S-Index) estándar que sirve como punto de referencia para productos sustentables y comunica las características sustentables de productos a los consumidores.
- En 2015 el 50% de las colecciones de PUMA serán producidas de acuerdo al estándar PUMA S-Index, utilizando materiales sustentables como algodón orgánico, Algodón hecho en África o poliéster reciclado así como también aplicando mejores prácticas en los procesos de producción ⁸¹.

Enunciación: El mensaje manifiesto es el bienestar ecológico que como consumista realizas al comprar algún objeto de la marca Puma. El mensaje latente: la industria está sembrando la idea de que ellos hacen un bienestar al planeta, su objetivo es venderte un producto con un concepto positivo, el vender cuantitativamente los hace más sustentables en su labor.

Retomo la idea de Zizek sobre el capitalismo cultural, donde éste fabrica y fomenta sus propios valores, operar al planeta para mejorarlo sin embargo la situación que lo produjo continua. Una actitud de redención, cada acto de consumo es motivado por la caridad, que permite reparar una parte del daño ocasionado, mientras los empresarios se siguen llenando los bolsillos, sin duda una visión realista del sistema, pero pienso que es un comienzo para cambios benéficos.

Estrategia usada hoy en día por el mercado, para el cuál trabaja el Diseño, por lo tanto el contexto influye directamente en la Comunicación Visual que no se puede desprender del mismo e imposible mejorarlo sin una perspectiva social.

Toda marca que no penetra en la escena con nuevos modelos pierde su impacto, es desplazada y olvidada, el Diseño también resulta inmerso en este fenómeno, si lo diseñado no está en constante movimiento (a la par de las tendencias) estaría relegado así como olvidado, existe un autoritarismo

⁸¹ Información extraída de <http://latam.puma.com/albums/nuestro-nuevo-packaging-y-sistema-de-distribucion-son-verdes#!prettyPhoto>

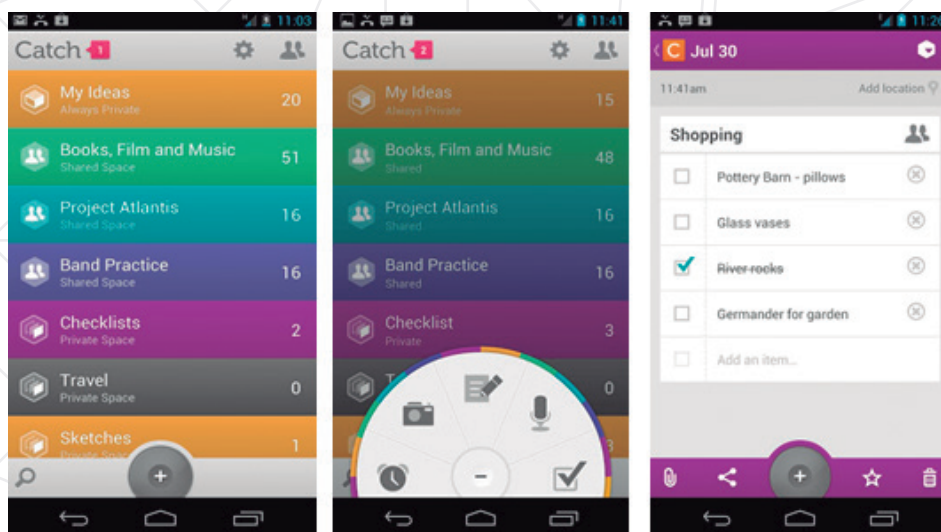
visual dentro de la cultura, sino está en tendencia no sirve, lo mismo pasa con el Diseño Gráfico si se aleja del círculo paradigmático.

La moda se presenta en el ritmo acelerado del entorno y la precariedad de la industria. Ya no existen ideales de pertenencia, reflejado en las actividades racionales, sino que hay un lanzamiento cada vez más acelerado de la novedad. El Diseño Gráfico ocupa lugar en ésta efímera duración de los objetos, la seducción por lo nuevo aunque aparezca como no funcional.

Algo tan efímero como el accesorio tecnológico que es la locura de masas en cuanto a novedad, objetos no completamente inútiles ni viceversa, el aparato de audio con más capacidad de volumen, el auto más rápido y que se estaciona por si solo, un cinturón que te hace bajar de peso mientras descansas, entre otros ejemplos, causan que nos desvanecemos ante la configuración automática y la demanda tecnológica.

Aceptamos esta velocidad como algo no trágico, con objeto de bienestar y hacia un futuro mejor, muchas campañas utilizan lo “Nuevo” como mejor técnica de publicidad, modifica la necesidad del individuo, el cual ya no adquiere por sustituir lo que no sirve sino recurre a la novedad. En nuestra generación de dispositivos móviles y las maravillas que generan, además del cambio constante de equipos con nuevas funciones, también está la cantidad de aplicaciones digitales que surgen constantemente y muchas de ellas sin mas gloria que el goce de descargarlas, aunque lo inútil se vuelva cotidiano con aplicaciones para con contenidos triviales, otras con utilidades más claras.

Aplicación para dispositivos móviles.



Descripción visual: Notamos un paleta con colores de intensidad media: rojo-violeta, violeta, azul-verde, amarillo-verde, amarillo-naranja y el gris en distintos valores, cada color define un espacio diferente (éste concepto es usado dentro de la aplicación para separar todas las notas que tengan una misma relación) y es usado para todas las pantallas de dicho espacio, a pesar de el colorido es una interfaz minimalista y sencilla.

En la zona inferior existe un círculo en color gris claro con la circunferencia compuesta por los colores antes mencionados, esta rueda es el control para tener una interacción más fácil, con distintos íconos para seleccionar el tipo de nota que se quiere agregar: un despertador para alarmas, una cámara para imágenes, un hoja con un lápiz para textos rápidos, un micrófono para el audio y el perímetro de un cuadrado con una paloma (símbolo) para agregar una lista de tareas, todos en escalas de grises y contruidos con formas básicas.

Estudio del contexto: Catch es una aplicación gratuita diseñada para el sistema operativo Android con el fin de crear y almacenar notas rápidas como: frases, recordatorios, ideas, imágenes y audio. Esto llevado en el dispositivo móvil sea teléfono inteligente o tableta para sincronizarlo con el ordenador, además permite compartir nuestros contenidos en las distintas redes sociales. Ha sido instalada entre 5 y 10 millones de usuarios.

Textos: En la parte superior de cada pantalla, se muestra el título del espacio al que accedimos, en el principal aparece Catch el nombre de la apli-

cación. La tipografía para todos los textos es paloseco en distintos matices dependiendo el color del fondo. Dentro de la página web, el slogan es “*Catch es una aplicación para capturar ideas y transformarlas en acciones con la simple colaboración de un móvil*”⁸² lo que induce al usuario e ilustra la función de la app.

Todo el contenido textual es esencial debido a que la interfaz es completamente entendida por medio de los textos, el usuario no podría interactuar con la aplicación en ausencia de estos, el entendimiento es a base de las nociones escritas y descriptivas.

Enunciación: El mensaje manifiesto: Una aplicación fácil de usar para organizarnos, así como llevar en orden nuestra vida al alcance de cualquiera y lograr transformar nuestras ideas en realidades. El mensaje latente: Para mantener un orden necesitamos de la aplicación, nuestro día cotidiano necesita de una bitácora para poder realizar nuestras ideas, para lograrlo debemos regirnos por el nuevo sistema de redes sociales y sistemas tecnológicos, dispositivos móviles, ordenadores e Internet.

Son muchas las ocasiones en que necesitamos escribir algo para poder recordarlo, ahí es cuando las aplicaciones como organizadores se vuelven útiles. Sin duda el mayor fenómeno económico y tecnológico de nuestros días, un subecosistema al que debemos integrarnos para no quedarnos fuera de la burbuja y dejar de comprender nuestro entorno.

Con este análisis quiero reflejar el paradigma en el que estamos inmersos como sociedad, un océano global donde el Diseño Gráfico está inmerso y al mismo tiempo es parte fundamental de la analogía. Analicé diseños para descubrir e interpretar el significado social de lo mostrado visualmente.

Elementos que constituyen la cosmovisión son reflejados en nuestra labor de diseñadores: el capitalismo cultural, la precariedad del individuo, el imperio de la publicidad, la crónica dependencia a la tecnología, entre otras. Como ha sido en la historia el hombre primero actúa y después reflexiona sobre lo que ha hecho, con esto da un paso a entender lo que representa su acción.

La representación del paradigma y el juicio que hago desde mi perspectiva analítica está hecha desde la modernidad y posmodernidad (alcanzando conceptos como hipermodernidad o modernidad líquida) que describí en los capítulos anteriores, como conjunto de contextos sobre los que se establecen los acontecimientos contemporáneos, al intentar aproximarme

⁸² “Catch is a free app for capturing ideas and turning them into action with simple mobile collaboration”.
En <https://catch.com/>

a una racionalización de tales fenómenos, empiezo a relacionar nuestra disciplina y nuestra construcción como tal más todos los factores que influyeron.

La interpretación en un plano espacio-temporal de los diseños permite vincular la realidad con el discurso en un intento por comprender nuestro contexto, lo que a futuro permitiría la construcción de inquietudes que desembocan en la definición de problemas y, en consecuencia, encontrar soluciones propias del Diseño.

Conclusiones

El contexto en el que vivimos con la globalización, el imperialismo neoliberal, el egoísmo colectivo, el consumismo y otros males contemporáneos, han creado relaciones sociales precarias, así como un individuo frívolo y moldeable dependiendo las necesidades de los que dominan la realidad.

Pienso que el Diseño ha tenido su gran demanda cuantitativa gracias al contexto antes mencionado, sin embargo y paradójicamente, el auge cualitativo no se desarrolla plenamente a causa del contagio cultural al que hemos sido expuestos todos los que decidimos ser diseñadores.

Los acontecimientos históricos que revisé me permitieron descubrir, reflexionar, analizar y reconstruir la evolución que hemos tenido como sociedad. Desde ese entendimiento observar al Diseño Gráfico con una perspectiva por encima del diseñador, comprendiendo que el acto de diseñar es un proceso social y para la misma.

De acuerdo a las transformaciones culturales que hemos vivido, cambios exigidos por nuestra evolución como seres humanos, hemos desarrollado la capacidad de evolucionar sin cambiar nuestra anatomía, sino que alcanzamos un nivel evolutivo cognoscitivo y proyectual, al que debemos moldear el Diseño Gráfico.

La interpretación espacio-temporal de nuestro entorno, nos permite como diseñadores fortalecer nuestra formación y llevar al máximo nuestros objetivos creativos, nos proporciona un entorno para teorizar sobre el Diseño, cuestionarnos sobre el Diseño hace que teorizamos sobre la crítica y aprendemos a transformar el contexto, escribir sobre el Diseño es mejorarlo y teorizarlo colabora en este propósito.

El hombre primero actúa y después razona sobre sus actos, me refiero a que el Diseño ha sido pensado como una práctica, sin embargo, es mo-

mento de escribir y reflexionar, fusionar la acción gráfica con pensamientos racionales, para lograr forjar una disciplina que sobreviva a la actualidad con la profundidad que realmente merece y hacer a un lado la fachada trivial que existe.

En una realidad donde lo que importa es la velocidad de respuesta, el proceso cognitivo de uno como individuo es mermado, actuando por instinto más que por razonamiento, lo que es justificado en nuestro contexto y las relaciones sociales que nos rodean, así como las exigencias laborales. Es cierto que nuestra actualidad gira alrededor de un ciclo monetario, por lo que es casi imposible rechazar el orden sí queremos sobrevivir, pero aún así no hay que dejar atrás la responsabilidad que tenemos con la sociedad como configuradores de éste entorno.

Dentro de la UNAM tuve acceso a los aspectos fundamentales del Diseño Gráfico como la historia del arte o la semiótica, pero también obtuve una visión social de la vida, una preocupación por lo que suceda a mi alrededor, reflejada en mi forma de desarrollar mi papel como diseñador, del mismo modo, la responsabilidad de actuar con el deseo de mejorar en todos los aspectos como individuo y transmitirlo en mi profesión, a diferencia de otras instituciones, donde la preparación académica desarrolla trabajadores mecánicos para el mercado, por lo que estoy orgulloso de realizar una tesis para mi universidad.

Creo que el análisis realizado servirá para futuros estudiantes, como antecedente e inspiración de investigaciones que busquen fortalecer al Diseño Gráfico, además, desde mi punto de vista es un inicio para realizar trabajos de investigación más profundos sobre el papel del Diseño dentro de la sociedad o el papel de ésta en nuestra profesión.

Como solución pienso en el hecho de modificar planes de estudio para cambiar el desarrollo de estudiantes, porque necesitamos internarnos en el ámbito de la investigación que es un punto sumamente débil y olvidado por los Diseñadores Gráficos, con esto se crea un espacio más para laborar y al mismo tiempo se fortalecen las líneas de conocimiento sobre la comunicación visual. También he pensado en la posibilidad de nutrir el aspecto teórico en las instituciones, no en cantidad sino en calidad, contar con profesores aptos y con la capacidad de formar futuros profesionales y catedráticos, con una visión más allá de la superficialidad.

Acaso, María, EL LENGUAJE VISUAL, Paidós, 2009, 159pp.

Agustín Lacruz, María del Carmen y Gómez Días, Raquel (Eds.), POLISEMIAS VISUALES APROXIMACIONES A LA ALFABETIZACIÓN VISUAL EN LA SOCIEDAD INTERCULTURAL, Universidad Salamanca, 2010, 230pp.

Anderson, Perry, LOS ORÍGENES DE LA POSMODERNIDAD, Anagrama, Barcelona, 1998, 193pp.

Aranguren, José Luis , LA COMUNICACIÓN HUMANA, Guadarrama, 1990, 210pp.

Arfuch Leonor , Chaves Norberto, Ledesma Paidos María, DISEÑO Y COMUNICACIÓN, TEORIA Y ENFOQUES CRÍTICOS, 1997, 232pp.

Baudrillard, Jean, LA SOCIEDAD DE CONSUMO SUS MITOS, SUS ESTRUCTURAS, Siglo XXI de España editores, 2009, 255pp.

Bauman, Zygmunt, MODERNIDAD LÍQUIDA, Fondo de cultura económica, 2004, 232pp.

Berger, R., ARTE Y COMUNICACIÓN, Gustavo Gili Diseño, 2001, 280pp.

Casullo, Nicolás, EL DEBATE MODERNIDAD-POSMODERNIDAD, Retórica, 2004, 328pp.

Chaves, Norberto, EL OFICIO DE DISEÑAR PROPUESTAS A LA CONCIENCIA CRÍTICA DE LOS QUE COMIENZAN, Gustavo Gili, Barcelona, 2001, 180pp.

Costa, Joan, DISEÑAR PARA LOS OJOS, Design, 2003. 180pp.

Delgado de Cantú, Gloria M., EL MUNDO MODERNO Y CONTEMPORÁNEO VOLUMEN 1, Pearson Educación, 2005, 435pp.

Eco, Umberto, A PASO DE CANGREJO, Debate, 2007,

Frascara, Jorge, DISEÑO GRÁFICO PARA LA GENTE. COMUNICACIONES DE MASAS Y CAMBIO SOCIAL, Infinito, 2004, 270pp.

Frascara, Jorge, EL DISEÑO DE COMUNICACIÓN, Infinito, 2006, 176pp.

Gillam Scott, Robert, FUNDAMENTOS DEL DISEÑO, Victor Leru, 1979, 222pp.

González Ochoa, César, EL SIGNIFICADO DEL DISEÑO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL ENTORNO, *Design Teoría y Práctica*, 2007, 215 pp.

Gubern, Román, DEL BISONTE A LA REALIDAD VIRTUAL, Anagrama, 1996, 193 pp.

Guiraud, Pierre, LA SEMIOLOGÍA, Siglo XXI, 1982, 142pp.

Gutiérrez Martínez, Daniel, VOCES DEL DISEÑO DESDE UNA VISIÓN DE ARISTÓTELES, Encuadre, 2008, 75pp.

Guzmán Bofill, Silvia y López Arredondo, Guillermina (Comp.), JOAN COSTA. CONFERENCIAS EN LA UNAM. REFLEXIONES EN TORNO A LA SOCIOLOGIA DEL DISEÑO, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2010.

Hobsbawn, Eric, A LA ZAGA. DECADENCIA Y FRACASO DE LAS VANGUARDIAS DEL SIGLO XX, Crítica, 2006, 56pp.

Ianni, Octavio, LA SOCIEDAD GLOBAL, Siglo XXI, cuarta edición 2004, 131pp.

Jareño, Alarcón y López, Carbonero, LAS GRIETAS DE LA MODERNIDAD, Fundación Universitaria San Antonio, 2004, 225pp.

Klein, Naomi, NO LOGO, Ediciones Paidós, 2000, 544pp.

Lasky, Melvin, UTOPIA Y REVOLUCIÓN, Fondo de Cultura Económica, 1985, 147pp.

Lipovetsky, Gilles, LA ERA DEL VACÍO, Anagrama, 220pp.

Lipovetsky, Gilles, EL IMPERIO DE LO EFÍMERO, Anagrama, Barcelona, 1990, 325pp.

Lipovetsky, Gilles y Charles, Sebastien, LOS TIEMPOS HIPERMODERNOS, Anagrama, Barcelona, 2004, 138pp.

Lozano Bartolozzi, Pedro, DE LOS IMPERIOS A LA GLOBALIZACIÓN. LAS RELACIONES INTERNACIONALES EN EL SIGLO XXI, Ediciones Universidad de Navarra, 2001, 1047pp.

Lyotard, Jean-François, LA POSMODERNIDAD (EXPLICADA A LOS NIÑOS), Gedisa, 1987, 126pp.

Méndez Mosquera, Carlos (Ed.), ENSAYOS SOBRE EL DISEÑO: DISEÑADORES INFLUYENTES DE LA AGI, Ediciones Infinito, 2001, 193pp.

Müller-Brockmann, Josef, HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL, GG Diseño, 1998, 176pp.

Panofsky, Erwin, ESTUDIO SOBRE ICONOLOGÍA, Alianza, 1984.

Poynor Rick, NO MÁS NORMAS DISEÑO GRÁFICO POSMODERNO, GG. diseño, México, 2003, 192pp.

Rousseau, Jean-Jaques, EL CONTRATO SOCIAL, Biblioteca nueva, 128pp.

Sánchez, María Eugenia (Coord.), IDENTIDADES, GLOBALIZACIÓN E INEQUIDAD. PONENCIAS MAGISTRALES DE LA CÁTEDRA ALAIN TOURAINE, Universidad Iberoamericana Puebla, México, 2007, 160pp.

Tapia, Alejandro, EL DISEÑO GRÁFICO EN EL ESPACIO SOCIAL, Disegno, México, 2004, 219pp.

Toussaint, Florence, CRITICA DE LA INFORMACIÓN DE MASAS, Trillas, 2008, 120pp.

Williams, Raymong, LA POLÍTICA DEL MODERNISMO. CONTRA LOS NUEVOS CONFORMISTAS, Manantial, 1997, 254pp.

Abelleyra, Angélica, “Ai Wei Wei: de encierros judiciales y libertades a través del arte y la web”. GRECU Programa de Economía, Universidad Autónoma Metropolitana. (Consulta: 5/02/2013). Disponible en <http://economicultural.xoc.uam.mx/index.php/abelleyra/262-libertades>

Comisión Nacional contra las Adicciones, Sitio web. (Consulta: 10/03/2013). Disponible en http://www.conadic.salud.gob.mx/campa/2008/dmst2008_ppal.html

Costa, Joan, “Cambio de paradigma: la Comunicación Visual”. Foro Alfa, Blog de Diseño. (Consulta: 20/01/2013). Disponible en <http://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual>

Minerva, María, “Entrevista a Gabriel Orozco”. Letras Libres, Revista digital. (Consulta: 6/02/2013). Disponible en <http://www.letraslibres.com/revista/entrevista/gabriel-orozco>

Nike, Sitio web. (Consulta: 12/03/2013). Disponible en http://www.nike.com/es/es_es/c/running/stories/2013/02/flyknit-lunar-one-plus

Puma Latinoamerica, Sitio web. (Consulta: 15/03/2013). Disponible en <http://latam.puma.com/albums/nuestro-nuevo-packaging-y-sistema-de-distribucion-son-verdes#!prettyPhoto>

Catch, Sitio web. (Consulta: 16/03/2013) Disponible en <https://catch.com/>

Žižek, Slavoj, “Primero como tragedia después como farsa”, Vídeo. (Consulta: 23/02/2013). Disponible en <http://vimeo.com/33946610>

