

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
Facultad de Artes | Doctorado en Artes

DISEÑO EDITORIAL

en busca
de visibilizar
la realidad
de la periferia

Análisis, desde una perspectiva decolonial,
del diseño gráfico de Revistas Culturales Independientes
de Argentina, impresas, publicadas durante 2011/2015.

Silvio Diego Somma
Director de Tesis: Gustavo Radice
La Plata, mayo de 2023

Secretaría
de Posgrado

 FACULTAD
DE ARTES

 UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

Agradecimientos

A mi madre,
que siempre me motivó para que transite el camino del conocimiento.

A mi padre,
quien me enseñó el valor de querer y respetar el trabajo que se elige hacer.

A Pablo Gerardi y Mercedes Filpe,
influencias sumamente significativas en mi formación profesional y académica.

Al director de la tesis, Gustavo Radice,
guía generosamente paciente y respetuoso de mi ritmo y mis tiempos.

A Leila,
ave fénix que siempre renace, ejemplo de lucha y supervivencia.

A Fermín,
alma de diamante que siempre brilla.

A Marcela,
incansable espíritu viajero, que también me acompaña en este viaje.

Índice General

1. Nómima de abreviaturas en caso de ser utilizadas	7
2. Introducción	9
2.1. Relevancia o justificación	12
2.2. Antecedentes y/o estado del arte	12
2.3. Problemas	17
2.4. Objetivos generales y particulares	18
2.5. Hipótesis general y de trabajo	19
2.6. Marco de referencia conceptual	19
2.7. Diseño metodológico	20
3. Desarrollo	23
3.1. Diseño gráfico en Argentina. Otra deuda pendiente en Latinoamérica	24
3.2. Navegar en un océano de incertidumbres	29
3.2.1. Pensamiento divergente para un diseño divergente	31
3.2.2. Efecto del imprinting cultural sobre el diseño	35
3.3. El Diseño en busca de una nueva poiesis	45
3.4. Diseño editorial en Argentina interpelado por la decolonialidad	57
3.4.1. Macro/micro - centros/periferias	58
3.4.2. Las revistas culturales independientes: un cambio de paradigma	63

3.5. Análisis de revistas culturales independientes	67
3.5.1. Metodología de análisis de revistas culturales independientes	67
3.5.2. Revistas Cítrica, Laucha, MU Periódico de la Vaca y Sudestada	71
3.6. Análisis de revista La Pulseada	78
3.6.1. La Pulseada: ficha técnica	78
3.6.2. La Pulseada en la voz de los protagonistas	88
3.6.3. Análisis del diseño de la revista La Pulseada	96
3.6.4. La grilla constructiva, construcción de identidad	97
3.6.5. La tipografía	105
3.6.6. La imagen, espejo de nuestra realidad	111
3.6.7. Color	114
3.6.8. Recursos gráficos: planos plenos/tramados, filetes, tramas/texturas	115
4.- Conclusión	119
5. Epílogo: en busca del eslabón perdido	121
6.- Anexos	127
6.1. Anexo I. Entrevistas	
6.2. Anexo II. Encuestas	128
6.3. Anexo III. Preguntas de entrevista a integrantes de La Pulseada	137
6.3.1. Entrevista a Daniel Badenes	137
6.3.2. Entrevista a Gabriela Hernández	138
6.3.3. Entrevista a Natalia Chudoba	139
7. Citas	141
8. Bibliografía	145
9. Otras fuentes	151
9.1. Entrevistas	151
9.2. Sitios web consultados	153
9.3. Videos consultados	154

1 Nómina de abreviaturas

DCV: Diseño en Comunicación Visual

DG: Diseño gráfico

UNLP: Universidad Nacional de La Plata

FA (FBA): Facultad de Artes de La Plata

UNNOBA: Universidad Nacional del Noroeste
de la Provincia de Buenos Aires

AReCIA: Asociación de Revistas Culturales Independientes
de Argentina.

2 Introducción

EN ARGENTINA (y América Latina) la influencia del eurocentrismo y anglosajón ha dejado huellas que siguen manifestándose en la actualidad. Frente a una diversidad cultural resulta cada vez más difícil reconocer rasgos identitarios con una carga semántica y sintáctica que refleje los escenarios actuales de nuestra realidad nacional.

Es de vital importancia entender cómo la influencia del eurocentrismo ha alterado y modificado nuestras conductas a tal punto de olvidar la riqueza de las manifestaciones de las culturas previas a la colonización, dejándolas de lado en la búsqueda de referentes para la representación gráfica.

Manifestaciones que, en nuestro país, siguen existiendo en zonas turísticas (periferia) y son consideradas *artesanías realizadas por aborígenes* sin tener en cuenta los conocimientos ancestrales y el valor simbólico que presentan relacionado con la filosofía de vida, que respetan y conservan la memoria de las culturas antepasadas. La identidad como pueblo, la identidad como artistas es entonces lo que cobra valor.

El Diseño en Comunicación Visual (DCV) en Argentina funcionó desde sus comienzos importando modelos de enseñanza y producción de diseño europeo y/o norteamericano, no ha procurado buscar conceptos filosóficos que le permita tener un posicionamiento que no sea sólo construido a partir de la lógica y demanda del mercado.

El trabajo de tesis busca entonces analizar y delimitar las influencias que se manifiestan en el Diseño Editorial en revistas culturales independientes de Argentina, nucleadas por la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA). Indagar en la Filosofía de la Liberación y/o la Filosofía Crítica Latinoamericana una forma de pensamiento que aporte

al DCV otro posible sustento ideológico que permita replantear su participación en la relación a Forma/Función-Contenido/Materiales en relación a una identidad cultural Latinoamericana.

Esta tesis propone transitar dos de las tres instancias de una investigación. Una es *investigar sobre arte*, ya que será necesario realizar una aproximación a diseños como objeto de estudio. Pero también reflexionar acerca de la relación entre arte –diseño– y política. Además, plantear una reconstrucción historicista etnográfica acerca del diseño en Argentina.

Y otra en relación a *investigar en arte* para generar un conocimiento objetivo y transferible.

Por otro lado, es necesario incluir en esta introducción una breve explicación respecto del diseño de la presentación de la tesis*.

La estructura y diagramación si bien no responde a las normas preestablecidas, mantiene cierta formalidad dado el carácter de la publicación. Manifiesta cierta desestructura planteada no como ruptura total sino como una forma exploratoria de transición hacia un equilibrio forma-función donde se mantiene el aspecto funcional, pero sin condicionar la forma, que encuentra un modo de expresión estética representativa de las ideas que se exponen.

Más allá del cambio de diagramación respecto del ancho de columna del texto, se respetan los márgenes establecidos por el reglamento de tesis, pero la aplicación de las imágenes y la ubicación de los destacados proponen deconstruir la grilla.

Respecto del modo discursivo, con la intención de transportar al lector a ciertos climas como una sutil invitación a ir adentrándose en un texto más formal y específico de los temas que se abordan, los inicios de cada capítulo comienzan a modo de crónica desafiando un tipo de discurso académico fundamentalista, modo discursivo que se retoma en las entrevistas a docentes diseñadores y diseñadoras; y en finales de algunos capítulos.

La elección tipográfica merece un párrafo aparte. Parto de la base de que me resulta intolerable presentar un trabajo de diseño con la tipografía Arial, que es la que se propone en el reglamento de tesis. La tipografía Arial representa una de las tantas influencias de Microsoft en el mundo, “es poco más que un impostor sin vergüenza”.

(*)En caso de ser requerido puedo entregar una versión impresa o digital -PDF/DOC- respetando todas las normas propuestas en el reglamento de tesis.

1. En referencia al artículo “Azote de la Arial”, publicado en www.unostiposduros.com

Y como se verá en el desarrollo de esta tesis, uno de los planteos filosóficos a los que adhiero es el enunciado por Ulises Carrión *"el diseño es parte del contenido"*, por lo tanto, se debe entender que la selección tipográfica no es un detalle menor.

Una búsqueda por un modo de convivencia entre dos mundos, conocimientos tradicionales y nuevas expresiones decoloniales, están simultáneamente representadas por la selección tipográfica. Para el desarrollo del texto, títulos y subtítulos se seleccionó la tipografía Fontana ND –dominante–, en sus variables normal, bold e itálica; para los destacados la tipografía Garamond –subordinada– y para algunos detalles en portada, inicios de capítulos –letra capital– y foliación se utiliza la tipografía Poma –acento–. Aplica el concepto dominante y acento como lo que más se destaca –tipografías Fontana y Poma– y subordinado como una parte necesaria que completa la escena, pero con la finalidad de realzar las otras dos instancias.

La tipografía Fontana ND creada por Rubén Fontana, uno de los diseñadores argentinos más influyentes en el universo tipográfico tanto en nuestro país como en Latinoamérica, creada originalmente para la revista tipoGráfica ofrece excelentes resultados tanto para textos como para títulos y subtítulos, además hace un especial énfasis en los signos "ñ", "ch" y "f" propios del idioma español.

La tipografía Poma fue creada con la intención de replicar la forma de escritura manuscrita presente en "Nueva Corónica y Buen Gobierno" de Waman Poma de Ayala², publicación de la época colonial del imperio Inca.

Y la tipografía Garamond, utilizada en menor proporción, da cuenta del respeto por los grandes maestros tipógrafos.

De manera tal que, a partir de esta presencia tipográfica, lo latinoamericano tiene más peso que lo europeo en un claro propósito de comenzar a dar mayor protagonismo a las producciones locales, pero en convivencia con lo extranjero.

2. En el desarrollo de la tesis se menciona especialmente a Waman Poma de Ayala y su obra como base de argumentación para un enunciado teórico.

Investigar es modelizar, imaginar y traducir esos modelos e imágenes en planes o esquemas de acción que permitan cuestionar los hechos.

Ynoub, 2015

2.1. Relevancia o justificación

En principio tiene una relevancia social porque profundiza un área temática que tiene escasa bibliografía respecto del Diseño en Comunicación Visual.

La relevancia práctico social está dada porque hay un problema real en el mundo real, que tiene que ver con la idea que plantean la *Filosofía de la liberación* y *La filosofía crítica latinoamericana* respecto de las ideas de decolonización que el DCV en Argentina es totalmente ajeno. Creo que se podría hacer un aporte de tipo cognitivo que permita reflexionar y repensar posiciones del Diseño.

2.2. Antecedentes y/o estado del arte

En este apartado se presenta un relevamiento de libros, publicaciones y artículos que abordan temas relacionados con publicaciones periódicas –revistas– pero no hay ninguno que presente un análisis del diseño gráfico de revistas culturales independientes desde una perspectiva decolonial.

La publicación *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XIX-XX*, de Delgado y Rogers (compiladoras), desarrolla la temática de revistas desde la perspectiva literaria/histórica/política/social. Si bien no incluye ningún abordaje desde el diseño, los primeros dos capítulos plantean un modo de aproximación metodológica para el estudio de publicaciones periódicas que puede resultar interesante como modelo teórico para ordenar el inicio del análisis del objeto de estudio del proyecto de tesis para, a partir de ello, agregar las cuestiones específicas del análisis del diseño editorial.

De las mismas autoras, *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XIX-XX*, aborda la temática de revistas desde una perspectiva literaria donde se analizan las publicaciones periódicas argentinas como configuradores de la literatura respecto de su producción, circulación y consumo. Pero no incluye ningún abordaje desde el diseño.

Y *Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX*, plantea la cuestión de las revistas como dispositivos de archivo y exposición, visto como “*un despliegue de herramientas conceptuales para reconstruir su historia, definir sus rasgos y modos de funcionamiento*”, desde una perspectiva social. Pero no incluye ningún abordaje desde el

diseño. Presenta algunos ejemplos de publicaciones periódicas argentinas históricas per analiza el contenido temático y la edición (distribución de la información).

Los tres trabajos fueron publicados por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UNLP, en 2014, 2016 y 2019 respectivamente

En el año 2015 la *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales* publica Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales, de Pita González y Grillo, quienes plantean que hasta ahora se han hecho análisis de revistas que consideran especialmente el contenido y propone ampliar esa perspectiva para incluir la materialidad. Pero enuncia un criterio que incluye dos categorías: dispositivos que determinan estrategias de escritura y las intenciones del autor; y los que resultan de una decisión del autor o de una obligación del taller (imprenta).

También aparece otra categoría que incluye tres aspectos: identificadores (nombre, lugar, aparición, tirada, difusión, formato, estructura jurídica y financiera), morfológicos (publicidad, redacción, géneros) y valorizadores (ubicación, títulos, ilustraciones, tipografía, estructura).

Luego, y este es el propósito del escrito, propone tres categorías de análisis: material e inmaterial, y una intermedia que comparte aspectos de ambas.

Este artículo puede resultar interesante para indagar en posibles categorías de análisis que en algunos aspectos incluye al diseño editorial, aunque lo toma como un elemento más al momento de analizar una revista, pero no lo desarrolla en ningún caso de estudio.

El libro *Disoñando utopías. Imágenes argonautas entre la ciencia y la metáfora*, de Julio Broca (coordinador), publicado en 2017 por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, plantea un vínculo interesante entre arte, diseño y contexto socio histórico como factores fundamentales para la elaboración de producciones de diseño; como así también la cuestión de apropiarse de los discursos visuales como modo de reafirmar la existencia.

Si bien no remite directamente a revistas, explora un universo interesante de subjetividades e imágenes polisémicas aplicadas en diseños de afiches. Aborda también problemas existenciales del diseñador/diseñadora respecto de arte/ideología/ utopías/funcionalidad/intuición/razón, un conjunto de ideas/conceptos de particular interés para asociarlo a las revistas culturales independientes.

Análisis gráfico del diseño de las portadas de la Revista Folk y su relación con el artículo vinculado (2017), de Andrés Morataya Contreras, es un proyecto de graduación que analiza los aspectos que intervienen en la visión conceptual y estética, así como las tendencias, estilos y elementos de diseño que facilitan relacionar la portada y el artículo vinculado a la misma, en las últimas diez ediciones de la revista Folk. Es un abordaje al tema de revistas culturales independientes desde la perspectiva del diseño gráfico editorial que considera su valor estético y funcional. Indaga fundamentalmente dos aspectos: Cómo se logra efectuar el vínculo entre el artículo y la portada de la "Revista Folk", a un nivel conceptual y estético; y cuáles son las tendencias, los estilos o los elementos de diseño, que consigue cautivar al lector en las portadas de la "Revista Folk", para profundizar en el contenido del artículo y lograr interpretarlo.

El libro *El arte nuevo de hacer libros*, de Ulises Carrión (2018) aborda la problemática editorial específica del diseño de libros que aporta un concepto fundamental para entender la función del diseño gráfico con una cosmovisión que no está centrada en la funcionalidad pragmática. Concibe al diseño como parte del contenido de modo tal que lo posiciona en un lugar diferente al que generalmente se le asigna al diseño editorial –que resulta en el sólo hecho de acomodar el contenido en el espacio determinado por el formato de la pieza gráfica–. Carrión, en cambio, acerca el diseño editorial al arte con un concepto de activación por parte del lector mientras que transita la obra. Esta visión permitirá abordar el objeto de estudio de esta tesis desde una perspectiva que implica tener en cuenta aspectos que va más allá de la funcionalidad.

La tesis doctoral titulada *Análisis del diseño gráfico de Las revistas de moda en España, desde una perspectiva cromática (2013)*, de Manuel Montes aborda específicamente la función en el diseño editorial de la utilización del color en imágenes, textos y grafismos en revistas femeninas de moda en España, sus connotaciones y relación con las temáticas abordadas. Elabora categorías de análisis que permiten cuantificar la presencia del color en el diseño gráfico de cualquier publicación.

Y en 2014, el mismo autor, presenta *Diseño editorial: textos y retículas en las revistas femeninas de alta gama*, un estudio centrado en la representación formal del elemento textual y el tipo de retículas empleado, lo que permite definir líneas estratégicas de una apuesta formal que conjuga la sobriedad com-

positiva con pinceladas creativas. Presenta un registro de las variables representacionales que se aplican a los dos integrantes del sistema gráfico que son analizados: textos y retículas, elementos principales con los que se configuran los mensajes de las revistas objeto de estudio, con el objetivo de determinar qué pautas compositivas se aplican en esas publicaciones, cuyo diseño se ha considerado de vanguardia, y determinar si existe algún tipo de relación entre las pautas formales y el contenido de los artículos o el género periodístico usado. Si bien ambos trabajos abordan el diseño editorial –revistas–, lo hace desde un aspecto comercial, dándole énfasis a la perspectiva del comitente, para ver cómo puede favorecer la grilla y diagramación al consumo de revistas de moda.

El libro *Diseño en la Revista de la Universidad de México*, de Lydia Valdés (2009), realiza un análisis del diseño de una de las revistas culturales más destacadas desde mediados del siglo XX: la Revista de la Universidad de México. Es uno de los primeros intentos de revalorizar un medio impreso de comunicación y dar a conocer su determinante influencia en las formas culturales y sociales del país. Indaga acerca de la disposición de elementos gráficos que, además de funcionales, resultan ser la base para la formación de hábitos y gusto por la lectura y reflejan códigos culturales a partir de estilos y tendencias en la práctica del diseño editorial. También resulta interesante el aporte que hace respecto de la tipografía y los códigos estéticos de la imagen fotográfica. Plantea como metodología de abordaje al objeto de estudio (revistas) la semiótica del lenguaje visual.

Es un trabajo de especial interés para esta investigación ya que aborda la temática de una revista cultural –institucional– desde una perspectiva que se aproxima a la planteada en esta tesis, el decolonialismo.

En *Diseño gráfico y fotografía en el activismo social* (2015), Eduardo Santos Perales plantea un abordaje a casos de estudio desde la perspectiva del diseño gráfico, que provienen del mundo del arte, pero que cuentan con características propias del diseño gráfico y la publicidad, que poseen un carácter educativo, reflexivo y denunciatorio con un sentido social. Este trabajo proporciona material teórico/conceptual para el análisis de las imágenes fotográficas que se presentan en el objeto de estudio.

En el trabajo final de grado titulado *Diseño estratégico en portadas de revistas*, Paloma Rivas (2016) desarrolla conceptos relacionados con cómo elaborar estrategias de diseño editorial

en tapas de revistas para lograr un producto comercial competitivo. También se observan otros Proyectos de Graduación de egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo anteriores (entre 2010 y 2015) que investigan diversas áreas relacionadas con el diseño de revistas que comparten la misma lógica discursiva:

- > *Revista Mustique. Análisis de estilos gráficos vanguardistas en revistas.* Proyecto que analiza las características del diseño editorial actual y describe la importancia de las vanguardias artísticas.
- > *La identidad en revistas de tendencia.* Este proyecto demuestra la importancia de generar identidad propia y garantizar afinidad con los lectores en las revistas de tendencia nacionales
- > *Nueva revista joven.* Atrayendo a los adolescentes hacia otra lectura. Presenta un análisis de una revista dirigida a un target en particular capaz de competir en el mercado con diversas ventajas competitivas.
- > *Las portadas de revistas como elemento comunicacional. Caso Adbusters.* Reflexiona acerca de la comunicación editorial establecida mediante la manipulación de elementos visuales.

Y finalmente, en el libro *Revistas culturales latinoamericanas 1920-1960*, Lydia Elizalde (2008) presenta un recorrido historiográfico a través de una muestra representativa de las revistas culturales que se desarrollaron en América latina durante las décadas que van de 1920 a 1960. En él se da cuenta de una veintena de revistas que fueron, en su época, fundamentales en la difusión de las ideas que dieron origen a la formación del pensamiento moderno de la América de habla española. Profundiza en la significación de los contenidos textuales e icónicos en las revistas culturales que se presentan como reflejo del amplio periodo de conformación de la industria editorial en varios países de Latinoamérica y destaca la consolidación de estilos gráficos en la difusión de la cultura. Y en un segundo libro, *Revistas culturales latinoamericanas 1960-2008* (2010) plantea la diferencia entre las revistas culturales y las que son de origen político o mercantil. Considera que las revistas culturales son protagonistas en la construcción de un imaginario colectivo crítico.

2.3. Problemas

Las preguntas que guían esta investigación y que están destinadas a interpelar producciones editoriales –revistas culturales independientes– desde una perspectiva decolonial, necesitan previamente que se revisen dos aspectos históricos contextuales en relación al desarrollo del Diseño en Comunicación Visual, por un lado, el desarrollo de la disciplina independiente y, por otro, la formación de diseñadores y diseñadoras en el ámbito académico universitario.

Entonces es necesario indagar en ¿cómo influye la colonialidad en el desarrollo de la historia del diseño gráfico en Argentina? y ¿cómo afecta el eurocentrismo en la formación universitaria de diseñadores y diseñadoras en nuestro país?

La primera pregunta que, quizás parezca simple, nos lleve sólo a realizar un relato historiográfico, pero es un relato que nos ayudará a tener una visión que nos permita entender cómo los diseños actuales recaen en repeticiones de fórmulas estereotipadas. Y la segunda pregunta plantea explorar y relevar datos cuantitativos que permitirán visualizar una realidad actual que pretende demostrar que aún persiste una influencia colonial en la educación superior.

A partir de esto, surgen preguntas que comienzan a profundizar en la cuestión del diseño editorial. ¿Cómo es la noción de “diseño local” entre quienes producen Diseño Editorial en la Argentina? ¿Qué relación existe entre las prácticas editoriales independientes y el pensamiento filosófico decolonial?

Y otras que están orientadas más específicamente al objeto de estudio. ¿De qué manera se constituye la identidad en las revistas culturales independientes? ¿Existe una mirada colonial desde la búsqueda de referencias en las visualidades que este construye? ¿Qué referentes artísticos y de diseño considera el diseño editorial en Argentina para la elaboración conceptual de sus propuestas? ¿Cómo inciden en la construcción de identidades culturales de periferia?

Y finalmente, preguntas que profundizan sobre diferentes aspectos y componentes del objeto de estudio. ¿Qué valor tiene el uso de imágenes en producciones editoriales independientes que denoten y connoten aspectos de la realidad de la periferia? ¿Cómo dialoga el diseño en esta relación denotación/connotación? ¿Qué recursos morfo-sintácticos introduce el diseño editorial del arte latinoamericano? ¿De qué modo y cómo incide en el aspecto pragmático propio de la disciplina?

2.4. Objetivos generales y particulares

General

Reflexionar sobre la postura filosófica/política/social/cultural que tiene el Diseño en Comunicación Visual –o Gráfico– en Argentina en relación el modelo racional-funcionalista dominante en las producciones editoriales (Revistas Culturales Independientes de Argentina) desde la conceptualización hasta la materialización de los proyectos, abordadas e interpeladas desde una perspectiva decolonial.

Particulares

Relevar producciones de revistas culturales independientes de Argentina que plantean temas de la cotidianidad social donde se manifiesten valores simbólicos argentinos y/o latinoamericanos en la elaboración de los contenidos (textos e imágenes)

- > Analizar a partir de los aspectos semánticos y sintácticos que referentes estéticos se manifiestan y cómo se relacionan/representan al binomio comitente/usuario.
- > Reflexionar acerca de la relación Diseño-Arte. Cómo impacta en el aspecto pragmático.
- > Examinar el diseño gráfico de las portadas de las revistas *Cítica*, *La Pulseada*, *Mu*, *Sudestada* y *Laucha* en un estudio comparativo como casos paradigmáticos para mostrar la relación significado/significante de los elementos sintácticos.
- > Analizar como dialoga el diseño de la revista *La Pulseada* –tapa e interior– respecto de la temática desarrollada.
- > Detallar como dialoga el diseño de tapa con el diseño de interior respecto de la cuestión de sistema de identidad.
- > Elaborar material escrito que aporte al Diseño en Comunicación Visual, a partir de presentar casos de análisis de diseño editorial de revistas culturales independientes de Argentina, una mirada desde el decolonialismo para la conformación de un corpus teórico que aporte una nueva opción para la elaboración de contenidos teórico-conceptuales y proyectuales.

2.5. Hipótesis general y de trabajo

Se plantean tres tipos de hipótesis, que están relacionadas entre sí, con la intención de plantear cuestiones acerca de debates internos –aún vigentes– de la disciplina Diseño en Comunicación Visual.

Hipótesis sustantiva o nuclear

El diseño en Comunicación Visual (o gráfico) en Argentina parece debatirse entre el *diseño social* y el *diseño activista*, pero definitivamente responde solo a los intereses del mercado capitalista.

Hipótesis de indicadores e instrumentales

El diseño en comunicación visual en Argentina no se identifica con el arte latinoamericano³, por lo tanto no puede reflejar algo con lo que no se identifica.

Hipótesis de integración o de significación

El diseño en comunicación visual como disciplina, en Argentina, debe tomar una postura filosófica de adhesión a la *opción decolonial* o *filosofía de la liberación* para desarrollar una identidad más vinculada a la periferia. Pero no podrá incluirse en la opción decolonial en tanto no se asuma como periférico en relación al diseño europeo o anglosajón.

2.6. Marco de referencia conceptual

Marco contextual:

Argentina (Revisión histórica-contextual).
Argentina/Actualidad (Proyección al diseño).

Marco conceptual:

Diseño en comunicación visual/Arte.
Identidad (identidades culturales).
Efecto socio-cultural.
Decolonialidad.
Diseño editorial.

3. Arte latinoamericano en relación a la cuestión del alejamiento del diseño y el arte como imposición de la influencia del funcionalismo. Y, si bien el debate es en torno al arte en general, se plantea más específicamente el arte latinoamericano inmerso en un contexto de choque entre centro y periferia, en el cual en el Diseño predomina la influencia de centro –arte europeo–, que continúa manifestándose actualmente en las producciones. Algunas cuestiones en referencia al arte latinoamericano que considero que pueden tener influencia y/o aplicación en el diseño editorial, que se desarrollarán en el marco conceptual y/o en el abordaje del objeto de estudio –Revista La Pulseada–, incluyen el arte precolombino argentino, los manuscritos de Waman Poma, los aportes de los Guaraníes en la imprenta de los Jesuitas, y los primeros antecedentes sobre el diseño editorial entre 1920 y 1960.

2.7. Diseño metodológico

Materiales y método / Unidades de análisis

Se plantean tres tipos de unidad de análisis: entidad, sujetos y objetos.

Entidad

- La Disciplina de Diseño en Comunicación Visual (o Gráfico)

Sujetos

Entrevistas (de carácter cualitativo)

- > Diseñadores y diseñadoras del ámbito académico (docentes de Universidades Nacionales de Argentina) que permitirán tener un panorama actual del estado de situación de la formación de estudiantes universitarios en las carreras de diseño.
- > Diseñadores y diseñadoras que desarrollen la actividad profesional (acto de diseñar). Es necesario este abordaje para dar cuenta del escenario en donde el diseño se manifiesta. Determinar cuál es el rol del diseño en relación a lo periodístico. Cómo dialoga el diseño con los componentes de la información
- > Integrantes de la revista la pulseada que forman –o forman– parte del staff de las publicaciones que se proponen como unidades de análisis, para determinar las características de las publicaciones considerando su filosofía: política editorial, selección de temas a abordar, modos de escritura.

Estas entrevistas abordarán dos ejes

- > De qué modo se construye la disciplina Diseño en Comunicación visual (o gráfico) en Argentina. Cómo el Eurocentrismo influyó tanto en el desarrollo profesional como en el ámbito pedagógico.
- > Diseñadores y diseñadoras que se desempeñan en el campo editorial. Cuáles son los referentes y las metodologías de trabajo que se consideran para la realización de una revista.

Encuestas (de carácter cuantitativo)

Con el objetivo de determinar el estado de situación actual en relación a los referentes estéticos y filosóficos que transitan los y las estudiantes de diseño se realizarán encuestas a:

- > Estudiantes de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes de la Universidad de La Plata.
- > Estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires.

Objetos

Producciones de diseño gráfico editorial (revistas culturales independientes de Argentina nucleadas por AReCIA).

1. Revista La Pulseada (años 2011/2015)
2. Revista Cítrica (años 2011/2015)
3. Revista MU (años 2011/2015)

Se toman estas tres publicaciones como casos paradigmáticos dadas las características de su creación. Tras considerar que las publicaciones son mensuales (en esa cantidad de años se pueden contabilizar 180 ejemplares aprox.) se aplicará el criterio de saturación teórica delimitando unidades de análisis a las que más repercusión hayan tenido.

Un primer nivel de análisis plantea un recorrido por las tres publicaciones para determinar aspectos generales de la investigación. Y se tomará la Revista La Pulseada para analizarla con mayor profundidad para abordar cuestiones más específicas.

El motivo de que sean esas tres publicaciones y ese período se debe a varios factores:

- > En 2011 la Cooperativa que editaba la Revista MU crea AReCIA (Asociación Revistas Culturales Independientes de Argentina) e inmediatamente pasa a formar parte de esa Asociación la Revista La Pulseada.
- > Entre 2010 y 2011 se crea una Cooperativa con trabajadores del ex diario Cítrica y en 2012 lanzan la Revista Cítrica, que también pasa a formar parte de AReCIA.
- > Entre 2011 y 2012 la Revista La Pulseada es rediseñada y toma un nuevo impulso significativo.
- > Entre esos años las tres revistas formaron parte de la Comisión Directiva de AReCIA.
- > A partir de 2011 se dieron situaciones político-sociales y económicas que favorecieron el desarrollo del sector de revistas culturales y las tres publicaciones fueron determinantes en la creación de AReCIA.

Para la metodología de análisis de las producciones relevadas se implementará una herramienta de observación y análisis de elaboración propia, desarrollado a partir de dos instancias:

1. Mi experiencia en el campo del diseño editorial realizando tareas de diseño diagramación y maquetación de libros, periódicos, revistas, infografías; fotografía y digitalización de imágenes; edición de contenidos y redacción de artículos.

2. Mi experiencia docente de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes de la UNLP con el cargo de adjunto de la cátedra "Taller de comunicación Visual 2-5 C Filpe" (Titular Mg. DCV María de las Mercedes Filpe), donde desempeño funciones –desde el año 1998– en tercer año, nivel en el que se aborda la temática diseño de información/editorial (Libros, periódicos, revistas, infografías).

La herramienta consiste en una planilla para la evaluación cualitativa y valoración de los proyectos editoriales que permite abordarlos desde tres niveles semióticos: nivel semántico, nivel sintáctico y nivel pragmático. Con esta metodología se logra obtener tener una *radiografía* de un proyecto editorial que permite visualizar la interrelación de la denotación/connotación –significado/significante– de todos los componentes de la producción.

- > *Nivel semántico*: concepto, idea, relación con la propuesta editorial periodística.
- > *Nivel sintáctico*: imagen, tipografía, color, grilla, diagramación, línea, plano, tramas, texturas.
- > *Nivel pragmático*: navegabilidad, legibilidad, identificación temática.

3 Desarrollo

ES NECESARIO realizar un relato historiográfico del Diseño en Comunicación Visual (o Gráfico)⁴ en Argentina que nos permita entender la situación actual del diseño como disciplina. Como pasa de ser oficio relacionado con el quehacer de la imprenta, luego se incorpora en ámbitos académicos con una fuerte impronta proveniente de la Bauhaus y escuela de ULM, pero que va siendo cooptada por el mercado. De esta manera tratar de dejar plasmada las diferentes posturas que definen al diseño. Diseño mercado. Diseño Social. Diseño activista. Para dejar abierta la posibilidad de manifestarse dentro del contexto de la *opción decolonial*.

4. La denominación "Diseño en Comunicación Visual" surge cuando se crea la carrera de diseño en la Facultad de Bellas Artes de La Plata (Escuela Superior en ese entonces). El nombre, que se diferenciaba de "Diseño Gráfico", apelaba a la idea de una formación más completa respecto de las escuelas o institutos de diseño de formación terciaria. La creación de carreras de diseño en otras universidades nacionales de Argentina, que comenzaron a llamarse "Diseño Gráfico", contemplaban (y contemplan) los mismos contenidos en la formación conceptual y curricular. Por lo tanto, voy a referirme a Diseño en Comunicación Visual o Diseño Gráfico como la misma disciplina.

3.1. Diseño gráfico en Argentina.

Otra deuda pendiente en Latinoamérica

Actualmente en las Islas Malvinas puede leerse un letrero escrito a mano alzada con fibrón, sobre una cartulina que se exhibe en la vidriera del edificio de Investigaciones Bio Marítimas del Reino Unido, ubicado en la Calle Costanera en Puerto Argentino.

La leyenda dice –en idioma inglés– que el pueblo inglés y los habitantes de las Islas Malvinas, auto denominados kelpers, se consideran altamente ofendidos por las acciones bélicas de Argentina ocurridas entre el 2 de abril y el 14 de junio de 1982. Además, destaca que aún esperan un pedido de disculpas por el intento de invasión y reclaman un resarcimiento económico por las muertes y los daños causados.

Llama poderosamente la atención como los ingleses logran dar vuelta un argumento y ponerse en lugar de víctimas, cuando fueron ellos quienes tomaron el archipiélago por la fuerza en 1833 y, según consta en documentos históricos, “obligaron a arriar la bandera argentina”.

El documento que presentó el capitán John Onslow, que fuera quien tuvo la tarea del desembarco y toma de posesión dice:

*“Debo informaros que he recibido órdenes de S.E. el Comandante en Jefe de las fuerzas navales de S.M.B., estacionadas en América del Sur, para hacer efectivo el derecho de soberanía de S.M.B. sobre las Islas Malvinas. Siendo mi intención izar mañana el pabellón de la Gran Bretaña en el territorio, os pido tengáis a bien arriar el vuestro y retirar vuestras fuerzas con todos los objetos pertenecientes a vuestro gobierno.
Soy, Señor, vuestro humilde y muy obediente servidor.”*

J. Onslow

El mensaje fue redactado de forma muy diplomática para intenciones que no lo eran tanto. El mismo tipo de mensaje diplomático parece tener el cartel del edificio de Investigaciones Bio Marítimas que se puede leer hoy en día, pero en realidad esconde un tono de exigencia.

Pero, ¿Cuánto tiempo continuará esperando Latinoamérica para reclamar el pedido de disculpas de parte de todos los países que no solo invadieron, sino que además saquearon

nuestro territorio? “... como me dijo una vieja señora potosina, envuelta en un kilométrico chal de lana de alpaca, cuando conversamos ante el patio andaluz de su casa de dos siglos. Esta ciudad condenada a la nostalgia, atormentada por la miseria y el frío, es todavía una herida abierta del sistema colonial en América: una acusación. El mundo tendría que empezar por pedirle disculpas.” (Galeano, 2003, p. 51).

¿Cuánto sería, si al mejor estilo diplomacia inglesa, los países de Latinoamérica reclamaran un resarcimiento económico por todas las muertes y daños causados?

Preguntas que sólo encuentran la respuesta en una gran utopía. Pero el arte es especialista en utopías y es la fuerza que nos permite seguir mirando y avanzando hacia adelante.

Deben ser incontables las formas en que el arte latinoamericano se ha expresado para reclamar sobre los hechos acontecidos desde la colonización. La pintura y el muralismo han sido protagonistas incansables. Desde Felipe Guamán Poma de Ayala en 1800 hasta un mural que podemos encontrar a la vuelta de la esquina en nuestro barrio, heredero quizás del muralismo mexicano o de los afiches cubanos, retratan el avasallamiento del colonialismo.

La música y la artesanía, tal vez por popularidad, son las que dan muestras más visibles de la preocupación por mantener las tradiciones culturales latinoamericanas.

En Argentina estos dos tipos de expresiones han mantenido un diálogo permanente con las raíces de las culturas de los pueblos originarios. La baguala, en el caso de la música, tal vez sea la forma menos contaminada por las influencias europeas, pero además es sumamente interesante la fusión que ha generado el rock nacional en sus primeros años de existencia que, basado en el inglés en mayor parte, mezclado con tango, zamba, chacarera o malambo, logra un estilo único –reconocido mundialmente en la actualidad– que también forma parte de ese colectivo artístico que alzó su voz contra el capitalismo y el colonialismo.

La artesanía en Argentina, y en toda Latinoamérica, sigue dando batalla a la invasión de producciones realizadas en otros países. Lo que otrora era traído de las fábricas de Inglaterra, hoy proviene de China, plagando los mercados regionales con productos hechos en serie que atentan contra las formas de producción local, de manera que podemos ver cómo conviven en la feria artesanal de la plaza de Purmamarca o en los comercios de la peatonal de San Fernando del Valle de Catamar-

“

La plata transportada a España en poco más de un siglo y medio, excedía tres veces el total de las reservas europeas. Y estas cifras, cortas, no incluyen el contrabando. Los metales arrebatados a los nuevos dominios coloniales estimularon el desarrollo económico europeo y hasta puede decirse que lo hicieron posible.

”

Galeano, 2003, p. 40

Los agentes comerciales de Manchester, Glasgow y Liverpool recorrieron Argentina y copiaron los modelos de los ponchos santiagueños y cordobeses y los artículos de cuero de Corrientes.

Galeano, 2003, p. 230

ca productos realizados de manera industrial en el exterior, con los realizados artesanalmente en telares de nuestras tierras.

Lo que pasaba entonces continúa pasando en la actualidad. Lo que cambió es que los protagonistas extranjeros son otros. Lo protagonistas locales, en cambio, los mismos.

Pero en el caso del Diseño Gráfico en Argentina, ¿cómo es que aún sigue en su rol de ser funcional a los mercados? ¿Por qué continúa con la mirada en Europa y Estados Unidos?

Para intentar comenzar a comprender esta actitud del Diseño Gráfico debemos tal vez observar el corto y frágil pasado que atraviesa la disciplina en nuestro país, que es bastante similar al resto de Latinoamérica. Resulta interesante retomar de la historia acerca del Diseño Gráfico en Argentina que ya ha sido contada por diferentes voces, algunos conceptos que nos permitan entender por qué el diseño es lo que es en nuestros días.

Hay cierta idea histórica que afirma que el diseño comenzó en 1919 con la Bauhaus; creada por Walter Gropius, que planteaba la idea de la unión de las artes bajo una concepción holística y empírica siguiendo la utopía por crear una sociedad más igualitaria, comprendiendo que la tecnología debía estar al servicio del arte.

Pues, en realidad, nada de esa filosofía llegó a nuestro país. Aquí la necesidad del diseño surge cuando la Argentina comienza el período de industrialización en la década de 1940, entrando a la modernidad. Para ese entonces la Bauhaus ya no existía y no solo eso, sino que habían quedado en el camino sus ideales.

El referente para desarrollar el Diseño Gráfico en Argentina se buscó en un principio en el *estilo internacional suizo* bajo conceptos de sintetismo, frialdad y racionalidad. Más tarde, en la década de 1950, en la Escuela de ULM, que consideraba al diseño una disciplina científica y objetiva.

Quizás estas dos influencias, que se alejaban de la idea de la Bauhaus, es lo que enraizó en la Argentina: un diseño racionalista y funcional al mercado capitalista.

La historia cuenta que en la década de 1940 Argentina ingresa a la modernidad, período en el que se gestó un proyecto moderno en nuestro país. Pero la pregunta que surge es ¿qué modernidad? ¿Era la misma modernidad que transitaba Europa?

Todo hace pensar que no. La modernidad argentina era bastante diferente a la europea. Pero de todos modos en nuestra sociedad, que para ese entonces miraba a Europa y particularmente a Alemania para tratar de imitar, se impulsó la idea de un diseño asociado la industria y a empresas privadas. "En

el proceso de institucionalización del diseño, fueron las agencias cuyos clientes eran empresas competentes con necesidad de comunicación masiva las que consolidaron el oficio de los nuevos diseñadores gráficos..." (De Ponti-Gaudio, 2008, p. 33).

Así, el diseño tomó un rumbo que no se cuestionó demasiado. Siempre bajo influencias estilísticas y conceptuales extranjeras, quedó distanciado del arte, ajeno a la cultura latinoamericana, sólo servicial al mercado, preocupado únicamente por la función y sin profundizar en la forma/contenido. El diseño nos dejaba espejitos de colores, igual que los primeros colonizadores que los cambiaban por oro. *"En la década del '80, la demanda de diseño gráfico pareció concentrarse en restyling de marcas y de packaging para productos de consumo masivo... Las empresas locales procuraban una internacionalización de la imagen..."* (Fernández, 2008, p. 48). El diseño gráfico, ingenuamente y sin definir una filosofía propia con raíces latinoamericanas, cayó fácilmente en los dominios del poder hegemónico.

A partir del 2001 comenzó en Argentina una forma de diseño activista que se manifestaba en contra de la crisis económica. Allí surgieron varios colectivos de artistas y diseñadores que hacían visible la protesta. Producto de un cierto cambio de conciencia de parte de algunos diseñadores, comenzó a vislumbrarse la idea del diseño social. Un concepto que, recientemente surgido, aún busca definir su área de incumbencia, aunque se lo relaciona con acciones tales como las que implican el diseño para el desarrollo, para la inclusión y/o accesibilidad, el diseño socialmente responsable –eco diseño/sustentable–, el centrado en el usuario y sus contextos.

De modo que actualmente el diseño se debate entre el diseño activista y el diseño social, pero en definitiva la balanza sigue inclinada para el lado del mercado. *"Lo dilemático aparece cuando estas expresiones de crítica a la condición política se cristalizan, es decir, se estereotipan y se vuelven recurrentes y repetidas. Las estéticas disidentes son captadas rápidamente por las visualidades hegemónicas y pierden parte de su frescura inicial."* (Siganevich / Nieto, 2017, p. 11).

Parece ser que estas dos nuevas formas en que se manifiesta el diseño son parte de un conjunto de buenas voluntades. El problema del diseño activista es que surge como acciones espasmódicas aisladas que aparecen sólo cuando el país atraviesa alguna crisis económica. Pasada ésta, se van disolviendo quedando apenas unos pocos, como si no hubiera otros temas cargados de sensibilidad social como para manifestar.

“

Reconociendo las raíces comunes de las bellas artes y las artes visuales aplicadas, Gropius buscó una nueva unidad de arte y tecnología (...) para tratar de resolver los problemas de diseño visual provocados por el industrialismo.

”

Meggs-Purvis, 2009, p. 310

Y, por otro lado, el problema del diseño social además de no terminar de definirse exactamente qué es dentro del ámbito del diseño, es que pareciera que algunos pocos diseñadores que lo llevan adelante lo hacen buscando algo de paz para sus conciencias, porque continúan atrapados en la lógica capitalista de producción/consumo.

De todos modos, más allá de las críticas al diseño activista y al diseño social, hay que rescatar positivamente algunos aspectos. Quedó expuesto que otro diseño es posible. “...*el desarrollo local y el diseño social en América Latina se posicionan como un par conceptual casi indisociable, que genera no solo nuevas miradas sobre el quehacer disciplinar y sino también sobre cómo dar respuesta a las necesidades de la región.*” (Barzola, 2018, p. 32).

Estas instancias propiciaron un importante acercamiento del diseño hacia el arte, a partir de la interacción entre diseñadores con otras disciplinas, y a problemas sociales actuales y propios. Diseñadores y diseñadoras decidieron tomar partido y realizaron un aporte significativo a un cambio de mirada. La mayoría de las producciones tenían una implicancia física y emocional tanto en la elaboración del contenido como en la realización del producto, acudiendo a formas artesanales de realización.

Alguna vez alguien dijo –tal vez haya sido Mark Twain en su etapa más antiimperialista–: “*Cuando encuentres que estás del lado de la mayoría, es hora de hacer una pausa y reflexionar*”

El diseño gráfico en Argentina ha seguido un rumbo heredado anacrónicamente de una sociedad homogénea, y se encontró aquí con un contexto social heterogéneo, con formas de pensar y actuar muy diferentes a las europeas “...*poca duda cabe acerca de la heterogénea composición de una identidad latinoamericana propia de estos territorios, unificados originalmente en el proceso traumático de la conquista y la civilización.*” (Argumedo, 1993, p. 15).

El diseño siempre estuvo del lado de la mayoría, quizás de la mayoría que vive del capitalismo. Pero Latinoamérica vive para el capitalismo. Tal vez sea hora de que el Diseño se detenga a pensar y marque un nuevo rumbo que apunte al sur.

La mayoría de las veces la producción de objetos se hace en comunidades, a partir de postulados originales y especializados fundamentalmente en ramas artesanales, muchas veces heredadas de culturas propias tradicionales y de recursos naturales específicos locales, lo que les otorga una identidad particular, aunque en el devenir histórico hubieran recibido varias influencias.

Morales, 2008, p. 308

3.2. Navegar en un océano de incertidumbres*

En la década de 1990 el diario Página 12 publicó una nota titulada “La carrera de diseño cumplió 30 años de vida”, donde da cuenta acerca de la creación y puesta en funcionamiento del primer plan de estudios de una nueva carrera universitaria. La nota afirma *“Su nacimiento, a la sombra de los revolucionarios ’60, tuvo un clima más que propicio, el despertar de la industria local, el avance de los medios de comunicación, la influencia de expresiones vanguardistas y el modelo que imponía la alemana escuela ULM...”*; en la nota también aparecen párrafos literales de una entrevista realizada a uno de los creadores de la carrera, el arquitecto Daniel Almeida Curth.

Curth decía:

“Yo era profesor de dibujo arquitectónico por entonces y veía como todas las ramas del bachillerato⁵ (de Bellas Artes) tenían una salida hacia la universidad a excepción de los egresados en dibujo técnico; esta circunstancia, sumada a un mundo en cambio, donde el movimiento industrial empezaba a aparecer en la Argentina, motivó la idea de que el egresado de dibujo pudiera seguir su carrera universitaria en diseño...” y continúa “Nos fuimos basando en la escuela de la ULM y en la escuela de diseño de Inglaterra, como el Royal College, que eran centros de bellas artes...”

Finalmente, en la nota Curth dice:

“Lo que debe hacer la facultad hoy es formar profesores capacitados para la comprensión de esta nueva dimensión y entonces armar nuevos programas (...) Si el Departamento de Diseño tomara la determinación de educar a sus educadores y formarlos de nuevo puede existir la superación que falta para que después de treinta años no siga todo igual.”

(*) “Una vez más repitámoslo: el conocimiento es navegar en un océano de incertidumbres a través de archipiélagos de certezas.”
Edgard Morín

5. El Bachillerato de Bellas Artes es una escuela secundaria con orientaciones en dibujo artístico, dibujo técnico y música perteneciente a la UNLP.

En un recuadro secundario, anexo a la nota, titulado "Perdidos en el tiempo" se puede ver una frase expresada por el entonces decano de la facultad: "*Existe una conciencia plena en los docentes antiguos de la carrera, así como en los actuales y en los graduados, de que este plan necesita modificaciones profundas en su estructura, en la modalidad e incluso en los contenidos.*"

En vistas de la actual situación del diseño en el contexto de la universidad, parece que aquellos ideales utópicos en los que se basaron los fundadores de la carrera, quedaron en buenas intenciones, pero a medio camino.

La actualidad institucional de las carreras de diseño en Argentina corrió la misma suerte que en el resto de las universidades de Latinoamérica. La perspectiva de Boaventura De Sousa Santos respecto de los factores internos y externos que atravesaron las universidades ayudará a analizar la situación actual del Diseño Gráfico en Argentina.

Los factores externos están relacionados por un lado a la problemática recurrente de Latinoamérica de hace unas décadas atrás, las dictaduras militares que pusieron en jaque la autonomía institucional y por otro el avance de las políticas neoliberales que constantemente erosionan los pilares de la educación pública. "*En los países que vivieron dictaduras a lo largo de las últimas décadas, la inducción de la crisis institucional de la universidad tuvo dos razones: la de reducir la autonomía de la universidad hasta el punto máximo y hasta la eliminación de la producción y divulgación del pensamiento libre y crítico, y la de poner la universidad al servicio de proyectos modernizantes autoritarios...*" (Santos, 2007, p. 24)

Entre los factores internos, ya propios de la disciplina del diseño, la formación de los diseñadores está más relacionada con el desarrollo de la actividad independiente, en la mayoría de los casos formados para el mercado, que vuelcan su experiencia en la docencia, sin tener mayor preparación pedagógica, es decir que los docentes en las carreras de diseño aprendieron a ser docentes siendo docentes, aplicando sus conocimientos construidos a partir de la propia experiencia profesional.

Por otro lado, la formación académica en posgrados específicos para la disciplina estuvo ausentes durante casi toda la existencia de las carreras. Esto produjo un éxodo de diseñadores con interés en formación de posgrados a buscar oferta en otros campos disciplinares.

Sin poner en duda la capacidad de los docentes en ser artífices de su propia formación –profesional y pedagógica–

el problema es que no han estado nucleados bajo una idea institucional que marque un posicionamiento como proyecto Universidad-Estado, lo que llevó durante años a profundizar la posición distante del diseño respecto de problemáticas locales produciendo respuestas débiles a preguntas fuertes.

Con el agravante que, desde la vuelta de la democracia en Argentina –año 1983– hasta la actualidad –2019– hubo 14 años de gobiernos neoliberales. Las políticas neoliberales acechan constantemente reincidiendo entre gobiernos que intentan poner un freno al avance del capitalismo, que centran sus intereses sólo en las potencias colonizadoras. *“La pérdida de prioridad de la universidad pública en las políticas públicas del Estado fue, ante todo, el resultado de la pérdida general de prioridad de las políticas sociales inducida por el modelo de desarrollo económico conocido como neoliberalismo o globalización neoliberal.”* (Santos, 2007, p. 26). Es fundamental que la Universidad forme un proyecto político-institucional de la mano del Estado. Y el diseño debe ser parte de ese proyecto.

3.2.1. Pensamiento divergente para un diseño divergente

A fines de la década del `80 y principios de los `90, en un ámbito que no es propio del diseño sino de la psicología y la neurología, Howard Gardner, psicólogo e investigador centrado en el campo de la educación, propuso la *Teoría de las inteligencias múltiples*. Gardner sostiene que la inteligencia no es vista como algo unitario que agrupa diferentes capacidades específicas con distinto nivel de generalidad, sino como un conjunto de inteligencias múltiples, distintas y semi-independientes. Define la inteligencia como la capacidad mental de resolver problemas y/o elaborar productos que sean valiosos en una o más culturas.

Ocho tipos distintos de inteligencia son los que ha identificado Gardner al proponer que, así como hay muchos tipos de problemas que resolver, también hay muchos tipos de inteligencia:

- > Inteligencia lingüístico-verbal;
- > Inteligencia lógica-matemática;
- > Inteligencia musical;
- > Inteligencia corporal cinestésica;
- > Inteligencia intrapersonal;
- > Inteligencia interpersonal;
- > Inteligencia naturalista;
- > Inteligencia espiritual.

Esta propuesta de las inteligencias múltiples fue en dirección opuesta a la hegemónicamente dominante que sostenía que la inteligencia sólo se medía a través de un Test de Coeficiente Intelectual (CI). La medición del CI, de carácter exclusivamente cuantitativa, apunta a tener clasificados a los individuos en más inteligentes y menos inteligentes con la clara intención de cooptar a los más inteligentes para ser ubicados en puestos al servicio de empresas privadas de intereses capitalistas y excluir al resto, clasificando en ciudadanos de primera y segunda categoría.

Gardner sostiene que el test del Coeficiente Intelectual se enfoca mayormente en la inteligencia lógico-matemática y la inteligencia lingüística. Y al sacar buena calificación en estas pruebas, la posibilidad de asistir a un colegio o universidad de prestigio es mayor que los que sacaron un porcentaje bajo. Mientras muchos estudiantes trabajan bien bajo este ambiente, también hay otros que no. De acuerdo con Helling (2009), *“El estándar del test del Coeficiente Intelectual misura el conocimiento adquirido en un momento en particular, estos tests sólo pueden proporcionar una visión ‘congelada’ del conocimiento. Pero no pueden evaluar o predecir la capacidad de una persona para aprender, para asimilar la nueva información, o para resolver nuevos problemas.”*

No es casual que durante años la ciencia de la pedagogía haya sostenido –y continúa haciéndolo– la idea de medir con la prueba de CI, produciendo un adoctrinamiento y formación de un pensamiento lineal⁶.

La propuesta de Gardner abrió la posibilidad a otro tipo de pensamiento, *el pensamiento divergente*, que es un proceso que permite generar ideas creativas mediante la exploración de muchas posibles soluciones.

El arte es, en esencia, pensamiento divergente. Pero en ese adoctrinamiento epistemológico el diseño fue una víctima más del epistemicidio que sufrió Latinoamérica. El Diseño Gráfico fue sesgado y separado del arte, convertido en una disciplina técnico-científica.

Pero una de las diferencias más importantes es que, mientras el pensamiento lineal adoctrina individuos para aceptar las consignas sin cuestionarse, el pensamiento divergente –que parece ser más molesto– cuestiona, indaga, visualiza opciones

6. Se conoce como pensamiento lineal o pensamiento vertical a la manera tradicional de pensamiento, es decir, aquella que se desarrolla generalmente durante la época escolar y en donde se aplica la lógica.

y posibilidades de accionar frente a una determinada problemática. Es lógico creer que este tipo de pensamiento es controversial para el poder hegemónico neoliberal.

Estas ideas de Gardner, de pensar al individuo como un universo complejo, está íntimamente relacionado con lo que plantea Edgard Morín, donde lleva al campo de la pedagogía la idea de una mayor interacción entre las partes razón-emoción. *"...no hay un estado superior de la razón que domine la emoción sino un bucle intellect-affect; y de cierta manera la capacidad de emoción es indispensable para el establecimiento de comportamientos racionales."* (Morín, 1999, p. 5-6). Morín deja en claro que el desarrollo de la inteligencia es inseparable del de la afectividad

La enseñanza del Diseño Gráfico en Argentina creado a partir del modelo racionalista y funcionalista de la Escuela de ULM, asociado a una situación de desarrollo de la industria que concibió la formación de diseñadores más como técnicos especialistas para el mercado, parece que ha funcionado bajo la doctrina de pensamiento lineal. Es decir, diseñadores que aprenden, hacen, se forman y enseñan bajo un modelo de educación conductista que no da lugar al pensamiento divergente. El diseño fue víctima de la racionalización.

La enseñanza del diseño basada en la escuela de ULM, o su descendencia traducida solo en el diseño utilitario-funcional que continúa siendo concebido bajo la órbita del ciclo producción-consumo-descarte-producción, parece no estar a la altura del contexto social local y las circunstancias actuales si consideramos ciertos aspectos propuestos por Morín: *"El siglo XX ha dejado como herencia en el ocaso contracorrientes regeneradoras. A menudo, en la historia, corrientes dominantes han suscitado contracorrientes que pueden desarrollarse y cambiar el curso de los acontecimientos."* (Morín, 1999, p. 38).

Considerando:

> *la contracorriente ecológica* que con el crecimiento de las degradaciones y el surgimiento de catástrofes técnicas/industriales no puede más que aumentar. En este tema, desde el campo de la arquitectura, existe la noción que plantea que el mundo está siendo construido por jóvenes para jóvenes –personas sin dificultades– y en eso quedan excluidas todas las personas con dificultades –discapacidades, adultos mayores, etc.– es decir toda persona que no puede seguir el ritmo de vida acelerado propio de una concepción capitalista. En definitiva,

el mundo está siendo construido por personas que en unos 30 años van a quedar excluidas de su propia construcción.

En función de esto es necesario preguntar ¿cómo comenzar a redefinir la disciplina? Esto pone de manifiesto la distancia que se ha producido en la forma en que fueron formados los diseñadores, que hoy están a cargo de formar, y las problemáticas actuales que exigen otras miradas, otras formas de concepción y producción de diseños. ¿En base a qué teorías deberán comenzar a reeducarse los docentes para poder plantear los cambios necesarios?

> *la contracorriente cualitativa* que en reacción a la invasión de lo cuantitativo y a la uniformidad generalizada se apega a la calidad en todos los campos, empezando por la calidad de la vida. En este punto es donde ha habido más avances dentro de la disciplina. Es característico de las disciplinas proyectuales la idea de valorar tanto el proceso como el resultado, equilibrando lo cualitativo y lo cuantitativo.

> *la contracorriente de resistencia a la vida prosaica* puramente utilitaria que se manifiesta con la búsqueda de una vida poética dedicada al amor, a la admiración, la pasión, el festejo. Uno de los ítems planteados por Morín donde sin duda el diseño parece quedar excluido. El funcionalismo y racionalismo que sigue dominando conceptualmente la disciplina concibe sólo productos utilitarios. Pero el problema no es la idea de lo utilitario, si consideramos el diseño al servicio de la sociedad seguramente va a producir diseños útiles. El problema es la carga ideológica que domina la producción y posicionamiento de productos que determina la producción de estereotipos y posicionamiento social de individuos.

Actualmente los objetos de diseño son consumidos porque indican y permiten manifestar un status que acentúa y profundiza la diferencia entre centro y periferia, se produce entonces una división entre diferentes grupos sociales. *“Esto crea un conflicto complejo: por una parte, las oligarquías nacionales tienden a desear las ‘necesidades’ de la cultura del centro, y por ello a consumir los objetos/status diseñados en la cultura del centro; en cambio los grupos populares, aunque a veces lo desea por la propaganda, no sólo no puede consumirlos, sino que además sus símbolos tradicionales entran en colisión con los valores/signos propuestos.”* (Dussel, 1994). En una carrera desesperada que incluye, por un lado, endeudamiento

económico debido a la búsqueda de acceder a productos de la cultura del centro; y por otro lado, frustración por la falsa ilusión de creer de parte de las oligarquías nacionales que una vez que acceden a esos productos entrarán en la categoría de *pertenecer*, lejos de que eso suceda el producto que era para una elite, ahora pasó a ser un producto para la periferia y un nuevo producto aparece para la cultura del centro, que vuelve a ser inaccesible para los de más abajo. El resultado: una espiral laberíntica cada vez más vertiginosa.

- > *la contracorriente de emancipación* con respecto de la tiranía omnipresente del dinero que se pretende contrarrestar con las relaciones humanas solidarias haciendo retroceder el reino del beneficio. El diseño ha encontrado un campo de acción respecto a este punto relacionado con el diseño social que comenzó a cobrar vigencia en Argentina a partir de la crisis de 2001. El problema es que la mayoría de los proyectos sociales carecen de sustento económico a largo plazo y terminan dependiendo solo de *buenas voluntades* de parte de diseñadores comprometidos con determinadas causas.

3.2.2. Efecto del imprinting cultural sobre el diseño

Retomando las expectativas de los fundadores de la carrera de Diseño en la Universidad de La Plata, considerando que en la misma época se creaba en la Universidad de Mendoza –y otras que se fueron creando en distintas Universidades Nacionales hasta el año 2010 siguieron el mismo modelo– no solo hubo poco énfasis en la formación de los docentes, sino que tampoco se revisaron y actualizaron los programas de estudio acorde a los avances y demandas sociales.

Sin intención de justificar la decisión de tomar a la escuela de ULM como paradigma para la creación de las carreras, es entendible que para 1960 en Argentina, la búsqueda de referentes institucionales y epistemológicos haya puesto la mirada en Europa, como era habitual en casi todo lo que sucedía en ese entonces a nivel cultural, académico y pedagógico, pero las cosas no se replantearon no solo 30 años después, tampoco actualmente, es decir a 60 años de la creación de las carreras de Diseño en Argentina la situación parece no haberse modificado demasiado.

Los cambios de planes de estudio generalmente estuvieron realizados fuera de tiempo y con demasiada demora en su im-

El imprinting cultural marca los humanos desde su nacimiento, primero con el sello de la cultura familiar, luego con el de la escolar, y después con la universidad o en el desempeño profesional.

Morín, 1999, p. 10

plementación. Para cuando un plan de estudios era implementado se evidenciaba inmediatamente la distancia entre la dinámica de la enseñanza y la realidad social. Los cambios siempre fueron regidos por la idea del diseño racionalista y funcionalista. *“Bajo el conformismo cognitivo hay mucho más que conformismo. Hay un imprinting cultural, huella matricial que inscribe a fondo el conformismo y hay una normalización que elimina lo que ha de discutirse.”* (Morín, 1999, p. 10)

La idea de imprinting cultural ha generado que la disciplina del diseño construya sus bases teórico-filosóficas en modelos importados de una sociedad que proponía, en 1953 en Alemania, la reconstrucción de una sociedad que buscaba consolidar el orden y la hegemonía de pensamiento. Esa importación de conocimiento, que en algunos casos sigue dejando huellas hasta nuestros días, ha quedado desplazada anacrónicamente no solo por no corresponder a la época, sino que tampoco atañe a las temáticas sociales que han surgido en Latinoamérica, caracterizadas fundamentalmente por un factor común, la heterogeneidad.

Para confirmar que la noción de que el imprinting cultural continúa presente en Argentina como herencia colonial, en el contexto del *IV Congreso Internacional “Diseño como proceso innovador”* llevado a cabo en octubre de 2022 en la UNNOBA, se realizaron entrevistas a diseñadores y diseñadoras⁷ de Mar del Plata, Misiones, Córdoba y Entre Ríos que, además de ejercer la profesión independiente, se desempeñan como docentes en diferentes universidades nacionales (ver Anexo I).

La diseñadora María Gabriela Rodríguez Ciuro, Directora de la carrera de Diseño Industrial en la Universidad de Mar del Plata, inicia relatando que la carrera en Mar del Plata surge en el año 1989 y la referencia en ese momento era el diseño europeo. Y por lo tanto los referentes a lo largo del tiempo han sido los que llegaban a nuestro país a través de revistas –*Domus*, *Experimenta*– y libros provenientes de Europa o Estados Unidos y que estaban disponible en bibliotecas –considerando que en ese tiempo no había la disponibilidad de acceso a la información a través de internet que hay actualmente–. De modo que el conocimiento se ha construido con una marcada influencia eurocentrista.

7. Se realizaron entrevistas a un diseñador industrial, diseñadoras industriales, diseñadoras gráficas y diseñadora de indumentaria para dar cuenta de que, en el Diseño como disciplina y más allá de la especialidad, rige la misma lógica en cuanto a la creación de las carreras y el desarrollo disciplinar independiente.

Y esa manera en la que se formaron los primeros estudiantes permanece como válida, y se traslada del igual modo a los estudiantes que transitan la carrera actualmente. Permanecen los mismos referentes internacionales en relación a estilos estéticos y corrientes filosóficas. Aunque de a poco, a partir de un mayor acceso a la información, comienza a revertirse ese paradigma incorporando referentes latinoamericanos.

Rodríguez Ciuro relata que recientemente se comenzó a evidenciar un cierto posicionamiento del diseño argentino en relación a una mirada latinoamericana con la intención de empezar a identificar referentes latinoamericanos para rever la cuestión de lo formal en relación al significado en un contexto regional. Pero esta nueva actitud aparece como un anexo extracurricular. El plan de estudios de la carrera de la Universidad de Mar del Plata no incluye nada que tenga que ver con lo regional, con la construcción en relación al territorio. Es decir que no hay una decisión institucional, sino que son esfuerzos individuales de docentes, que quedan solo en eso.

Actualmente –año 2022/2023– se está trabajando en la modificación del plan de estudios. El perfil del egresado de la facultad de diseño originalmente (1989) se planteó como un *diseñador-productor* que tenía que ver con un anclaje a la realidad contextual de esa época, perfil que se ha ido modificando con el transcurso del tiempo. Dentro de la propuesta del departamento en vías de modificar el plan de estudios hay una serie de ejes a tener en cuenta, y uno de ellos es la necesidad de mirar las realidades que tenemos. Esas realidades son la inmediata/local –Mar del Plata–, y la región en términos nacional y latinoamericana. Uno de los problemas que surge en este planteo es la construcción de un marco teórico nuevo que también incluya referentes latinoamericanos de los que resulta difícil encontrar bibliografía editada. Sí se encuentran artículos en revistas o sitios digitales y/o artículos científicos –publicaciones de congresos o proyectos de investigación–, pero esto dificulta la tarea de construir un entramado de nuevos referentes con una mirada latinoamericana que permitan observar y analizar la identidad regional.

Rodríguez Ciuro finaliza su reflexión en relación a la constitución de las carreras de diseño a partir de varias preguntas que formula y que automáticamente se responden por sí.

¿Había menos diseñadores argentinos/latinoamericanos? Sí

¿El diseño estaba más establecido en Europa? Sí

¿Argentina estuvo históricamente influenciada culturalmente por Europa? Sí.

Pero a partir de la crisis de 2001, el diseño en argentina se reposiciona de otra manera. Empezó a auto redefinirse. Y ante la falta de fuentes de información y bibliografía el trabajo de búsqueda de referentes vuelve a ser parte de la misma lógica de esfuerzos individuales por parte de docentes en un intento por comenzar a cambiar la tendencia de los planes de estudio. Y los hallazgos que resultan de esas búsquedas no aparecen en la bibliografía en el plan de estudios, solo quedan enmarcados en la propuesta de tal o cual asignatura como una instancia extracurricular.

La diseñadora Beatriz Martínez, docente de Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Mar del Plata, expresa que es claro que siempre hubo una mirada eurocentrista, *“nos formaron así y esa parecía nuestra realidad, y nuestra práctica estaba orientada en ese sentido con una formación pobre respecto de la mirada latinoamericana. En términos de Silvia Cusicanqui parece ser que caminamos hacia el precipicio mirando hacia atrás y no podemos ver lo que viene.”* Las carreras de diseño se formaron con personas que vinieron del exterior, con modelos pedagógicos de Alemania e Inglaterra.

Pero recientemente –2016– a partir de formar parte de un grupo de investigación sobre diseño sustentable que transitó varios espacios, uno de ellos vinculado a comprender el territorio con un concepto de trabajo en red; y en otro proyecto de investigación que derivó la realización de una maestría en educación superior en la universidad del Comahue y especialización en docencia le permitieron, a Beatriz Martínez, indagar en la cuestión de cómo se construye conocimiento, lo que llevó a mirar y comprender el contexto de una manera completamente diferente.

A partir de formar parte de un grupo de investigación sobre diseño y sociedad, replantean la estructura de entender una realidad propia con una perspectiva de ver hacia dónde vamos a futuro que implica una transformación no solamente a los que investigan sino también hacia el interior de las cátedras.

En esa transformación, donde se busca entender lo que realmente tenemos como un valor de nuestra identidad territorial, indaga y comprende la dinámica de producción colectiva: investigación/acción participativa⁸, se aplica una metodología

8. Metodología desarrollada por María Teresa Cirven, investigadora en educación.

que tiene que ver con comprender al otro, estar en situación del otro y de esa manera retroalimentar lo que hacemos.

Desde esa perspectiva se propusieron cambios en una cátedra a partir de algunos trabajos prácticos que tienen una mirada que no solo comprende el objeto y su cuestión material sino desde lo inmaterial con una matriz denominada *tamiz del territorio* que permite entender cómo se diseña con algunos valores que tienen que ver con la cuestión de la identidad. De todos modos, esta transformación se implemente como aportes individuales de un grupo de docentes en el marco de una cátedra.

El diseñador Adrián Leme, docente en la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Mar del Plata, confirma el hecho de que la carrera de diseño tiene como uno de los referentes a Ricardo Blanco que fue quien acompañó a Nicolás Jiménez –creador de la carrera en Mar del Plata– que fueron quienes sientan las bases de la lógica de enseñanza. Además, algunos titulares de materias fueron y son graduados de La Plata con lo cual la lógica es similar a la desarrollada de la UNLP. La carrera surge con un perfil de graduado denominado *diseñador productor* –lo que actualmente podría decirse *emprendedor*–. Con este perfil se manifiesta una condicionante contextual que es el factor económico, es decir, que el diseñador se preocupa más por la cuestión de los costos que por diseñar. Sumado a que no había en la oferta académica un soporte teórico respecto de gestión de proyectos. A partir de que algunos integrantes de las cátedras comenzaron a hacer maestrías en gestión es que se comienza a incorporar esta cuestión en la oferta académica actual, que permita lograr una mayor vinculación con las capacidades productivas y tecnológicas que tienen la región de modo que haya un piso de realidad en lo que se está produciendo.

Pero todas las posibilidades de interacción con lo regional –circuito mar y sierra– en relación a la industria de la fundición, lo metal mecánico, lo relacionado con lo agrícola/frutícola/ganadero de la zona de Balcarce y lo relacionado con el turismo y la industria textil de Mar del Plata, es una relación que nunca terminó de afianzarse; y tampoco hay un correlato con lo que se enseña y produce dentro de la facultad y la realidad regional. Con lo cual queda en evidencia que la perspectiva desde la cual se sigue formando a futuros diseñadores es desde la *Gute Form*, del funcionalismo como prioridad, y todo lo que tiene

que ver la búsqueda de lo semántico desde la abstracción y la síntesis de la forma, pero no se manifiesta ningún tipo de relación con lo territorial y/o con lo latinoamericano.

Si bien hay algunas materias teóricas que abordan las temáticas del territorio y lo latinoamericano, es relativamente escaso en relación a referentes tradicionales –Bauhaus, ULM– y con referentes estéticos europeos o de Estados Unidos.

Recientemente, para comenzar a construir un anclaje teórico con referentes regionales, se incorporó bibliografía y referentes regionales –Mar del Plata, Argentina, Latinoamérica– provenientes de otras disciplinas: sociología y antropología, y a partir de allí se hace transferencia a lo proyectual.

La diseñadora Moriana Abraham, docente en la Universidad Nacional de Córdoba y en la Universidad Nacional del Litoral, es contundente al afirmar que la concepción académica de las carreras de diseño de la Universidad Nacional de Córdoba tiene un perfil funcionalista y es el camino por el cual se sigue transitando. Y afirma: *“En este momento adhiero a salir del funcionalismo abrupto que se ve en las carreras de diseño. El tipo de funcionalismo que lleva a producir diseño como un producto funcional y comercial, pensado para un consumidor y no para una persona”*. La forma no necesariamente sigue la función. Es decir, la forma puede seguir a la función y la función puede seguir a la forma.

Pero esa intención manifiesta de salir del funcionalismo abrupto, en la Universidad Nacional de Córdoba, nuevamente que da como aporte individual de alguna cátedra, pero desde la institución se mantiene la modalidad de un diseño funcional.

Abraham expresa que, en cambio, en la Universidad Nacional del Litoral –UNL– el plan de estudios permite trabajar con mayor libertad respecto de la concepción con la que se abordan los temas. Existe una decisión institucional de reformular y proponer un cambio de rumbo. Más allá de los aportes individuales es evidente un respaldo institucional.

El plan de estudios no dice específicamente nada respecto de un abordaje diferente, pero lo que tiene a favor es que los programas tienen planteamientos temáticos genéricos. Esta flexibilidad permite elegir la concepción filosófica de abordaje de los temas, la elección bibliográfica y que referentes estéticos utilizar.

La idea de flexibilización dentro de la enseñanza es un concepto que hay que incorporar porque actualmente la enseñanza en las universidades está muy encasillada en modelos tra-

dicionales que producen estancamiento en el modo de pensar no pudiendo interrelacionar entre sí los conocimientos dados en diferentes asignaturas.

Y a partir de esta propuesta de cambio se están incorporando referentes estéticos y filosóficos latinoamericanos que plantean la disrupción metodológica del proceso de diseño; y disrupción en el pensamiento que permitan una concepción del diseño como mediador –para quien diseñamos– en busca de volver a reconocernos como sociedad de personas y no como consumidores.

La diseñadora María Blanca Iturralde de la Facultad de Arte y Diseño de Misiones (Oberá) reflexiona acerca de la contradicción entre la oferta académica y la realidad contextual. Y afirma que los referentes siguen siendo los más tradicionales: la Bauhaus, la escuela de ULM, constructivismo ruso, dadaísmo, etc. Pero tanto en los trabajos prácticos de diferentes asignaturas como en los proyectos de graduación se trabaja en función del contexto regional, desde el lenguaje, la imagen, la historia y la cultura propia de cada lugar, donde se manifiesta principalmente la periferia.

La carrera cuenta con docentes egresados de UNLP y la UBA que son quienes han ido marcando cierta tendencia a partir de su formación. La carrera fue creada por Silvia Fernández con una impronta que permanece en el tiempo, que en ocasiones condiciona la mirada para la elaboración de proyectos.

A partir de intentar trabajar en función del contexto –territorio, periferia–, se evidencia una cuestión identitaria propia de lo regional y allí se manifiesta cierta contradicción con los referentes teóricos y estéticos que se siguen tomando para la formación académica. Y es difícil encontrar bibliografía editada de referentes latinoamericanos del campo del diseño que permitan organizar un cuerpo teórico consistente, más allá de artículos o sitios en internet que igualmente son consultados. En realidad, no es que no haya bibliografía, sino que no está lo suficientemente divulgada. Parece que el problema, que continúa presente como una sombra del colonialismo, sigue siendo el ocultamiento de la información de perfil decolonial. Claramente los motores de búsqueda de internet recaen en recorridos recurrentes que nos llevan una y otra vez a los mismos editores y autores. Además, por cercanía y contacto con diseñadores de Paraguay, hay conocimiento de que esto que sucede en Misiones también ocurre en otros países Latinoamericanos.

Iturralde propone que los diseñadores y diseñadoras tienen que asumir la responsabilidad de empezar a generar los contenidos teóricos. Por ahora, la teoría con perspectiva Latinoamericana está siendo abordada en articulación con la Facultad de Humanidades de Posadas –semiótica, antropología, comunicación, filosofía y letras– que aportan referentes teóricos regionales a partir de revistas científicas propias de la Universidad.

En el marco de los treinta años de la carrera, se propone construir un proyecto que reflexiona e instala la temática –el pensamiento decolonial–, donde se replantea lo que tenemos para decir desde este lugar, cuales son las particularidades, como se diferencia y produce un diseño desde un contexto tan particular –periferia– con cuestiones del lenguaje atravesados por varios idiomas –español, portugués y guaraní– y cómo la condicionante contextual económica, que afecta a la hora de diseñar, obliga a pensar estrategias distintas para lograr convertirse en una fortaleza e impronta identitaria.

Finalmente, Iturralde afirma *“hay que dejar de pensar el diseño a partir de recetas exógenas que funcionan en otros contextos. Es necesario adaptar esas recetas a los ingredientes con los que contamos y tenemos disponibles”*.

Estas entrevistas confirman que la situación del Diseño en Argentina se encuentra frente al dilema de tener que buscar un nuevo horizonte, no solo por necesidad sino como una obligación, explorando otras teorías y otros referentes estéticos y filosóficos que busquen encontrarse con los problemas actuales de Latinoamérica para dar soluciones que no solo sean concebidas para el mercado, *“...a partir de esta originalidad histórica, es posible y necesario reconocer la existencia de una matriz propia, autónoma, de interpretación de los fenómenos sociales (...) Afirmar la existencia de una matriz autónoma de pensamiento popular latinoamericano supone interrogarse acerca del potencial teórico inmerso en las experiencias históricas y en las fuentes culturales de las clases sometidas (...) Conlleva la reivindicación de esas otras ideas sobre las cuales se han sustentado distintas experiencias de América latina.”* (Argumedo, 2004, p. 18).

Aunque es imprescindible y urgente que la enseñanza de diseño, es decir la formación de futuros profesionales, comience a buscar nuevos referentes epistemológicos que puedan comenzar a dar forma a una matriz de pensamiento decolonial aplicada a la disciplina, una encuesta realizada entre los meses de agosto y noviembre de 2022 a estudiantes

de primero, segundo, tercero y cuarto año de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes de la UNLP, y a estudiantes de primero y segundo año de las carreras de Diseño Gráfico, Diseño Industrial, y Diseño de In-dumentaria y Textil de la UNNOBA, demuestra que esto está lejos de convertirse en una realidad.

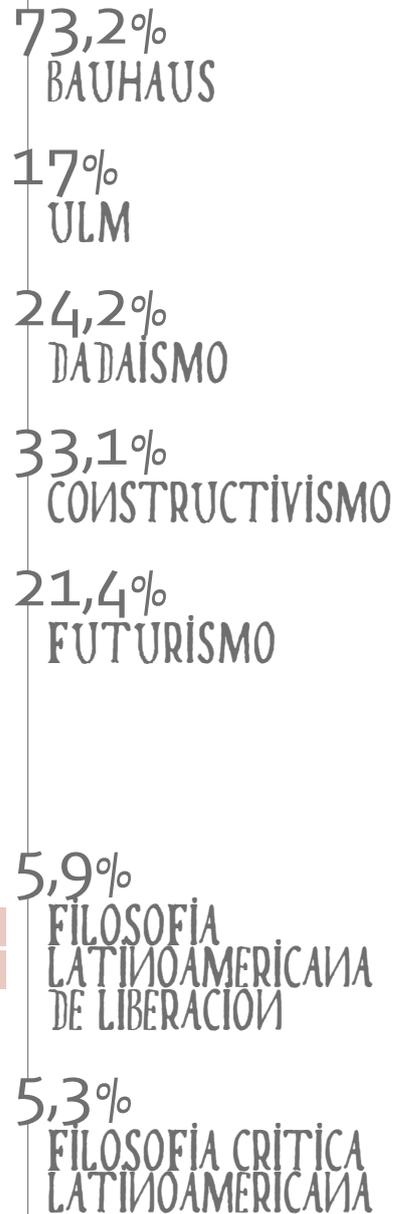
Le encuesta se realizó para determinar el estado de situación actual en relación a los referentes estéticos y filosóficos que transitan los/las estudiantes de diseño.

Si consideramos los modelos filosóficos en los que se basan los estudiantes para realizar sus producciones de diseño los resultados reflejan que mientras el 73,2% de los estudiantes han tomado como referente a la Bauhaus, el 17% la ULM, 24,2% Dadaísmo, 10% Punk, 33,1% Constructivismo y 21,4% Futurismo; sólo el 5,9% tomó la filosofía latinoamericana de liberación y el 5,3% la filosofía crítica latinoamericana.

Y respecto de los referentes estéticos que aplicaron los estudiantes en las producciones de diseño el 17% han tomado como el Renacimiento, 20,4% Cubista, 17,4% Expresionista, 20,1% Surrealista, 48% Pop Art, 54,3% Minimalista, 25,9% Moderno; mientras que solo el 3,3% tomó algún referente estético del arte precolombino latinoamericano, 2,5% arte precolombino argentino, 9,1% Vanguardia artística Argentina, 3,1% Surrealismo argentino.

Aquí solo se presentan los datos más recurrentes pero lo alarmante es que el 89,4% de los estudiantes nunca consideró algún modelo filosófico latinoamericano y el 84,9% nunca aplicó algún estilo estético latinoamericano (ver Anexo II)⁹.

El pensamiento abismal ha generado una distancia que parece infranqueable entre la academia y las problemáticas sociales emergentes, pero a partir de la crisis del 2001 con el surgimiento del diseño activista y posteriormente el diseño social queda de manifiesto que un diseño otro es posible. Un diseño divergente que cuestione, incomode, que proporcione soluciones propias para problemas propios, como resultante de una formación académica que encuentre en referentes filosóficos y estéticos Latinoamericanos un camino hacia una nueva concepción disciplinar. El diseño social, aún sin encontrar claramente su propia definición, es lo que permite vislumbrar la posibilidad de poder dar respuestas fuertes para cuestionamientos fuertes.



9. En el Anexo II se pueden observar los resultados completos, discriminados por niveles y universidades.

Sin negar el pasado epistemológico en base al cual se construyó la disciplina en las universidades nacionales, es necesario hacer una profunda revisión que sitúe la mirada en nuestro territorio, tanto en el pasado ancestral como en el presente.

Un trabajo aparte será el de indagar en aspectos estéticos que se han manifestado en Latinoamérica desde tiempos pre coloniales y que se han visibilizado a partir de las vanguardias de las décadas de 1920 y 1930 en todas las disciplinas artísticas muchas de las cuales han influido en movimientos artísticos europeos –aunque eso no sea oficialmente reconocido–. Pero será necesario ir más allá de lo que simplemente se ve a primera vista, la forma. Habrá que indagar en todos los aspectos posibles, “...en el ser humano, el desarrollo del conocimiento racional-empírico-técnico no ha anulado nunca el conocimiento simbólico, mítico, mágico o poético.” (Morín, 1999, p. 29), será momento entonces de comenzar a recuperar aquellos conocimientos simbólicos, míticos, mágicos o poéticos que estuvieron presentes en las culturas ancestrales y que fueron eclipsados por tantos años de colonialismo. “Intentar comprender la simbología indígena no debe ser interpretado como un vuelco al indigenismo, o una postura anti occidental. La idea es incorporar a nuestro acervo aspectos de culturas que forman parte de nuestro ser y cuyos signos, cargados de conocimientos sobre asuntos locales, no han sido hasta hoy asimilados con detenimiento. Una cosa no quita la otra, conociendo ambas culturas nos integraremos mejor a nuestra sociedad y a nuestro propio entorno geográfico”. (Fiadone, 2014, p. 43)

Como intentaba explicar Gabriel García Márquez a los amigos europeos: ‘La interpretación de nuestra realidad con esquemas ajenos sólo contribuye a tornarnos cada vez más desconocidos, cada vez menos libres, cada vez más solitarios’.

Argumedo, 2004, p. 66

El Diseño Gráfico en Argentina ha permanecido durante demasiado tiempo ajeno a nuestro contexto histórico, político, social y cultural. Casi anestesiado por el pensamiento lineal eurocéntrico.

Latinoamérica ha despertado y está pulsando a un nuevo ritmo. Un ritmo divergente. Será momento de que el diseño despierte y comience a latir al ritmo de Latinoamérica.

3.3. El Diseño en busca de una nueva poiesis

Una tarde de marzo de 1985, un grupo de estudiantes universitarios de la carrera de Diseño en Comunicación Visual ingresaban al aula 70 del edificio de la Facultad de Bellas Artes para asistir a su primera clase. En el ambiente se respiraba cierta mezcla de nerviosismo con ansiedad y claramente una enérgica alegría casi adolescente. También se respiraba un aire de libertad de pensamiento y de expresión.

El docente al frente de la clase deja escurrir una pregunta que se mezcla con todas esas sensaciones en el aire:

–*¿El diseño es arte o artesanía?*

Los alumnos y alumnas pensaron y ensayaron diferentes respuestas intuitivas, casi como prestándose al juego propuesto por el académico que después de escuchar pacientemente despejó la situación:

–*El diseño no es arte ni artesanía. Es diseño y punto.*

Fin de la discusión. Y fin a la libertad.

Esa escena de una tarde de marzo de mediados de los 70 que bien podría haber sido de una película, la vivieron anteriormente, casi calcada, varias generaciones de estudiantes de diseño y, como un *déjà vu*, también la padecieron generaciones posteriores, y se podría afirmar que, en algunas ocasiones, sigue hasta la actualidad.

Es así como, en la órbita de los diseñadores y diseñadoras, sigue acalorada la discusión de si el diseño es arte o no, que a esta altura de los acontecimientos quizás ya no importe demasiado seguir con ese debate que, en nuestro país, lleva unos 60 años sin resolverse.

Lo que probablemente sea indiscutido es la estrecha relación que tiene el diseño con el arte, las artesanías y la tecnología. *“La ciencia, la tecnología y el arte integrados unitaria, orgánica y sinérgicamente en el acto productor del diseño permiten denominar a éste con un neologismo (al menos nuevo por su significado): el diseñar o acto poiético. Querer hacer del diseño una actividad tecnológica o artística exclusivamente es no comprender su sentido.”* (Dussel, 1984, p. 191-192)

Pero dejando de lado ese debate, un asunto mayor que se nos presenta actualmente es acerca de la responsabilidad política que tiene o debería tener el diseño. Un problema que en el arte se plantea desde hace tiempo. Y en menor medida también en las artesanías. Pero antes de adentrarnos en esta problemática, será necesario tratar de llegar a una mejor definición propuesta por aquel docente en la década del 70.

Se propone entonces pensar al diseño como algo más que una disciplina proyectual que hace diseños, es decir, pensar una idea, dibujarla –bocetarla–, proyectarla y ejecutarla para que después sea reproducida en forma masiva por medios industriales.

Juan Acha es contundente al respecto “...la mejor manera o criterio de definir los diseños –si no el único hasta ahora–, es considerarlos como una variante histórica de la cultura estética occidental.” (Acha, 2015, p. 12)

Es interesante ver que plantea al diseño como “una variante histórica”, es decir como parte de un proceso que se inició con las artesanías, que fueron en parte reemplazadas por el arte y este a su vez sufrió un desplazamiento por parte del diseño que le quitó protagonismo. “La variante corporizada de los diseños tuvo su inicio, alrededor de 1851, en Inglaterra, Francia y Alemania. (...) A fines del siglo XVIII, los Borbones nos iniciaron con la modernización de las artes, la que después nuestras repúblicas consolidaron a imagen y semejanza de las de París, hasta que en 1950 nos invadieron los diseños provenientes, sobre todo, de Estados Unidos.” (Acha, 2015, p. 12).

Hasta aquí, si bien la definición de diseño comienza a ser algo más interesante, queda más que claro la influencia de Europa y Estados Unidos en la concepción de los diseños en Latinoamérica, que incidió tanto en la industria como en la cultura y en la formación de diseñadores. Todo un círculo que gira en torno a sí mismo que toma cada vez más velocidad.

Volviendo a la incógnita de si el arte –o el diseño– es político. La respuesta sin duda es sí. O al menos el arte sí lo es. No por casualidad tantos gobiernos que responden al sistema capitalista hegemónico, encarnan el terror platónico¹⁰ expulsando –exiliando– a los artistas con el fin de separar el arte de la política. Gobiernos que no hacen más que dejar expuesta la idea de que el arte es peligroso para la obediencia.

Y fue el mismo sistema de gobiernos hegemónicos y el avasallamiento de la producción industrial que se encargaron de convencernos de que el diseño tiene la misión de embellecer la vida del hombre, pero con una predominancia por el funcionalismo sin ornamentos, así, el diseño a merced del mercado ca-

10. “Cuenta Claudio Magris, siguiendo a Diógenes Laercio, que Platón, al hacerse discípulo de Sócrates, quemó una tragedia que había acabado de escribir y con la que pretendía concurrir a uno de los certámenes literarios de Atenas. La causa, parece ser, provenía de su adscripción como discípulo de Sócrates, y por tanto, consagrarse a la filosofía, esto es, a la búsqueda de la verdad, un camino incompatible con la literatura. Puede que, como dice Magris, desde ojos actuales, dicha posición desemboca en un totalitarismo. Además, si la belleza es uno de los fines del arte, y ésta no siempre está unida, como pensaba Platón, a la aparición del Bien y de lo Verdadero. Y he ahí lo que le debiera pasar por la cabeza a Platón, que el arte, lejos de ofrecer modelos de vida que eduquen al hombre en la virtud, puede resultar cómplice de la injusticia y la violencia que reinan en el mundo.

pitalista se distancia del arte, “...la industria maquinista buscó la simplificación geométrica de las formas y de los volúmenes, que demandaban el abaratamiento de los productos de la industrialización y el consumo masivo, es decir, la industria renunció a los ornamentos. (...) La función se impuso a las formas y las dirige: la función determinó las formas.” (Acha, 2015, p. 145).

Ahora podemos pensar que ese concepto de objeto bello por su pura funcionalidad práctico-utilitaria quizás haya estado bien en alguna época remota y para Europa o Estados Unidos. Pero ¿cómo funciona ese concepto en Latinoamérica en la actualidad? ¿Cuánto ha afectado el eurocentrismo y la influencia del arte y del diseño norteamericano en la identidad social y cultural Latinoamericana? En principio la respuesta a esta última pregunta es contundente: “demasiado”.

Entonces surge obligada otra pregunta que incomoda al diseño y su aparente postura apolítica. ¿Cuál es la responsabilidad del diseño en la representatividad de la identidad de los pueblos en Latinoamérica?

La mirada del cineasta Pier Paolo Pasolini, nos invita pensar como devolver a los pueblos su palabra. Podemos pensar en tres ejes que guíen tal hazaña:

1. *Recuperar la lengua:* (idioma, modos de comunicarnos). Pero en la lengua y los lenguajes hay que contemplar también los lenguajes visuales para recuperar todo un universo icónico-simbólico que vuelva a construir un mundo de significado-significante que nos sea propio.
2. *Dialectos, gestos y costumbres:* será necesario una mirada introspectiva de nuestra cultura que devuelva el protagonismo y comience a dar una identidad popular con un verdadero sentido de pertenencia.
3. *Reconfigurar la idea de figura (poesía) y mimesis* que permita construcción de una realidad otra. Como se expuso anteriormente, la palabra mimesis (del griego mimeîsthai: «imitar») que designa el efecto de la imitación de la realidad. Pero está claro que desde la centralidad del poder los modelos a imitar siempre tuvieron, y siguen teniendo, un fuerte condimento externo.

Además, desde que la función se impuso a las formas el diseño perdió su capacidad poética, dejando de lado todo posible aporte que viniera del arte o las artesanías.

El hecho de tomar como elementos separados al arte, las artesanías y el diseño, es producto del adoctrinamiento occidental de disgregar a las disciplinas y concebirlas como conocimientos

“

No basta, pues, con que los pueblos sean expuestos en general: es preciso además preguntarse en cada caso si la forma de exposición los encierra (es decir, los aliena y, a fin de cuentas, los expone a desaparecer) o bien los desenclaustra (los libera al exponerlos a comparecer, y los gratifica así con un poder propio de aparición).

”

Didi-Huberman, 2014, p. 150

estancos. Pero si las consideramos como complementos una de otras, se retroalimentan y potencian. El diseño puede buscar en las artesanías el contacto con el pueblo recuperando los verdaderos y necesarios fines utilitarios; y el arte, más allá de haber sido cooptado por la industria cultural produciendo la mercantilización de las obras y los artistas, es también fuente de inspiración de ideas que elevan a un nivel filosófico conceptual y espiritual. El arte encarna la lucha ante la opresión. En este sentido, el diseño necesita reconstruir cierto grado de mimesis con el arte.

El siguiente cuadro¹¹ que nos presenta Juan Acha, deja en claro el panorama de la relación entre artesanías, arte y diseño:

Las artesanías gremiales	Las artes	Los diseños
La producción		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tradicionalista 2. Trabajo manual enaltecido y sujeto a normas 3. Empirismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antitradicionalista 2. Trabajo intelectual sobrevalorado y libre 3. Teorización 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Funcionalismo 2. Trabajo conceptual o proyectivo enaltecido y sujeto a prioridades económicas y tecnológicas 3. Teorización
El producto		
<ol style="list-style-type: none"> 4. Medio religioso y prácticas de estructuración social 5. Ornamentado 6. En serie 7. Predominio de la escultura, la arquitectura y el mural 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Profano y puro 5. Antiornamentalismo 6. Obra única 7. Predominio de la pintura de caballete 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Medio industrial y masivo 5. Antiornamentalismo 6. Serie larga y masiva 7. Utensilios y entretenimientos
El productor		
<ol style="list-style-type: none"> 8. Agremiado 9. Formación empírica 	<ol style="list-style-type: none"> 8. Libre 9. Formación académica 	<ol style="list-style-type: none"> 8. Asalariado 9. Formación universitaria
La distribución		
<ol style="list-style-type: none"> 10. Por encargo y muy poco comercio 	<ol style="list-style-type: none"> 10. Predominio del comercio 	<ol style="list-style-type: none"> 10. Industrial de los productos
El consumo		
<ol style="list-style-type: none"> 11. La feligresía como personaje histórico 12. La cotidianidad religiosa y la estética, ambas empíricas 	<ol style="list-style-type: none"> 11. Aparición y desarrollo del individuo 12. Informado y excepcionalidad de tiempo, lugar y persona 	<ol style="list-style-type: none"> 11. Las masas como nuevo personaje histórico 12. La cotidianidad utilitaria y la estética empírica del hombre común en su tiempo libre

11. Características de las artesanías, de las artes y de los diseños. (Acha, 2015, p. 71).

Lo que se puede acordar es que, en casi todos los ítems que desarrolla el cuadro, sigue mostrando un panorama demasiado genérico y con poca pertenencia respecto del diseño local.

Tomemos la columna de “los diseños” y esbozemos algunas ideas comparativas entre esos conceptos generalistas y la situación del diseño gráfico en Argentina.

La producción

1. Funcionalismo
2. Trabajo conceptual o proyectivo enaltecido y sujeto a prioridades económicas y tecnológicas.
3. Teorización

En estos puntos podemos coincidir ya que desde la formación misma de los diseñadores en las universidades se sigue priorizando como concepto fundamental de toda producción el funcionalismo. Pero lo que no queda claro es funcional a quien. Hay una frase trillada que dice “*El diseñador debe ponerse en el lugar del otro*”. Pero en el lugar de quién... del emisor o del usuario.

A lo largo de la historia, para ponerse en lugar del otro, el diseño utilizó algo que fue cambiando de nombre: estudio de mercado, merchandising, mercadotecnia y últimamente user experience o experiencia del usuario. Cambia solo el nombre cuando un término parece agotarse y hacerse poco creíble. Cambian las palabras, pero el contenido sigue siendo el mismo engaño. El diseño solo se pone de parte del emisor –mercado–. El usuario convertido en masa pasa a ser un medio para lograr un fin: el posicionamiento en el mercado de tal empresa o producto.

Esta situación se replica en los grandes centros urbanos donde se producen la mayoría de los diseños. Una realidad otra coexiste con esa, en la periferia tal vez surja una verdadera preocupación por los intereses de las personas. Pero, claro está, el centro se hace más visible y siempre termina imponiéndose.

Todo producto de diseño debe tener un valor agregado que lo enaltezca, pero esa concepción la mayoría de las veces está no sólo sujeta sino más bien condicionada a prioridades económicas y tecnológicas.

El producto

4. Medio industrial y masivo
5. Antiornamentalismo
6. Serie larga y masiva
7. Utensilios y entretenimientos

Es cierto que el diseño apunta a lo industrial y masivo. Pero insertando aquí el concepto de centro y periferia, hay que tener en cuenta que existen muchas otras realidades, diferentes a los centros donde las producciones interactúan con lo artesanal. Y no siempre son masivas. Tal vez la falta de masividad tenga que ver con la condicionante económica por un lado y cierta toma de conciencia sustentable que comenzó a rondar en los ámbitos del diseño divergente –o diseño social–. La publicación de libros de editoriales independientes y la producción discográfica de músicos independientes, como realidades que cobran cada vez más fuerza en el ámbito local, son un claro ejemplo de productos que van a contramano de lo industrial y masivo.

Además, si consideramos al diseño en su desarrollo histórico, podemos observar que sus inicios fueron “utensilios y entretenimientos”, pero en los últimos 20 años el diseño ha tomado diferentes y diversos roles que no solo están relacionados con lo meramente utilitario o la cultura del entretenimiento del hombre sólo para rellenar su tiempo libre. Tal vez en algunos ámbitos del diseño se haya hecho caso a las recomendaciones de Alejandro Dolina¹²: *“Casi todos los aparatos y artificios que el hombre ha inventado para producir alegrías suspende toda reflexión: la pirotecnia, el metegol y la músicaailable.”*

Acha se refiere a Diseño Gráfico únicamente como a lo tipográfico. En nuestro país, lo tipográfico puede referirse al diseño de tipografías es decir nuevas familias tipográficas; o puede ser la manipulación y distribución de textos en un determinado campo visual, casi como una extensión y profesionalización del trabajo-oficio del tipógrafo-impresor. Pero el diseño en Argentina ha ido encontrando otras instancias de intervención ampliando su campo de acción¹³.

Con la ampliación del campo de acción se puede entender la influencia que tiene el diseño sobre le masas. A diferencia del arte, que necesita del receptor como un protagonista activo para que se produzca el hecho artístico-estético, en el diseño el receptor es un protagonista pasivo, es decir, responde inconscientemente a los designios que impone el diseño.

12. Alejandro Dolina. Instrucciones para abrir un paquete de jabón Sunlight. El libro del fantasma. Ediciones Colihue. Argentina. 2015.

13. Juan Acha se refiere al diseño gráfico únicamente como el de “entretenimientos”, y lo diferencia del diseño industrial (utensilios), del audiovisual (cine), del icónico-verbal (historietas y fotonovelas) y arquitectónico. Si bien hay acuerdo con la clasificación de los diseños respecto de industrial, audiovisual y arquitectónico, no así el icónico-verbal. Para dar un panorama más claro del Diseño en Comunicación Visual y/o Diseño Gráfico en Argentina hay que tener en cuenta que la formación universitaria transita los contenidos referidos a: identidad, editorial (diseño de información), creación de sistemas de signos y sistemas señalética (que incluyen lo icónico-verbal), campañas de promoción y sociales (lenguajes discursivos, texto, imagen), diseño web y comunicaciones para redes sociales. Considerando además cuatro pilares que el diseño debe contemplar: informar, persuadir, educar y entretener.

El productor

8. Asalariado

¿Asalariado? Veamos en el diccionario un par de definiciones de esa palabra:

“Persona que trabaja contratado por una empresa a cambio de un salario o sueldo.”

“Persona que está sometido en su comportamiento y en sus ideas a la persona de la cual percibe un salario.”

Pues la realidad de los diseñadores en Argentina es muy poco parecida –o en un porcentaje ínfimo– a una persona que trabaja contratado por una empresa a cambio de un sueldo. Situación que se agrava a cada paso de formas de gobiernos neoliberales, produciendo uno de los cambios sociales más influyentes respecto de la dinámica laboral. Una trampa del sistema capitalista donde el sujeto deja de tener libertad de pensamiento y de acción. Pierde su voz, invadido y condicionado por lo que la empresa o institución le imponen.

9. Formación universitaria

Es cierto que se apunta a que el diseñador tenga una formación universitaria. Pero en nuestro país el diseño sigue teniendo el problema que los títulos que otorgan las Universidades no son habilitantes como en otras disciplinas (Ej. Arquitectura).

El consumo

11. Las masas como nuevo personaje histórico.

12. La cotidianidad utilitaria y estética empírica del hombre común en su tiempo libre.

He aquí uno de los mayores problemas del diseño. Después que la Bauhaus no pudiera sostener la idea de la integración de las disciplinas (artesanía, arte, diseño, arquitectura, etc.) derrotada por el nazismo, el diseño quedó a merced de los regímenes hegemónicos convirtiéndose en un actor principal en la historia de la producción industrial y el consumo de masas. *“De este modo llegamos a la sociedad de consumo con sus medios masivos. (...) Nos referimos a los medios masivos y a las artes; es decir, actualmente la subjetividad estética colectiva vive y se reproduce en una ecoestética altamente contaminada con elementos enajenantes.”* (Acha, 2015, p. 35).

Resistencias y rebeldías que dan cuenta de la reivindicación de identidades, de la profunda vocación de autonomía y libertad, de la defensa de una condición humana negada, de mandatos culturales subterráneos que durante la larga etapa de la conquista y la colonización alimentarán las memorias, valores y significados de las clases subordinadas de América Latina y constituyen el sustrato de una cultura popular heterogénea, de múltiples vertientes y amalgamas, que estaban lejos de sentirse expresada en las ideas eurocéntricas absorbidas por las capas dominantes...

Argumedo, 2004, p. 17

Tras estas consideraciones parece ser que el panorama, para el diseño en Argentina, no es demasiado alentador. El diseño en nuestro país se ha dejado arrastrar y ha actuado ingenuamente frente a las influencias exógenas desde sus inicios allá por la década de 1960.

Los diseñadores, influidos por una educación que prioriza los conocimientos e influencias de los sistemas europeos y norteamericanos no intuyeron, que al igual que las masas, estaban siendo un simple decorado, formando parte de las filas de un ejército de figurantes. *“El cine (y podríamos agregar el diseño), al parecer, solo expone en principio a los pueblos según el status ambiguo de los ‘figurantes’. (...) Para la historia que se cuenta son algo parecido a un telón de fondo constituido por rostros, cuerpos y gestos. Conforman, pues, la paradoja de no ser más que un simple decorado, pero humano.”* (Didi-Huberman, 2014, p. 154).

El diseño no pudo escapar a la lógica de la dominación hegemónica, cultural, social y política, que nos embarga desde los tiempos de las colonias, con la consecuente destrucción de nuestra identidad cultural. *“Esa es la paradoja de los figurantes: tienen un rostro, un cuerpo, gestos bien característicos, pero la puesta en escena que los demanda los quiere sin rostro, sin cuerpo, sin gestos característicos.”* (Didi-Huberman, 2014, p. 156).

La frase cinematográfica de Tita Merelo *“El tiempo te destruye por fuera, pero te construye por dentro”* grafica la situación de Latinoamérica, que sufre una destrucción sistemática de todos sus recursos –naturales y humanos– desde hace más de 500 años. Pero esa destrucción por fuera lleva su contracara: una construcción que va por debajo de la piel y fluye por las venas como torrentes de ríos que arrasan todo a su paso.

Esa fuerza es la que está surgiendo desde distintos ámbitos, a través de teorías filosóficas con un planteo desafiante para el yugo capitalista, que se evidencian en múltiples manifestaciones populares que se hacen escuchar cada vez con mayor fuerza sumadas a las producciones artísticas y de diseño que canalizan y potencian todo ese flujo de energías.

Pensadores como Walter Mignolo, Enrique Dussel, Aníbal Quijano o De Sousa Santos encabezan las filas de una filosofía que ha comenzado a dejar huellas. El diseño social, de protesta, o divergente ha comenzado a encolumnarse con esos planteos filosóficos, y la mirada que siempre estuvo puesta en el extranjero, dio un giro que permite comenzar a visualizar y hacer visibles otras realidades. Nuestras realidades.

“En un film, Sylvie Blocher ha mostrado habitantes con una camiseta que lleva una frase escogida por cada uno y cada una de ellos, algo así pues como su divisa estética. Entre esas frases, retengo ésta en la que una mujer con velo dice con sus palabras aquello a lo que el lugar propone dar forma: ‘Quiero una palabra vacía que yo pueda llenar.’” (Rancière, 2010, p. 65).

Al igual que esa mujer, los diseñadores latinoamericanos tenemos que reclamar un diseño vacío para poder llenar. Y que, a partir de entonces el lugar, nuestro lugar, comience a darle forma.

Con todo esto, tal vez “el Diseño” deba seguir siendo “solo diseño y punto” como definió aquel docente en la década del ochenta, y crear una disciplina alternativa que nuclea y comience a dar respuestas a otras ideas y necesidades.

O también podemos pensar en decolonizar¹⁴ al Diseño y comenzar a dar un nuevo rumbo a una disciplina que parece ir a la deriva.

Es necesario, entonces, comenzar de cero¹⁵. Empezar a replantear desde la palabra diseño hasta de qué manera tiene que reinventarse la disciplina. Y para reiniciarse como disciplina claramente no podemos caer en los mismos textos canónicos que ya tienen definiciones estereotipadas.

En busca de otros conceptos es que se recurre a Vilém Flusser. En el capítulo uno *Acerca de la palabra diseño del libro Filosofía del diseño. La forma de las cosas*, Flusser esquivaba las ya consabidas definiciones históricas que intentan dejar al Diseño bien posicionado, y ensaya una definición en base a otra inquietud, ¿cómo ha adquirido la palabra diseño su significado actual, reconocido internacionalmente? El sentido de esta pregunta no es histórico, es decir, que no trata de consultar los textos dónde y cuándo empezó a generalizarse ese significado concreto de la palabra. *“Hay que entenderla más bien semánticamente, es decir, que de lo que se trata es de pensar por qué precisamente esa palabra ha adquirido el significado que se le atribuye en el debate actual sobre la cultura.” (Flusser, 1999, pp. 23/24).* Inicialmente Flusser atribuye, mediante la etimología de la palabra en lengua inglesa, al diseño como una forma de

14. *“Mi propósito es subrayar que el ‘discurso colonial y poscolonial’ no es simplemente un nuevo campo de estudio o una mina de oro para extraer nuevas riquezas, sino la condición de posibilidad para construir nuevos lugares de enunciación, así como reflejar que el ‘conocimiento y la comprensión académica’ deberían ser complementados con ‘formas de aprendizaje’. De otro modo, corremos el riesgo de promover la mímica, la exportación de teorías, y el colonialismo (cultural) interno, en lugar de promover nuevas formas de crítica cultural y emancipaciones intelectuales y políticas...” (Mignolo, 2013, p. 63).*

15. En referencia al concepto Hybris del punto cero planteado por Castro Gómez

engaño y malicia. *“La palabra diseño pertenece a un contexto de ardidés y malicias. De acuerdo con esto, el diseñador es un conspirador malicioso, que se dedica a tender trampas”.* (Flusser, 1999, p. 24). Hasta aquí podemos apreciar que Flusser, con sus definiciones, no intenta ir por el camino de agradar a diseñadores y diseñadoras.

Continuando con su exposición, Flusser recurre al origen griego de la palabra donde aparece en otro contexto como técnica –la palabra griega *techné* significa “arte”–. Pero aquí y en ese contexto asocia las palabras arte y técnica al pensamiento platónico *“la acusación fundamental de Platón en contra del arte y la técnica, radica en el hecho de que éstas traicionan y desfiguran las formas (ideas) (...) Los artistas y los técnicos son, a sus ojos, traidores de las ideas y embusteros, porque inducen maliciosamente a los seres humanos a contemplar ideas deformadas.”* (Flusser, 1999, p. 24).

Desde estos puntos de vistas y si pensamos en el diseño publicitario o en los medios de información, asociado a estrategias de marketing y comunicación de masas seguramente coincidiremos en afirmar que el diseño se presta al engaño y no hace más que generar una maliciosa ilusión. Pero cuando ya creemos estar convencidos bajo la lógica del relato de Flusser, es él mismo quien nos da un atisbo esperanzador para creer que no todo el Diseño (o no todos los diseños) son embusteros y traidores de ideas. *“Y aquí me veo obligado a confesar algo, y es que este ensayo sigue un diseño muy determinado: quiere sacar a la luz los aspectos perversos y engañosos de la palabra diseño. Si su diseño hubiera sido otro, quizás hubiera hecho más hincapié en la relación de la palabra diseño con signo, indicio, presagio, designación, designio; es posible que, en ese caso, hubiera surgido una explicación distinta. Así es la cosa: todo depende del diseño.”* (Flusser, 1999, pp. 27-28).

Y como todo depende del diseño, se retoma aquí el discurso que Flusser deja abierto a nuevas expectativas para ensayar una posible mirada sobre la palabra diseño. La relación de la palabra diseño con signo, indicio, presagio, designación, designio.

Siguiendo la lógica propuesta se inicia la búsqueda de una nueva interpretación semántica buscando el significado de las siguientes palabras:

La palabra “signo” viene del latín *signum* (insignia, marca, seña, estandarte, aquello que los hombres siguen).

La palabra “indicio” viene del latín *indicium* (indicación, revelación, anuncio de algo, también delación o denuncia), nombre de resultado del verbo *indicare* (señalar, anunciar, declarar, señalar con el dedo), relacionado también con la palabra *index*, *indicis* (indicador, señalador).

La voz “presagio” viene del latín *praesagium*, término compuesto de la preposición *prae* (delante) y de *agere* (tener olfato).

El término “designio” es el nombre de efecto o resultado del verbo “designar”, que viene del latín *designare* (marcar, representar, indicar, designar), verbo compuesto del prefijo *de* y el verbo *signare* (marcar, señalar), derivado de *signum* (señal, marca, emblema, aquello que se sigue).

Probablemente este conjunto de palabras, pueden ser útiles para una definición de diseño más cercana a una cuestión técnica. Pero vuelvo a convocar a Flusser para proponer, desde un punto de vista filosófico, la palabra técnica como *techné* (arte) para pensar en este juego de palabras al diseño como *techné*, es decir, técnica y arte al mismo tiempo.

Además de una marca o seña (signo), de un anuncio de una determinada cuestión (indicio) que aluden a una característica técnico-artística de cómo se manifiesta un diseño; o de una cualidad propia del sujeto que puede tener olfato y anticiparse a un determinado acontecimiento (presagio) que planifica y proyecta algo a futuro. Pensar que diseño *es aquello que los hombres siguen* sin duda manifiesta la enorme responsabilidad que recae sobre la disciplina.

Esta mirada desde la filosofía tiene la pretensión no sólo de acudir a ella para definir la palabra diseño sino también, *como todo depende del diseño*, poder empezar a definir qué tipo de diseño será necesario ensayar para no continúe siendo una mera ilusión.

En fin. Tal vez todo esto sea filosofía barata y zapatos de goma¹⁶, pero mi intención es dejar en claro que el diseño ya no puede seguir la misma lógica discursiva que lo trajo al aquí

16. “Filosofía barata y zapatos de goma”. Canción de Charly García: tema que puede interpretarse particularmente como la historia de un desengaño amoroso, pero también de una manera más amplia y filosófica como una situación de confusión y engaño.

y ahora si pretende no continuar anclado a una situación de constante repetición estereotipada.

En el diseño editorial, por ejemplo, desde Josef Müller-Brockmann con su diseño estructural a David Carson con su propuesta de deconstrucción de la grilla, los referentes del diseño en Argentina se debatieron entre Europa y Estados Unidos. Pasando por la Bauhaus con sus ideales de crear un mundo mejor, el Dadaísmo en su manifestación social en contra del sistema, el Constructivismo Ruso manifiesto en las luchas populares revolucionarias, el Punk como exponente de una mezcla de rebeldía y anarquía, los diseñadores y diseñadoras en Argentina se repiten en una espiral incesante.

Como se planteó anteriormente, a partir del 2001 en Argentina el Diseño Gráfico comenzó una transformación. Algunos diseñadores y diseñadoras se convirtieron en actores sociales, pero estos actores parecen no tener en claro aún de qué se trata la obra, ni para quienes están actuando. La forma y los materiales que intentan fundar las bases de esa transformación siguen la misma lógica en la búsqueda de referentes. *“Las teorías sobre el diseño para el mercado se han desarrollado extremadamente bien y abarcan diversas áreas, desde sus métodos de diseño hasta estudios de manejo gerencial y semiótica para la mercadotecnia. Pero lo relevante es que, en esa prioridad hacia el mercado, lo que se hace cada vez más abismal es precisamente la separación de los creadores con la sociedad en que se encuentran.”* (Morales, 2016, p. 594).

Entonces, si en esta transformación concebimos al diseño como una práctica disciplinar tecnológica, social y cultural, ya no se considera lo tecnológico como puramente funcional – ULM– sino que se lo reinterpreta en una combinación sinérgica bajo el concepto de *techné* en su doble configuración: técnica-oficio-ciencia del conocimiento, por un lado, y arte por otro. Y si pretendemos abordar los aspectos sociales y culturales de Argentina desde una perspectiva decolonial, que permita acercar a los creadores con la sociedad en que se encuentran, será necesario indagar las corrientes filosóficas latinoamericanas para poder replantear profundamente la “forma” (contenido, idea conceptual) y los “materiales” (modos de materialización).

3.4. Diseño editorial en Argentina interpelado por la decolonialidad

*Se equivocó la paloma, se equivocaba
por ir al norte fue al sur, creyo que el trigo era agua
se equivocaba**

La canción *Se equivocó la paloma* fue creada en 1941 por el músico argentino Carlos Guastavino al musicalizar el poema titulado *La paloma* del poeta español Rafael Alberti, publicado ese mismo año. Aunque la versión más conocida de la canción es la que canta Joan Manuel Serrat, ha sido interpretada además por múltiples artistas entre las que se destaca especialmente para los Latinoamericanos la de Mercedes Sosa.

El tema del poema, la desorientación o reiterada equivocación de la paloma en la búsqueda infructuosa de algo que no se explicita se refleja con claridad por medio de un juego de contrarios (*norte/sur, trigo/agua, mar/cielo...*) que se prolonga hasta el final del texto, y mediante la reiteración de verbos cuyo significado gira en torno a la equivocación (*equivocó, equivocaba*). La acción se sitúa en el pasado. El pretérito perfecto simple (*se equivocó, fue, creyó*) presenta la acción como pasada y puntual, mientras que el imperfecto (*se equivocaba*) la presenta como inacabada y reiterativa. La confusión, que es la verdadera protagonista del poema, se refleja claramente a través de un juego de contrarios.

Juego de contrarios que, presentes en la desorientación y la reiterada equivocación al momento de definir qué destino seguir, hizo que el Diseño Gráfico en Argentina quede inmerso en una gran confusión. Al igual que la paloma, pero con una agravante mayor, el Diseño creyó que el sur era el norte. Y fue así como se modeló y moldeó a partir de referentes exógenos, que son los mismos que se han mantenido durante más de 60 años.

Sí, hay que afirmarlo. El Diseño se equivocó (y se equivocaba). Pero este hecho no es casual, sino que está sujeto al mismo designio colonizador que ha influenciado todos los órdenes de la vida en Latinoamérica.

El Diseño en Argentina creyó que era la Bauhaus. Con sus ideales utópicos de construir un mundo mejor. Ideales que pueden remontarse a los tiempos de William Morris quien ya

(*) Del poema "La paloma" de Rafael Alberti

manifestaba sus conceptos sociales a través del movimiento Arts and Crafts propiciando una producción artística y de diseño más humanizada en contraposición al maquinismo industrial. Pero el Diseño en Argentina, al igual que la paloma, quedó atrapado en un juego de contrarios creyó que era la Bauhaus, pero en realidad fue (y es) la ULM. Y tras su consolidación institucional como disciplina se convirtió en un poder ideológico hegemónico que forma profesionales que desarrollan diseños de centro para contextos de periferia.

3.4.1. Macro/micro - centros/periferias

Imaginemos por un instante el asunto de centro/periferia como dos vórtices entrelazados, cada uno con un centro de poder: Europa y Estados Unidos, convertidos por propia definición en centros que irradian sus influencias y dominio en espirales que se expanden constantemente. Cada uno de estos centros define una periferia global a nivel geográfico, ideológico/político y social. (Figura 1)

Dentro de estas macro periferias, coexisten otros centros (geográficos, ideológico/político y sociales). Es decir, por ejemplo, que podemos afirmar que Europa y Estados Unidos son macro-centros y Argentina macro-periferia, pero dentro de esa periferia, hay otros centros como capitales o grandes ciudades que son micro-centros con sus respectivas micro-periferias (Figura 2). Los espirales se expanden de manera tal que cuanto más se alejan de sus centros, más se superponen y forman una nebulosa que obnubila y contamina lo propio de las periferias. (Figura 3)

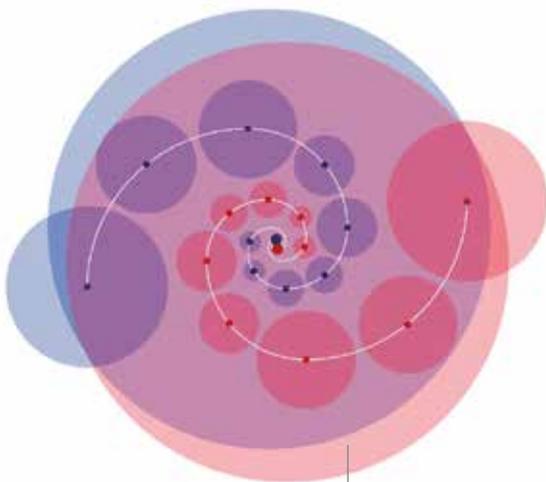


Figura 1

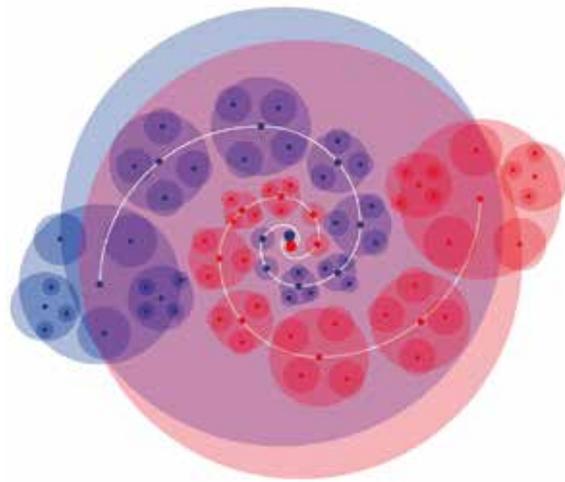


Figura 2

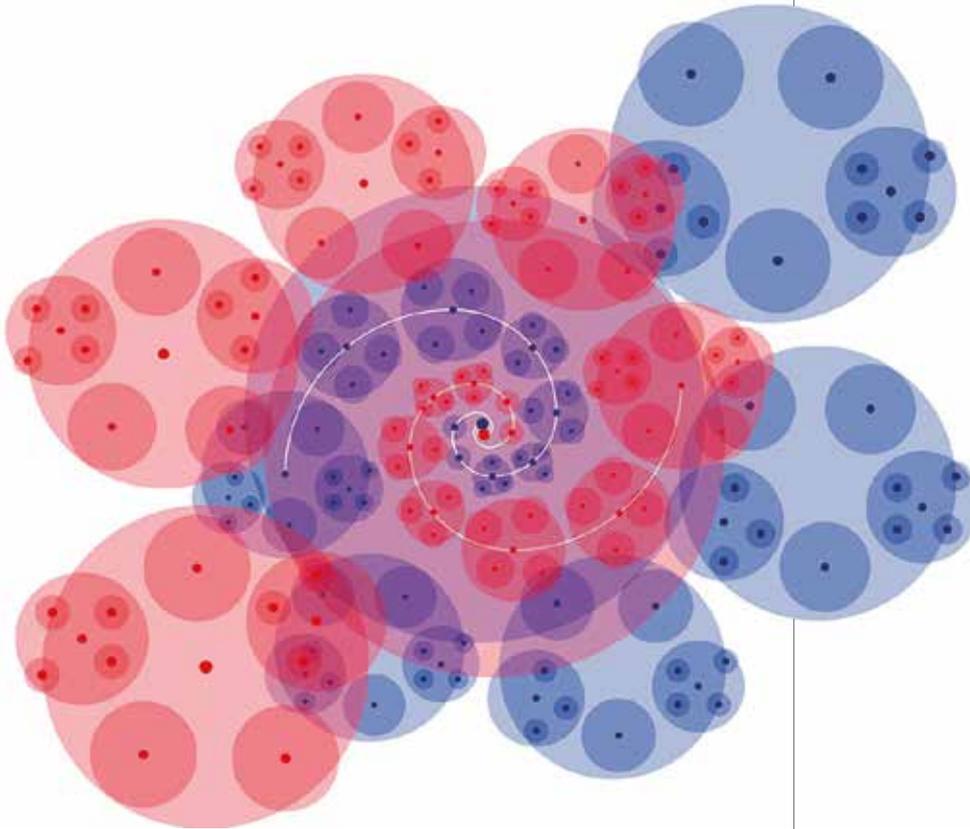


Figura 3

Esas cartografías definen hacia su interior otras relaciones de macro/micro-centro/periferia que son ideológico/conceptuales y culturales. Dentro de todo ese complejo entramado, aparece el Diseño disciplinar como un centro ideológico/cultural de formación de profesionales y de producciones de diseño que dictamina lo que está bien (correcto/funcional) y lo que no está bien (diseño experimental/artesanal).

El Diseño Gráfico en Argentina se inició como oficio¹⁷ vinculado a la industrialización, para luego institucionalizarse dando lugar a la formación de diseñadores/jas profesionales. Es decir, que el surgimiento profesional del Diseño en Argentina es consecuencia directa de la formación universitaria. La Universidad se convirtió entonces en la *hybris* del punto cero¹⁸ del Diseño en Argentina. “...la universidad moderna encarna perfectamente la *hybris* del punto cero. (...) ...las disciplinas tienen un canon propio que define cuáles autores se deben leer (las “autoridades” o los “clásicos”), cuáles temas son pertinentes y qué cosas

17. Fernández y Bonsiepe (Comp.) (2008) Historia del diseño en América Latina y el Caribe. De ponti-gaudio, argentina 1940-1983)

18. Castro-Gómez / Grosfoguel (2007) El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global

deben ser conocidas por un estudiante que opta por estudiar esa disciplina. Los cánones son dispositivos de poder que sirven para "fijar" los conocimientos en ciertos lugares, haciéndolos fácilmente identificables y manipulables." (Castro-Gómez| Grosfoguel, 2007, pp. 83-84-85).

Bajo las condiciones sentadas por el capitalismo global, la universidad deja de ser el ámbito en el cual el conocimiento reflexiona sobre sí mismo.

Castro-Gómez, 2007, p.83-84-85

Una formación que se orientó –a grandes rasgos según los actuales programas de las carreras de diseño– a enfocar temas de diseño de identidad, diseño de información, diseño de persuasión y diseño de orientación en el espacio (como características técnicas) con una clara orientación filosófica/conceptual con influencias eurocéntricas y de búsqueda de referentes exógenos. El Diseño se fue forjando a la sombra de las influencias de Europa y Estados Unidos, lo que generó la idea de un buen diseño frente a otros diseños (o diseños divergentes) no reconocidos por el Diseño disciplinar, que ya no reconoció al Arte y a la Artesanía como una parte constitutiva del proceso de diseñar, creando así una separación que perdura hasta la actualidad, convertido en una disciplina técnico/científica que busca el bien individual por sobre el bien colectivo.

El Diseño se equivocó, como la paloma, pero ¿todo el Diseño se equivocó? Actualmente, y sin ánimo de justificarlo, podemos afirmar que el Diseño Gráfico disciplinar universitario en Argentina fue –y acaso lo sigue siendo– una víctima más de la colonialidad¹⁹.

Pero ahora, a partir de la filosofía crítica latinoamericana, ya tenemos la posibilidad de tomar conciencia de esta situación; el desafío se presenta como una necesidad de iniciar una búsqueda que permita ampliar la mirada para que no quede sesgada sólo al espectro de las influencias externas, que nos permita profundizar en conceptos filosófico/conceptuales y referentes estéticos latinoamericanos para lograr un mayor grado de identidad/identificación y dar respuestas a las cuestiones sociales locales.

Para iniciar una nueva búsqueda que oriente al diseño podemos basarnos en uno de los ejes argumentales que propone Quijano: reordenamiento de la historia²⁰. Si pretendemos

19. "Según Quijano y Dussel, el eurocentrismo es una actitud colonial frente al conocimiento, que se articula de forma simultánea con el proceso de las relaciones centro-periferia y las jerarquías étnico/raciales. La superioridad asignada al conocimiento europeo en muchas áreas de la vida fue un aspecto importante de la colonialidad del poder en el sistema-mundo. Los conocimientos subalternos fueron excluidos, omitidos, silenciados e ignorados." (Castro-Gómez| Grosfoguel, 2007, p.20).

20. Corriente de pensamiento, que cuaja y se constela en torno de la categoría "Colonialidad del Poder", formulada por Aníbal Quijano, parte de una proposición que se encuentra difusamente presente en toda su obra a partir de este momento y que invierte el orden de precedencia de una imaginación histórica solidificada: la idea sintéticamente enunciada de que América inventa Europa, no solamente en los conocidos sentidos de que los metales extraídos de América fueron "la base de la acumulación originaria del capital", ni de que "la conquista de América fuera el primer momento de formación del mercado mundial." (Segato, 2015, p. 44).

reordenar la historia habrá que indagar entonces en cuál es la historia que forma las bases del Diseño Gráfico en Latinoamérica y en nuestro país.

La historia del diseño más recurrentemente consultada en las universidades nacionales es la que nos presentan Philip Meggs y Alston Purvis en el libro *Historia del diseño gráfico*, que inicia con el siguiente cronograma:

- > La invención de la escritura / Los alfabetos
- > Los manuscritos iluminados
- > El renacimiento gráfico: orígenes de la tipografía y el diseño para impresión de libros
- > El libro ilustrado alemán
- > El diseño gráfico renacentista
- > Tipógrafos: Bodoni - Caslon - Basquerville
- > El estilo moderno

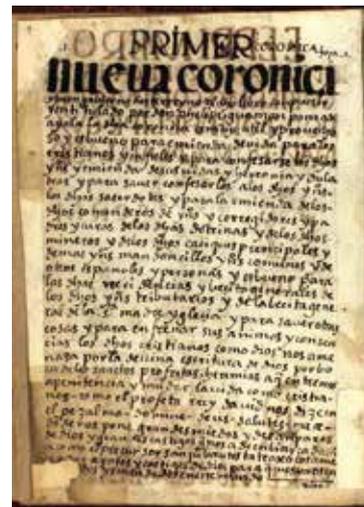
Podremos decir que, según esta cronología, el diseño de información surge primero (mucho antes que la revolución industrial) y da lugar a lo que hoy conocemos como diseño editorial –libros– que posteriormente dio lugar también a fanzines, periódicos y revistas respectivamente, todo con un manifiesto enfoque europeo.

Pero tomando el concepto de reordenamiento de la historia y situar la mirada en Latinoamérica, un rastro que podemos tomar como punto de partida asociado al diseño de información y que nos permita un anclaje con el enfoque decolonial es el manuscrito elaborado por Waman Poma de Ayala en tiempos del virreinato del Perú. Waman Poma envió su obra *Nueva Corónica y Buen Gobierno* al Rey Felipe III en 1616, pero según cuenta la historia nunca llegó a manos del Monarca, y se supo de su existencia recién entre 1907 y 1909. El manuscrito es considerado una de las primeras manifestaciones del giro decolonial. “Reinscribirlo hoy en la genealogía del pensamiento político decolonial es una tarea urgente.” (Castro-Gómez/Grosfoguel, 2007, p.28).

A priori coincidiremos en pensar que el manuscrito de Waman Poma no fue concebido como un diseño. Ya para la misma época en Europa se producían libros impresos que reflejaban una búsqueda de estructura –grilla, márgenes–, encuadernación que diferenciaban tapa de interior, uso de tipografías creadas para la lectura, e ilustraciones y detalles de lo que actualmente puede considerarse un buen diseño.

Sin duda, esos referentes continuarán siendo tomados en cuenta por el diseño editorial, pero interesa aquí rescatar los aspectos

que puedan hacer relevante la obra de Waman Poma como antecedente para el diseño editorial Latinoamericano. Ya desde la portada, con el título *Nueva Corónica y buen gobierno* plantea una idea conceptual que acompaña toda su obra, que implica declarar que una nueva historia debe contarse porque todas las crónicas e historias contadas por los colonizadores son limitadas y sesgadas por una única mirada. Dado el intenso tono de denuncia planteado, Waman Poma fue silenciado durante cuatrocientos años y cuando resurgió dio lugar a tres líneas interpretativas “...la de los conservadores, que insistieron en la falta de inteligencia de un indio; la posición académica progresista, que comprendió tanto la contribución de Waman Poma como su silenciamiento por parte de los hispanos peninsulares y los criollos de América del sur; y, por último, la incorporación de Waman Poma en el pensamiento indígena como uno de sus fundamentos epistémicos.” (Mignolo|Castro-Gómez| Grosfoguel, 2007, p.34).



Tapa y páginas del manuscrito de Waman Poma de Ayala *Primer Nueva Corónica y Buen Gobierno*

A la luz de nuestros días, el trabajo de Waman Poma podría ser considerado el primer documento contra hegemónico²¹ del que se propone rescatar tres características:

1. Es una manifestación por el bien común por sobre el individualismo capitalista-mercantil.
2. El texto tiene un sentido discursivo totalmente opuesto al adoctrinamiento europeo.
3. Las ilustraciones muestran una realidad sesgada por las imágenes dominantes, ya sean religiosas o de hechos épico-históricos, de procedencia europea.

Estos tres aspectos resultan imprescindibles para poder hacer un anclaje con la actualidad del Diseño Gráfico en Argentina, ya que podemos ver que se manifiestan en buena medida en producciones editoriales culturales independientes –libros, periódicos y revistas– como piezas de diseño que buscan alzar la voz de estos cuestionamientos hegemónicos, construyen nuevos circuitos y representan nuevas imágenes. Marcan nuevos rumbos.

3.4.2. Las revistas culturales independientes: un cambio de paradigma

Para desarrollar los tres aspectos planteados anteriormente, se propone aquí introducimos en la temática de las revistas culturales independientes que son las que proponen un cambio de paradigma frente al esquema de negocio que rige el mercado editorial.

El primer aspecto considera que las revistas culturales no compiten, comparten. Podría decirse que el espíritu de Waman Poma se manifiesta aquí en esa preocupación por el bien común por sobre el individualismo capitalista-mercantil. En términos generales pueden reconocerse dos formas de comprender y concebir un medio gráfico “...una que entiende la comunicación desde una perspectiva social, preocupada por la función política y educativa en lo que respecta a la formación civil; la segunda, desde una perspectiva económica que busca incrementar los índices de rentabilidad a costa de la desaparición de los medios alternativos y/o independientes.” (Badenes, 2017, p.126).

“

La teoría política de Waman Poma se contrapone a la teoría política europea; es una alternativa al régimen monárquico y capitalista-mercantil del sistema-mundo.

”

Castro-Gómez, 2007, p.39

21. “...las imágenes me han permitido descubrir sentidos no censurados por la lengua oficial. Su Primer Nueva Coronica y Buen Gobierno es una carta de mil páginas, escrita hacia 1612-1615 y dirigida al Rey de España, con más de trescientos dibujos a tinta. La lengua en la que escribe Waman Poma está plagada de términos y giros del habla oral en qhichwa, de canciones y jayllis en aymara y de nociones como el “Mundo al Revés”, que derivaban de la experiencia cataclísmica de la conquista y de la colonización.” (Cusicanqui, 2015, p. 176)

En todos esos aspectos subyace una definición donde lo cultural se opone a lo comercial. La revista cultural es una revista que no se construye a partir de la lógica de la mercancía...

Badenes, 2017, p.23

En segundo término, las revistas culturales independientes, desarrollan un discurso contra hegemónico que desafía constantemente los relatos creados por los medios masivos de comunicación que dominan el mercado editorial.

Y el tercer aspecto concerniente a la imagen, es otra instancia donde las revistas culturales comienzan a desafiar los discursos dominantes. En el marco de lo que Cusicanqui denomina sociología de la imagen “...la forma como las culturas visuales, en tanto pueden aportar a la comprensión de lo social, se han desarrollado con una trayectoria propia, que a la vez revela y reactualiza muchos aspectos no conscientes del mundo social”. (Cusicanqui, 2015, p. 175).

El uso de la imagen en Diseño Gráfico no ha escapado a la lógica de los medios hegemónicos y del mercado, en una constante construcción de un ideario de centro frente a otras realidades periféricas que quedan veladas. La imagen sigue imponiéndose, como en tiempos de Waman Poma, sólo reflejan la influencia externa.

Hasta aquí vemos la importancia de las revistas culturales independientes en la construcción de una idea conceptual que busca rescatar y reflejar discursivamente, al igual que Waman Poma, cuestiones identitarias propias. Pero que la podemos detectar en la construcción del discurso verbal –periodismo/literatura– y en la elaboración de la imagen –fotografía/ilustración–.

Pero nuevamente tenemos la necesidad y la obligación de preguntarnos por el rol que asume y ha asumido históricamente el Diseño Gráfico en su participación en las producciones editoriales independientes. Entonces será necesario volver a indagar en antecedentes que permitan a los diseñadores y diseñadoras plantear una actitud reflexiva crítica que produzcan un cambio profundo en la concepción y búsqueda de referentes –desde Waman Poma hasta las producciones editoriales independientes actuales de nuestro país, pasando por las publicaciones de las Vanguardias Latinoamericanas de 1920-1930–.

Se puede democratizar el Diseño. Pero antes tiene que librarse del yugo en el que se ha convertido el *Diseño disciplinar*, un centro hegemónico que dictamina los diseños que debe cumplir toda producción proyectual. Será necesario que el Diseño disciplinar que emana de las universidades vuelva a dialogar con los saberes que circulan en la sociedad. Porque esos saberes son los que reflejan las problemáticas y preocupaciones sociales locales. Que al no encontrar soluciones en

el Diseño disciplinar buscan en otras formas alternativas de diseño canalizar y dar vida a las producciones editoriales.

Si tomamos los tres aspectos propuestos anteriormente, el Diseño Gráfico disciplinar tendrá que convalidar la idea de un diseño divergente que pueda vincularse a proyectos interesados por el bien común.

El Diseño editorial parece tener una deuda pendiente. Si bien en las portadas de las revistas culturales independientes puede observarse una búsqueda por reflejar problemas actuales, con estéticas –tramas, colores, tipografías– e imágenes propias; los interiores parecen no entender ese diálogo entre el qué se quiere decir y el cómo se dice, es allí donde la función se impone sobre la forma.

En el interior se produce un choque entre las imágenes – enfoque, tratamiento– que muestran una realidad local y el resto del diseño –tipografías, estructura, grilla, columnas– que siguen las tendencias de diseños europeos o de Estados Unidos, imponiéndose constantemente la funcionalidad casi como un único aspecto a considerar. Quizás sea ese otro problema que afecta y condiciona al Diseño. El hecho de estar obligado a ser objetivo y tener que cumplir el rol de mediador, limitado solo a un aspecto científico de realizador técnico/tecnológico, entre comitente y usuario. Con el agravante que generalmente se pone la mirada en el usuario y el contexto solo con el fin de ver cómo sacar el mayor provecho posible para el comitente. El bien individual se impone a costa del bien común.

Pero profundizando en el diseño de revistas culturales independientes es posible otro escenario para el Diseño. Considerar tres aspectos: el filosófico, vinculado al contenido conceptual; el científico, ocupado de la realización técnico/tecnológica; y el artístico, indagando en lo que produce el diseño en el observador –actitudes/sensaciones–.

Entonces, si consideramos estos tres aspectos presentes en una producción de diseño, podríamos pensar que la idea del Arte que propone “la obra la completa el público” –usuario/espectador– puede ser aplicada al Diseño, es decir, considerarlo una forma de arte que media entre dos tensiones objetivas, comitente y usuario, donde la obra del diseñador –el producto de diseño– mediante un proceso de interacción objetividad-subjetividad es la que termina de completarse por los dos actores – comitente y usuario– que cargan al diseño de sentido subjetivo.

En las producciones de diseño quizás hayan estado ausentes dos de esos aspectos, el filosófico y el artístico. Al Diseño le

faltó espíritu latinoamericano, para sumergirse en las profundidades de nuestros propios conocimientos y revalorizarlos; y corazón, tan presente en el arte y en la búsqueda de reflejar las voces locales.

En 1985 el músico/artista argentino Fito Páez cantaba por primera vez el tema *Yo vengo a ofrecer mi corazón*

“¿Quién dijo que todo está perdido?
Yo vengo a ofrecer mi corazón
Tanta sangre que se llevó el río
Yo vengo a ofrecer mi corazón...”

Se trata de un tema con una letra esperanzadora que deja un mensaje de lucha. “Quién dijo que todo está perdido, yo vengo a ofrecer mi corazón”, una frase que quedó inmortalizada que significa el dar todo por una causa.

Tal vez sea momento de que el Diseño comience a vincularse con causas que le permitan transitar espacios comprometidos con una profunda voluntad de participación “...por qué queremos hacer revistas, qué nos mueve, sea cual fuere su destino (...) es algo así como una voluntad de participación, un deseo de ser vehículo de algo. Y este sería el aspecto más legítimo de esta estructura que se llama revista de cultura: ser vehículo de algo. Y eso implica un rasgo de generosidad.” (Badenes, 2017, p.22).

Tal vez sea momento de que el Diseño busque su propio espíritu y comience a ofrecer su corazón.

3.5. Análisis de revistas culturales independientes

3.5.1. Metodología de análisis de revistas culturales independientes

En el año 2008 inicié de manera experimental una metodología de evaluación cualitativa²² con un grupo de estudiantes de tercer año de la Carrera de Diseño Gráfico de la UNNOBA, en la asignatura que abordaba las temáticas de diseño de información –libros, revistas, infografías–. La metodología aplicada, de común acuerdo entre los estudiantes, reemplazaba la evaluación cuantitativa –notas numéricas y/o con niveles– por una evaluación cualitativa.

En los últimos 30 años la calificación numérica ha estado asociada a conceptos de acierto o fracaso que produce comprobados niveles de frustración en los alumnos²³. Es en esencia subjetiva, dependiendo solo de la interpretación del docente, y el alumno/a no termina comprendiendo que instancias de su trabajo estuvieron acertadas o desacertadas.

Cuando el estudiante plantea un desacuerdo en su calificación y pide explicación de una determinada nota, la discusión se centra en si la calificación numérica está bien o mal, no se considera el proceso de evaluación y se dejan de lado los problemas conceptuales y todas las decisiones que toma el estudiante que lo llevaron a resolver en forma correcta o incorrecta un problema determinado de diseño. Constantemente, en todos los órdenes de la vida, estamos evaluando y siendo evaluados. Pero esa evaluación muy pocas veces está asociada a una calificación numérica.

La calificación numérica es el resultado de un modelo educativo conductista asociado con orígenes en academias militares y que sin ninguna duda presenta graves falencias, es de alguna manera el punto final de un proceso de evaluación, y ese punto final es prácticamente inamovible, no permite ningún tipo de evolución. Todo proceso de evaluación no puede ser rígido, sino que debe permitir la flexibilidad necesaria para que se produzca un acto de reflexión.

La evaluación cualitativa consiste en analizar las producciones de diseño con una planilla que tiene en cuenta todas las

22. "Evaluaciones y calificaciones en el sistema educativo argentino". Artículo presentado en el V DiSUR, Piensa global, actúa local. Innovación gestión y desarrollo en diseño. (Somma, 2012)

23. En referencia a "La educación prohibida". Película documental independiente de Argentina (2012).

variables a valorar desde un abordaje semiótico²⁴. Entonces, a partir de una propuesta conceptual presentada para una determinada producción de diseño –idea/atributos conceptuales– se evalúan todas las decisiones tomadas en cuanto a la aplicación de recursos sintácticos y que efectos/resultados que se producen en la dimensión pragmática.

A partir de esta experiencia, en 2009, comencé a aplicar la misma metodología en la UNLP con estudiantes de la carrera de Diseño en Comunicación Visual, en la asignatura Taller de Diseño de tercer año. Y luego, a partir de 2010, en asignaturas de segundo y cuarto año en ambas universidades. Y posteriormente, en la UNNOBA, en otras asignaturas –dibujo, lenguaje visual, fotografía en diseño, diseño de producto, morfología, composiciones espaciales y tipografía–.

Los resultados fueron tan positivos como alentadores porque, contrariamente a la evaluación cuantitativa que genera un punto final en el proceso del trabajo, la cualitativa está relacionada con la toma de decisiones y con la solución encontrada al problema planteado, que considera y valora la multiplicidad de posibilidades en el abordaje del problema. De manera tal, que no se discute sobre la subjetividad de cómo y porqué se llega a determinada nota numérica, sino que abre la posibilidad de debatir sobre problemas de diseño y decisiones tomadas como continuidad del proceso creativo.

Esta metodología se convierte además en una herramienta diagnóstica para analizar producciones de diseño, como así también en una herramienta teórica/conceptual para la elaboración de proyectos²⁵.

La metodología de evaluación –y valoración– cualitativa se desarrolló desde un abordaje semiótico, analizando diferentes referentes filosóficos que pueden visualizarse de manera sintética en el siguiente cuadro:

Charles Peirce (1839-1914)	Jacques Lacan (1901-1981)	Louis Althusser (1918-1990)	Claudio Guerri (Actualidad)
Sintáctica	Lo imaginario	Teórico-posibilitante	Forma: IDEA
Semántica	Lo real	Económico-determinante	Existencia: MATERIALIZACIÓN
Pragmática	Lo simbólico	Político-condicionante	Valor: USABILIDAD

24. Aspectos sintácticos, semánticos y pragmáticos. (Peirce)

25. Desde 2008 hasta la actualidad desarrollé, en colaboración con otros/as docentes, planillas de evaluación cualitativa para: piezas gráficas editorial –libros, revistas, infografías, CDs, folletos–, marcas de identidad, sistemas de identidad, sistema de signos, señalética, campaña y diseño de envase.

Se toma aquí el concepto desde la semiótica aplicada al Diseño (Semántica, Sintáctica, Pragmática –Peirce– o más actualmente Forma, Existencia y Valor –Guerrero–), donde aplica Semántica a lo relacionado con la idea o concepto tomada como características abstractas del comitente + el usuario + el contexto; Sintáctica a todo lo relacionado con lo que posibilita la producción de un diseño que va desde conocimientos técnico-científicos hasta materiales y tecnologías de producción; y Pragmática como lo funcional, pero también con el valor en relación al efecto que se propone producir en el interpretante.

El partido conceptual, entonces, se relaciona con conceptos abstractos que se traducen de características propias de un determinado comitente (dinamismo, fortaleza, transparencia, etc.), pero también de conceptos filosóficos que se quieren transmitir (Ej.: identidad latinoamericana, compromiso social, contextualización con lo local, visibilizar lo heterogéneo con el propósito de respetar la libertad individual –contrapuesta a lo homogéneo que masifica e invisibiliza individualidades–). Y con visibilizar me refiero a la doble acción de hacer visible y de poder visualizar –mirar– como un concepto fundamental para el desarrollo de un diseño decolonial. “El derecho a mirar confronta pues al policía que nos dice, “sigan su camino. No hay nada que ver aquí” (Rancière, 1998, p. 217). Por supuesto que hay algo que ver. Lo sabemos y ellos lo saben. Por lo tanto, lo opuesto al derecho a mirar no es la censura, sino la visualidad... (...) El derecho a mirar no es un derecho que se niega a permitir que la autoridad suture su propia interpretación de lo sensible con el objetivo de generar espacios de dominación, primero mediante leyes y posteriormente a través de la práctica estética. El derecho a mirar es por lo tanto la reivindicación del derecho a lo real.” (Mirzoeff, 2016, pp. 32-35).

En la dimensión Pragmática, darle al valor una magnitud que no solo contemple las tendencias del mercado (funcionalidad) sino que además observe y considere las necesidades propias del objeto de diseño en función del trinomio comitente-usuario-contexto. En un producto editorial, una revista, por ejemplo, el valor está asociado a la calidad del soporte (papeles estucados o satinados), lacas sectorizadas y/o tintas especiales, tipografías “modernas”, etc., pero tal vez el valor que tenga una revista para el trinomio comitente-usuario-contexto latinoamericano sea un papel rústico y a una tinta o dos, sin caer en los prejuicios impuestos que hace pensar que rústico es igual a desprolijidad o precario.

Para la elaboración de cada planilla de evaluación cualitativa se considera en una primera instancia el “Nonágono Semiótico” para el Diseño Gráfico propuesto por Claudio Guerri²⁶, a partir del cual se esboza el siguiente cuadro para visualizar la complejidad e interrelación entre los componentes a analizar.

Publicaciones editoriales: revistas	FORMA Puro conocimiento disponible	EXISTENCIA Bocetos / dibujos Actualización: cómo es al momento del análisis	VALOR En relación con el interpretante y el contexto: que valor se le asigna en cada instancia
FORMA (Primeridad/cualidad) Diseño: idea / posibilidad Lacan: lo imaginario Althusser: teórico posibilante	Lenguajes gráficos. Leyes de composición Leyes de percepción	Aspectos sintácticos: - Familias tipográficas - Colores - Tramas/texturas - Imágenes	Práctica teórica. Estrategia formal: en relación a las cuestiones estéticas ya presentes en el mundo que influyen al diseño. Estilos de diseño editorial.
EXISTENCIA (Segundidad: actualización/materialización) Diseño: el hecho concreto Lacan: lo real Althusser: Económico determinante	Materiales y tecnologías disponibles en el orden de lo genérico.	Aspectos semánticos: Revistas concretas. Materiales y tecnologías en el orden de lo específico utilizados	Estrategia económica vigente. Valores culturales que se le asignan en el contexto. Es la salida al mundo y se compara por contraste con el resto.
VALOR (Terceridad: comprensión genérico social y no psicológico individual) Diseño: como acciona - Información - Educación - Entretimiento - Persuasión Lacan: lo simbólico Althusser: político condicionante	Historia de uso de las revistas Construcción de la agenda temática.	Aspectos pragmáticos: Comportamiento del usuario. Actitudes. Cómo acciona con el objeto de diseño.	Estrategia de usabilidad. Efecto de comunicación que se propone producir. Qué efecto produce en los usuarios.

Todo esto se traduce en la planilla de evaluación cualitativa de modo que se visualicen de manera más práctica las variables a tener en cuenta para el análisis de las revistas.

Tapa											
Sintáctica	Marca identidad		Grilla Diagramación Composición	Imagen		Tipografía		Color	Recursos gráficos		
	Verbal	Visual		Foto	Ilustración	Variables	Jerarquías		Plano pleno	Trama	Textura
Semántica*											
Pragmática**											

Interior											
Sintáctica	Grilla Diagramación Composición		Imagen		Tipografía		Color	Recursos gráficos			Orden sistémico
	Foto	Ilustración	Variables	Jerarquías	Plano pleno	Trama		Textura	Filetes		
Semántica*											
Pragmática**											

(*) Valoriza la relación significado/significante en cada ítem.

(**) Valoriza la relación denotación/connotación en cada ítem.

26. “Nonágono semiótico. Un modelo operativo para la investigación cualitativa” es una herramienta de análisis que permite conocer cuánto podemos saber/analizar de un objeto de estudio a partir de relaciones lógicas. (Guerri).

Al visualizar y tomar conciencia de cada una de estas variables, se analiza y valora, en cada caso, la relación entre las dimensiones sintáctica, semántica y pragmática.

3.5.2. Revistas Cítrica, Laucha, MU Periódico de la Vaca y Sudestada

Si bien más adelante se analizará la revista La Pulseada, para dar un marco contextual a dicha publicación, se analizaron versiones impresas de revistas culturales pertenecientes a la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA)²⁷. De las revistas impresas que pueden encontrarse en AReCIA se relevaron las siguientes: Cítrica, Gambito de papel, La Garganta Poderosa, La Pulseada, Laucha, MU Periódico de la Vaca, Pulsión, Revista Malisia, Sudestada, The 13th.

Para aplicar lo desarrollado anteriormente, se seleccionaron y analizaron tapas e interiores de las revistas Cítrica, Laucha, MU Periódico de la Vaca y Sudestada (considerando que en el resto se repite en mayor o menor grado la misma situación).

Tapas

Nombre: funciona como rótulo (marca de identidad). El nombre puede ser literal o metafórico, pero en todos los casos tienen un juego de doble sentido respecto del contenido que desarrollan. En algunos casos la tipografía de la marca pasa inadvertida y en otros esboza un refuerzo semántico.

Imagen: domina la escena creando el mayor impacto visual y es donde se visualizan con más fuerza y protagonismo las cuestiones sociales y la realidad de la periferia. En algunos casos son fotografías y/o fotomontajes; en otras ilustraciones (también pueden cambiarse).

En menor medida se observan tapas tipográficas que cumplen la doble función: texto para leer e imagen dado el tratamiento gráfico (tipografía como imagen).

Diagramación: La estructura es tipo afiche, es decir, imagen que cubre toda (o casi toda) la superficie, quedando librada a interpretaciones subjetivas; y el texto (títulos / bajada / epígrafes) que reafirma el mensaje objetivo que se quiere transmitir.

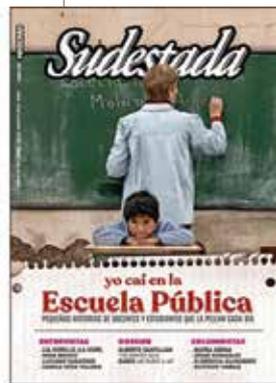
27. AReCIA: organización sin fines de lucro que representa a más de 100 publicaciones impresas y digitales de todo el país.

Tipografía: su uso es variable ya sea limitándose a selección de tipografías de catálogo utilizadas con un criterio rígido (casi siempre misma diagramación y mismo tamaño); o diagramaciones más libres donde el texto se adapta a la imagen en una actitud subordinada. Y también pueden observarse textos con tipografías con juego de tamaños o semánticos que dialogan con la estética de la imagen.

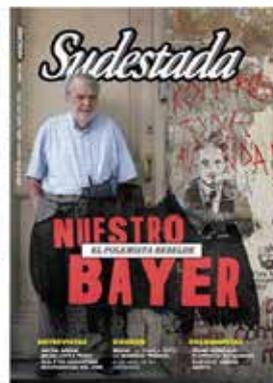
En términos generales se puede afirmar que los recursos sintácticos, semánticos y pragmáticos forman un universo equilibrado entre qué se quiere decir (semántica), cómo se expresa (sintáctica) sin dejar de considerar el aspecto pragmático (funcionalidad/valor).



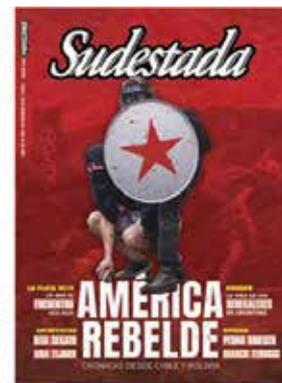
Julio-Agosto 2018



Junio-Julio 2019



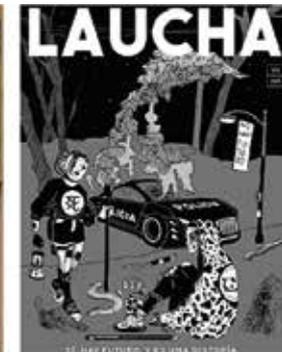
Marzo-Abril 2019



Noviembre-Diciembre 2019



Nº 1. 2015



Nº 4. 2019



Abril 2019



Septiembre 2019



Diciembre 2019



Agosto 2020



Noviembre 2020



Diciembre 2020



Enero 2021

Interiores

En los interiores hay que considerar el hecho que quizás sea un escenario más complejo que las tapas. Mayor cantidad de elementos deben convivir y dialogar. Elementos concretos como títulos, bajadas, texto, epígrafes, destacados, nota principal, notas secundarias, recuadros, tipografías, tramas, texturas, filetes, imágenes –fotos, ilustraciones, gráficos–. Y elementos abstractos como legibilidad, navegabilidad, grilla, identidad general con la propia publicación e identidad particular con el tema desarrollado en cada nota.

Pero, conscientes de esta complejidad, se puede observar que más allá de los recursos propios de cada medio, no parece evidenciarse un diálogo entre los aspectos sintácticos en relación a la semántica puesta en juego. Sólo parece dominar el aspecto pragmático funcional.

No se pone en duda aquí la habilidad de los diseñadores y diseñadoras de revistas porque bien se sabe están sujetos/as a condicionantes externas que son impuestas por la propia dinámica de los medios. Casi siempre la ecuación es poco tiempo disponible para mucha producción. El resultado es víctima de

la producción en serie: plantear diseños de grillas estructuradas que permitan rápidamente resolver con la menor cantidad de variantes todas las necesidades de comunicación. Y así se repiten publicación tras publicación.

Entonces todo el juego de relaciones sintácticas, semánticas y pragmáticas que se puede evidenciar en las tapas no logra reflejarse en los interiores.



En el caso de la revista MU, puede apreciarse una idea de sistema entre tapa e interior dado por el color, la selección tipográfica y la imagen. Pero el diseño y diagramación de la información es igual a la de cualquier medio hegemónico de estilo europeo.

En su interior la tipografía utilizada en los títulos tanto en tapa como interior es la Frutiger. El nombre de Frutiger comprende una serie de tipos de letra ideados por el tipógrafo suizo Adrian Frutiger. La primera Frutiger fue creada a partir del encargo que recibió el tipógrafo en 1968. Se trataba de diseñar el proyecto de señalización de un aeropuerto que se estaba construyendo, el Aeropuerto Charles de Gaulle en París. Aunque se trataba de una tipografía de palo seco, más tarde se fue ampliando y actualmente consta también de una Frutiger serif y modelos ornamentales de Frutiger.

Es sin duda, junto con la Helvética, una de las tipografías más utilizadas por los diseñadores y diseñadoras de nuestro país por su legibilidad. Pero tal vez, una tipografía diseñada en 1968 pensada para un aeropuerto, no sea la mejor opción para representar y dialogar con el contenido conceptual de la publicación.



La revista Laucha se plantea como un medio de información independiente en contraposición a los medios de comunicación creados bajo grupos empresariales, haciendo énfasis en luchas anónimas de personas o esos otros costados de luchas ya conocidas pero sesgadas. Esta revista, se mantiene sin “condicionantes externos” que puedan manipular su contenido.

Pretenden comunicar aquello que se barre a la periferia, eso que habita en lo marginal y es mejor no ver y a veces, si es posible, callar. Desde esa premisa toman un compromiso de lucha. Las luchas hoy son versátiles e híbridas. Luchan con palabras, dándole voz a esas periferias que muchas veces están precisamente en el centro. De ahí, figurada como una entraña producida por el sistema y en un juego de palabras con lucha nace Laucha.

“La Laucha callejera, es de las empeñadas en sobrevivir, pues esa lucha es una cualidad de su especie. Curiosa, sociable, husmea constantemente, es perspicaz y astuta; por el hecho de

ir escondida, espía desde las sombras y ve cosas que no se ven. En este sentido, comunicamos desde las calles, tomando como fuente a los ciudadanos mismos. A estos humanos-lauchas". (Texto extraído del sitio oficial de la revista Laucha)

Si tenemos en cuenta el texto con el que se definen los propios creadores de esta publicación, puede evidenciarse una búsqueda por romper con ciertos estereotipos de diseño de revistas en el juego de deconstrucción que realizan con las tipografías en los títulos. Pero el resto del diseño no parece acompañar ese espíritu de *eso que habita en lo marginal*.

Si bien en lo tipográfico hay una referencia a la deconstrucción ya sea por el juego de jerarquías entre las palabras de un mismo título como a la ubicación que, en algunos casos, no respeta la tradicional ubicación –arriba a la izquierda–; pero en cuanto a la selección de la familia tipográfica no se evidencia relación con la idea conceptual.

Debatimos todos los días sobre qué tipo de periodismo deseamos y debemos hacer, pero partimos de un fundamento al que no renunciamos: mostrar lo que los medios tradicionales, movidos por intereses diversos, no muestran. Deseamos que en *Cítrica* se escuche la voz de las oprimidas y los oprimidos, de las expresiones sociales, ambientales y culturales invisibilizadas.

“

La revista *Cítrica* es una cooperativa de trabajadoras y trabajadores que surgió luego del conflictivo cierre del diario *Crítica* de la Argentina. Dos años después de ese nacimiento, en septiembre de 2012, se publicó la primera edición impresa, que salió junto a una docena de diarios cooperativos de diferentes provincias.

Nuevamente la disociación entre tapa e interior es evidente. Se manifiesta solo por el aspecto cromático de la marca que se aplica en títulos y algún otro detalle menor.

Es probable que al tener una descendencia de un medio periódico –diario *Crítica*– el diseño se vea influenciado por características de ese medio. El contenido sin duda representa temas de la periferia, pero el diseño interior no parece acompañar el concepto mostrar lo que los medios tradicionales, movidos por intereses diversos, no muestran. El diseño de estos interiores se muestra igual que cualquier revista de medios hegemónicos.

”

Texto extraído del sitio oficial de la revista *Cítrica*



3.6. Análisis de revista La Pulseada

Para el análisis de la revista se implementaron diversas estrategias:

- > Una descripción objetiva a modo de ficha técnica detallando el formato, soportes, grilla, diagramación, tipografías, imágenes, tramas y texturas.
- > Entrevistas a integrantes de la revista que desempeñaron funciones entre los años 2011 y 2015; al periodista Daniel Badenes (director de la revista y miembro de AReCIA), a la fotógrafa Gabriela Hernández y a la diseñadora Natalia Chudoba.
- > Y un análisis subjetivo en relación a las tres dimensiones semióticas: sintáctica, semántica y pragmática.

3.6.1. La Pulseada: ficha técnica

Se realiza el análisis de revistas que están comprendidas en el período 2011-2015. Dentro de este período se pueden identificar tres etapas distintas respecto del diseño visual. Entre marzo de 2011 hasta marzo de 2012 que mantiene el diseño original; desde abril de 2012 hasta diciembre de 2014 un diseño de transición; y a partir de marzo de 2015 el diseño actual.

Nombre

El nombre "La Pulseada" se mantiene en las tres etapas mencionadas.

Significado: Acción y efecto de pulsar.

Sust. f. Competición entre dos personas que consiste en tomarse de las manos apoyando los codos sobre una mesa o superficie y realizar fuerza hasta que la mano del otro toque la mesa.

Primera etapa (2011/2012)

Tapa

Impresión: offset

Formato cerrado: 22 x 31 cm. vertical

Soporte: papel estucado brillante 150 gr

Tintas: 4/4 (Fotocromía)

Interior

Impresión: offset

Formato cerrado: 22 x 31 cm. vertical

Soporte: papel obra 90 gr

Tintas: 4/4 (Fotocromía)

Diseño de marca de identidad

El nombre –texto– presenta una tipografía san serif bold itálica con un sesgado en sentido vertical ascendente de 10 grados. La tipografía es de aspecto condensado y presenta una modificación en las terminaciones de las letras “l” y “s” que produce una unión entre ambas. El artículo “la” se ubica en un cuerpo menor sobre la letra “u”, entre el rasgo ascendente de la “P” y la “l” de la palabra pulseada.

El resto de la información que forma parte del rótulo –paratextos– presenta la tipografía con serif Garamond.

Por debajo de la palabra pulseada, y formando un bloque, se ubican los paratextos “Política-Sociedad-Cultura-Deportes”, marginados a la izquierda; y la palabra “revista”, marginado a derecha.

Por arriba de la palabra “pulseada” se ubican, entre el hasta ascendente de la “l” y la “d”, los paratextos “Año, número de la edición, fecha y precio”.

La marca la pulseada y los paratextos revista y número de la edición siempre están en un color vinculado a la paleta cromática de la imagen, generalmente corresponde al acento cromático.

El resto de los paratextos están en negro o blanco.

El contraste de la marca con el fondo es variable. Se puede percibir en algunos casos un alto nivel de contraste y en otros casos un bajo nivel de contraste. El bajo nivel de contraste dificulta la percepción visual y legibilidad.



Tapa

Bajo el concepto de dominante, subordinado y acento que se produce en relación a los componentes distribuidos en el plano, la palabra pulseada funciona como acento y ocupa dos tercios del ancho de la tapa, siempre ubicada arriba a la izquierda. La imagen, que varía entre fotografías e ilustraciones, dominan el plano; y los textos quedan subordinados.

Imagen

Las fotografías tienen aspecto de registro documental/periodístico estilo realista, que reflejan escenas de la realidad cotidiana de la periferia o temas que están fuera de la agenda mediática. En todos los casos ocupan toda la superficie del plano y van al corte.

Las ilustraciones, de estilos diferentes, se relacionan directamente con el título principal de tapa. Dos ocupan todo el plano (van al corte) y una estilo humor gráfico se presenta sobre fondo blanco.

Textos

Se distinguen los siguientes componentes: título principal, bajada del título principal, títulos secundarios, bajadas de títulos secundarios.

El título principal se presenta en tipografía con serif bold (Garamond) ubicado en forma aleatoria dependiendo de la dinámica de la imagen y los espacios libres que deja. En algunos casos todo en mayúscula, manteniendo el mismo cuerpo tipográfico; en otros casos en mayúscula/minúscula, manteniendo el mismo cuerpo tipográfico; y también se observa en menor cantidad armados tipográficos donde una palabra del título tiene un cuerpo tipográfico mayor que el resto, con la intención de jerarquizar una parte del texto.

La bajada del título principal se presenta en tipografía con serif bold (Garamond) ubicado siempre debajo del título principal, en mayúscula/minúscula y marginado a izquierda, centrado o derecha siguiendo la marginación del título.

Los títulos secundarios se presentan en tipografía con serif bold (Garamond) en mayúscula, ubicados arriba a la derecha –al costado de la marca–.

Las bajadas de los títulos secundarios se presentan en tipografía con serif normal (Garamond), en mayúscula/minúscula, marginados a izquierda siguiendo la marginación del título.

La aplicación de color en el título principal y los títulos secundarios es arbitraria, en algunos casos tienen el mismo color que la marca y en otros un color aleatorio, en negro o blanco.

Interior

Presenta una grilla dominante de tres columnas y una subordinada de dos columnas. En algunos casos las notas diagramadas a tres columnas, presentan recuadros secundarios a una columna más ancha equivalente a dos de tres.

Los márgenes que definen la caja tipográfica son todos iguales de 18 mm. Generalmente los textos respetan los márgenes.

genes inferior, interior y exterior, pero el superior va variando. Las imágenes en algunas ocasiones respetan la caja tipográfica y en otras la exceden o incluso van al corte.

La modulación horizontal afecta solo a la organización de los avisos publicitarios.

Tipografías en títulos

Garamond. Variables Normal, bold, itálica.

Jerarquías: van variando el cuerpo tipográfico entre una nota y otra. Se pueden presentar en mayúscula, en mayúscula/minúscula o versalita; normal, bold, itálica normal, itálica bold. En algunas notas mantiene el mismo cuerpo tipográfico en todas las palabras del título y en otras varía jerarquizando más alguna palabra en particular. La forma en que se presentan los títulos es tan variada que es arbitraria, no presenta una sistematización.

Tipografías en notas periodísticas

Para el desarrollo de las notas se detectan dos familias tipográficas. Una sin serif (Frutiger) para las notas principales y otra con serif (Garamond) para notas secundarias y/o recuadros.

Los subtítulos están en tipografía con serif bold (Garamond)

Las bajadas y los destacados están en tipografía con serif (Garamond), valiéndose en algunos casos de variables bold o itálica.

Legibilidad

La mayor parte de la información verbal –títulos, textos de notas, epígrafes, destacados– están sobre fondo blanco. En menor proporción pueden aparecer sobre fondos de color plano-pleno. En todos los casos la legibilidad es óptima.

Cuidados en la edición

La relación cuerpo tipográfico ancho de columnas –tanto en la grilla de tres columnas como en la de dos– permite un buen control de la mancha gris, sin que se produzcan ríos, viudas o huérfanas.

Las alineaciones, izquierda para títulos y bajadas; y justificada para los textos de notas genera una dinámica tradicional de lectura lineal para la navegabilidad.

Imágenes

Por lo general las imágenes están subordinadas al texto. Algunas fotografías se presentan igual que en tapa, es decir documental/periodístico estilo realista –literalidad/objetividad–, y otras reflejan una búsqueda estética/artística –subjetividad/retórica–.

En casi todas las revistas analizadas de la primera etapa se puede encontrar una nota donde la imagen es una ilustración. Cumplen una función decorativa a modo de imagen principal de la nota o como viñetas.

Diagramación

La composición alterna entre una composición formal y una composición informal (Kandinsky/Dondis/Wong/Samara). La composición formal se manifiesta en el comportamiento de las columnas de texto repitiendo el mismo esquema de manera simétrica en casi la totalidad de las páginas.

Recursos gráficos

Línea

Es utilizada como recurso práctico para contener textos de notas secundarias o recuadros de texto de notas breves. Pueden manifestarse a modo de filete, con distintos valores de línea continua –cerrada o abierta–, punteada o como una trama decorativa de líneas próximas en diagonal.

Plano

Utilizado como plano/pleno de color, para contener notas secundarias, recuadros de texto o títulos. El hecho de que sean plano/pleno asegura la legibilidad. La aplicación del color no presenta ninguna relación denotación/connotación con el tema desarrollado.

Tramas/texturas

Tanto el texto como las imágenes ocupan casi todo el espacio de las páginas, por lo tanto, es limitada la presencia de tramas y/o texturas. En algunos casos son arbitrarias y decorativas; en otros plantean una relación denotación/connotación que refuerzan semánticamente y crean un ambiente relacionado con la temática desarrollada en la nota.

Color

Solamente algunas secciones fijas que aparecen en todas las revistas mantienen el mismo color.

En el resto de las secciones que son dinámicas –en algunas revistas están y en otras no–, el uso del color es arbitrario. En algunos casos está relacionado con la paleta de las imágenes y en otros es aleatorio.

Segunda etapa y tercera (2012/2015)

Tapa

Impresión: offset

Formato cerrado: 21,5 x 31 cm. vertical

Soporte: papel estucado brillante 150 gr

Tintas: 4/4 (Fotocromía)

Interior

Impresión: offset

Formato cerrado: 21,5 x 31 cm. vertical

Soporte: papel obra 90 gr

Tintas: 4/4 (Fotocromía)

Diseño de marca de identidad

Presenta una tipografía san serif bold –con una modificación en las terminaciones de las letras “l” y “s” que produce una unión entre ambas– calada sobre un fondo rectangular negro o de color con alto nivel de contraste. Entre los años 2012/2014 presenta un menor tamaño respecto del diseño anterior y se ubica arriba sobre el margen derecho al corte. A partir de 2015 vuelve a reducir el tamaño.

La Pulseada



La Pulseada

Tapa

Bajo el concepto de dominante, subordinado y acento que se produce en relación a los componentes distribuidos en el plano, la palabra pulseada funciona como acento y ocupa un porcentaje que supera levemente la mitad del ancho de la tapa, siempre ubicada arriba a la derecha. No se logra detectar el criterio utilizado para definir el tamaño.

La imagen, que varía entre fotografías e ilustraciones, dominan el plano; y los textos quedan subordinados.

La diagramación presenta una grilla regular que se mantiene relación a la aplicación de marca, título principal y bajada. Y una diagramación espontánea (Samara) en relación a la imagen y títulos secundarios.

Diseñada modo afiche, la imagen (subjetiva) y la marca captan la atención y los textos (objetivos) reafirman y/o clarifican el mensaje.

Imagen

Las fotografías se van alternando entre las que tienen aspecto de registro documental/periodístico estilo realista, que reflejan escenas de la realidad cotidiana de la periferia o temas que están fuera de la agenda mediática; y las que reflejan una búsqueda estética/artística –subjetividad/retórica–.

Las ilustraciones, de estilos diferentes, se relacionan directamente con el título principal de tapa y complementan la información de un modo retórico.

Textos

Se distinguen los siguientes componentes: título principal, bajada del título principal, títulos secundarios, bajadas de títulos secundarios.

El título principal se presenta en tipografía san serif. Entre 2012/2014 utiliza la familia Filetto bold marginación izquierda, generalmente ubicado debajo de la marca; y a partir de 2015 la familia Ubuntu marginación centrada, variando su ubicación según la dinámica de la imagen.

En los dos casos en mayúscula/minúscula, manteniendo el mismo cuerpo tipográfico; y también se observa en menor cantidad armados tipográficos donde una palabra del título tiene un cuerpo tipográfico mayor que el resto, con la intención de jerarquizar una parte del texto.

La bajada del título principal se presenta en tipografía san serif bold ubicado siempre debajo del título principal, en mayúscula/minúscula y marginado a izquierda o centrado siguiendo respectivamente la marginación del título.

Los títulos secundarios se presentan en tipografía san serif bold en mayúscula, ubicados sobre un fondo de color que ingresa desde el corte del lado izquierdo.

Las bajadas de los títulos secundarios se presentan en tipografía san serif normal, en mayúscula/minúscula, marginados a izquierda siguiendo la marginación del título.

La aplicación de color en el título principal y los títulos secundarios y los fondos que los contienen tienen el mismo color que el recuadro contenedor de la marca que varía en cada edición.

Interior

Presenta una grilla que alterna entre tres tipos de división de columnas:

1. Dos columnas –7,4 cm. de ancho cada una con una calle de 5 mm– con una falsa columna –2,5 cm. de ancho–. La mancha tipográfica se ubica dejando la falsa columna sobre el margen de corte. La falsa columna es utilizada como “blanco tipográfico”, para colocar epígrafes y/o parte de títulos, destacados e imágenes.
2. Tres columnas –5,2 cm. de ancho cada una con una calle de 5 mm–.
3. Dos columnas –8,8 cm. de ancho cada una con una calle de 5 mm– utilizadas para recuadros de textos de notas secundarias o notas breves.

Los márgenes que definen la caja tipográfica son todos iguales de 18 mm. Generalmente los textos respetan los márgenes inferior, interior y exterior, pero el superior va variando. Las imágenes en algunas ocasiones respetan la caja tipográfica y en otras la exceden o incluso van al corte.

La modulación horizontal afecta solo a la organización de los avisos publicitarios.

Volantas

Tipografía san serif: Filetto bold (2011-2014) y Ubuntu bold (2015), marginación izquierda.

Títulos

Tipografía san serif: Filetto bold (2011-2014) y Ubuntu bold (2015), Jerarquías: en la mayoría de los casos mantiene el cuerpo tipográfico entre una nota y otra. Se presentan en mayúscula/ minúscula.

Notas periodísticas

Para el desarrollo de las notas se detectan dos familias tipográficas san serif. Frutiger para las notas principales y Filetto normal (2011-2014) y Ubuntu normal (2015) para notas secundarias y/o recuadros.

La composición formal se manifiesta en el comportamiento de las columnas de texto repitiendo el mismo esquema de manera simétrica en casi la totalidad de las páginas.

Los subtítulos están en tipografía Filetto bold (2011-2014) y Ubuntu bold (2015)

Las bajadas están en tipografía Filetto normal (2011-2014) y Ubuntu normal (2015)

Legibilidad

La mayor parte de la información verbal –títulos, textos de notas, epígrafes, destacados– están sobre fondo blanco. En menor proporción pueden aparecer sobre fondos de color plano-pleno. En todos los casos la legibilidad es óptima.

Cuidados en la edición

La relación cuerpo tipográfico ancho de columnas –tanto en la grilla de tres columnas como en la de dos– permite un buen control de la mancha gris, sin que se produzcan ríos, viudas o huérfanas.

Las alineaciones, izquierda para títulos; justificada para los textos de notas genera una dinámica tradicional de lectura lineal para la navegabilidad.

En el caso de las bajadas la alineación es en bandera hacia la derecha.

Los destacados son en bandera y varían entre izquierda y derecha según la ubicación.

Los créditos (nombre de periodista que realizó la nota y fotógrafo/a o ilustrador/a) están marginados a derecha justo debajo de la bajada.

Imágenes

Por lo general las imágenes están subordinadas al texto. Algunas fotografías se presentan igual que en tapa, es decir documental/periodístico estilo realista –literalidad/objetividad–, y otras reflejan una búsqueda estética/artística –subjetividad/retórica–.

En casi todas las revistas analizadas de la primera etapa se puede encontrar una nota donde la imagen es una ilustración. Cumplen una función decorativa a modo de imagen principal de la nota o como viñetas.

Diagramación

La composición alterna entre una composición formal y una composición informal (Kandinsky/Dondis/Wong/Samara). La composición formal se manifiesta en el comportamiento de las columnas de texto repitiendo el mismo esquema de manera simétrica en casi la totalidad de las páginas.

La composición informal está dada por el juego de peso y tensión entre los títulos, las imágenes y otros elementos como recuadros de texto o destacados.

Recursos gráficos

Línea

Es utilizada como recurso práctico para contener textos de notas secundarias o recuadros de texto de notas breves. Pueden manifestarse a modo de filete, con distintos valores de línea continua –cerrada o abierta–, punteada o como una trama decorativa de líneas próximas en diagonal.

Plano

Utilizado como plano/pleno de color, para contener notas secundarias, recuadros de texto o títulos. El hecho de que sean plano/pleno asegura la legibilidad. La aplicación del color no presenta ninguna relación denotación/connotación con el tema desarrollado.

Tramas/texturas

Tanto el texto como las imágenes ocupan casi todo el espacio de las páginas, por lo tanto, es limitada la presencia de tramas y/o texturas. En algunos casos son arbitrarias y decorativas; en otros plantean una relación denotación/connotación que refuerzan semánticamente y crean un ambiente relacionado con la temática desarrollada en la nota.

Color

Solamente algunas secciones fijas que aparecen en todas las revistas mantienen el mismo color.

En el resto de las secciones que son dinámicas –en algunas revistas están y en otras no–, el uso del color es arbitrario. En algunos casos está relacionado con la paleta de las imágenes y en otros es aleatorio.

“

La composición informal está dada por el juego de peso y tensión entre los títulos, las imágenes y otros elementos como recuadros de texto o destacados.

”

3.6.2. La Pulseada en la voz de los protagonistas

Para tener un primer acercamiento que permita el posterior análisis de la revista La Pulseada, se realizaron entrevistas a tres integrantes que tuvieron roles protagónicos durante los períodos que se abordan: al periodista Daniel Badenes, a la fotógrafa Gabriela Hernández y a la diseñadora Natalia Chudoba (ver anexo III).

LA PRIMERA ENTREVISTA con Daniel Badenes permite empezar a entender quienes hacen La Pulseada y porqué. La pulseada surge en el marco de la obra del Padre Cajade²⁸ pero no como una obra asistencialista, siempre entendió las causas políticas que estaban por detrás de la situación de una familia sin trabajo, de un pibe sin techo y sin comida, y esa es la lucidez que tuvieron no solo el padre Cajade sino Alberto Modacheti, Quique Spinetta, los distintos fundadores del Movimiento Nacional de los Chicos del Pueblo, un movimiento que empieza a reunir esas obras en el año 1987. En el marco de ese movimiento, en el 2001, se hace una marcha de la Quiaca a Buenos Aires con la consigna *el hambre es un crimen* y entre un grupo de periodistas que acompañó al padre Cajade en ese viaje desde el norte hasta Buenos Aires, entre charlas nocturnas en paradas en las distintas provincias surgió la idea de generar un medio de comunicación, que luego en reuniones que se hicieron en el Hogar y en la Comisión por la Memoria comenzaron a darle forma. Parte de ese grupo de periodistas que habían tenido la idea –Paula Antonini y Verona De Maestri– empiezan a reunirse con otros periodistas profesionales con algún grado de compromiso social.

Aparece entonces la idea de hacer una revista que disputara la agenda de medios hegemónicos y que fuera también un proyecto social, como lo eran una serie de revistas de calle que existían en ese momento, dándole una forma de inserción social a los vendedores con un esquema de distribución que les permitiera encontrar en la venta de la revista una forma de inserción social y de trabajo.

28. Cajade era un cura con la impronta de los curas obreros, nacido en Berisso, que su vida cambió a principios de los ochenta cuando a la hora de pasar una Navidad se encontró con un grupo de pibes que vivían en la calle, terminó pasando esa navidad con ellos, y ese es el origen de lo que a mediados de los ochenta se convierte en el Hogar de la Madre tres veces admirable, que es el origen de lo que conocemos como la obra del padre Cajade. Obra que, además del Hogar que sigue existiendo en el barrio Aeropuerto, luego fue teniendo otros emprendimientos; la casa de los niños en el barrio Los Hornos, una casa de los bebés, y otros emprendimientos productivos como la granja, la panadería, la imprenta y como parte de la imprenta la revista La Pulseada.

Si en algún grado está presente La Iglesia, es la iglesia tercermundista. De hecho, la cuestión de la iglesia ha sido a lo largo de los años un tema en la revista justamente para mostrar esa *otra* iglesia de la cual Cajade era un representante.

Se podría definir a la revista La Pulseada como un emprendimiento de la obra del Padre Cajade impulsado por un grupo de periodistas comprometidos que pensaron, al mismo tiempo, un proyecto social y un proyecto periodístico alternativo.

Tal vez, por la pluralidad de integrantes, no se detecta alguna idea filosófica explícita, pero sí en todos hay una mirada humanista cuestionadora de las desigualdades sociales, que apuesta a las relaciones sociales solidarias. Quizás nunca fue definida con etiquetas y si con frases como “la lucha por un país con infancia”, que eso sin duda marca una mirada respecto de la sociedad.

Más allá de los medios digitales que fueron ganando terreno como medios de información, La Pulseada se planteó en formato físico porque en esa época era indudablemente lógico pensar una revista impresa, y en buena medida tuvo que ver con ese proyecto social que tomó como referentes las revistas de calle, por ejemplo: “Hecho en Buenos Aires” o “La Luciérnaga” en Córdoba, además de muchas otras experiencias en el país como “Barriletes” en Paraná, “Al margen” en Bariloche.

En relación a los medios digitales, prácticamente en el mismo año que surgió la revista impresa, hubo una página web –estática– rudimentaria que luego se complementó con un blog y después pasó a ser un sitio –dinámico– que empezó a tener producción propia con una lógica de interacción con la revista impresa. El 2013 fue un año muy emblemático donde se puede apreciar la dinámica de funcionamiento entre lo digital y lo impreso producto del trabajo que la revista hizo en la cobertura de las inundaciones de La Plata. Ese año se pueden encontrar notas sobre las inundaciones en varios números de la revista impresa pero además hubo más de cien notas publicadas en la web, que no salieron en la revista y que después se publicaron en un libro. Hoy el proyecto de La Pulseada es una revista impresa, un sitio web y un programa de radio.

La modalidad discursiva de la revista no se construye como una revista informativa en el sentido de dar noticias enunciadas el estilo de las 5 W. Sino que es una revista que apostó a dos modalidades, por un lado a un tratamiento en profundidad de los temas con buen nivel de investigación periodística rigurosa y una buena escritura –crónicas en el sentido del pe-

riodismo narrativo–, entrevistas, opinión –editorial–; y por otro lado secciones hechas por los chicos y en algunos momentos también información de interés como actividades de centros culturales auto gestionados de la Plata.

El texto tiene un predominio, eso seguramente tiene que ver con que el proyecto surgió de un grupo de periodistas, es decir, que el texto tiene mayor jerarquía que la imagen y el diseño.

Respecto del tipo de audiencia es un punto ciego porque en general estos tipos de proyectos sociales no tienen hecho estudio de recepción de audiencias. Pero para quienes hacen la revista hay un lector/a imaginado, se escribe pensando en los barrios. Pero más allá de eso La Pulseada siempre imaginó un público heterogéneo, de clase media, que lee con cierta formación.

En relación a la influencia de los medios de comunicación en la creación de identidad cultural y universos simbólicos, donde hay un claro predominio de medios masivos en relación a los medios independientes, La Pulseada intenta equilibrar la balanza proponiendo un proyecto para discutir un modelo de país y poner en discusión las causas estructurales por las cuales hay tanta desigualdad. Y en ese sentido ha sido un aporte a la conformación de un movimiento social que intenta lograr cambiar el estatus quo.

Nuevamente tomando el ejemplo del rol de la revista en la inundación de 2013, la discusión respecto de la inundación, la cobertura periodística y todo lo que vino después de parte del Gobierno Provincial en el intento de ocultamiento de muertes, indudablemente impactó. Ahí La Pulseada tuvo un rol fundamental periodísticamente y eso implica cambiar universos simbólicos.

“ La Pulseada: un emprendimiento impulsado por un grupo de periodistas comprometidos que pensaron, al mismo tiempo, un proyecto social y un proyecto periodístico alternativo.

A partir de la primera entrevista realizada a Daniel Badenes se reconstruye la siguiente cronología²⁹:

> Abril 2002

Surge la revista impresa La Pulseada. Diseño original Damián Demaro y Gaby Madonia

> Agosto 2003

Inicia una transición entre Damián Demaro / Natalia Chudoba

> 2011/2012

Subdirector: Daniel Badenes

> 2013/2014

Director: Daniel Badenes

> 2011/2015

Rediseño Natalia Chudoba / Julia Gufier

> 2015

Director: Carlos Sade / Editor: Daniel Badenes

> 2011

Se funda ARECIA, La Pulseada forma parte de esa asociación desde el inicio.

> 2012

La Pulseada cumple 10 años y se hace el rediseño que sale en abril. Y en julio y agosto se llega al número 100 / 101 se hace una producción especial (El camino al andar) que es una línea de tiempo que recorre los primeros 100 números.

> 2013

El nuevo diseño lleva a poner títulos más cortos (algunos de dos palabras) con imágenes muy contundentes pensadas en función del contenido.

> Entre 2013 y 2014

La Pulseada –Daniel Badenes– preside ARECIA. En abril de 2014 se publica un informe sobre la situación de las revistas culturales independientes.

> Septiembre 2015

Diseño: Juan Pastrello / Natalia Chudoba / Julia Gufier

29. La cronología que marca el inicio y luego un salto a los años de interés de la investigación.

LA SEGUNDA ENTREVISTA realizada a la fotógrafa Gabriela Hernández permite visualizar la relación denotación/connotación de la imagen respecto de la realidad de la periferia.

La función de la fotografía en la revista puede considerarse informativa porque siempre muestran un recorte de la realidad y en ese sentido está informando, pero además complementa la información –texto– ya que agregan algún tipo de significado desde otra óptica. Y podrían considerarse ilustrativas algunas que acompañan una entrevista. Aunque siempre las fotos tienen algún tipo de intención que va más allá de una simple imagen pegada en una página. De alguna manera detrás de cada imagen está la voz y la opinión como toma de partido.

El rol de la fotografía, en algunos casos a partir de la amplia producción fotográfica producida, por momentos cambia cierta lógica en la modalidad de trabajo. Es decir, que por lo general los periodistas buscan o piden fotografías que acompañen sus notas, pero en algunos casos se necesitaba buscar un periodista que realizara una nota para las fotografías realizadas.

Tomando como base el fotoperiodismo las imágenes plantean un género discursivo realista, pero dependiendo de las temáticas pueden tener o representar algo de humorístico o decorativo.

Más allá de la carga de subjetividad que puede tener la interpretación de cada persona, lo que se pretende reflejar en las imágenes es lo que realmente pasó, algo bastante complejo ante la diversidad de medios que hay actualmente donde cada uno plantea su versión de lo que realmente pasó. Pero si las imágenes están cargadas con la interpretación subjetiva de quien observa, pues entonces que esa subjetividad sea a partir de esa imagen –la que tiene esa mirada– y no de otra.

Lo que se busca con las temáticas de la periferia es reflejar ciertas realidades sociales que no aparecen en la agenda de medios, y cuando aparecen quedan teñidas de intereses político/partidarios. Frente a esa situación, la revista intenta ser la voz de los protagonistas de esos temas sociales. *“Es frecuente que se identifiquen las imágenes que suministra la cámara con aquellas reflejadas por un espejo³¹. (...) Tal similitud se origina en el hecho de que el espejo sea el soporte de una carga simbólica extremadamente rica en el orden del conocimiento. Pues, ¿Qué refleja el espejo? La verdad, la sinceridad, el contenido del corazón y de la consciencia.”* (Fontcuberta, 2016, p. 29-30).

Tanto nuestra noción de lo real como la esencia de nuestra identidad individual dependen de la memoria. No somos sino memoria. La fotografía, pues, es una actividad fundamental para definirnos que abre una doble vía de ascensis³⁰ hacia la autoafirmación y el conocimiento.

Fontcuberta, 2016, p. 42

30. En el sentido de prácticas encaminadas a la liberación del espíritu y el logro de la virtud.

31. En relación a “un espejo con memoria”, expresión propuesta por Oliver Wendell Holmes en 1861 para calificar al daguerrotipo.

En ese sentido, recorriendo las diferentes revistas publicadas, es necesario destacar la importancia del impacto de las imágenes que muestran un determinado recorte de la realidad y que reflejan rápidamente la periferia.

La fotografía influye de una manera intensa en la construcción de identidad ya que le da al objeto revista una impronta que claramente visibiliza la periferia que es también el contexto cotidiano en el que convive la audiencia de la clase media.

LA TERCERA ENTREVISTA, a la diseñadora Natalia Chudoba, es la que nos permite entrar en el terreno del diseño, pero más específicamente en las condicionantes contextuales que influyen al momento de diseñar:

Relación diseño/periodistas

Falta de acuerdo/respeto de las pautas propuestas por parte de quienes entregan el material –extensión de las notas, cantidad/formato/tamaño de las imágenes–.

En el rediseño –que realiza Julia Goufier–, la construcción de la grilla y el cambio tipográfico es un indicio de búsqueda de más claridad y espacialidad que permita poder jugar con la diagramación, pero igualmente queda condicionado por el contenido periodístico y por la presencia de imágenes de gran tamaño, dos factores que dificultan mantener coherencia en la propuesta estética. De todos modos, más allá de estas generalidades y de ciertas particularidades con algunos periodistas, son los editores –Carlos Sade o Daniel Badenes– quienes procuran un buen diálogo entre todos los componentes de la revista.

Pero es recurrente el problema del Diseño, siempre parece recaer en la actitud de pedir –o reclamar– que se respeten las pautas de trabajo: entrega a tiempo, claridad en el material editado, archivos que especifiquen los componentes de una nota periodística –volanta, título, texto, epígrafes, destacados–, cantidad de caracteres pautados, etc.

El factor tiempo

Una dinámica de trabajo, que se replica en la mayoría de los medios de comunicación, es que el material periodístico se entrega sobre la fecha de entrada a la imprenta y por lo general no se le asigna al trabajo de diseño el tiempo necesario.

“

...el análisis de la significación subjetiva y objetiva que los sujetos confieren a la Fotografía como práctica o como obra cultural, aparece como un medio privilegiado de captar en su expresión más auténtica las estéticas (y las éticas) propias de los diferentes grupos o clases sociales...³²

”

Indij; Silva, 2017, p. 87

31. Del capítulo “Distribución y uso social de la fotografía”, por Pierre Bourdieu. (Indij; Silva, 2017, p. 87)

Esto deja muy poco margen de error para otros tipos de condicionantes tecnológicas imprevistas –recurrentes en esos años– tales como fallas en tipografías al momento de imprimir los originales, computadoras que siempre trabajan al límite de la capacidad –memoria y velocidad–.

Condicionantes económicas

Cómo influye un formato determinado por el sistema de impresión; en la elección tipográfica –tipografías gratuitas–; dejando de lado la cuestión de cuanto se cobra por el trabajo –que se entiende que en estos casos hay una actitud colaborativa de parte de la diseñadora– pero condiciona al momento de decidir cuánto tiempo se le va a dedicar a un determinado trabajo.

Más allá de estas condicionantes puede observarse que en algunas ocasiones, cuando la entrega del material periodístico e imágenes se entregan y le dan a la labor del diseño el tiempo adecuado, es decir, tiempo para poder leer la nota con más profundidad y pensar una propuesta de diseño acorde al contenido, donde además del material entregado puedan aparecer otros recursos gráficos –tramas/texturas–, en esos casos es donde más se logra reflejar la periferia.

Pero esta modalidad se reconoce como la menos habitual. Por eso cuando se analiza el rediseño, considerando todas las condicionantes, se identifica un sistema homogéneo, rígido y estructurado respecto de la grilla/diagramación y recursos tipográficos pensados para un armado más mecanizado, ágil y rápido, priorizando la funcionalidad; dando lugar a una propuesta más libre sólo en esas contadas ocasiones donde el diseño toma protagonismo.

Finalmente se invita a Natalia Chudoba a hacer una reflexión autocrítica a partir de la siguiente consigna:

“Algunos pierden la mente y se vuelven alma, locos. Algunos pierden el alma y se convierten en mente, intelectuales. Algunos pierden ambos y son aceptados.”

Charles Bukovsky

Esta cita nos habla sobre la fórmula que nos lleva a poder ser aceptados por la sociedad, que no es otra que dejamos llevar por ésta y sus estereotipos.

–¿Crees que el diseño gráfico en Argentina está en la instancia de conformarse con sólo ser aceptado?

Su respuesta literal –y contundente–:

“

Si pienso en el diseño/conocimientos que recuerdo de mi formación en la facultad, me queda la sensación de que siempre estaba enfocado hacia una perspectiva muy comercial atento a las necesidades del mercado y en base a referentes estéticos europeos o de Estados Unidos. Siempre se hacía más énfasis en el comitente, para conformarlo. Y analizar la audiencia/contextos para ver de qué modo favorecer al comitente.

Y en menor grado se transitaban experiencias más cercanas al diseño social, pero los referentes utilizados eran los mismos y entonces se recurría a una misma lógica recurrente desde lo teórico/conceptual.

”

3.6.3. Análisis del diseño de la revista La Pulseada

En esta instancia se analiza el diseño de la revista La Pulseada a partir de las variables propuestas en el punto 3.5.1. *Metodología de análisis de revistas culturales independientes*, interpe-lado desde una mirada decolonial.

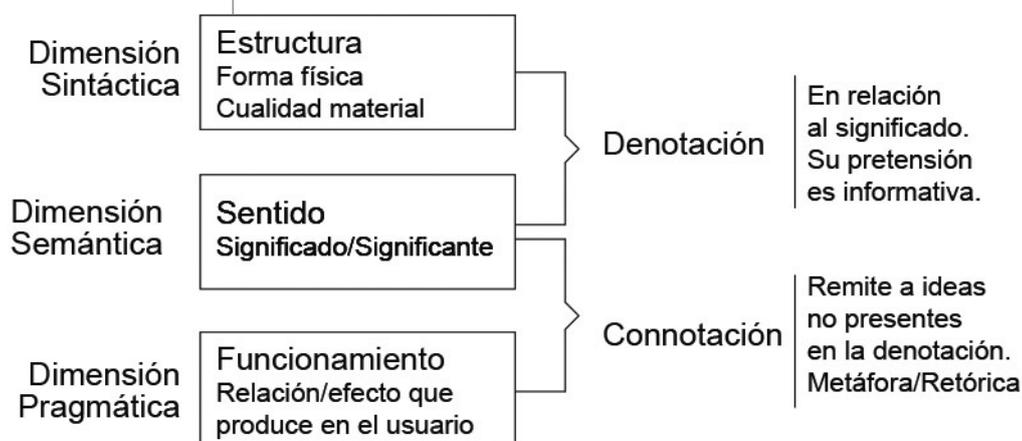
Se relevaron un total de 49 revistas publicadas entre marzo de 2011 y diciembre de 2015. La selección de este recorte, si tenemos en cuenta que surge en el 2002 y continúa hasta la actualidad, es porque en ese período se pueden apreciar tres tipos de diseños diferentes.

Se considera a la revista como un producto donde confluyen la participación de tres actividades –disciplinas–: periodismo, fotografía y diseño.

A partir de las entrevistas realizadas a los integrantes de La Pulseada (*Ver ítem 3.6.2. La Pulseada en la voz de los protagonistas*) se puede observar claramente que el texto es protagonista, la edición –cuál es la información que va y en qué orden en cada revista– surge de la actividad periodística; queda claro también que la fotografía tiene su propia autonomía en cuanto al tipo de imagen y formato/encuadre; por lo tanto, la labor del diseño parece limitarse a poner en caja –caja tipográfica– todo el material que se le asigna.

En esta instancia se analizará solo lo que respecta al diseño: grilla, tipografía, uso de la imagen, color, recursos gráficos y orden sistémico.

La revista La Pulseada en tanto objeto de diseño, y por lo tanto signo, es abordada desde una mirada semiótica considerando los conceptos del siguiente cuadro:



Es decir que a partir de la dimensión sintáctica se detallan cuáles son los componentes de la estructura, desde la dimensión semántica la relación significado/significante de esos componentes, desde la dimensión pragmática la connotación de los componentes a partir de lo denotado.

3.6.4. La grilla constructiva, construcción de identidad

Una revista, en tanto objeto signo y para ser decodificado como tal, contempla una serie de componentes que son los que permiten la interacción con la audiencia: el formato, el soporte, cantidad de páginas, qué se escribe, cómo se escribe, la estructura de la información –secciones–, el estilo gráfico, tipografías, imágenes, códigos cromáticos. Todos estos componentes responden a una estructura interna –grilla constructiva– que puede presentar dos modalidades:

- > El diseño modular³³: parte incuestionable del proceso de trabajo que procura precisión, orden y claridad. Su función es llevar a cabo lo que se denomina *la comunicación organizada de ideas* que a través de una grilla o retícula ayuda a resolver problemas de comunicación de alto grado de complejidad basados en un conjunto de relaciones de alineaciones que actúan como guías para la distribución de los elementos en el espacio. Esta modalidad aporta claridad y eficacia, economía de espacio, orden sistematizado, facilita la navegabilidad y facilita la labor del diseñador/a.
- > Deconstrucción de la grilla modular³⁴: la deconstrucción de una grilla modular regular parte de una pregunta fundamental ¿qué hacer cuando el contenido tiene su propia estructura interna?, donde el diseño necesita encontrar nuevas relaciones espaciales o visuales mediante la desarticulación de una determinada estructura. En diseño editorial se distinguen tres tipos de deconstrucción: *lingüística, óptica espontánea, y conceptual*. (Samara, 2011)

En ambos tipos de grilla es importante considerar el uso de lo que se denomina *blancos tipográficos*. Los blancos son un elemento básico en la diagramación de páginas que constitu-

33. Referentes: De Stijl, Mondrian, Müller-Brockmann

34. Referentes: Schwitters, Itten, Kandinsky, Carson.

yen un factor óptico fundamental para la distribución de los elementos que contiene “ya que proporciona un alivio al lector, al mismo tiempo que contribuye a lograr una mayor armonía”. (Canga Larequi, 1994, p. 151).

La revista La Pulseada presenta en su tapa una grilla que se mantiene constante en relación a la aplicación de marca y títulos secundarios. Y una composición óptica espontánea³⁵ en relación a la imagen y el título principal.

Es un diseño estereotipado estilo afiche publicitario donde la marca y la imagen –subjetiva/connotativa– que ocupa todo el espacio captan la atención, y el texto –objetivo/denotativo– reafirma y clarifica el mensaje. Logran un impacto visual dado por la imagen que varía entre fotografías e ilustraciones. El mensaje que se produce combina *lo lingüístico* –que puede ser literal o metafórico– con *lo icónico literal* y/o *icónico simbólico* (Barthes).



Tapas de revista La Pulseada, años 2011, 2012, 2013 y 2015 respectivamente, con uso de imágenes fotográficas literales.



Tapas de revista La Pulseada, años 2011, 2012, 2014 y 2015 respectivamente, con uso de imágenes fotográficas metafóricas.

35. Composición óptica espontánea se refiere a la disposición intencional del material en función de los aspectos formales. Interacción texto imagen.



Tapas de revista La Pulseada, años 2013, 2014 y 2015 respectivamente, con uso de ilustraciones retóricas.

En el interior se puede apreciar que en el período 2011 presenta una grilla de tres columnas en la mayoría de las páginas y dos columnas en el resto, que le otorgan un aspecto tradicional y estructurado.

En el período 2012/2014 varía entre páginas diagramadas a tres columnas, otras a dos columnas y aparece, distinguiéndose de lo anterior, el uso de dos columnas más una falsa columna que le da un aspecto más libre y permite un juego de desestructura entre el texto y las imágenes o los destacados.

El período 2015 vuelve al anterior diseño que varía entre dos o tres columnas, descartando el juego de la falsa columna, lo que vuelve a darle un aspecto tradicional y estructurado.

Cuando se detecta en algunos casos una composición irregular parece estar dada por un efecto de desborde de la cantidad de información y/o del tamaño de las imágenes más que por una búsqueda intencional a partir del juego de peso y tensión entre los títulos, imágenes y otros elementos como recuadros de texto o destacados, manifestándose así una de las condicionantes contextuales que refiere la diseñadora en relación a la cantidad de información y el espacio disponible. *(Ver ítem 3.6.2. La Pulseada en la voz de los protagonistas)*

El juego de peso y tensión implica ubicar ciertos elementos de diferentes tamaños –título asociado a la bajada como unidad informativa, imágenes, destacados o recuadros con nota secundaria– de manera tal que formen triangulaciones de impacto visual, para lograr cierto aspecto de desestructura, aunque mantiene la grilla de columnas dispuesta.



Páginas de interior de la revista La Pulseada con diseño de grilla constructiva correspondiente al período 2011.



Páginas de interior de la revista La Pulseada con diseño de grilla constructiva correspondiente al período 2012/2014.



Páginas de interior de la revista La Pulseada con diseño de grilla constructiva correspondiente al período 2015.

Tampoco se logra identificar algún criterio de composición basado en la ley de tercios, derivada de la proporción aurea³⁶, que permite la distribución de los elementos en el espacio de modo armónico y equilibrado; o diagramaciones con juego de triangulaciones entre algunos elementos de la página que produzcan algún tipo de desestructura intencional.

A continuación, a modo de ejemplo, se presentan trabajos de estudiantes de tercer año de la carrera de Diseño en Comunicación Visual, de la Facultad de Artes de la UNLP, donde se puede observar el uso de la ley de tercios y juego de triangulaciones en diseños experimentales de páginas de revistas.



Ejemplo de doble página de revista donde se puede apreciar que algunos elementos fuertes se diagraman en función de la ley de tercios. Los ojos de la mujer y el sumario de la nota están sobre el eje medio. La mirada apunta directo al sumario logrando así una conexión directa entre la imagen (punto de entrada a la página) con el texto que introduce a la nota. Sobre el eje superior se ubica la palabra "conflictivas" que es lo más resonante del título; y sobre el eje inferior coincide la letra capital que da inicio al texto.

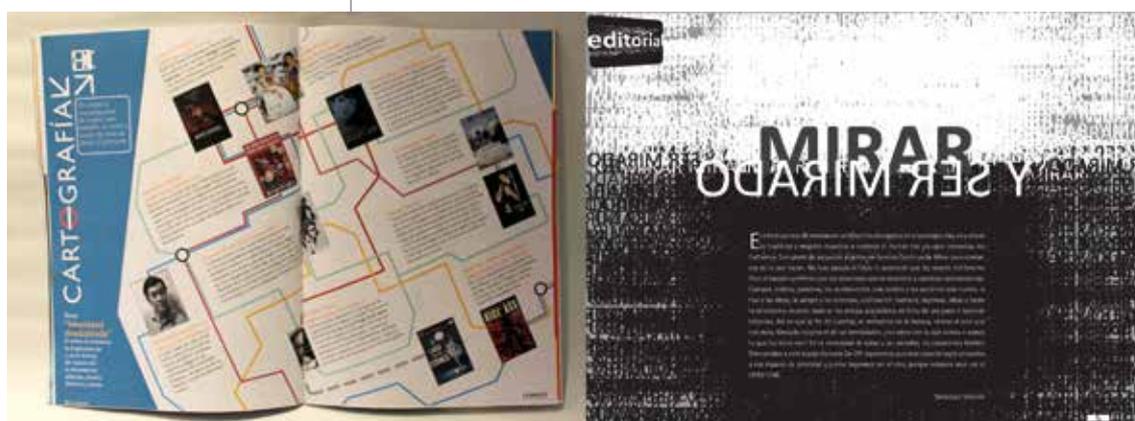
Trabajo experimental de Paula Saenz, alumna de la cátedra Taller 3C de la carrera de DCV de la Facultad de Artes, UNLP, en el marco del Trabajo Práctico sobre diseño editorial (2017).

36. Si bien en el ámbito del diseño se asocia a la proporción áurea proveniente del arte y la arquitectura a partir de Fibonacci y Da Vinci, está claro que es un conocimiento arquetípico inherente a la raza humana que encierra una noción de armonía de valor universal que trasciende épocas y culturas. "Los arcos del triunfo de la Roma clásica resiguen la proporción áurea, como también lo hacen las tumbas licias y las iglesias de la antigua ciudad de Mira. Otras civilizaciones muy alejadas de la cultura clásica parecen coincidir en el aprecio por la razón del oro. No lejos del lago Titicaca, junto a la capital de Bolivia, La Paz, se encuentra la Puerta del Sol de Tiwanaku, monumento de una cultura preincaica regido completamente por Φ ." (Corbalán, p. 113, 2010)



Ejemplo de doble página de revista donde se puede apreciar el juego de triangulación entre la imagen, el destacado y el recuadro de nota secundaria. Trabajo experimental de Lucas Gagliardi, alumno de la cátedra Taller 3C de la carrera de DCV de la Facultad de Artes, UNLP, en el marco del Trabajo Práctico sobre diseño editorial (2017).

De todos modos, en los tres períodos analizados de la revista La Pulseada, la interpretación que se puede hacer es que el significado de utilizar este tipo de grilla está relacionado con una función práctico/instrumental que permita contener la mayor cantidad de texto sin dar lugar a algún tipo de valoración semántica, donde la relación entre la grilla/contenido tenga una conexión que refuerce visualmente las sensaciones provocadas por las imágenes y los textos, que produzcan en el lector un cierto grado de identificación.



Ejemplos de diseños de páginas de revistas donde se puede observar una intención semántica en la diagramación, en la construcción de la grilla (izquierda) y en la construcción del título y la textura de fondo (derecha). Trabajos experimentales de estudiantes de la cátedra Taller 3C de la carrera de DCV de la Facultad de Artes, UNLP, en el marco del Trabajo Práctico sobre diseño editorial (2017).

La relación denotación/connotación deja un vacío en lo que respecta a la mirada decolonial en función de permitir que se manifieste la periferia, ya que al ser la grilla modular lo que adquiere un rol dominante se mantiene un orden sistémico homogéneo.

El análisis del uso de la grilla en las revistas culturales independientes analizadas –La Pulseada, Cítrica, Laucha, MU Periódico de la Vaca y Sudestada– reflejan una influencia eurocéntrica que nos lleva, nuevamente, a relacionar el modo de diseñar con la formación universitaria que los diseñadores y diseñadoras de Argentina han transitado. Los diseños están formulados a partir de los referentes tradicionales del diseño editorial.

Desde una perspectiva decolonial, resulta fundamental indagar en el pasado del diseño editorial en Argentina, que desafíen los algoritmos de búsqueda para que aparezcan nuevas opciones, para encontrar otros referentes que complementen los tradicionales.

Si bien en algunos ámbitos académicos continúa la discusión acerca si el inicio del diseño Gráfico en Argentina –y posteriormente Diseño en Comunicación Visual– ocurrió antes o a partir de 1940; discusión que se debate entre definiciones como *prácticas gráficas* o *prácticas de diseño gráfico*, es necesario reflexionar acerca de la existencia de producciones de diseño editorial previas a 1940. Ya se pueden encontrar datos históricos de referentes que accionaron en las décadas de 1920 a 1930, “*décadas que no suelen estar en las revisiones históricas del diseño gráfico en la Argentina ni tampoco el asociar diseñadores a esta época, como si durante esos años y los anteriores no hubiera pasado absolutamente nada en materia de diseño en el país.*” (Ugerman, p. 147, 2014). Entre los referentes más destacados se encuentran José Fontana (1880-1974), Ghino Fogli (1892-1954), Atilio Rossi (1909-1994), Pablo Paoppi (1885-1953) y Raúl M. Rosarivo (1903-1966), quienes han dejado importantes antecedentes en el área del diseño.

Por otro lado, Lydia Elizalde presenta un recorrido historiográfico a través de una muestra representativa de revistas culturales que se desarrollaron en América Latina, que fueron fundamentales en su época en la difusión de ideas.

A partir de una serie de revistas se puede profundizar en la significación de los contenidos textuales e icónicos en las revistas culturales que se presentan como reflejo del amplio periodo de conformación de la industria editorial en varios países de Latinoamérica y destaca la consolidación de estilos gráficos en la difusión de la cultura.

> *Cuadernos del viento*. Reseñas de poesía publicadas de 1960-1967

“

Se ha dicho muchas veces que las revistas son el sistema nervioso de una civilización, que en su actividad se mide la capacidad de reacción —los reflejos— pero también por la capacidad de anticiparse, de construir el futuro y no simplemente dejarlo llegar.

”

Elizalde, 2010, p. 9

- > *Nuevo Cine*. Revista sobre cinematografía, 1961-1962
- > *CAL*. Revista de cultura, arte y literatura, publicada en Venezuela de 1962-1967
- > *SNOB*. Revista literaria mexicana, publicada de junio-octubre de 1962
- > *Crisis*. Revista de Ideas, letras, arte en la publicada en Argentina de 1973-1976
- > *Lenguajes*. Revista de lingüística y semiología, publicación de la Asociación Argentina de Semiótica, editada de 1974-1976
- > *Megafón*. Revista del Centro de Estudios Latinoamericanos, publicada de 1975-1989
- > *Vía Libre*. Revista mensual sobre cultura, 1987-1990
- > *El Alcavarán*. Boletín trimestral publicado por el Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca, editado de 1990-1994
- > *Artes de México*. Números monográficos sobre artesanías, publicados de 1992-1996
- > *Poliéster*. Revista trimestral de contenido curatorial publicada entre 1992-2000
- > *México en el tiempo*. Revista de historia y conservación, publicada de 1994-2000
- > *Curare*. Espacio crítico para las artes, publicada en formato de revista de 1994-2000
- > *Matiz*. Gráfico del diseño internacional, publicada de 1996-2000
- > *Arte en Colombia Internacional / Art Nexus digital*. Revista de arte, versiones impresa y digital, publicada de 1976-2008
- > *tipoGráfica*. Revista de diseño, publicada en Argentina de 1987-2007
- > *Alquimia*. Revista publicada por el Sistema nacional de fototecas, publicada de 1998-2008

El trabajo de Elizalde, de un perfil social, abre un espacio para analizar el diseño gráfico de las producciones editoriales. Es interesante ver cómo la grilla constructiva, en algunos casos, cumple un rol fundamental que aportan un valor que potencia visualmente el mensaje que se quiere transmitir.

Incluir y analizar estos antecedentes será una tarea fundamental del Diseño para iniciar a deconstruir la matriz colonial y reconstruir una matriz que nos permita *construir el futuro y no simplemente de dejarlo llegar.*

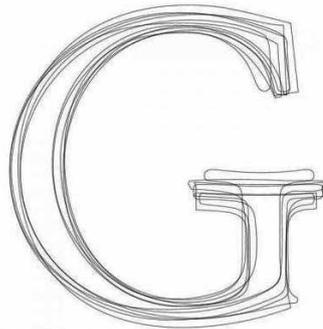
3.6.5. La tipografía

Las familias tipográficas utilizadas en la revista La Pulseada en sus tres períodos, ya sea en títulos, bajadas, texto de nota y destacados son: Garamond, Frutiger, Ubuntu y Filetto.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ()!;:?'\$&

Tipografía Garamond

La tipografía Garamond –creada por Claude Garamond (París, 1499-1561) en el siglo XVI– es una de las más extendidas e influyentes de la historia de la tipografía y definida como una de las mejores romanas jamás creadas. Actualmente existen, a partir de la original, varios trazados que presentan sutiles diferencias.



Pero según los expertos en tipografía, la versión que se considera más lograda es la que realizó la empresa diseñadora de tipos Stempel en el año 1924, donde se utilizaron los diseños originales creados por Claude Garamond para las cursivas y romanas.

En una encuesta realizada a profesionales del diseño fue votada como la tipografía del milenio definida como la tipografía que combina un perfecto equilibrio entre elegancia y sentido práctico.

Meggs afirma que Claude Garamond fue el primer grabador de punzones que trabajó con independencia de las imprentas. “*Sus tipografías romanas estaban diseñadas con tanta perfección que los impresores franceses del siglo XVI lograron imprimir libros de extraordinaria legibilidad y belleza.*” (Meggs, 2009, p. 107).

Recurrentemente utilizada en producciones editoriales –libros, revistas, periódicos– es una tipografía clásica que le aporta a la publicación un aspecto formal y tradicional, asociado a conceptos estereotipados de belleza.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ()!¿?\${&

Tipografía Frutiger

La tipografía Frutiger surge a partir de un encargo que recibió el diseñador Adrian Frutiger en 1968 que consistió en crear una tipografía para el sistema de señalización del nuevo aeropuerto de París-Charles de Gaulle en Francia, bajo la consigna de crear un tipo de letra tipográfica moderna que combinara con la arquitectura vanguardista del nuevo aeropuerto. Es decir, una tipografía para señalética con la particularidad que se pudiera leer a distancia, a una determinada velocidad y en un contexto bien definido.

Es una tipografía diseñada bajo el concepto canónico que afirma que el diseño debe pasar desapercibido, *“una tipografía debe estar diseñada de tal manera que nadie repare en ella.”* (Frutiger). Pero, así mismo, es Frutiger quien sugiere que el diseño de una tipografía debe estar adaptada a su contexto, *“Las líneas grises de la página de un libro se leen de distinta manera que las letras de una señalización. Hay una enorme diferencia entre leer tranquilamente sentado en el sillón y esperar estresado a embarcar en un avión. En cualquiera de estas situaciones el lector debe sentirse cómodo.”* (Frutiger, 2005, p. 11). Además, sugiere no dejarse guiar sólo por la creatividad o las modas, sino también por las circunstancias, es decir, por la finalidad de la tipografía y por el entorno en que ésta ha de figurar.

Es una tipografía legible y funcional pero dada su negación a cualquier tipo de remate u ornamento, parece despojada de algún tipo de emoción.

Tal vez esto sea acertado para un proyecto señalético –aeropuerto, vial, hospital– que propone resolver una situación en el menor tiempo posible para un usuario que quizás lo observe solo una vez y en velocidad; pero la lectura de un texto en una revista posibilita tiempos de lectura más pausados, e incluso recurrentes, que permite realizar una selección tipográfica que, aunque mantenga el concepto de legibilidad, resulte más expresiva y que aporte un valor identitario en conexión con el entorno y las temáticas que se desarrollan.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 1234567890 ()!¿?&

Tipografía Ubuntu

Al iniciar el análisis de la tipografía Ubuntu, llama la atención el término que eligieron para nombrarla. Y tras indagar acerca del significado de la palabra surge una situación interesante que se conecta misteriosamente con la revista La Pulseada. La palabra Ubuntu proviene de las lenguas bantúes del sur de África –popularizada por Nelson Mandela y Desmond Tutu– y significa *“la idea de que uno construye su humanidad en reciprocidad con el otro”* enfocada en la lealtad de las personas y las relaciones entre estas.

Pero esta cuestión del significado poco tiene que ver con la creación de la tipografía. El tipo de letra Ubuntu es una familia tipográfica OpenType con un estilo sans-serif humanístico moderno –que incluyen las variables Regular, Italic, Bold Italic y Bold–, diseñada en 2010 por la empresa Dalton Maag, con patrocinio de Canonical Ltd. con la finalidad de ser utilizada de manera predeterminada en la interfaz del sistema operativo Ubuntu2. Es decir, que fue diseñada principalmente para ser usada en pantallas y ha sido incluida en la colección de tipografías web de Google, logrando así su masificación.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 1234567890

Tipografía Filetto

Filetto es un tipo de letra sans serif neo grotesco moderna inspirado libremente en el diseño de DIN 1451. Ha sido diseñado para una máxima legibilidad, y sus formas anchas y cuadradas están pensadas para dar una sensación segura y positiva a sus mensajes. Studio Kmzero desarrolló Filetto para su propia identidad en 2010 . Según esta definición del autor, en el diseño

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Tipografía Filetto Bold

de la tipografía Filetto aparecen tres condimentos que dejan entrever una fuerte impronta del mercado: identidad –marca–, máxima legibilidad y, sensación segura y positiva. Conceptos relacionados con pretender una fuerte y rápida implantación de una marca de identidad en la mente de los usuarios.

Luego de este breve análisis descriptivo de las familias tipográficas utilizadas en la revista La Pulseada, y vistas ahora desde una perspectiva decolonial, es clara la influencia europea y de Estados Unidos –Claude Garamond era francés, Adrian Frutiger suizo, la empresa Dalton Maag inglesa y el Studio Kmzero de Estados Unidos–. Es llamativo que en las tres tipografías más recientes aparece el concepto *moderno* casi como una premisa ineludible, pero habría que considerar que implicaba *moderno* en 1968 en Suiza –o Francia– y en 2010 en Estados Unidos e Inglaterra. Se evidencia aquí un factor clave en la selección de familias tipográficas por parte de los diseñadores y diseñadoras que varía entre tipografías tradicionales y reconocidas o las que se van imponiendo como la nueva moda.

Y para comprender esta influencia es necesario hacer un recorrido histórico acerca de la tipografía en Latinoamérica y Argentina.

Por un lado, si tomamos el término tipografía en relación al “*arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.*” (Morison, 1998, p. 95), definición que lo relaciona con el desarrollo de la imprenta que inicia, en Latinoamérica, en tiempos de la colonización con la instalación de los primeros talleres de impresión, todas de origen europeo, donde queda instaurado que tipografías se debían utilizar (gótica o romana según la iglesia católica o protestante).

Los primeros impresores que traen la influencia europea en impresión de grabados y uso de tipografías góticas, romanas y manuscritas fueron: el alemán Juan Cronberger (1534), en Mé-

No existe una tipografía que carezca de connotaciones, que tenga referentes históricos o estéticos, o que no produzca ningún efecto evocador, sentimental, emocional, alegórico, o de cualquier otro tipo posible

Fontana

xico; el italiano Juan Pablos (1538) en México; el francés Pedro Ocharte (1565), en México; Pedro Balli de ascendencia francesa (1574), en México; el español Antonio de Espinosa –fundidor de letras– (1550), en México; el italiano Antonio Ricciardi (1584), instalada en Perú.

Pero también se puede encontrar en la historia de la imprenta colonial la influencia de identidad cultural local en el trabajo realizado por los guaraníes en la imprenta de los jesuitas. “...los indios de las reducciones (jesuíticas) llegaron a imitar con la pluma la mejor letra impresa y con la gubia o el buril toda clase de viñetas y grabados de asuntos religiosos. (...) La modificación de las composiciones, la sustitución de símbolos y figuras con otros que podían resultar más asequibles al indio, la inserción en sus copias de trazos y motivos referentes a su realidad y sistema de ideas, serían algunas de las características formales y conceptuales que depararían a esta producción un lugar muy particular.” (Bermúdez, 2017, p. 72). Época en la que los jesuitas en colaboración con los guaraníes habían comenzado a desarrollar un alfabeto que fusionaba el castellano –idioma oficial de las colonias–, el latín –idioma oficial de la Iglesia–, y nuevos signos caligráficos que otorgaban visualidad a expresiones fonéticas/verbales de los guaraníes. Hecho del cual quedaron pocos registros dada la destrucción tras la expulsión de los jesuitas de las colonias.

Por otro lado, tomar a la tipografía –fuente o familia tipográfica– como signos disponibles que permiten la materialización y visualización de las palabras del escritor. Signos que tienen una determinada forma, que más allá de la función –necesidad de ser legibles–, son vehículo de connotaciones que exceden la simple visualización por parte del lector. Esto implica que la responsabilidad en la selección tipográfica para un trabajo de diseño es de suma importancia.

Un salto en la historia nos permite posicionarnos en Argentina a fines de la década de 1980 y principios de 1990, años en los que se comienzan a popularizar las computadoras con programas para diseño –gráfico, editorial– que presentó una condicionante al momento de la selección tipográfica por parte de los diseñadores y diseñadoras a aquellas tipografías que venían en el sistema operativo o que incluían los programas.

Actualmente la accesibilidad a cualquier familia tipográfica es casi inmediata a través de internet, aunque eso no asegura que la selección esté regida por claros conceptos en relación al tipo de diseño, el contexto –social, cultural– y sus usuarios.

“

“Está fuera de toda duda la importancia de la tipografía en la definición formal y conceptual de un impreso. (...) ...la tipografía, como cualquier otra manifestación artística o literaria, también expresa el sistema de ideas dominantes en una cultura o en un momento histórico dado.

”

Bermúdez, 2017, p. 65

Intentar comprender la simbología indígena no debe ser interpretado como un vuelco al indigenismo, o una postura anti occidental. La idea es incorporar a nuestro acervo aspectos de culturas que forman parte de nuestro ser y cuyos signos, cargados de conocimientos sobre asuntos locales, no han sido hasta hoy asimilados con detenimiento. Una cosa no quita la otra, conociendo ambas culturas nos integraremos mejor a nuestra sociedad y a nuestro propio entorno geográfico.

Fiadone, 2014, p. 43

Si observamos el transcurso y evolución de la tipografía desde sus inicios y antecedentes históricos, “...se han propuesto muchas teorías, a menudo contradictorias, sobre los orígenes del alfabeto; entre las fuentes sugeridas figuran la escritura cu-neiforme, los jeroglíficos, los símbolos geométricos prehistóricos y los primeros pictogramas cretenses.” (Meggs, 2009, p. 18).

Analizando esos antecedentes vemos que la tipografía, tal como la conocemos actualmente que inició con la invención de la imprenta, tiene orígenes más antiguos. En el siglo II a. C., en Mesopotamia, se utilizaron punzones y troqueles para estampar formas de letras y también hay evidencia de que se usaron técnicas similares en Babilonia, Creta, Grecia y en las antiguas letras mayúsculas romanas realizadas a golpe de cincel y martillo en monumentos y edificios. Otro antecedente se encuentra en las escrituras caligráficas realizada por monjes. Es decir, que la construcción de la tipografía europea es el resultado de una búsqueda y aplicación de rasgos morfológicos nutridos por siglos de producción de escritura desde las pinturas rupestres hasta los manuscritos iluminados.

Recorrido poco explorado en la construcción de tipografías en Argentina y Latinoamérica en relación a los signos de las distintas culturas precolombinas, desde pinturas rupestres, pictogramas e ideogramas hasta la forma de escritura de los diferentes idiomas locales o el aporte de los guaraníes en libros impresos en las Misiones Jesuíticas.

Desde una postura decolonial es necesario comenzar a analizar e incorporar parte de la historia de la escritura, previa a la colonización, que permita incorporar rasgos morfológicos que posibiliten la construcción de tipografías con una impronta identitaria más representativas de los contextos regionales y socio históricos/culturales.

3.6.6. La imagen, espejo de nuestra realidad

Las imágenes utilizadas en la revista La Pulseada son, sin duda, lo que más rápidamente logra reflejar visualmente la periferia. Las ilustraciones –dibujos y fotomontajes– siempre proponen un juego retórico³⁹; y las fotografías se presentan como literales cuando anuncian notas de personajes o historias de vida, y retóricas cuando presentan temas de problemáticas sociales.

La imagen aparece aquí como el elemento de mayor impacto visual y tan importante como el texto que aporta un valor simbólico en función de la presentación de la realidad de la periferia.

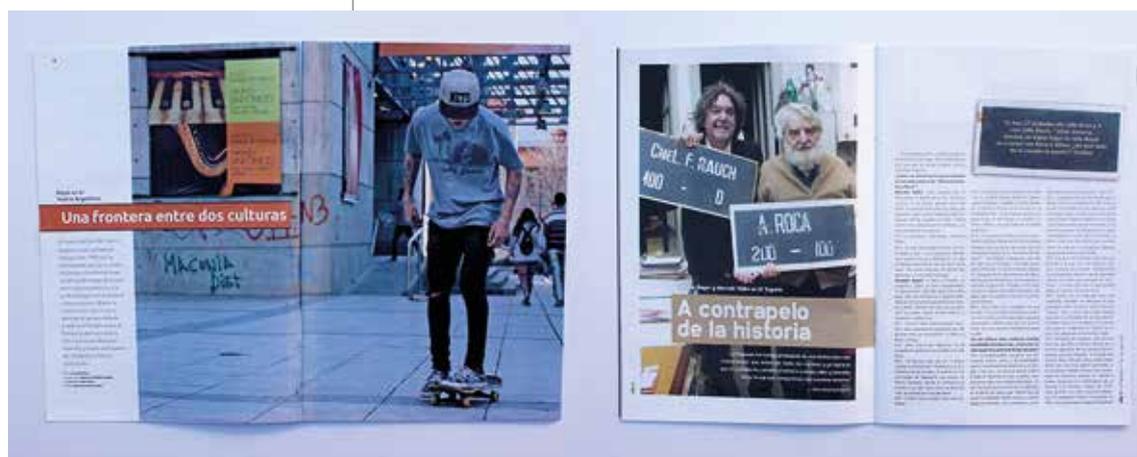


Páginas de interior de la revista La Pulseada. Ejemplo de uso de ilustraciones con retórica.



Páginas de interior de la revista La Pulseada. Ejemplo de uso de fotografías literales.

39. La retórica es la disciplina transversal a distintos campos de conocimiento que se ocupa de estudiar y de sistematizar procedimientos y técnicas de utilización del lenguaje verbal o visual, puestos al servicio de una finalidad persuasiva o estética, añadida a su finalidad comunicativa.



Páginas de interior de la revista La Pulseada. Ejemplo de uso de fotografías metafóricas.

“El énfasis en la ‘interpretación’ invoca otra noción especialmente relevante: la noción semiótica de la representación, por la que de cada imagen lo que cuenta no es el concepto de parecido o de mimesis sino el entramado del discurso semiótico por el que cada obra contribuye a estructurar el entorno cultural y social en el cual está localizada...

Guasch, 2003, p. 12

En términos de los estudios visuales no sólo busca un valor estético, sino que “*examina el papel de la imagen en la vida de la cultura o, dicho en otras palabras, considerar que el valor de una obra no procede -o no sólo procede- de sus características intrínsecas e inmanentes sino de la apreciación de su significado*”. (Guasch, 2003, p. 12).

Aquí se manifiesta, desde la dimensión pragmática, un efecto denotación/connotación que lleva al espectador –lector/usuario– a interpretar e interactuar con la imagen de modo tal que visualiza códigos culturales/simbólicos de su contexto cotidiano lo que logra un mayor involucramiento e identificación con la temática desarrollada.

El valor que adquiere la imagen en la revista La Pulseada es el de acercarnos la realidad contextual sin interferencias que pretendan mostrar algo que no es. En ese sentido es interesante la reflexión que propone Alejandro Dolina a partir de una metáfora sobre los espejos que deforman para explicar cómo lo que vemos en los medios de comunicación no siempre es un reflejo de la realidad:

“...pasa como sucede con los espejos, uno crece con la inteligencia de que los espejos devuelven fielmente la imagen de quien se los pone adelante, es una convicción muy fuerte. Hasta que por ahí alguien, una mano malvada, empieza a fabricar espejos que deforman. Espejos que no devuelven la verdad sino una mentira. Entonces cuando nos enfrentamos al espejo vemos una imagen diferente a lo que realmente somos, una persona distinta a lo que es uno. Y uno tiene tanta confianza en los espejos, que incluso prevalece esa confianza por encima de la realidad. Entonces se comienza a asumir conductas de la imagen que el espejo ahora refleja. Y creemos en el espejo porque siempre nos han dicho que reflejaba la realidad. A lo mejor ha llegado el tiempo de desconfiar de los espejos. Y de pensar que a lo mejor los fabricantes de espejos tienen intereses inconfesables que nosotros no conocemos. Intereses entre los cuales figura que nosotros nos creamos de otra forma. Así que a lo mejor más que mirar el espejo hay que preguntarle al de al lado. Al que es como nosotros, que vive como nosotros, a ver cómo nos ve, ver que le pasa, ver que siente, y a lo mejor hay que mirar más la realidad y menos el espejo de la realidad porque a veces ese espejo está tendenciosamente modificado y fraudulento⁴⁰.”

La imagen en la revista La Pulseada, sobre todo la fotografía, es la que permite que nos miremos en un espejo que refleja nuestra imagen real tal cual es, sin deformaciones, considerando que el lector –la clase media– está incluido y es parte del contexto periferia y de las problemáticas que allí acontecen.

De modo tal, que cuando observamos las imágenes de la revista, nos vemos a nosotros mismos tal cual somos, pudiendo ser parte de una marcha, una acción solidaria o víctimas de una inundación.

40. Reflexión de Alejandro Dolina en su participación en el programa TVR –Televisión Registrada– en noviembre de 2009.

3.6.7. Color

El uso y aplicación del color en la revista *La Pulseada* es una de las instancias donde se manifiesta una total libertad para las diseñadoras. Libertad que, además, parece desafiar la lógica propuesta desde la teoría de la sistematización funcionalista en relación a crear un código cromático para las secciones de la publicación y que se repita siempre igual en forma monótona. Desafío que tiene la intención de equilibrar la balanza, de la homogeneidad producida por la grilla y la tipografía, hacia el lado de lo heterogéneo, “...el color es un factor que consolida el lazo único entre la publicación y sus lectores...” (Canga Larequi, 1994, p. 156)

Pero indagando en otras teorías, más allá de lo meramente funcional que proponen los referentes tradicionales del diseño editorial, podemos encontrar que el uso del color produce dos funciones de forma simultánea: una función estética para dar cierto atractivo a la publicación; y una informativa que produce otros significados subjetivos en relación a la temática propuesta y vinculado a las emociones que se quieren transmitir, “*uno de los aspectos más relevantes que han hecho un vehículo óptimo para transmitir los mensajes en los medios es su capacidad de emocionar...*” (Canga Larequi, 1994, p. 156). Para producir ciertas emociones a partir de la aplicación del color es imprescindible aplicar conceptos relacionados a la Teoría del Color, que permiten relacionar el uso del color con estados de ánimo, situaciones o climas que se pretenden lograr para generar un efecto denotación/connotación.

Es interesante ver que el uso del color responde a estas dos funciones, por un lado, informativa, aplicando color tomado de la paleta cromática de la fotografía para producir un juego de relaciones entre la imagen, los títulos y los fondos de recuadros de notas secundarias; y por otro lado estética, creando climas propicios que predisponen el lector/a a sumergirse en el contenido.

Quedando sólo un aspecto práctico funcional cuando utiliza el color en las diferentes páginas en las que se desarrolla una nota reforzando la navegabilidad ya que ayuda al lector a visualizar el recorrido de la nota –inicio, desarrollo y finalización–.

Hasta aquí pareciera ser que el uso del color es acertado y presenta un aspecto desestructurado o deconstruido. Pero también refleja la influencia eurocéntrica manifiesta en la forma culturalmente aprendida que tenemos acerca del significado de los colores. De modo tal que, por imposición cultural asociamos, por ejemplo, el color rojo con amor/pasión, el ver-

de con esperanza y el negro con luto/muerte. Y se manifiesta como una *estructura estructurada estructurante* (Barthes) que influye sobre el modo de percibir, sentir y actuar de las personas ya que en otras culturas los mismos colores tienen distinto significado –blanco/negro en relación al binomio vida/muerte son inversos en occidente y algunos países orientales–.

Johannes Itten es uno de los referentes más utilizados en la enseñanza del diseño. Y más allá de sus intenciones en sus investigaciones, formulación y aplicación de teorías acerca de la psicología del color, es claro que el uso del color ha sido una de los componentes más importantes que el diseño-mercado ha utilizado como forma de influir de manera compulsiva en el comportamiento de las personas.

Pero si consideramos el significado que los colores tenían –y tienen– en las culturas precolombinas nos encontramos con un conjunto de significados totalmente diferentes. Significados que están más relacionados con el individuo y el contexto que los rodea que con intenciones de influir sobre las emociones de las personas para modificar comportamientos.

Quizás incorporar nuevos significados en relación al uso de color sea uno de los desafíos más difíciles en el camino de intentar decolonizar al diseño.

3.6.8. Recursos gráficos:

planos plenos/tramados, filetes, tramas/texturas.

En el caso de los filetes y planos plenos o tramados se manifiesta sólo una orientación funcional decorativa para contener, en algunos casos, notas secundarias o recuadros breves; y en



otros reforzar visualmente títulos y destacados enfatizando su jerarquía visual. Pero no se observa ninguna intención comunicativa aparte de esas dos situaciones.



Diferente uso se les asigna a las tramas y texturas dándole un significado que produce una connotación intencionada en relación a vincular las formas visuales con el contenido, donde no cumplen una función meramente decorativa, sino que interactúan con el resto de los elementos que componen la página. Recursos que se traducen como información visual, que generan un clima particular que permite al lector entrar en contacto con la temática propuesta desde antes de empezar a leer el texto.



4 Conclusión

SÍ TOMAMOS el concepto Decolonial y lo utilizamos como filtro para tamizar diferentes proyectos de diseño realizados por diseñadores y diseñadoras formados en las universidades nacionales de Argentina, no parece que resistan al análisis desde esa perspectiva.

La noción de diseño local que comenzó a manifestarse en Argentina a partir de 2001 todavía no ha impactado de manera determinante entre los diseñadores y diseñadoras que producen diseño editorial en nuestro país. Una de las cuestiones que se manifiesta, influencia de la formación académica, es algo que se ve reflejado en el diseño y posteriores rediseños de la revista *La Pulseada*, que es muy limpio, sistematizado y homogéneo. Pero si consideramos la hipótesis de que Latinoamérica se identifica con lo heterogéneo, entonces parece una contradicción que para un contexto, audiencia y comitente heterogéneos el diseño se manifiesta solamente sistematizado y homogéneo.

Es decir que, más allá de algunas inquietudes individuales, y como ha quedado demostrado a partir de entrevistas a docentes y encuestas a estudiantes, la filosofía decolonial no es considerada en la formación de diseñadores y diseñadoras en las universidades nacionales de Argentina, por lo que no es tenida en cuenta al momento de generar propuestas conceptuales y posteriores desarrollos proyectuales, donde se manifieste una relación entre lo semántico, lo sintáctico, lo pragmático y el contexto regional.

Esta situación produjo un éxodo del Diseño Gráfico y/o Comunicación Visual hacia el funcionalismo pragmático técnico/tecnológico, dejando de lado toda relación con el arte y perdiendo así una perspectiva que lo deshumanizó.

Por lo tanto, la construcción de la identidad de las revistas culturales independientes continúa formándose a partir de referentes filosóficos y estéticos con una marcada influencia eurocéntrica y de Estados Unidos.

En la película chilena “NO” Ismael García Bernal interpreta a un creativo publicitario –René Saavedra– que es contratado para llevar adelante la campaña por el NO para que Pinochet no tenga la posibilidad de continuar en el gobierno. Y tras presentar el primer spot de campaña, el personaje de García Bernal es increpado: *“Tu campaña es una copia, de la copia, de la copia, está todo mezclado, mezcla de gente linda, niños rubios que corren contentos festejando no sé qué, un hombre alto que mide como cinco metros con cara de Dinamarca, ¿qué es eso?... No sé qué país te estás imaginando.”*

Si bien la película hace referencia sólo al diseño publicitario en Chile, la situación no ha sido muy diferente para el Diseño en el resto de Latinoamérica. El Diseño en Argentina tiende a ser la repetición, de la repetición, de la repetición, como una especie de eterno retorno (Nietzsche) donde no sólo los acontecimientos son los que se repiten, sino también los pensamientos, sentimientos e ideas, vez tras vez, en una repetición infinita e incansable

Planteo aquí que el hecho de “un hombre con cara de Dinamarca” no sólo es una imagen, también hace referencia a la tipografía y al estilo estético que configuran las producciones de diseño y que se repiten constantemente como recetas estereotipadas. Y queda claro que el Diseño es un extranjero en su lugar⁴².

Queda planteada la idea de un diseño “disidente”, que es una opción que habrá que comenzar a construir. Y más allá de las importantes influencias extranjeras que se puedan seguir teniendo en cuenta, también será necesario comenzar a considerar el acervo socio cultural y estético Latinoamericano. En términos de María Ledesma, el Diseño Social sería aquel que más allá del diseño latente, tiene una búsqueda consciente de un efecto buscado sobre alguna problemática de la sociedad entendida en términos de vulnerabilidad social. Entonces, en mi aproximación al concepto de diseño social hago jugar estos dos elementos, por un lado, la búsqueda consciente por el bien común por sobre el individualismo; y por el otro lado la vulnerabilidad social.

Finalmente, tengo la convicción de que en el desarrollo de la tesis se han respondido las preguntas que dieron origen a esta investigación y que se han comprobado las hipótesis.

Pero nuevos interrogantes quedan planteados:

¿Qué país se imaginan los diseñadores y diseñadoras de argentina? ¿Cómo creen que debería reflejarse la periferia en las producciones de diseño a partir de una perspectiva decolonial?

42. “Extranjero en mi lugar” en relación a la canción “Pilchas gauchas” escrita por el cantautor santafesino Orlando Vera Cruz

5 Epílogo

EN BUSCA DEL ESLABÓN PERDIDO

Si bien en el desarrollo del texto se planteó la responsabilidad de la Universidad en la formación de diseñadores y diseñadores influenciados por el colonialismo, una corriente esperanzadora comenzó a manifestarse en nuestro país tras la crisis de 2001. Algunas cátedras en diferentes universidades nacionales lograron reinterpretar los programas vigentes y comenzaron a incluir aspectos provenientes del diseño social y del activismo gráfico.

Particularmente en el espacio que coordino desde el año 2005, “Taller 3C” –como JTP en un principio y como adjunto actualmente– adherimos a esa idea de iniciar un cambio de rumbo respecto de la formación de diseñadores y diseñadoras que implique una mirada sensible sobre las cuestiones sociales latinoamericanas.

Ese nuevo rumbo que intentamos trazar, ha logrado traspasar los límites fijados por la dinámica del mercado editorial y ya pueden evidenciarse, en trabajos experimentales producidos por alumnos y alumnas del Taller 3C, algunos rasgos que dejan planteado un nuevo panorama esperanzador que logran visibilizar esas nuevas narrativas locales. El problema ahora parece ser dónde es que se rompe esa cadena que va desde el trabajo experimental –no condicionado y presionado por el mercado– y el desarrollo profesional, una vez que los alumnos y alumnas salen de la universidad y comienzan a trabajar en un contexto real. El desafío está planteado. Parece que aún queda mucho por descubrir.

Los siguientes son ejemplos de producciones experimentales realizadas por alumnos y alumnas de tercer año la cátedra “Taller de Comunicación Visual 2-5 C / Filpe”. Los trabajos co-

Las revistas independientes y autogestionadas constituyen un laboratorio de ideas que aporta a las nuevas narrativas locales.

responden al “TP Diseño de información: Revista” que forma parte de la currícula de la asignatura. Cada alumno y alumna produce íntegramente una publicación –revista– para lo cual propone la temática que el medio va a desarrollar, define el nombre (verbal) y diseña la marca/rótulo (visual). Investiga, releva y produce la información que va a contener (texto e imágenes) y luego realiza el diseño, diagramación y maquetación de la tapa y las páginas interiores de toda su propuesta.



Una clara propuesta de deconstrucción de la grilla. El diseño busca dialogar, a partir del arte de tapa, con una estética acorde a la necesidad de la información y de reflejar el espíritu del contenido temático. Rompe con el estereotipo de una grilla igual para todas las páginas y cambia de un número de revista a otra.

Alumna: Celina Spengler (2007)

Tema: Arte urbano



Las páginas, consideradas no sólo como un simple fondo blanco, son utilizadas como soportes para obras de arte, elaboradas especialmente para contener el contenido de la información. Todo convive sin necesidad de competir. Cada elemento se va revelando al lector a medida que va transitando cada nota.

Alumna: Vanina Noddings (2008)

Tema: Diseño digital



Recursos gráficos que acompañan desde la tapa hasta el interior la temática general de la revista.

Alumna: Antonella Guelet (2016)

Tema: Ilustradores y artistas gráficos latinoamericanos



El arte a disposición del diseño editorial en una combinación de imagen y tipografía para dar inicio a una doble página.

Alumna: Amparo Cozzuol (2022)

Tema: Revista literaria



Cuando un título dice lo que tiene que decir, desafiando la lógica impuesta de títulos cortos y pregnantes. La forma sobre la función.

Alumno: Diego Cruassar (2022)

Tema: Revista de cultura



Deconstrucción lingüística que pone a prueba los límites del espacio contenedor.

Alumna: Juliana Magliotti (2022)

Tema: Revista de cultura



Recursos tipográficos que se asocian con la forma del graffiti que juegan con la legibilidad y propone un ritmo de lectura que obliga a detenerse y transitar de modo más lento. Y utilizando la página como un soporte pared donde grafitear.

Alumna: Camila Cocherari (2021)

Tema: Arte del conurbano bonaerense



Desde la tapa ya comienza a dar cuenta de recursos retóricos y de deconstrucción tipográfica. En el interior se intensifica ese juego en donde todos los elementos –texto, títulos, imágenes y otros recursos gráficos– se amalgaman para producir el clima propicio para cada tema desarrollado.

Alumna: Dorotea Espínola Recci (2022)

Tema: Revista cultural independiente sobre temas sociales

6 Anexos

6.1. Anexo I. Entrevistas

Las entrevistas fueron realizadas de forma individual y modalidad presencial. Cada entrevistas estuvo planteada como charla abierta e invitó a reflexionar a partir de las siguientes preguntas:

¿Cómo es actualmente la situación de la carrera de diseño, en la universidad en que se desempeña, en relación a los referentes estéticos y teóricos a partir de los cuales se conforma el plan de estudios de la carrera?

A partir de la intención de incorporar otros referentes latinoamericanos:

¿Son aportes individuales de docentes que lo implementan en sus asignaturas?

¿Hay una mirada colectiva que surge desde la Universidad como institución?

¿Qué dificultades se les presentan al momento de buscar bibliografía de referentes teóricos y estéticos latinoamericanos?

6.2. Anexo II: Encuesta

Determinar el estado de situación actual en relación a los referentes estéticos y filosóficos que transitan lxs estudiantes de diseño.

Indique que nivel de la carrera está cursando

- Primer año
 Segundo año
 Tercer año
 Cuarto año
 Quinto año

1. Indique si en el transcurso de la carrera utilizó alguno de estos modelos filosóficos como punto de partida conceptual para realizar producciones de diseño.
(Puede indicar más de uno)

- Bauhaus
 ULM
 Dadaísmo
 Punk
 Constructivismo
 Futurismo
 Ninguno
 Otro. Mencione

2. Indique si en el transcurso de la carrera utilizó en sus propuestas de diseño alguno de estos estilos artísticos occidentales.
(Puede indicar más de uno)

- Renacimiento
 Barroco
 Rococó
 Neoclásico
 Impresionismo
 Expresionismo
 Cubismo
 Surrealismo
 Pop Art
 Minimalismo
 Hiperrealismo
 Moderno
 Posmodernismo
 Ninguno
 Otro. Mencione

3. Indique si en el transcurso de la carrera utilizó en sus propuestas de diseño alguno de estos estilos artísticos orientales.
(Puede indicar más de uno)

- Arte Budista
 Arte Tibetano
 Arte de China
 Arte de la India
 Arte de Japón
 Arte Coreano
 Arte Bizantino
 Arte de Mesopotamia asiática
 Ninguno
 Otro. Mencione

4. Indique si en el transcurso de la carrera utilizó alguno de estos modelos filosóficos latinoamericanos como punto de partida conceptual para realizar producciones de diseño.
(Puede indicar más de uno)

- Filosofía latinoamericana de liberación
 Filosofía crítica latinoamericana
 Ninguno
 Otro. Mencione

5. Indique si en el transcurso de la carrera utilizó en sus propuestas de diseño alguno de estos estilos artísticos latinoamericanos.
(Puede indicar más de uno)

- Arte latinoamericano precolombino
 Arte argentino precolombino
 Vanguardia artística argentina
 Surrealismo argentino
 Creacionismo chileno
 Estridentismo mexicano
 Diepalismo portorriqueño
 Movimiento Antropófago de Brasil
 Ninguno
 Otro. Mencione

¡Muchas Gracias!

La encuesta realizada a estudiantes de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de artes de la UNLP y a estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico, Diseño Industrial y Diseño de Indumentaria y Textil de la UNNOBA fueron realizadas de modalidad presencial en cada una de las unidades académicas.

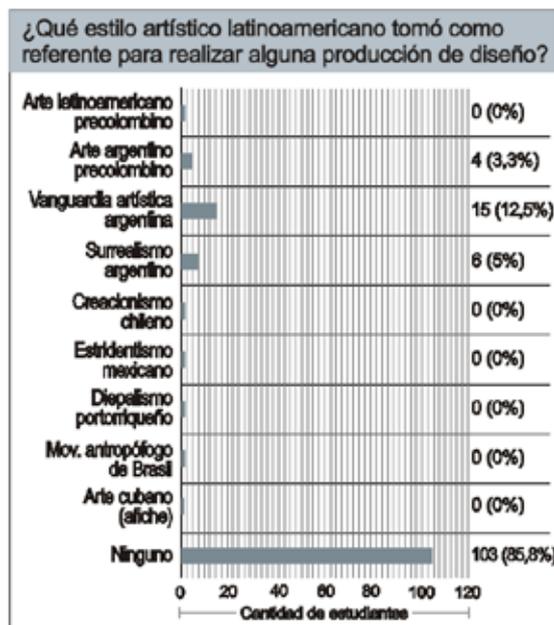
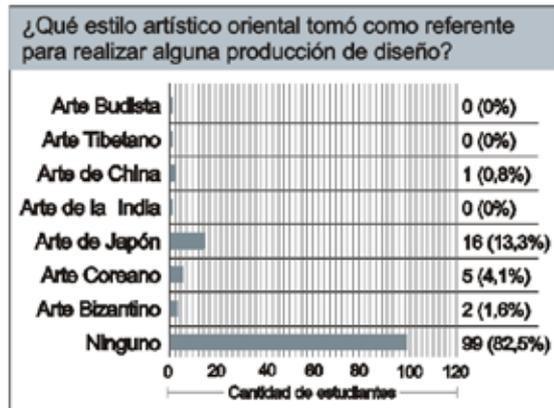
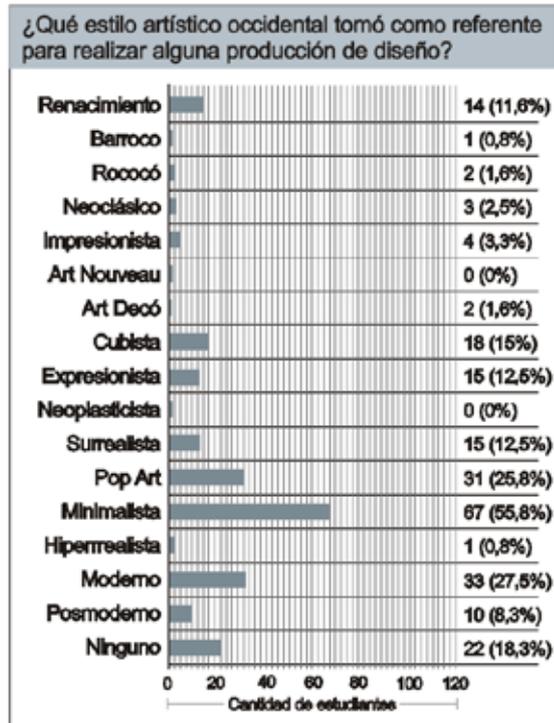
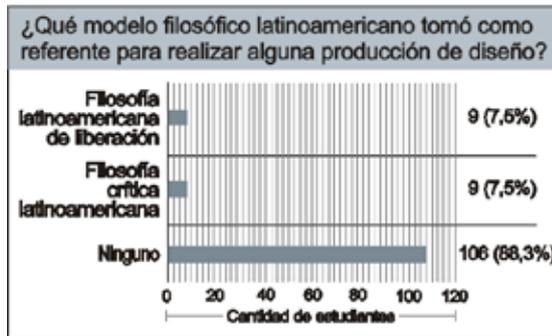
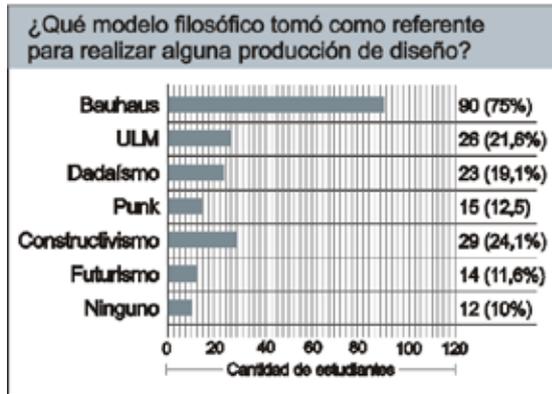
Se ingresó a diferentes aulas en horarios de cursadas y con la autorización previa del/la docente a cargo, se les explicó a los/las estudiantes el motivo de la encuesta leyendo el enunciado y las opciones, invitando a participar voluntaria y anónimamente de la encuesta que demoraba entre 10 y 15 minutos realizarla. Y tras la conformidad de cada estudiante se le entregó la encuesta en formato impreso en papel formato A5, con 5 ítems cada uno con un enunciado y varias opciones para tildar –pudiendo tildar más de una opción–.

Al ser de modalidad presencial, la posibilidad de recibir inmediatamente las encuestas después de realizadas, permitía una primera observación y en los casos que se detectó que algunos/as estudiantes tildaban opciones en relación a referentes filosóficos y estéticos latinoamericanos se repreguntó oralmente, in situ, que era lo que los había motivado a elegir algunos de esos referentes para aplicar en sus producciones de diseño. Las respuestas, también orales, en términos generales refirieron dos motivos. Uno por interés propio ya que conocían algunas de las temáticas –adquiridas antes de su paso por la Facultad– y les pareció oportuno aplicarlas. Y otro, tras cursar algunas materias teóricas que abordaban cuestiones del arte latinoamericano en general y/o argentino en particular.

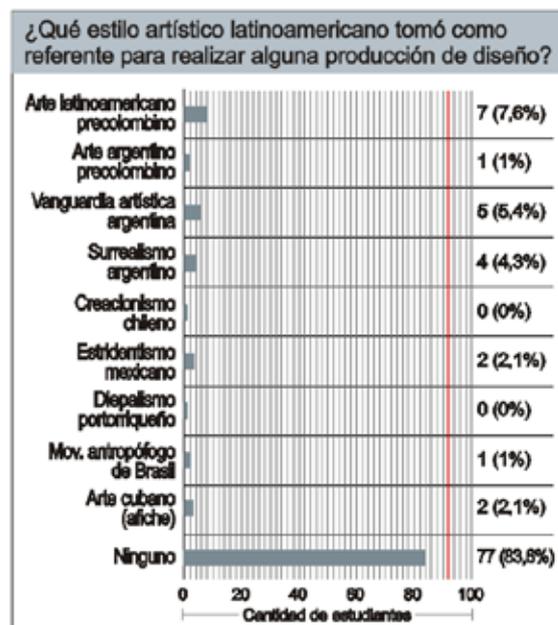
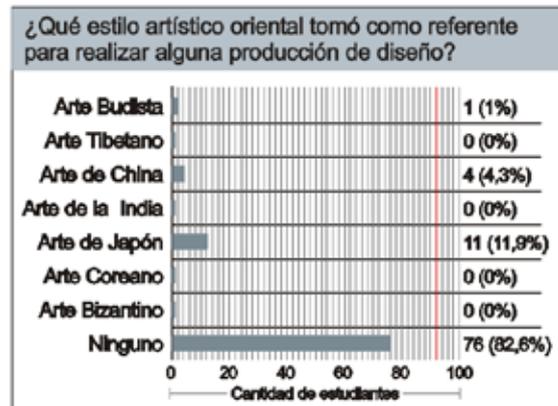
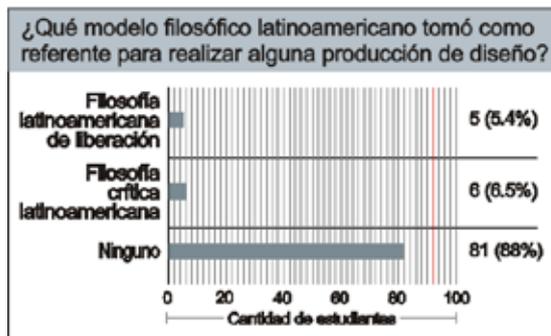
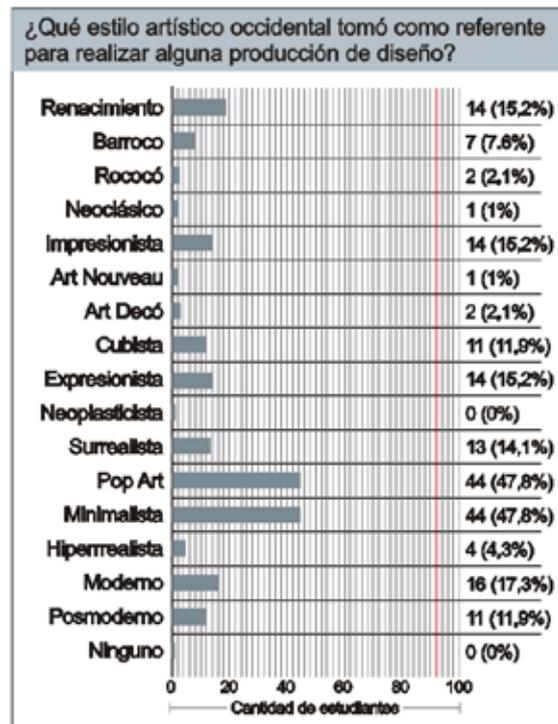
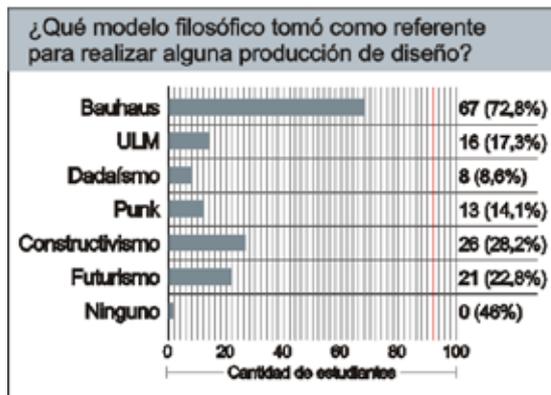
Este último motivo deja en evidencia algo que ya quedó de manifiesto en las entrevistas realizadas a docentes de diferentes universidades nacionales (desarrollado en el punto 3.2.) que es la cuestión de la falta de integración e interacción que permitan articular contenidos entre las diferentes asignaturas.

A continuación, se presentan gráficos con los resultados de las encuestas de los diferentes niveles y universidades. Y finalmente un gráfico comparativo con los totales.

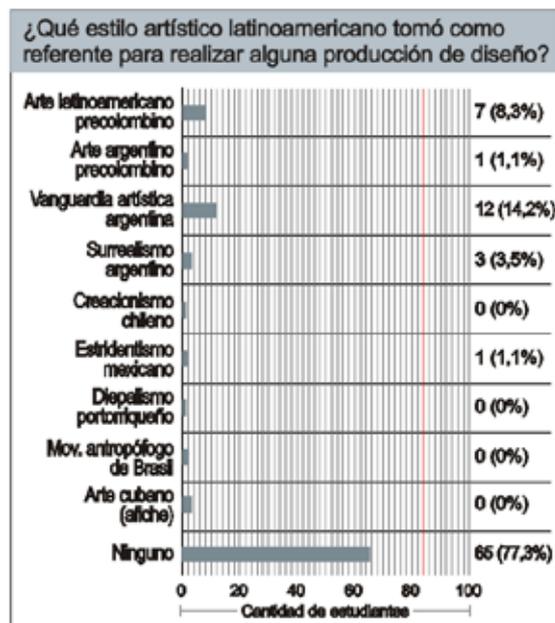
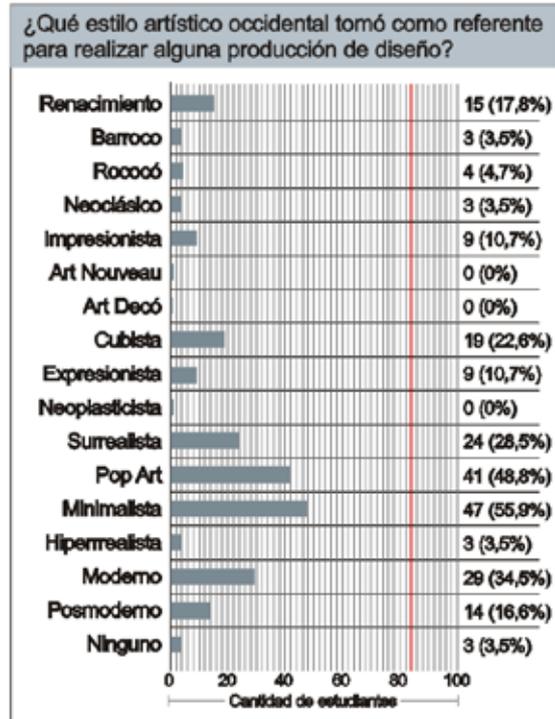
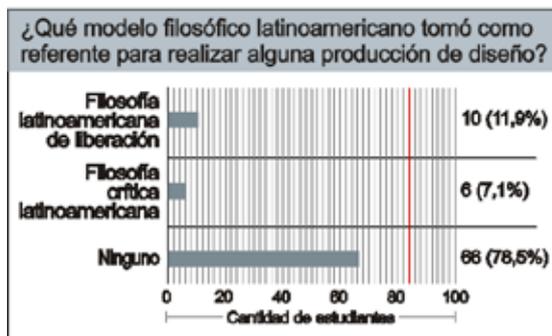
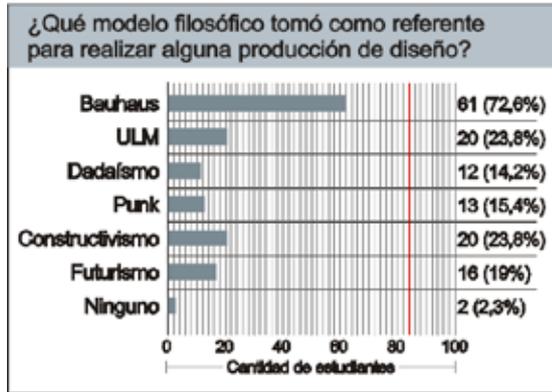
Estudiantes de primer año de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes. UNLP
 Cantidad de encuestados: 120



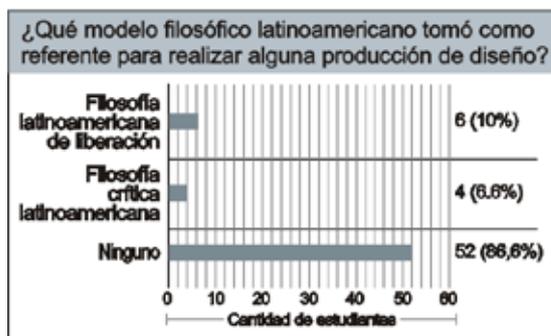
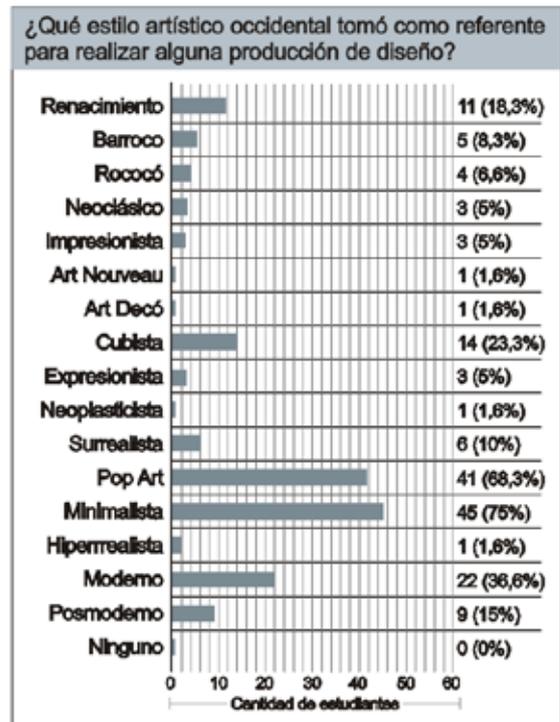
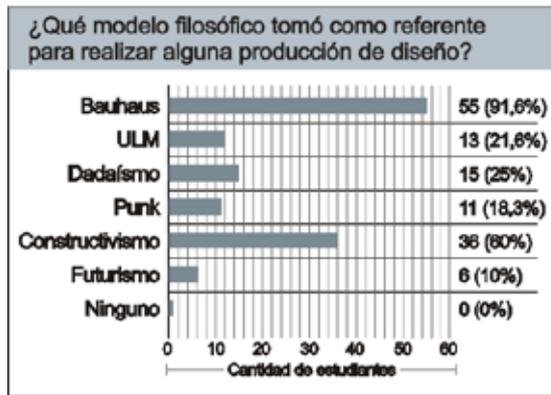
Estudiantes de segundo año de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes. UNLP
 Cantidad de encuestados: 92



Estudiantes de tercer año de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes. UNLP
 Cantidad de encuestados: 84

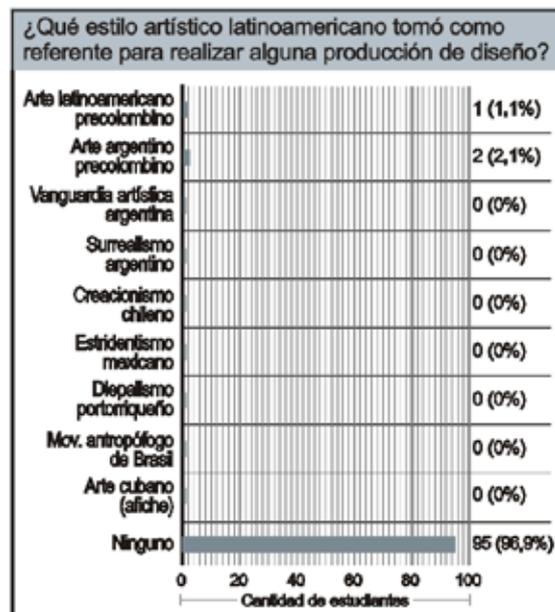
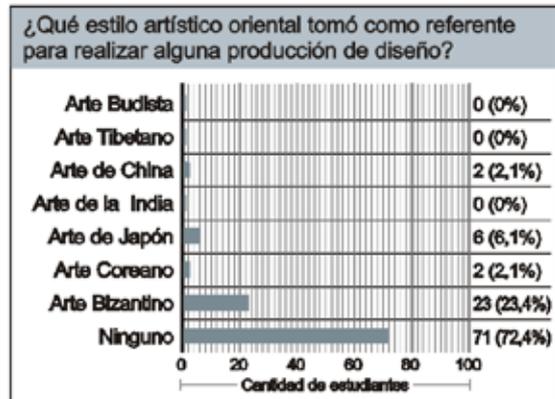
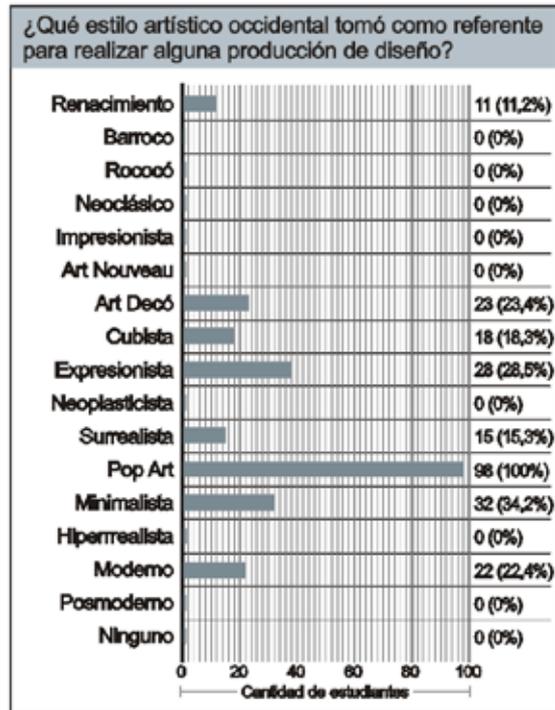
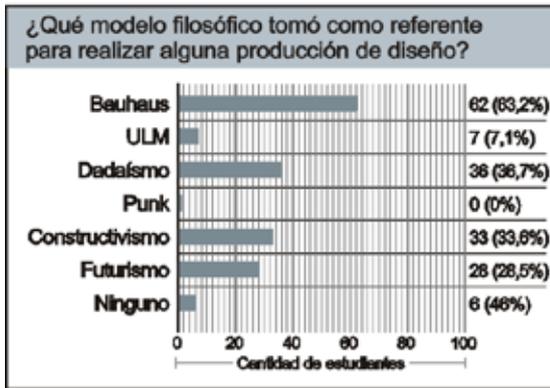


Estudiantes de cuarto año de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes. UNLP
 Cantidad de encuestados: 60



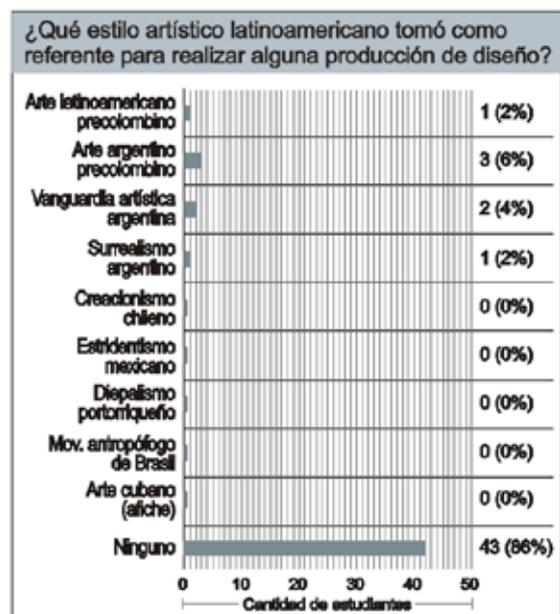
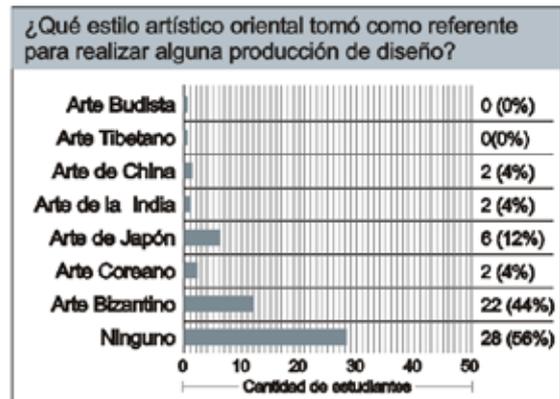
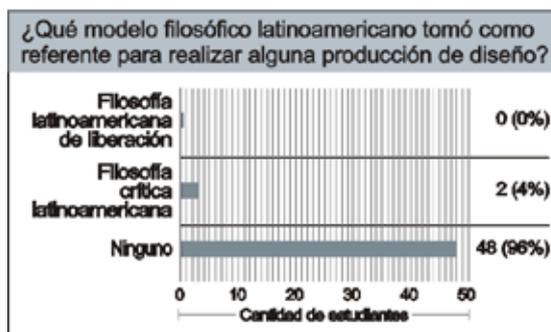
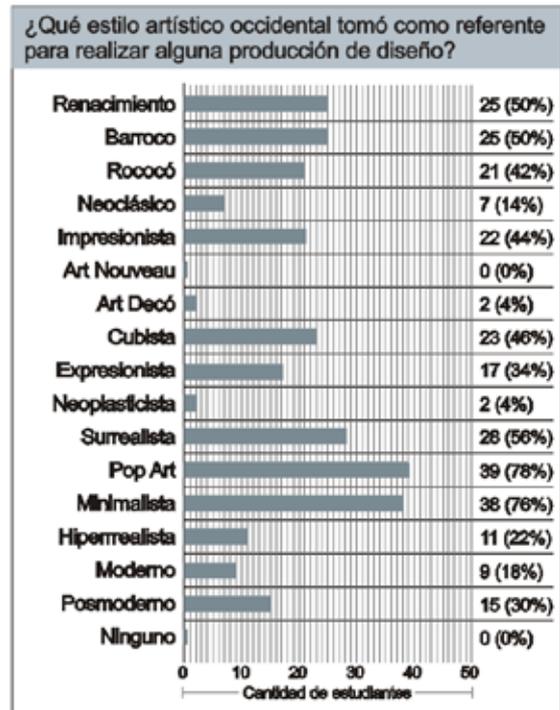
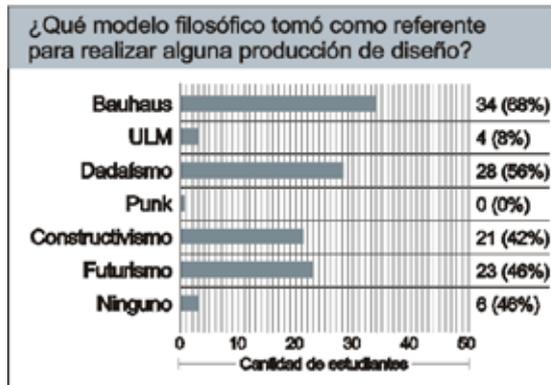
Estudiantes de primer año de las carreras de Diseño Gráfico, Diseño Industrial y Diseño de Indumentaria y Textil de la UNNOBA

Cantidad de encuestados: 98

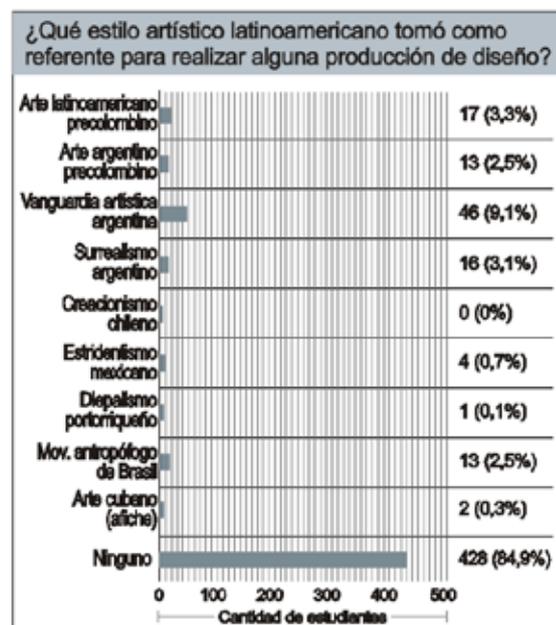
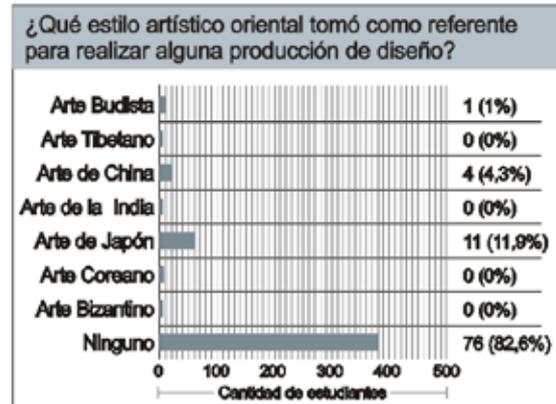
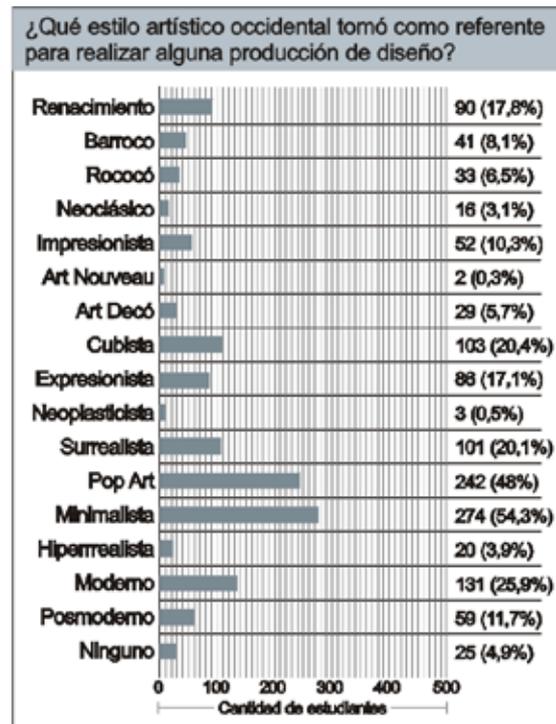
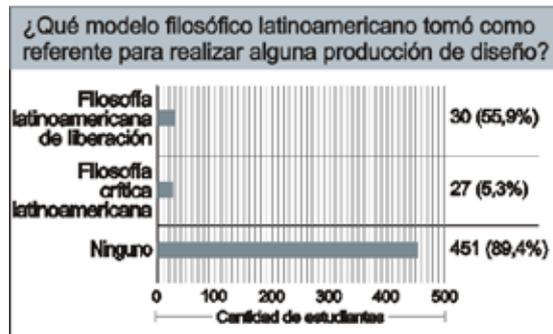
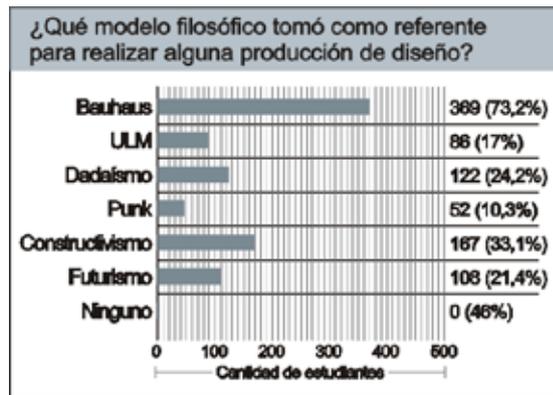


Estudiantes de segundo año de las carreras de Diseño Gráfico, Diseño Industrial y Diseño de Indumentaria y Textil de la UNNOBA

Cantidad de encuestados: 50



Resultados con la totalidad de los estudiantes encuestados en la UNLP y la UNNOBA
Cantidad de encuestados: 504



6.3. Anexo III.

Preguntas de entrevista a integrantes de La Pulseada

Las entrevistas fueron realizadas de forma individual y modalidad presencial. Cada entrevista estuvo planteada como charla abierta e invitó a reflexionar a partir de las siguientes preguntas:

6.3.1. Entrevista a Daniel Badenes

¿Cómo inicia tu relación con La Pulseada? (Pregunta que se le formuló a los tres entrevistados)

¿Quiénes son La Pulseada? ¿Quién es el comitente?

¿A qué ideas filosóficas adhieren?

Pasando a algunas cuestiones que pueden ser subjetivas y estoy hablando un integrante de varios, pero tomo como vocero y hago una pregunta que plantea un momento de quiebre ¿Por qué hacer una revista impresa?

¿Cómo funciona la revista impresa en relación a la interacción con la versión digital?

¿Si pensamos un escenario ideal donde el factor económico no fuera un impedimento, preferirías que siga siendo impresa o ya solamente digital?

Referido más específicamente en el terreno de la revista como producto y en lo periodístico. ¿Cuál es la modalidad discursiva que emplean, es decir, informa, expone hechos, denuncia, crítica, opina?

Respecto de la producción de imágenes (fotos e ilustraciones) ¿Cómo crees que dialoga el texto con la imagen? ¿Las imágenes solo son ilustrativas, informan, complementan, cuentan algo que el texto no?

Y respecto a la relación periodismo/diseño ¿Cómo interviene el diseño en el hacer de la revista?

En relación a los lectores ¿Tienen definida la audiencia? ¿Y qué efecto esperan causar en esa audiencia?

Respecto de la influencia de los medios de comunicación en cómo afectan en la creación de identidades y universos simbólicos, donde hay un claro predominio de medios masivos en relación a los medios independientes ¿Cómo influye la Pulseada en la identidad y creación de universo simbólico?

6.3.2. Entrevista a Gabriela Hernández

¿Cuál creés que es la función de la fotografía en la revista, es decir, son ilustrativas, son informativas, complementan la información/texto?

¿Considerando los géneros discursivos: realista, dramático, humorístico, fantástico y decorativo; cómo se puede definir el perfil que tienen tus fotografías?

¿Cuál crees que es la audiencia?

¿A partir de lo que vos querés transmitir, qué efecto creés que causa en la audiencia?

Considerando las temáticas que aborda la revista, y observada desde una perspectiva Latinoamericana, podemos afirmar que esos temas tienen que ver con la relación centro y periferia –abordando temas de la periferia–. Y el diseño de la revista parece reflejar más a la audiencia –clase media– que a la periferia. También podría considerarse que esa clase media es parte de la periferia, pero no la que se ve reflejada en las imágenes. Aparece aquí la idea de una audiencia invisible. ¿Desde un punto de vista más comercial y especulativo –que claramente no es el posicionamiento de La Pulseada– podría decirse que utilizo a la periferia para llegar –y vender revistas– a la clase media?

En ese sentido, recorriendo las diferentes revistas publicadas, es necesario destacar la importancia del impacto de las imágenes que muestran un determinado recorte de la realidad y que reflejan rápidamente la periferia –quizás sea la imagen lo que más refleja la periferia–; en el texto, dependiendo de la nota y/o de quien escribe, la periferia se puede ver en mayor o menor grado, pero se va percibiendo a medida que se lee, no tiene tanto impacto a primera vista como la imagen. Entonces, así como la fotografía representa a esos sectores sociales –los

ves, están ahí-, y cuando lees el texto también. ¿Con el diseño de la revista creés que pasa lo mismo?

Respecto de la influencia de los medios de comunicación, como afectan –en tanto diseño/objeto/signo– todos los recursos gráficos (texto, tipografías, imágenes, tramas, texturas) construyen identidades culturales –universo simbólico–. ¿Cómo creés que La Pulseada influye en la identidad o construcción de universo simbólico?

6.3.3. Entrevista a Natalia Chudoba

En términos de diseño nos referimos al “comitente” como quien nos encarga un diseño. ¿Quién es para vos el comitente: el padre Cajade –El Hogar–, la iglesia –como institución–, un grupo de periodistas...?

¿Cuál crees que es la audiencia? ¿No aparece la idea de un comitente invisible?: quienes habitan en la “periferia”.

¿Creés que ese universo/periferia está representado? ¿Cómo? (Tipo de contenido, como se escriben las notas, tipo y contenido de imágenes, diseño –diagramación–, tipografías, recursos gráficos –tramas, texturas, grafismos–)

Cómo es considerado el Diseño por los integrantes de la revista (periodistas, ilustradores, fotógrafos) ¿Es una parte del contenido –Carrión–? ¿O sólo se lo considera como una instancia necesaria para acomodar todo el material para enviar a imprenta?

Analizando la revista podemos coincidir en que tanto las notas periodísticas como las imágenes fotográficas reflejan la periferia. Entonces ¿crees que el diseño* refleja esa periferia?

¿El diseño sigue algún tipo de modelo de revista? Europeo/moderno americano/barrial latinoamericano, etc...

¿Cuáles son los referentes de diseño que inspiran/movilizan?

¿Hay alguna intención de reflejar la cultura/artes/estética argentina? En caso de ser así, ¿Cómo se logra/cuales son las búsquedas?

¿Crees que el diseño en Argentina está en la instancia de conformarse con sólo ser aceptado?

7 Citas

Página 25

(Galeano, 2003, p. 40 y 51)

Galeano, Eduardo. *Las venas abiertas de América Latina*. Ediciones Catálogos S.R.L. Buenos Aires. Argentina. 2003.

Página 26

(Galeano, 2003, p. 230) - Idem página 25

Página 27

(De Ponti-Gaudio, 2008, p. 33) - (Fernández, 2008, p. 48)

Fernández, Silvia; Bonsiepe, Gui; De Ponti, Javier; Gaudio, Alejandra; Shultz Morales, Fernando. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. Industrialización y comunicación visual para la autonomía. Editorial Blucher. Brasil. 2008.

(Meggs-Purvis, 2009, p. 310)

Meggs, Phillips B. - Purvis, Alston W. . *Historia del diseño gráfico*. Editorial MR. Barcelona. España. Edición 2009

(Siganevich / Nieto, 2017, p. 11)

Siganevich Paula; Nieto María Laura. *Activismo gráfico. Conversaciones sobre diseño, arte y política*. Ediciones Wolkowicz. Buenos Aires. Argentina. 2017

Página 28

(Barzola, 2018, p. 32)

Barzola, María Verónica. Prospectiva latinoamericana desde la filosofía del Diseño Social. Cuaderno 69 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2018). pp 31-38. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Argentina.

(Morales, 2008, p. 308)

Morales Domínguez, Mario Alberto. Filosofía arte y diseño. Diálogo en las fronteras. El diseño y la responsabilidad de la creación. Universidad de Guanajuato. 2008

(Argumedo, 1993, p. 15)

Argumedo, Alcira. Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular. Ediciones del Pensamiento Nacional. Argentina. 1993

Página 30

(Santos, 2007, p. 24)

Santos, de Sousa Boaventura. La Universidad en el siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipatoria de la universidad. CIDES-UMSA, ASDI y Plural Editores, 2007.

Página 31

(Santos, 2007, p. 26) - Idem página 30

Página 33

(Morín, 1999, p. 5-6; p. 38)

Morín, Edgar. Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. UNESCO, 1999.

Página 36

(Morín, 1999, p. 10) - Idem página 31

Página 42

(Argumedo, 2004, p. 18) - Idem página 28

Página 44

(Argumedo, 2004, p. 66) - Idem página 28

(Fiadone, 2014, p. 43)

Fiadone, Alejandro E. El diseño indígena argentino. Una aproximación estética a la iconografía precolombina. La Marca Editora. Buenos Aires. 2014

Página 45

(Dussel, 1984, p. 191-192)

Dussel, Enrique. 1492: el encubrimiento del otro. Hacia el origen del mito de la modernidad. Plural editores. La Paz, 1994

Página 46

(Acha, 2015, p. 12)

Acha, Juan. Introducción a la teoría de los diseños. Editorial Trillas, México, 2009 (reimpresión 2015).

Página 47

(Acha, 2015, p. 145) - Idem página 46

(Didi-Huberman, 2014, p. 150)

Didi-Huberman, Georges. Pueblos expuestos, pueblos figurantes. Ediciones Manantial. Buenos Aires. 2014

Página 51

(Acha, 2015, p. 35) - Idem página 46

Página 52

(Didi-Huberman, 2014, p. 154 y p. 156) - Idem página 47

(Argumedo, 2004, p. 17) - Idem página 28

Página 53

(Rancière, 2010, p. 65)

Rancière, Jacques. El espectador emancipado. Ediciones Manantial. Buenos Aires. 2010.

Página 54

(Flusser, 1999, p. 24 y pp. 27-28)

Flusser, Vilém. Filosofía del diseño. La forma de las cosas. Editorial Síntesis S A. Madrid, España. 1999

Página 56

(Morales, 2016, p. 594)

Morales Domínguez, Mario Alberto. Filosofía arte y diseño. Diálogo en las fronteras. El diseño y la responsabilidad de la creación. Universidad de Guanajuato. 2016

Página 59

(Castro-Gómez/Grosfoguel, 2007, pp. 83-84-85)

Castro-Gómez, Santiago - Grosfoguel, Ramón. El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007.

Página 61

(Castro-Gómez/Grosfoguel, 2007, p.28) - Idem Página 59

Página 62

(Castro-Gómez/Grosfoguel, 2007, p.34) - Idem Página 59

Página 63

(Badenes, 2017, p.126)

Badenes, Daniel. Editar sin patrón: La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes. 2017.

(Castro-Gómez, 2007, p.39) - Idem Página 59

Página 64

(Badenes, 2017, p.23) - Idem página 63

(Cusicanqui, 2015, p. 175)

Cusicanqui Rivera, Silvia. Sociología de la imagen. Miradas ch'ixi desde la historia andina. Tinta Limón, 2015. Bs. As. Argentina

Página 66

(Badenes, 2017, p.22) - Idem página 63

Página 69

(Mirzoeff, 2016, pp. 32-35)

Mirzoeff, Nicholas - El derecho a mirar. IC - Revista Científica de Información y Comunicación, 2016, 13, pp. 29 – 65

Página 92

(Fontcuberta, 2016, pp. 29-30 y p. 42)

Fontcuberta, Joan. El beso de Judas. Fotografía y verdad. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España. 2016.

Página 93

(Indij; Silva, 2017, p. 87)

Indij, Guido; Silva, Ana (compiladores). Clic! Fotografía y sociedad. La marca editora. Bs. As., Argentina. 2017.

Página 98

(Canga Larequi, 1994, p. 151)

Canga Larequi, Jesús. Diseño periodístico de la prensa diaria. Normas básicas. J.M. Bosch Editor. Barcelona, España. 1994.

Página 103

(Elizalde, 2010, p. 9)

Elizalde, Lydia. Coordinadora; Pablos, Juan. Editor. Revistas culturales latinoamericanas 1960-2008. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Cuernavaca, Morelos, México. 2010.

(Ugerman, p. 147, 2014)

Ugerman, Pablo. Raúl M. Rosarivo (1903-1966) y las publicaciones periódicas de artes gráficas en Argentina. Boletín del IIB, vol. XIX, núm. 1 y 2, México, primer y segundo semestres de 2014.

Página 105

(Meggs, p. 107, 2009) - Idem página 27

Página 106

(Frutiger, 2005, p. 11)

Frutiger, Adrian. El libro de la tipografía. Editor digital: Titivillus. ePub base r1.2. 2005

Página 109

(Bermúdez, 2017, p. 65 y p. 72)

Bermúdez, Jorge R. Identidad gráfica de Latinoamérica (1492-1916). Editorial Arte y Literatura. Colección Argos. La Habana. Cuba. 2017

Página 110

(Fiadone, 2014, p. 43) - Idem página 44

(Meggs, 2009, p. 18)- Idem página 27

Página 110

(Guasch, 2003, p. 12)

Guasch, Ana María. Los estudios culturales. Un estado de la cuestión. Publicado en Revista de estudios visuales. Ensayo, teoría y crítica de la Cultura Visual y el arte contemporáneo, N° 1. Noviembre 2003, pp. 8-16. <http://sedici.unlp.edu.ar/>

Página 114

(Canga Larequi, 1994, p. 156) - Idem página 98

8 Bibliografía

Acha, Juan. *Introducción a la teoría de los diseños*. Editorial Trillas, México, 2009 (reimpresión 2015).

Argumedo, Alcira. *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular*. Ediciones del Pensamiento Nacional. Argentina. 1994

Badenes, Daniel. *Editar sin patrón: La experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*. 2017. Club Hem. <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.662/pm.662.pdf>

Barzola, María Verónica. *Prospectiva latinoamericana desde la filosofía del Diseño Social*. Cuaderno 69 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2018). pp 31-38. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Argentina.

Bermúdez, Jorge R. *Identidad gráfica de Latinoamérica (1492-1916)*. Editorial Arte y Literatura. Colección Argos. La Habana. Cuba. 2017

Borges, Jorge. *El libro de arena*. Editorial Emecé. Bs. As., Argentina. 1975

Borges, Jorge. *Obras completas (1923-1972)*. Otras inquisiciones. La muralla y los libros. Emecé Editores. Bs. As. Argentina. 1974.

Broca Julio, coordinador. (2017). *Disoñando utopías. Imágenes argonautas entre la ciencia y la metáfora*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México, 2017.

Canga Larequi, Jesús. *Diseño periodístico de la prensa diaria. Normas básicas*. J.M. Bosch Editor. Barcelona, España. 1994.

Castro-Gómez, Santiago - Grosfoguel, Ramón. *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007.

Carrión, Ulises. *El arte nuevo de hacer libros*. | 1ra ed. La Plata: Barba de Abejas. La Plata, Argentina. Marzo de 2018.

Corbalán, Fernando. *La proporción áurea. El lenguaje matemático de la belleza*. RBA Coleccionables. España, 2010.

Cusicanqui Rivera, Silvia. *Sociología de la imagen. Miradas ch'ixi desde la historia andina*. Tinta Limón, 2015. Bs. As. Argentina

Dato, A. (2015). *Revista Mustique. Análisis de estilos gráficos vanguardistas en revistas*. Proyecto que analiza las características del diseño editorial actual y describe la importancia de las vanguardias artísticas.

Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Revista Observaciones Filosóficas.

<https://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>

Deleuze, Gilles - Guattari, Félix. *¿Qué es la filosofía?* Editorial Anagrama. Barcelona. Cuarta edición: octubre 1997.

Delgado, V.; Mailhe, A y Rogers, G., coordinadoras. (2014). *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XIX-XX*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. 2014. (Estudios/Investigaciones; 54). En Memoria Académica.

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.376/pm.376.pdf>

Delgado, V., Rogers, G., coordinadoras. (2016). *Tiempos de papel: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XIX-XX*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Estudios/Investigaciones; 60). En Memoria Académica.

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.488/pm.488.pdf>

Delgado, V., Rogers, G., coordinadoras. (2019). *Revistas, archivo y exposición: Publicaciones periódicas argentinas del siglo XX*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Colectivo crítico; 5). En Memoria Académica.

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.880/pm.880.pdf>

Díaz Varela, D. (2010). *La identidad en revistas de tendencia*. Este proyecto demuestra la importancia de generar identidad propia y garantizar afinidad con los lectores en las revistas de tendencia nacionales

Didi-Huberman, Georges. *Pueblos expuestos, pueblos figurantes*. Ediciones Manantial. Buenos Aires. 2014

Dussel, Enrique. *1492: el encubrimiento del otro. Hacia el origen del mito de la modernidad*. Plural editores. La Paz, 1994

Dussel, Enrique. *Filosofía de la producción*. Editorial Nueva América. Bogotá. 1984.

Elizalde Valdés, Lydia. *Diseño en la Revista de la Universidad de México* /Cuernavaca, México: Universidad Nacional Autónoma de México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos, 2009.

Elizalde, Lydia. Coordinadora. *Revistas culturales latinoamericanas 1920-1960*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Dirección General de Publicaciones. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Universidad Iberoamericana de México. Mexico DF. 2008

- Elizalde, Lydia. Coordinadora; Pablos, Juan. Editor. *Revistas culturales latinoamericanas 1960-2008*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Cuernavaca, Morelos, México. 2010.
- Fernández, Silvia; Bonsiepe, Gui; De Ponti, Javier; Gaudio, Alejandra; Shultz Morales, Fernando. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. Industrialización y comunicación visual para la autonomía. Editorial Blucher. Brasil. 2008.
- Fiadone, Alejandro E. El diseño indígena argentino. Una aproximación estética a la iconografía precolombina. La Marca Editora. Buenos Aires. 2014
- Flusser, Vilém. *Filosofía del diseño. La forma de las cosas*. Editorial Síntesis S A. Madrid, España. 1999
- Fontcuberta, Joan. *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España. 2016.
- Frutiger, Adrian. *El libro de la tipografía*. Editor digital: Titivillus. ePub base r1.2. 2005
- Galeano, Eduardo. *Las venas abiertas de América Latina*. Ediciones Catálogos S.R.L. Buenos Aires. Argentina. 2003.
- García Silvia; Belén Paola. *Aportes epistemológicos y metodológicos de la investigación artística*. Fundamentos, conceptos y diseño de proyectos. Editorial Académica Española. 2013
- Gardner, Howard. *Estructuras de la Mente. La Teoría de las inteligencias múltiples*. Fondo de Cultura. Colombia. 2001
- González, Carlos Martínez; Gómez Castro, Amparo. *Filosofía arte y diseño. Diálogo en las fronteras. La máquina del tiempo: Reflexiones en torno a la fotografía, al tiempo y al ser*. Universidad de Guanajuato. 2016
- Guasch, Ana María. *Los estudios culturales. Un estado de la cuestión*. Publicado en Revista de estudios visuales. Ensayo, teoría y crítica de la Cultura Visual y el arte contemporáneo, N° 1. Noviembre 2003, pp. 8-16. <http://sedici.unlp.edu.ar/>
- Guerri, Claudio. *Nonágono semiótico. Un modelo operativo para la investigación cualitativa*. Eudeba, Ediciones UNL. Buenos Aires. Argentina. 2014.
- Herreras, Enrique. *Platón, política cultural, y destierro de los poetas*. Quaderns de filosofia i ciència, 39, 2009, pp. 83-94 Universitat de València. https://www.uv.es/Sfvp/quadern_textos/v39p83-94.pdf
- Indij, Guido; Silva, Ana (compiladores). *Clic! Fotografía y sociedad*. La marca editora. Bs. As., Argentina. 2017.
- Le Bond, Gustav. *Psicología de las masas. Estudio sobre la psicología de las multitudes*. (Primera edición francesa: 1895). Editorial Morata. España. 2014.
- Meggs, Philips B. – Purvis, Alston W. . *Historia del diseño gráfico*. Editorial MR. Barcelona. España. Edición 2009

Mignolo, Walter D. *Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Akal Ediciones. 2da. Reimpresión 2013

Mirzoeff, Nicholas - *El derecho a mirar*. IC - Revista Científica de Información y Comunicación, 2016, 13, pp. 29-65

Montes, Manuel. *Análisis del diseño gráfico de Las revistas de moda en España, desde una perspectiva cromática*. Tesis doctoral. Universidad Rey Juan Carlos. España, 2013.

Montes, Manuel. *Diseño editorial: textos y retículas en las revistas femeninas de alta gama*. Revista Creatividad y Sociedad, número 22. Madrid, España. Agosto de 2014

Morales Domínguez, Mario Alberto. *Filosofía arte y diseño. Diálogo en las fronteras. El diseño y la responsabilidad de la creación*. Universidad de Guanajuato. 2016

Morataya Contreras, Andrés R., *Análisis gráfico del diseño de las portadas de la Revista Folk y su relación con el artículo vinculado*. Proyecto de Grado. Guatemala 2017

Morín, Edgar. *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO, 1999.

Rivas, Paloma. *Diseño estratégico en portadas de revistas*. Trabajo final de grado. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. 2016

Pagani, M. (2014). *Nueva revista joven. Atrayendo a los adolescentes hacia otra lectura*. Presenta un análisis de una revista dirigida a un target en particular capaz de competir en el mercado con diversas ventajas competitivas.

Pita González, A.; Grillo, M. (2015). *Una propuesta de análisis para el estudio de revistas culturales*. Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales, 5 (1).

Rancière, Jacques. *El espectador emancipado*. Ediciones Manantial. Buenos Aires. 2010.

Revista Hábitat Inclusivo. *Construcciones en torno al diseño social*. Entrevista a María del Valle Ledesma.

Revista Hábitat Inclusivo. Senar, Pedro; Giménez, Marcelo; Romero, Alicia. *El diseño social en perspectiva latinoamericana*.

Samara, Timothy. *Diseñar con y sin retícula*. Ediciones GG. Barcelona, España. 2011.

Sánchez, María Angélica M. B. *Filosofía arte y diseño. Diálogo en las fronteras. El diseño entre el esteticismo, la estética y el ethos*. Universidad de Guanajuato. 2016

Santos, de Sousa Boaventura. *La Universidad en el siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipatoria de la universidad*. CIDES-UMSA, ASDI y Plural Editores, 2007.

- Santos, de Sousa Boaventura. *Para descolonizar Occidente. Más allá del pensamiento abismal*. CLACSO. Buenos Aires. 2010
- Santos Perales, Eduardo. *Diseño gráfico y fotografía en el activismo social. Estudio de casos*. Programa de Doctorado, Investigación en diseño. Facultad de Bellas Artes, Universidad de Barcelona Departamento de diseño e imagen. Barcelona, España. 2015.
- Sbruzzi, M. M. (2015). *Las portadas de revistas como elemento comunicacional. Caso Adbusters*. Reflexiona acerca de la comunicación editorial establecida mediante la manipulación de elementos visuales.
- Segato, Rita. *La crítica de la colonialidad en ocho ensayos. Y una antropología por demanda*. Editorial Prometeo libros. Buenos Aires. Argentina. 2015
- Siganevich Paula; Nieto María Laura. *Activismo gráfico. Conversaciones sobre diseño, arte y política*. Ediciones Wolkowicz. Buenos Aires. Argentina. 2017
- Stanley, Morison. *Principios fundamentales de la tipografía*. Editorial Del Bronce. Barcelona, España. 1998
- Ugerman, Pablo. Raúl M. *Rosarivo (1903-1966) y las publicaciones periódicas de artes gráficas en Argentina*. Boletín del IIB, vol. XIX, núm. 1 y 2, México, primer y segundo semestres de 2014.
- Valdivia, Benjamín. *Filosofía arte y diseño. Diálogo en las fronteras. Relaciones entre la filosofía, el diseño y las artes*. Universidad de Guanajuato. 2016
- Ynoub, Roxana. *Cuestión de método. Aportes para una metodología crítica*. Cengage Learning Editores. Mexico. 2015

9 Otras fuente

9.1. Entrevistas

Daniel Badenes

Doctor en Ciencias Sociales. Periodista

Gabriela Hernández

Fotógrafa / Foto periodismo / Docente de fotoperiodismo (UNLP)
Además de ser la fotógrafa de la revista La Pulseada, realizó trabajos vinculados a los Derechos Humanos como fotógrafa de la Secretaría de Derechos Humanos de la Provincia de Buenos Aires y otros relacionados con las infancias y el feminismo.

Natalia Chudoba

Diseñadora en Comunicación Visual. UNLP.

Integrante del staff de la revista La Pulseada, colaborando con el diseño, diagramación y maquetación de la publicación.

Cursó hasta 5 año la carrera de Artes Plásticas y tres años la de Muralismo,

Fotógrafa autodidacta (Talleres)

Docente secundario de Artes plásticas

Inicia su participación en La Pulseada a partir de su tesis de Grado de la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes UNLP. Inició la búsqueda en el “Movimiento de los chicos del pueblo” que estaba haciendo una marcha por la Argentina. Por medio de la investigación elige el Hogar del Padre Cajade para tener un anclaje local que sea más abaricable para el proyecto de tesis, y define como tema de tesis el diseño de la revista La Pulseada. Después de ver el proyecto realizado en la tesis, inició su participación con algunas colaboraciones para diseñar algunas notas respetando el diseño original realizado por el DCV Damián Demaro. A partir de ese

momento formó parte del equipo de diseño de la revista, realizando trabajos de diseño en el período 2011-2015

María Gabriela Rodríguez Ciuro

Diseñadora Industrial

Magister en administración de negocios.

Especialista en Docencia Universitaria.

Directora de la carrera de Diseño Industrial en la Universidad de Mar del Plata

Docente en la Carrera de Diseño Industrial de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Beatriz Martínez

Diseñadora Industrial. FADU

Profesora titular Taller Vertical Diseño Textil y Proyecto de Graduación Textil en

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Adrian Leme

Diseñador Industrial

Profesor adjunto de productos

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Moriana Abraham

Diseñadora Gráfica y Diseñadora Industrial

Especialista en docencia en diseño y arquitectura

Docente de Diseño Industrial, Diseño Gráfico y Diseño de Indumentaria. Universidad Nacional de Córdoba y en la Universidad Nacional del Litoral (UNL)

María Blanca Iturralde

Artes Visuales

Docente en la carrera de diseño gráfico en materias Dibujo y Representación, y Taller de proyecto de graduación en la Facultad de Arte y Diseño de Misiones (Oberá). UNaM

9.2. Sitios web consultados

Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina. <http://revistasculturales.org/>

DET KONGELIGE BOBLIOTEK. El sitio de Waman Poma. <http://www5.kb.dk/permalink/2006/poma/info/es/frontpage.htm>

Revista Laucha. <https://latinta.com.ar/tag/revista-laucha/>

Revista Cítrica. <https://revistacitrica.com/>

Revista La Garganta poderosa. <https://lapoderosa.org.ar/>

Revista La Pulseada. <https://www.lapulseada.com.ar/>

Revista MU. <https://www.lavaca.org/category/mu/>

Revista Pulsión. <https://revistapulsion.com/>

Revista Malisia. <https://malisiadistribuidora.wordpress.com/malisia-editorial/>

Revista Sudestada. <https://revistasudestada.com.ar/>

Revista The 13th. <https://issuu.com/revistathe13th>

<https://foroalfa.org/articulos/de-signos-y-siglos>
Artículo: De signos y siglos. Autor Rubén Fontana

9.3. Videos consultados

Homenaje a Ricardo Piglia en “Los 7 locos”

(capítulo 1-4) 1993 <https://www.youtube.com/watch?v=mFd8Tx1kf3k>

(capítulo 2-4) 1997 <https://www.youtube.com/watch?v=WoujmH4XG3E>

La Educación Prohibida

Película Completa HD Oficial

<https://www.youtube.com/watch?v=-1Y9OqSJKCc>

Revista de la Universidad “Utopía ch’ixi”

con Silvia Rivera Cusicanqui – TV UNAM

<https://www.youtube.com/watch?v=pHJkCqe2gAk>

Historias debidas VIII: Rita Segato (capítulo completo)

Canal Encuentro

https://www.youtube.com/watch?v=kMP21R_MQ1c

Historias debidas VIII: Silvia Rivera Cusicanqui

(capítulo completo) - Canal Encuentro

<https://www.youtube.com/watch?v=1q6HfhZUGhc&t=2499s>

La descolonización cultural - Enrique Dussel

https://www.youtube.com/watch?v=Q86_LPat-IQ

Enrique Dussel. La Modernidad

<https://www.youtube.com/watch?v=ph7vUEp4McM>

