



AÑOS 1991 / 2011



DISEÑO VISUAL

Manizales-Colombia	No. 7	300 págs	Enero-Diciembre de 2011	ISSN 1794-7111
--------------------	-------	----------	-------------------------	----------------

Revista KEPES
ISSN 1794-7111
Fundada en Noviembre 2004
Periodicidad anual
Tiraje 300 ejemplares
Año 8, No. 7, 300 págs.
Enero-Diciembre 2011
Manizales-Colombia

Rector Ricardo Gómez Giraldo
Vicerrector Académico Luz Amalia Rios Vásquez
Vicerrector de Investigaciones y Postgrados Carlos Emilio García Duque
Vicerrector Administrativo Fabio Hernando Arias Orozco
Vicerrectora de Proyección Fanny Osorio Giraldo

Director **Gustavo Villa Carmona**
Mg. en Estética Universidad Nacional De Colombia - Medellín, UNCM, Colombia.
Profesor Universidad de Caldas

Comité Editorial

Felipe César Londoño López. - Doctorado en Ingeniería Multimedia. Laboratorio de Aplicaciones Multimedia, U.P.C., España
Profesor Universidad de Caldas
Juan Alberto Castillo M. Doctorado en Psychologie Cognitive Option Ergonomie. Universite Lumiere Lyon 2, U.LYON 2, Francia
Profesor Universidad del Rosario
Miquel Mallol Esquefa Doctor en Filosofía Universidad de Barcelona Diseñador Escuela Massana
Profesor Universidad de Barcelona
Walter Castañeda Marulanda. Doctorando en Diseño y Creación.
Profesor Universidad de Caldas

Comité Científico

Margarita Schultz - Universidad de Chile.
Jorge LaFerla - Universidad de Buenos Aires.
Mg. William Ospina Toro. Universidad de Caldas.

Diseño Editorial **Mg. Claudia Jurado G.**
Diseño Logo **Mg. Claudia Jurado G.**

Edición
Vicerrectoría de Investigaciones y Postgrados
Universidad de Caldas

Coordinador Edición **Mg. Claudia Jurado G.**
Profesora Universidad de Caldas.

Comité Técnico de apoyo a la Edición

Juan David Giraldo M. - Coordinador comité técnico
Claudia Marcela Gómez - Traductora
Gerardo Quintero C. - Corrector de estilo
Carlos Eduardo Tavera - Soporte técnico

Indexada por
Publindex Categoría C

Acceso en línea
<http://kepes.ucaldas.edu.co>

La responsabilidad de los artículos aquí publicados compete a los autores mismos.
Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Universidad de Caldas, Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Caldas

Tabla de Contenido

<p>Presentación 5</p>	<p>Enfoques y tendencias del Diseño Visual en el desarrollo comercial de las empresas exportadoras desde la estructura de las redes del conocimiento, departamento de Caldas, 2011 Liliana Villegas G. 83</p>	<p>La explicitación como estrategia pedagógica en los procesos de diseño Alejandro Mesa B. Claudia Mejía Q. 171</p>
<p>Digital Formations of the Powerful and the Powerless: The Case of Informal Political Knowledge Saskia Sassen 7</p>	<p>Influencia de la red en el fenómeno de la individualización Alexander Cano M. 103</p>	<p>El conflicto político en los jóvenes como un fenómeno estético contemporáneo del vestuario Carlos Mario Cano R. 187</p>
<p>Design Discourse Blank Meaning as Design Affordance. Memory and Fictions (a dialogue between Anna Calvera and Fátima Pombo) Anna Calvera Fátima Pombo 43</p>	<p>Descentramientos estéticos y reescrituras visuales: crear desde la memoria y para la memoria Margarita Calle G. 117</p>	<p>Hipervínculo como forma de referencia: Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es usado en relaciones referenciales Sebastián Uribe A. 203</p>
<p>Diseño y el riesgo del cambio Victor Margolin 57</p>	<p>Diseño de juegos para el cambio social Germán Mauricio Mejía R. Felipe César Londoño L. 135</p>	<p>Del <i>flâneur</i> al cibernauta. Transformación tipológica y cultural de los espacios comerciales Joaquín Llorca 229</p>
	<p><i>Crowdfunding</i>: decisiones de implementación en las industrias creativas de países emergentes Andrés Felipe Gallego A. 159</p>	<p>El objeto de diseño: entre el tipo cognitivo y el aspecto Germán Serventi 257</p>
		<p>Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual Natalia Carolina Pérez P. 269</p>

Manizales-Colombia	No. 7	300 p.	Enero-Diciembre de 2011	ISSN 1794-7111
--------------------	-------	--------	-------------------------	----------------

Index

Presentation	5	Communities approaches and trends in Visual Design commercial development of export companies from the structure of knowledge networks, Caldas, 2011 Liliana Villegas G. 83	La explicitación como estrategia pedagógica en los procesos de diseño Alejandro Mesa B. Claudia Mejía Q. 171
Formaciones digitales de los poderosos y los débiles: el caso del conocimiento político informal Saskia Sassen	7	Network's influence in the individualization phenomenon Alexander Cano M. 103	The Political conflict on young people as a aesthetic phenomenon of contemporary clothing Carlos Mario Cano R. 187
Design Discourse Blank Meaning as Design Affordance. Memory and Fictions (a dialogue between Anna Calvera and Fátima Pombo) Anna Calvera Fátima Pombo	43	Aesthetic runout and visual re-writings: Creating from and for memory Margarita Calle G. 117	The hyperlink as a form of reference: beginning the process of classification of hyperlinks when used in referential relationships Sebastián Uribe A. 203
Diseño y el riesgo del cambio Victor Margolin	57	Game design for social change Germán Mauricio Mejía R. Felipe César Londoño L. 135	From flâneur to cybernaut. Typological and cultural transformation of commercial spaces Joaquín Llorca 229
		Crowdfunding: making decisions for creative industries in emerging countries Andrés Felipe Gallego A. 159	The designed object: between cognitive and appearance Germán Serventi 257 Plastic signification of typography from the perspective of visual semiotics Natalia Carolina Pérez P. 269

Manizales-Colombia	No. 7	300 p.	Enero-Diciembre de 2011	ISSN 1794-7111
--------------------	-------	--------	-------------------------	----------------

Presentación

La edición del presente número de la Revista Kepes, coincide con la celebración del vigésimo aniversario del programa de Diseño Visual de la Universidad de Caldas. Dicha conmemoración invita a extender un sincero saludo de felicitación y aprecio a la comunidad reunida en torno de este proyecto que, a lo largo del tiempo, ha alcanzado alto reconocimiento en ámbitos académicos nacionales e internacionales.

En noviembre de 1991 el programa dio inicio a sus actividades institucionales. Desde entonces los docentes del Departamento han desarrollado diversos proyectos en las áreas de docencia, proyección universitaria e investigación, constituyendo sus resultados una respuesta positiva tanto a los lineamientos establecidos por la universidad, como a los requerimientos del medio profesional.

Veinte años después de su génesis Diseño Visual cuenta con su originaria oferta en pregrado, a la que se suman los programas de Maestría en Diseño y Creación Interactiva, y, Doctorado en Diseño y Creación; igualmente, ha logrado posicionarse, en el campo de la proyección, eventos como el Festival Internacional de la Imagen y el Encuentro de Estudios Teóricos en Diseño, convertidos en espacios de formación y reflexión en torno de temas relacionados con la disciplina, la imagen, la creación y la comunicación. A lo anterior se suma el compromiso en investigación el cual ocupa un sitio destacado en la consolidación de los procesos del Departamento; gracias a ello, ha constituido un cuerpo de conocimiento propio -objetivo central de toda unidad académica- con el cual sostiene el diálogo con diferentes pares institucionales. El interés en indagar sobre diversas problemáticas (teóricas y tecnológicas) permitió la constitución de los grupos de investigación (DICOVI) Diseño y cognición en entornos visuales y virtuales, e Investigaciones Estéticas y Sociales en Diseño Visual; también, ha propiciado el establecimiento de laboratorios acordes a la actividad, entre ellos, Sensor, Medialab e Imagen

Móvil; sobre esta base, ha fortalecido sus sistemas de difusión de conocimiento mediante diferentes proyectos editoriales.

La revista Kepes. Grupo de Estudio en Diseño Visual, es una deriva del interés compartido en el campo de la investigación. Desde su lanzamiento en el año 2004, el comité editorial y demás colaboradores, han trabajado para que la publicación cumpla con todos parámetros que se exigen a los medios de divulgación científica, de modo que el aporte del programa a la comunidad académica, a través de sus páginas, sea un sólido escenario para el fortalecimiento teórico de la disciplina.

Finalmente, es importante destacar que en historia del programa ha primado la formalización de sus postulados académicos a partir de un principio colaborativo, ello sin renunciar a la naturaleza flexible y multidisciplinar que ha permitido que, aún desde la divergencia, los resultados incidan de manera positiva en el fortalecimiento de este constructo llamado Diseño Visual.

Gustavo A. Villa Carmona
Director

Digital Formations of the Powerful and the Powerless: The Case of Informal Political Knowledge

Saskia Sassen

Especialista en asuntos urbanos. Profesora de Sociología en la Universidad de Chicago, profesora invitada en la London School of Economics, Reino Unido. En la Actualidad desarrolla el proyecto denominado: "When Territory exits Existing Framings", con la Harvard University Press.

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 1 de 2011

Abstract

In this article, the author elaborates on the construction and distribution of knowledge in a world in which the rise of digital technologies contrasts with digital possibilities. The relationship of the knowledge is not limited to these developments, it becomes more complex when to this dynamic contemporary reality, draw near other elements such as global mobility and retention in a territory; which space-timeorders coupled with socio environmental factors provide continuity to the distinction between global and national.

Key words:

Authority, citizens, knowledge, domain electronics, information, politics, power, networks.

Formaciones digitales de los poderosos y los débiles: el caso del conocimiento político informal

Resumen

En el presente artículo la autora discurre sobre la construcción y distribución de conocimiento en un mundo en el que el auge de las tecnologías digitales contrasta con la posibilidades no digitales. La relación del conocimiento no queda limitada a dichos desarrollos, sino que se hace más compleja cuando a esta dinámica realidad contemporánea se allegan otros elementos como la movilidad global y la permanencia en un territorio; órdenes espaciotemporales que aunados a los factores socioculturales dan continuidad a la distinción entre lo global y lo nacional.

Palabras clave:

Autoridad, ciudadanos, conocimiento, dominios electrónicos, información, política, poder, redes.

The rapid proliferation of global computer-based networks and the growing digitization of knowledge, which allows it to circulate in those global networks, unsettle the standard meanings of knowledge (Benkler, 2006; Bollier, 2009; Borgman, 2010; Castells, 2009; Mansell et al., 2009). This in turn problematizes the effectiveness of current framings for understanding what is knowledge. It makes legible the particularity or embeddedness of the putatively “natural” or “scientific” categories through which formal institutions organize “their”

knowledge —knowledge that has been defined as pertinent to their aims. In this process, network technologies have the potential to open up the categories of formalized knowledge and formalized knowledge practices. These bodies of knowledge can exit or go beyond hierarchical institutionalized controls. They can get disassembled and navigate the distributive potential of digital networks. And what were once unitary bodies of knowledge ensconced in specific categories can now get redeployed in bits and pieces and across diverse institutional orders (Sassen, 2008: chs. 7 & 8).

Critical to this potential is the informalizing of such bodies of knowledge, and their reassembling into novel mixes which are also likely to be informal, at least initially. The second critical dimension is that these reassembled and informalized bodies of knowledge can feed into novel and existing conditions —including political, economic, technical, cultural, subjective. Opening up established categories and informalizing particular components of formal knowledge can be seen both in positive terms —for example, it can help the democratizing of spheres once subject to hierarchical controls— and in negative terms —for example, it has fed the increasingly unregulated power of global finance.

In this chapter, I examine these two critical dimensions in order to understand their variable articulations. A basic proposition is the importance of capturing the diversity and specificity of ‘socio-digital formations’ (Benkler, 2006; Bollier, 2009; Latham & Sassen, 2005; Lovink, 2008; Wajcman, 2002), and hence the possibility of whole new types of articulation between politics and knowledge. In principle, the range of empirical cases we could use to examine some of these issues is vast. The specifics of each case allow us to identify particular patterns. Different kinds of socio-digital formations make legible different ways in which this articulation between informalized knowledge and political enablements can be constituted. Singling out informal types of knowledge allows one to capture what are often highly dynamic but not particularly legible moments in a trajectory that

may well wind up formalizing some of the informal. It allows us to capture a far broader range of instances than if we confined the focus to formalized knowledge and practices. It takes the analysis well beyond the more familiar notions of exiting state regulatory frameworks. Indeed, in my research I also find emergent informalities at the center of highly formalized systems.

The focus is on digital interactive domains. For analytical purposes I distinguish the technical capacities of digital networks from the more complex socio-digital formations that such interactive domains actually constitute. Intervening mechanisms that may have little to do with the technology per se can reshape network outcomes such as distributed outcomes (with their strong connotations of democracy and participation). The fact of this re-shaping by the social logics of users and digitized actors carries implications for political practices, including governance and democratic participation.

Digital Formations of the Powerful and the Powerless

10 The technical properties of electronic interactive domains deliver their utilities through complex ecologies that include non-technological variables, such as the social and the subjective, as well as the particular cultures of use of different actors. One synthetic image we can use is that these ecologies are partly shaped by the particular social logics embedded in diverse domains¹. When we look at electronic interactive domains as such ecologies, rather than as a purely technical condition, we make conceptual and empirical room for informal knowledge and knowledge practices.

The technology can accommodate multiple particularities and still encompass them into a “whole” through horizontal dynamics, such as for instance, recurrence,

¹ For a full development of these various issues, see Sassen (2008: chs. 7 & 8).

rather than vertical integration (Sassen, 2008: ch. 7). Recurrence of conditions/situations constitutes that knowledge as a multi-sited whole. These possibilities and systemic drives undermine generalization, and bring to the fore the difficulty of formalizing these emergent types of knowledge. The greater velocities that digitization makes possible further drive the informalizing of whole bodies of knowledge, or some of their components. Velocity also makes legible, or helps us realize, the fact that a given knowledge might be in a trajectory that can include the use of that knowledge in political practices which in turn can generate emergent types of knowledge—that is, knowledge that is as yet informal, though it may eventually become formalized. One way of saying this is that what becomes legible is the experimental or circumstantial moment in the making of knowledge, and, when pertinent, in the making of the political. The particular applications, the velocity of uploading particular types of knowledge into new political practices and into new broader emergent knowledges, generalization is difficult. Marking/recognizing the recurrence of particularities is one form of generalizing.

The two cases used to develop the argument empirically are electronic financial networks and electronic activist networks². Both cases are part of global dynamics and both have been significantly shaped by the three properties of digital networks—decentralized access/distributed outcomes, simultaneity, and interconnectivity. But these technical properties have produced strikingly different outcomes in each case. In one case, these properties contribute to distributive outcomes: greater participation of local organizations in global networks. Thereby they help constitute transboundary public spheres or forms of globality centred in multiple localized types of struggles and agency. In the second case, these same properties have led to higher levels of control and concentration in the global capital market

². The particularities of these two cases serve to address several larger research agendas now under way. They include specifying, among others, advancing our understanding of the actual socio-digital formations arising from these mixes of technology and interaction (Barry & Slater, 2002; Bartlett, 2007; Howard & Jones, 2004; Latham & Sassen, 2005; Lovink, 2008; Lovink & Dean, 2010), the possible new forms of sociality such mixes may be engendering (for example, Castells, 2009; Elmer, 2004; Himanen, 2001; Latham & Sassen, 2005; Olesen, 2005; Whittel, 2001), the possible new forms of economic development and social justice struggles enabled by these technologies (Avgerou, 2002; Gurstein, 2000; Mansell et al., 2009), and the consequences for state authority of digital networks that can override many traditional jurisdictions (Drake & Williams III, 2006; Klein, 2005; The Internet and the Sovereign State, 1998; Rosenau & Singh 2002).

even though the power of these financial electronic networks rests on a kind of distributed power, that is, millions of investors distributed around the world and their millions of individual decisions.

These two cases also illuminate an emergent problematic about the extent to which the combination of decentralized access and multiple choices will tend to produce power law distributions regardless of the social logics guiding users. Thus civil society organizations may well produce outcomes similar to finance in that a limited number of organizations concentrate a disproportionate share of influence, visibility, and resources. One way of thinking about this is in terms of political formats (for example, Arquilla & Ronfeldt, 2001; Benkler, 2006; Dean, Anderson & Lovink, 2006; Mansell et al., 2009; Tennant 2007). Many civil society organizations have been subjected to constraints that force them into a format —akin to that of incorporated firms with conventional accountability requirements— that keeps them from using the new technologies in more radical ways. Thus I would argue that finance succeeds in escaping conventional formats when two or more financial exchanges merge and thereby constitute a networked platform, allowing them to maximize the utilities of network technologies (Sassen, 2008: chs. 7 & 8). In this sense, I would argue that finance has been far ahead of civil society in the use of networked technologies. It has actually invented new formats to accommodate its use: multi-sited networked platforms, where each financial centre is a node in the network. Civil society organizations have had many obstacles put in their way towards these types of networked arrangements. In many ways they have been forced to take the form of incorporated firms rather than networked platforms. There is, in my analysis, a political issue here that is yet another variable that contributes to produce diverse socio-digital formations even when based on similar network technologies.

Electronic interactive domains are inherently distributive given their technical properties. But once we recognize that social logics are at work in such interac-

tive domains it is not necessarily the case that those distributive outcomes will be present every time. In politics, this distributive potential has led commentators to say that these electronic networks push towards democratizing outcomes. Again, this is partly an empirical question—it depends on what social logics (i.e. political project) is driving that network. In another finding that goes against much commentary, I have found that the higher the speed and the interconnectedness of the network in global finance, the greater the importance of informal systems of trust and cultures of technical interpretation (Sassen, 2008: ch. 7).

The condition of the Internet as a decentralized network of networks has fed strong notions about its built-in autonomy from state power and its capacity to enhance democracy from the bottom up via a strengthening of both market dynamics and access by civil society. In a context of multiple partial and specific changes linked to globalization, digitization has contributed to the ascendance and greater weight of subnational scales, such as the global city, and supranational scales, such as global markets, where previously the national scale was dominant. These rescalings do not always parallel existing formalizations of state authority. At its most general these developments raise questions about the regulatory capacities of states, and about their potential for undermining state authority as it has come to be constituted over the last century.

But there are conditionalities not even these technologies can escape. Some that has received attention since the beginning are the social shaping of technology (for example, Bowker & Star, 1999; Coleman, 2004; Latour, 1996; Lievrouw & Livingstone, 2002; Mackenzie & Wajcman, 1999; Seely Brown & Duguid, 2002), the limits of what speed can add to an outcome (for example, Mackenzie & Elzen, 1994; Sassen, 1999, 2008: chap.7), the role of politics in shaping communication (for example, Dean, 2002; Howard, 2006; Imbert, 2008; Lovink, 2002; Mansell et al., 1998), the built-in stickiness of existing technical options (for example, Chen & de' Medici, 2010; Shaw, 2001; Woolgar, 2002), and the segmentations within digital space (Lessig, 1996; Koopmans, 2004; Monberg, 1998; Sassen, 1999).

Thus while digitization of instruments and markets was critical to the sharp growth in the value and power of the global capital market, this outcome was shaped by interests and logics that typically had little to do with digitization per se. This brings to the fore the extent to which digitized markets are embedded in complex institutional settings (for example, Knorr Cetina & Preda, 2004; Mackenzie & Millo, 2003; Sassen, 1991/2001), cultural frames (Lovink & Dean, 2010; Pryke & Allen, 2000; Thrift, 2005; Zaloom 2003) and even intersubjective dynamics (Fisher, 2006; Knorr Cetina & Bruegge, 2002). And while the raw power achieved by the capital markets through digitization also facilitated the institutionalizing of finance-dominated economic criteria in national policy, digitization per se could not have achieved this policy outcome—it took actual national institutional settings and actors (Helleiner, 1999; Pauly, 2002; Sassen, 2008: ch. 5; Harvey, 2007; for cases beyond the financial markets see, for example, Barfield, Heiduk & Welfens, 2003; Bollier, 2009; Waesche, 2003).

In short, the supranational electronic market, which partly operates outside any government's exclusive jurisdiction, is only one of the spaces of global finance. The other type of space is one marked by the thick environments of actual financial centres, places where national laws continue to be operative, albeit often profoundly altered laws. These multiple territorial insertions of private economic electronic space entail a complex interaction with national law and state authority. The notion of 'global cities' captures this particular embeddedness of various forms of global hypermobile capital—including financial capital—in a network of well over forty financial centres across the world³. This embeddedness carries significant implications for theory and politics, specifically for the conditions through which governments and citizens can act on this new electronic world

³. For instance, the growth of electronic network alliances among financial exchanges located in different cities makes legible that electronic markets are partly embedded in the concentrations of material resources and human talents of financial centres, because part of the purpose is to capture the specific advantages of each of the financial centres (Sassen, 2008: ch. 7). Thus, such alliances are not about transcending the exchanges involved or merging everything into one exchange.

(for example, Latham & Sassen, 2005; Roseneau & Singh, 2002; Sassen, 2008: chs. 5, 8 & 9), though there are clearly limits (Daniels, 2009; Fernando, 2010; Lovink, 2008; Olesen, 2005; Robinson, 2004; Wajcman, 2002).

Producing capital mobility takes capital fixity: state-of-the-art environments, well-housed talent, and conventional infrastructure—from highways to airports and railways (Chen & de’Medici, 2010; Debrah, McGovern & Budhwar, 2010; Sassen, 1991/2001). These are all partly place-bound conditions, even when the nature of their place-boundedness differs from what it may have been a hundred years ago when place-boundedness was far more likely to be a form of immobility. But digitization also brings with it an amplification of capacities that enable the liquefying of what is not liquid, thereby producing or raising the mobility of what we have customarily thought of as not mobile, or barely so. At its most extreme, this liquefying digitizes its object. Yet the hypermobility gained by an object through digitization is but one moment of a more complex condition.

In turn, much place-boundedness is today increasingly—though not completely—inflected or inscribed by the hypermobility of some of its components, products, and outcomes (Sassen, 2008: chps. 5, 7 & 8). More than in the past, both fixity and mobility are located in a temporal frame where speed is ascendant and consequential. This type of fixity cannot be fully captured through a description confined to its material and locational features. The real estate industry illustrates some of these issues. Financial firms have invented instruments that liquefy real estate, thereby facilitating investment in real estate and its ‘circulation’ in global markets. Even though the physical remains part of what constitutes real estate, it has been transformed by the fact that it is represented by highly liquid instruments that can circulate in global markets. It may look the same, it may involve the same bricks and mortar, it may be new or old, but it is a transformed entity⁴.

⁴. I use the term imbrication to capture this simultaneous interdependence and specificity of each the digital and the nondigital. They work on each other, but they do not produce hybridity in this process. Each maintains its distinct irreducible character (Sassen, 2008: ch. 7).

Perhaps the opposite kind of articulation of law and territory from that of global finance is evident in a domain that has been equally transformed by digitization, but under radically different conditions. The key digital medium is the public access Internet, and the key actors are largely resource-poor organizations and individuals (for a range of instances see, for example, Daniels, 2009; Friedman, 2005; Imbert, 2008; Tennant, 2007). This produces a specific kind of activism, one centred on multiple localities yet connected digitally at scales larger than the local, often reaching a global scale. As even small, resource-poor organizations and individuals can become participants in electronic networks, it signals the possibility of a sharp growth in cross-border politics by actors other than states (Bartlett, 2007; Khagram, Riker & Sikkink, 2002; Warkentin, 2001). What is of interest here is that while these are poor and localized actors, in some ways they can partly bypass territorial state jurisdictions and, though local, they can begin to articulate with others worldwide and thereby constitute an incipient global commons.

We see here the formation of types of global politics that run through the specificities of localized concerns and struggles yet can be seen as expanding democratic participation beyond state boundaries. I regard these as non-cosmopolitan versions of global politics that in many ways raise questions about the relation of law to place that are the opposite of those raised by global finance.

From the perspective of state authority and territorial jurisdictions, the overall outcome might be described as a destabilizing of older formal hierarchies of scale and an emergence of not fully formalized new ones. Older hierarchies of scale, dating from the period that saw the ascendance of the nation-state, continue to operate. They are typically organized in terms of institutional level and territorial scope: from the international down to the national, the regional, the urban, and the local. But today's rescaling dynamics cut across institutional size and across the institutional encasements of territory produced by the formation of national states (Borja & Castells, 1997; Graham, 2003; Harvey, 2007; Mansell et al., 2009; Swyngedouw, 1997; Taylor, 2007).

Electronic Financial Markets: Making Informal Power Politics

Electronic financial markets are an interesting case because they are perhaps the most extreme example of how the digital might reveal itself to be indeed free of any spatial and, more concretely, territorial conditionalities. A growing scholarship examines the more extreme forms of this possibility, vis à vis both finance and other sectors (for example, Benkler, 2006; Bollier, 2009; Fernando, 2010; Korbin, 2001; *The Internet and the Sovereign State*, 1998). The mix of speed, interconnectivity, and enhanced leverage evinced by electronic markets produces an image of global finance as hypermobile and placeless. Indeed, it is not easy to demonstrate that these markets are embedded in anything social, let alone concrete, as in cement.

The possibility of an almost purely technical domain autonomous from the social is further reinforced by the growing role played by academic financial economics in the invention of new derivatives, today the most widely used instrument. It has led to an increasingly influential notion that if anything these markets are embedded in academic financial economics. The latter has emerged since the 1980's as the shaper and legitimator, or the author and authorizer, of a new generation of derivatives (Callon, 1998; MacKenzie, 2003; Barrett & Scott, 2004; Preda, 2009). Formal financial knowledge, epitomized by academic financial economics, is a key competitive resource in today's financial markets; work in that field thus also represents the 'fundamentals' of the market value of formal financial knowledge, that is, some of these instruments or models are more popular among investors than others⁵. Derivatives, in their many different modes, embody this knowledge and its market value.

⁵. The model designed for Long Term Capital Management (LTCM) was considered a significant and brilliant innovation. Others adopted similar arbitrage strategies, despite the fact that LTCM did its best to conceal its strategies (MacKenzie, 2003). MacKenzie and Millo (2003) posit that two factors ensured the success of option pricing theory (Black-Scholes) in the Chicago Board Options Exchange. First, the markets gradually changed (e.g. alterations of Regulation T, the increasing acceptability of stock borrowing, and better communications) so that the assumptions of the model became increasingly realistic. Second, the spread of a particular technical culture of interpretation in the context of globalized economic processes gradually reduced barriers to the model's widespread use. The performativity of this model was not automatic but 'a contested, historically contingent outcome, ended by a historical event, the crash of 1987' (MacKenzie, 2003: 138).

But these technical capabilities, along with the growing complexity of instruments, actually generate a need for cultures of interpretation in the operation of these markets, cultures best produced and enacted in financial centres —that is, very territorial, complex, and thick environments. Thus, and perhaps ironically, as the technical and academic features of derivatives instruments and markets become stronger, these cultures become more significant in an interesting trade-off between technical capacities and cultural capacities (Sassen, 2008: ch. 7). We can then use the need for these cultures of interpretation as an indicator of the limits of the academic embeddedness of derivatives and therewith recover the social architecture of derivatives trading markets. More specifically, it brings us back to the importance of financial centres —as distinct from financial ‘markets’— as key, nested communities enabling the construction and functioning of such cultures of interpretation. The need for financial centres also, then, explains why the financial system needs a network of such centres (Budd, 1995; Sassen, 1991/2001). This need, in turn, carries implications for territorially bounded authority, and signals the formation of a specific type of territoriality, one marked by electronic networks and territorial insertions. Global cities are a more general, less narrowly technical instance of this same dynamic, including sectors other than finance. And beyond these types of formations there are other types of multi-sited global geographies —such as those binding Silicon Valley to Bangalore and kindred spaces. (See generally, Borja & Castells, 1997; Chen & de’Medici, 2010; Derudder et al., 2010; Graham, 2003; Taylor, 2007).

Yet alongside these territorial insertions that give national states some traction in regulating even the most global of financial markets (and other kinds of global firms and markets), the massive increases in values traded has given finance a good measure of power over national governments. This increase is probably one of the most significant outcomes of digitization in finance, with three of its capacities particularly critical (Sassen, 2008: chaps. 5 & 7). One is the digitizing of financial instruments. Computers have facilitated the development of these

instruments and enabled their widespread use. Much of the complexity can be contained in the software, enabling users who might not fully grasp either the financial mathematics nor the software algorithms involved. Further, when soft-ware facilitates proprietary rights it also makes innovations more viable. Through innovations finance has raised the level of liquidity in the global capital market and increased the possibilities for liquefying forms of wealth hitherto considered non-liquid. The overall result has been a massive increase in the securitizing of previously untradeable assets, including various kinds of debt, and hence a massive increase in the overall volumes of global finance. Mediated through the specifics of contemporary finance and financial markets, digitization can then be seen as having contributed to a vast increase in the range of transactions.

Second, the distinctive features of digital networks can maximize the advantages of global market integration: simultaneous interconnected flows and decentralized access for investors and for exchanges in a growing number of countries. The key background factor here is that since the late 1980's countries have de- and re-regulated their economies to ensure cross-border convergence and the global integration of their financial centres. This non-digital condition amplified the new capabilities introduced by the digitization of markets and instruments.

Third, because finance is particularly about transactions rather than simply flows of money, the technical properties of digital networks assume added meaning. Interconnectivity, simultaneity, decentralized access, and software instruments, all contribute to multiply the number of transactions, the length of transaction chains (that is, the distance between instrument and underlying assets), and thereby the number of participants. The overall outcome is a complex architecture of transactions that promote exponential growth in transactions and value.

These three features of today's global market for capital are inextricably related to the new technologies. The difference they have made can be seen in two con-

sequences. One is the multiplication of specialized global financial markets. It is not only a question of global markets for equities, bonds, futures, currencies, but also of the proliferation of enormously specialized global sub-markets for each of these. This proliferation is a function of increased complexity in the instruments, in turn made possible by digitization of both markets and instruments.

The second consequence is that the combination of these conditions has contributed to the distinctive position of the global capital market in relation to several other components of economic globalization. We can specify two major traits; one concerns orders of magnitude and the second the spatial organization of finance. In terms of the first, indicators are the actual monetary values involved and, though more difficult to measure, the growing weight of financial criteria in economic transactions, sometimes referred to as the financializing of the economy. From 1980 to 2000, the total stock of financial assets increased three times faster than the aggregate gross domestic product (GDP) of the 23 highly developed countries that formed the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) for much of this period; and the volume of trading in currencies, bonds, and equities increased about five times faster. This aggregate GDP stood at about US\$30 trillion in 2000, while the worldwide value of internationally traded derivatives had reached over US\$65 trillion in the late 1990s, a figure that rose to US\$168 trillion in 2001. Since 2000 the different growth rates have diverged even faster, with finance reaching US\$262 trillion in 2004 and US\$640 trillion in 2007, right before the financial crisis broke in September 2008 (Sassen, 2011: chap. 4), compared with US\$15 trillion for global trade in 2007 and US\$11 trillion for global foreign direct investment (FDI) stock.

A second major set of issues about the transformative capacities of digitization has to do with the limits of technologically driven change, or, in other words, with the point at which this global electronic market for capital runs into the walls of its embeddedness in non-digital conditions. There are two distinct aspects here.

One is the extent to which the global market for capital even though global and digital is actually embedded in multiple environments, some indeed global in scale, but others subnational, that is, the actual financial centres within which the exchanges are located (Harvey, 2007; MacKenzie & Millo, 2003; Preda, 2009; Sassen, 2011: chaps. 4 & 5). A second issue is the extent to which it remains concentrated in a limited number of the most powerful financial centres notwithstanding its character as a global electronic market and the growing number of 'national' financial centres that constitute it (GAWC, 2005; Sassen, 2008: ch. 5; Taylor et al. 2007). The deregulation of finance could conceivably have led to wide geographic dispersal of this most electronic and global of markets.

The sharp concentration in leading financial markets can be illustrated with a few facts⁶. London, New York, Tokyo (notwithstanding a national economic recession), Paris, Frankfurt, and a few other cities regularly appear at the top and represent a large share of global transactions. This holds even after the 9/11 attacks in New York that destroyed the World Trade Center (though it was mostly not a financial complex) and damaged over 50 surrounding buildings, home to much financial activity. The level of damage was seen by many as a wake-up call to the vulnerabilities of sharp spatial centralization in a limited number of sites. London, Tokyo, New York, Paris (now consolidated with Amsterdam and Brussels as EuroNext), Hong Kong, and Frankfurt account for a major share of worldwide stock market capitalization. London, Frankfurt, and New York account for an enormous world share in the export of financial services. London, New York, and Tokyo account for 58 per cent of the foreign exchange market, one of the few truly global markets; together with Singapore, Hong Kong, Zurich, Geneva, Frankfurt, and Paris, they account for 85 per cent in this, the most global of markets. These high levels of concentration do not preclude considerable activity in a large number of other markets, even though the latter may account for a small global share.

⁶. Among the main sources of data for the figures cited in this section are the International Bank for Settlements (Basle); International Monetary Fund (IMF) national accounts data; specialized trade publications such as Wall Street Journal's WorldScope, Morgan Stanley Capital International; The Banker; data listings in the Financial Times and in The Economist. For a more detailed account and full bibliography, see Sassen (2011: chapters 2, 4 & 5).

This trend towards consolidation in a few centres, even as the network of integrated financial centres expands globally, also is evident within countries. In the United States for instance, New York concentrates the leading investment banks with only one other major international financial centre in this enormous country, Chicago. Sydney and Toronto have equally gained power in continental sized countries, and have taken over functions and market share from what were once the major commercial centres, respectively Melbourne and Montreal. So have Sao Paulo and Bombay, which have gained share and functions from respectively Rio de Janeiro in Brazil, and New Delhi and Calcutta in India. These are all enormous countries and one might have thought that they could sustain multiple major financial centres, especially given their multi-polar urban system. It is not that secondary centres are not thriving, but rather that the leading centres have gained more rapidly and gained disproportionately from integration with global markets. This pattern is evident in many countries, including the leading economies of the world.

In brief, the private digital space of global finance intersects in at least two specific and often contradictory ways with the world of state authority and law. One is through the incorporation into national state policy of types of norms that reflect the operational logic of the global capital market rather than the national interest. The second is through the partial embeddedness of even the most digitized financial markets in actual financial centres, which partly returns global finance to the world of national governments although it does so under the umbrella of denationalized (that is, global-oriented) components of the state regulatory apparatus. Global digitized finance makes legible some of the complex and novel imbrications between law and territory, notably that there is not simply an overriding of national state authority even in the case of this most powerful of global actors. There is, rather, both the use of national authority for the implementation of regulations and laws that respond to the interests of global finance (with associated denationalizing of the pertinent state capacities involved), and

the renewed weight of that authority through the ongoing need of the global financial system for financial centers.

These conditions raise a number of questions about the impact of this concentration of capital in global markets that allow for accelerated circulation in and out of countries. The global capital market now has the power to 'discipline' national governments, that is to say, to subject to financial criteria various monetary and fiscal policies that previously may have been subject to broader economic or social criteria. Does this trend alter the functioning of democratic governments? While the scholarly literature has not directly raised or addressed such questions, we can find more general responses, ranging from those who find that in the end the national state still exercises the ultimate authority in regulating finance to those who see in the larger global economy an emergent power gaining at least partial ascendance over national states.

Even the Immobile and Bearers of Local Knowledge Can Be Part of Global Politics

Digital media are critical for place-centred activists focused on local issues that connect with other such groups around the world. This is cross-border political work centred on the fact that specific types of local issues recur in localities across the world⁷. These are politics which are partly embedded in non-digital environments that shape, give meaning to, and to some extent constitute the event, and in this regard are to be distinguished from the politics posited in the foundational theorizing about hacktivism (Denning, 1999) and cyberwar (Der Derian, 2001). But they all share the fact of being forms of activism that contribute to an incipient unbundling of the exclusive authority, including symbolic authority, over territory

⁷. This parallels cases where use of the Internet has allowed diasporas to be globally interconnected rather than confined to a one-to-one relationship with the country or region of origin.

and people we have long associated with the national state. This unbundling may well happen even when those involved are not necessarily problematizing the question of nationality or national identity; it can be a *de facto* unbundling of formal authority, one not predicated on a knowing rejection of the national.

None of this is historically new. Yet there are two specific matters that signal the need for empirical and theoretical work on their ICT enabled form. One is that much of the conceptualization of the local in the social sciences has assumed physical or geographic proximity, and thereby a sharply defined territorial boundedness, with the associated implication of closure. The other, partly a consequence of the first, is a strong tendency to conceive of the local as part of a hierarchy of nested scales amounting to an institutionalized hierarchy, especially once there are national states. Even if these conceptualizations hold for most of what is the local today, the new ICT's are destabilizing these arrangements and invite a re-conceptualization of the local able to accommodate instances that diverge from dominant patterns. Key among these current conditions are globalization and/or globality, as constitutive not only of cross-border institutional spaces but also of powerful imaginaries enabling aspirations to transboundary political practice even when the actors involved are basically localized and not mobile.

Computer-centred interactive technologies facilitate multiscalar transactions and simultaneous interconnectivity among those largely confined to a locality. They can be used to further develop old strategies and to develop new ways of organizing, notably electronic activism (Bartlett, 2007; Bollier, 2010; Denning, 1999; Rogers, 2004; Smith, 2001; Yang, 2003). Internet media are the main type of ICT used, especially email, for organizations in the global south confined by little bandwidth and slow connections. To achieve the forms of globality that concern me in this chapter, it is important that there be a recognition of these technical constraints among major transnational organizations dealing with the global south. This is what activists began to do in the 1990s, for instance, making

text-only databases, with no visuals or HTML, no spreadsheets, and none of the other facilities that demand considerable bandwidth and fast connections (Pace & Panganiban, 2002: 113; Electronic Frontier Foundation, 2002).⁸

As has been widely recognized, new ICT's do not simply replace existing media techniques. The evidence is far from systematic and the object of study is continuously undergoing change. But we can basically identify two patterns. One is of no genuine need for these particular technologies given the nature of the organizing, or, at best, underutilization. Another is creative utilization of the new ICT's along with older media to address the needs of particular communities, such as using the Internet to send audio files to be broadcast over loudspeakers to groups with no Internet connectivity, or that lack literacy. The M. S. Swaminathan Research Foundation in southern India has supported such work by setting up Village Knowledge Centres catering to populations that even when illiterate, know exactly what types of information they need or want; for example, farmers and fishermen know the specific types of information they need at various times of the seasons. Amnesty International's International Secretariat has set up an infrastructure to collect electronic news feeds via satellite, which it then processes and redistributes to its staff workstations.

Use of these technologies also contributed to forming new types of organizations and activism beginning in the 1980's. Yang (2003) found that what were originally exclusively online discussions among groups and individuals in China concerned with the environment, evolved into active non-governmental organizations (NGO's). The diverse online hacktivisms examined by Denning (1999) are made

⁸. There are several organizations that work on adjusting to these constraints or providing adequate software and other facilities to disadvantaged NGOs. An early example is that of Bellanet (2002), a nonprofit set up in 1995 that played a critical role in Latin America. It helps poor NGO's gain access to online information and with information dissemination to the south. To that end it has set up Web-to-email servers that can deliver Web pages by e-mail to users confined to low bandwidth. It has developed multiple service lines. Bellanet's Open Development service line seeks to enable collaboration among NGO's through the use of open source software, open content, and open standards; so it customized the Open Source PHP-Nuke software to set up an online collaborative space for the Medicinal Plants Network. Bellanet adopted Open Content making all forms of content on its Web site freely available to the public; it supports the development of an open standard for project information (International Development Markup Language - IDML). Such open standards enable information sharing.

up of mostly new types of activism. Perhaps the most widely known case of how the Internet made a strategic difference, the Zapatista movement, became two organizational efforts; one a local rebellion in the mountains of Chiapas in Mexico, the other a transnational electronic civil society movement joined by multiple NGO's concerned with peace, trade, human rights, and other social justice struggles. The movement functioned through both the Internet and conventional media (Arquilla & Ronfeldt, 2001; Cleaver, 1998; Oleson, 2005), putting pressure on the Mexican government. It shaped a new concept for civil organizing: multiple rhizomatically connected autonomous groups (Cleaver, 1998).

Far less known is that the local Zapatistas lacked an email infrastructure (Cleaver, 1998) let alone collaborative workspaces on the Web. Messages had to be hand-carried, crossing military lines to bring them to others for uploading to the Internet; further, the solidarity networks themselves did not all have email, and sympathetic local communities often had problems with access (Mills, 2002: 83). Yet Internet-based media did contribute enormously, in good part because of preexisting social networks, a fact that is important in social movements initiatives (Khagram, Riker & Sikkink, 2002; Tennant, 2007) and in other contexts, including business (see Garcia, 2002). Among the electronic networks involved, LaNeta played a crucial role in globalizing the struggle. LaNeta is a civil society network established with support from a San Francisco-based NGO, the Institute for Global Communication (IGC). In 1993 LaNeta became a member of the Association for Progressive Communications (APC) and began to function as a key connection between civil society organizations within and outside Mexico. A local movement in a remote part of the country transformed LaNeta into a transnational information hub.

All of this facilitates a new type of cross-border politics, deeply local yet intensely connected digitally. Activists can develop networks for circulating place-based information (about local environmental, housing, political conditions) that can

become part of their political work, and they can strategize around global conditions—the environment, growing poverty and unemployment worldwide, lack of accountability among multinationals, and so forth. While such political practices have long existed with other media and with other velocities, the new ICT's change the orders of magnitude, scope, and simultaneity of these efforts. This inscribes local political practice with new meanings and new potentialities. These dynamics are also at work in the constituting of global public spheres that may have little to do with specific political projects (Krause & Petro, 2003; Sack, 2005), though they do not always work along desired lines (Cederman & Kraus, 2005).

Such multiscalar politics of the local can exit the nested scalings of national state systems, an option that begins to emerge strongly already in the 1980's (for example, Bartlett, 2007; Drainville, 2005; Tennant, 2007; Williamson, Alperovitz & Imbroscio, 2002). They can directly access other such local actors in the same country and city or across borders. It is important not to forget the early, often arduous history of activists adapting the technology to their needs. One Internet-based technology that reflects this possibility of escaping nested hierarchies of scale is the now familiar online workspace, mostly associated with office work, and used for Internet-based collaboration (Bach & Stark, 2005), was developed by activists also as a way of escaping nested hierarchies of scale: to constitute a community of practice or knowledge network. An early example of such an activist online workspace was the Sustainable Development Communications Network (Kuntze, Rottmann & Symons, 2002) set up by a group of civil society organizations in 1998. It is a virtual, open, and collaborative organization to inform broader audiences about sustainable development, and build members' capacities to use ICT's effectively. It has a trilingual Sustainable Development Gateway to integrate and showcase members' communication efforts. It contains links to thousands of member-contributed documents, a job bank, and mailing lists on sustainable development. It is one of several NGO's whose aim is to promote civil society collaboration through ICT's; others include the Association

for Progressive Communications (APC), One World International, and Bellanet. The types of political practice discussed here are not the cosmopolitan route to the global. They are global through the knowing multiplication of local practices. These are types of sociability and struggle deeply embedded in people's actions and activities. They also involve institution-building work with global scope that can come from localities and networks of localities with limited resources, and from informal social actors. Actors 'confined' by domestic roles can become actors in global networks without having to leave their work and roles in home communities. From being experienced as purely domestic and local, these 'domestic' settings become microenvironments on global circuits. They need not become cosmopolitan in this process; they may well remain domestic and particularistic in their orientation and continue to be engaged with their households, and local community struggles, and yet they are participating in emergent global politics. A community of practice can emerge that creates multiple lateral, horizontal communications, collaborations, solidarities, and supports.

Conclusion

28

These two cases illuminate specific aspects of the capacities of digital technologies to override existing relations of law to territory with their ensconced formalized systems of knowledge. One notable emergent trend is the possibility even for resource-poor actors partially to exit national encasements and emerge as global political actors. But these cases also illuminate the specific conditionalities under which this takes place: the digital and the nondigital moment in the often complex processes wherein these new technologies are deployed. This signals the formation of spatio-temporal orders that need to be distinguished from those of the national and, further, also construed as distinct from the global; in short, these are orders that can cut across the duality of global/national.

Using these two cases helps illuminate the very diverse ways in which this partial overriding can happen. They are extreme cases, one marked by hypermobility and the other by immobility. But they show us that both are subject to particular types of embeddedness and to particular types of novel potentials for global operation. Financial markets and electronic activism reveal two parallel developments associated with particular technical properties of the new ICT's. They also reveal a third, radically divergent outcome, one I interpret as signaling the weight of the specific social logics of users in each case.

First, perhaps the most significant feature in both cases is the possibility of expanded decentralization and simultaneous integration. That local political initiatives can become part of a global network parallels the articulation of the capital market with a network of financial centres. That the former relies on public access networks and the latter on private dedicated networks does not alter this technical outcome. Among the technical properties that produce the specific utility in each case is the possibility of being global without losing the articulation with specific local conditions and resources. In fact, this articulation is not only simultaneous, but also constitutive of each of these distinct formations. As with the global capital market, there is little doubt that digital networks have had a sharp impact on resource-poor organizations and groups engaged in cross-border work.

Second, once established, expanded decentralization and simultaneous integration enabled by global digital networks, produce threshold effects. Today's global electronic capital market can be distinguished from earlier forms of international financial markets due to some of the technical properties of the new ICT's, notably the orders of magnitude that can be achieved through decentralized simultaneous access and interconnectivity, and through the softwaring of increasingly complex instruments which enables far more traders to use these instruments. In the second case, the threshold effect is the possibility of constituting transboundary publics and imaginaries rather than being confined to communication or information

searches. Insofar as the new network technologies strengthen and create new types of cross-border activities among nonstate actors, they enable the constitution of a distinct and only partly digital condition variously referred to as global civil society, global publics, and commons.

Third, the significant difference lies in the substantive rationalities, values, objectives, and conditionings to which each type of actor is subject. Once we introduce these issues, we can see a tendency in each domain toward cumulative causation leading to a growing differentiation in outcomes. The constitutive capabilities of the new ICT's lie in a combination of digital and nondigital variables. It is not clear that the technology alone could have produced the outcome. The nondigital variables differ sharply between these two cases, even as digitization is crucial for constituting the specificity of each case. The divergence is evident in the fact that the same technical properties produced greater concentration of power in the case of the capital market, and greater distribution of power in public access civil society oriented networks.

The issues introduced in this chapter point to the enormous capabilities of these technologies, but also to their limitations. It is in good part the social logics of users and actors that contribute to the outcomes, and hence to the 'distortion' of technical properties. The logics of users may not correspond to the engineer's design. The outcome of their interaction is a hybrid, an ecology that mixes technical properties and social logics. The fact of this re-shaping by the social logics of users and digitized actors carries implications for governance and democratic participation. They will not necessarily allow users to escape state authority, nor will they necessarily ensure democratic outcomes. They will not inevitably globalize users and eliminate their articulation with particular localities, but they will make globality a resource for users as diverse as the two examined here. The outcomes are not unidirectional and seamless. They are mixed, contradictory, and lumpy.

Bibliography

Arquilla, J. & Ronfeldt, D. F. (2001). *Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy*. Santa Monica, CA: Rand.

Avgerou, C. (2002). *Information Systems and Global Diversity*. Oxford University Press.

Bach, J. & Stark, D. (2005). Recombinant Technology and New Geographies of Association. In: Latham, R. & Sassen, S. (eds.), *Digital Formations: IT and New Architectures in the Global Realm* (pp. 37-53). Princeton, NJ: Princeton University Press.

Barfield, C. E., Heiduk, G. & Welfens, P. J. J. (eds.). (2003). *Internet, Economic Growth and Globalization: Perspectives on the New Economy in Europe, Japan and the USA*. New York: Springer.

Barrett, M. & Scott, S. (2004). Electronic Trading and the Process of Globalization in Traditional Futures Exchanges: A Temporal Perspective. *European Journal of Information Systems*, 13(1), 65-79.

Barry, A. & Slater, D. (2002). Introduction: The Technological Economy. *Economy and Society*, 31(2), 175-93.

Bartlett, A. (2007). The City and the Self: The Emergence of New Political Subjects in London. In: Sassen, S. (ed.), *Deciphering the Global: Its Spaces, Scales and Subjects* (pp. 221-242). New York and London: Routledge.

Bellanet, A. (2002). Report on Activities 2001-2002. Recuperado de: <http://home.bellanet.org>.

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.

Bennett, W. L. & Entman, R. M. (eds.). (2001). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bollier, D. (2009). *Viral Spiral: How the Commoners Built a Digital Republic of Their Own*. New York: New Press.

Borgman, C. L. (2010). *Scholarship in the Digital Age: Information, Infrastructure, and the Internet*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Borja, J. & Castells, M. (1997). *The Local and the Global: Management of Cities in the Information Age*. London: Earthscan.

Bousquet, M. & Wills, K. (eds.). (2003). *Web Authority: Online Domination and the Informatics of Resistance*. Boulder, CO: Alt-x Press.

Bowker, G. C. & Star, S. L. (1999). *Sorting Things Out: Classification and its Consequences*. Cambridge, MA: MIT Press.

Budd, L. (1995). Globalisation, Territory, and Strategic Alliances in Different Financial Centres Source. *Urban Studies*, 32(2), 345-360.

Callon, M. (1998). *The Laws of the Markets*. Oxford. Blackwell Publishers.

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture, Volume 1*. Oxford: Blackwell.

Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. New York: Oxford University Press.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

Cederman, L. E. & Kraus, P. A. (2005). Transnational Communications and the European Demos. In: Latham, R. & Sassen, S. (eds.), *Digital Formations: IT and New Architectures in the Global Realm*. Princeton, NJ: Princeton University Press, pp. 283-311.

Chen, X. & de'medi, T. (2010). Research Note - The "Instant City" Coming of Age: Production of Spaces in China's Shenzhen Special Economic Zone. *Urban Geography*, 31, 1141-1147.

Cleaver, H. (1998). The Zapatista Effect: The Internet and the Rise of an Alternative Political Fabric. *Journal of International Affairs*, 51(2), 621-40.

Coleman, G. (2004). The Political Agnosticism of Free and Open Source Software and the Inadvertent Politics of Contrast. *Anthropological Quarterly*, 77(3), 507-519.

Dean, J. (2002). *Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy*. Ithaca, NY: Cornell University.

Dean, J., Anderson, J. W. & Lovink, G. (2006). *Reformatting Politics: Information Technology and Global Civil Society*. London: Routledge.

Denning, D. (1999). *Information Warfare and Security*. New York: Addison-Wesley.

Der Derian, J. (2001). *Virtuous War: Mapping the Military-Industrial-Media-Entertainment Network*. Boulder, CO: Westview Press.

Drainville, A. (2005). *Contesting Globalization: Space and Place in the World Economy*. London: Routledge.

Drake, W. J. & Williams III, E. M. (2006). *Governing Global Electronic Networks: International Perspectives on Policy and Power*. Cambridge, MA: MIT Press.

Electronic Frontier Foundation. (2002). *Activist Training Manual*. Presented at the Ruckus Society Tech Toolbox Action Camp, 24 June-2 July.

Elmer, G. (2004). *Profiling Machines: Mapping the Personal Information Economy*. Cambridge, MA: MIT Press.

Fernando, V. (2010). Think Tank Warns that Hong Kong's Dangerous Dependence on Finance Could Result in Catastrophe. Retrieved Dec. 30, 2010. (<http://www.businessinsider.com/hong-kong-financial-sector-too-big-2010-6>)

Fisher, M. (2006). Wall Street Women: Navigating Gendered Networks in the New Economy. In: Fisher M. & Downey, G. (eds.), *Frontiers of Capital: Ethnographic Reflections on the New Economy* (pp. 209-236). Durham: Duke University Press.

Fisher, M. & Downey, G. (eds.) (2006). *Frontiers of Capital: Ethnographic Reflections on the New Economy*. Durham: Duke University Press.

Fraser, N. (2007). Transnationalizing the Public Sphere: On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. *Theory, Culture & Society*, 24(4), 7-30.

Friedman, E. J. (2005). The Reality of Virtual Reality: The Internet and Gender Equality Advocacy in Latin America. *Latin American Politics and Society*, 47, 1-34.

Garcia, L. (2002). Architecture of Global Networking Technologies. In: Sassen, S. (ed.), *Global Networks, Linked Cities* (pp. 39-70). London: Routledge.

GAWC (*Globalization and World Cities Study Group and Network*). (2005). Accessed 18/03/2006, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/>

Glasius, M., Kaldor, M. & Anheier, J. (eds.). (2002). *Global Civil Society Yearbook 2002*. Oxford University Press.

Graham, S. (ed.). (2003). *The Cybercities Reader*. London: Routledge.

Gurstein, M. (ed.). (2000). *Community Informatics: Enabling Communities with Information and Communication Technologies*. Hershey, PA: Idea Group.

Harvey, R. (2007). The Sub-National Constitution of Global Markets. In: Sassen, S. (ed.), *Deciphering the Global: Its Spaces, Scales and Subjects* (pp.199-216). New York and London: Routledge.

Helleiner, E. (1999). Sovereignty, Territoriality and the Globalization of Finance. In: D. A. Smith, D. A., Solinger, D. J. & Topik, S. (eds.), *States and Sovereignty in the Global Economy* (pp. 138-57). London: Routledge.

Himanen, P. (2001). *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House.

Howard, P. N. (2006). *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. New York: Cambridge University Press.

Howard, P. N. & Jones, S. (eds.). (2004). *Society Online: The Internet in Context*. London: Sage.

Imbert, P. (ed.). (2008). *Theories of Inclusion and Exclusion in Knowledge-Based Societies*. Ottawa, Canada: University of Ottawa Press.

Khagram, S., Riker, J. V. & Sikkink, K. (eds.). (2002). *Restructuring World Politics: Transnational Social Movements, Networks, and Norms*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Klein, H. (2005). *ICANN Reform: Establishing the Rule of Law*. Prepared for the World Summit on the Information Society (WSIS). Accessed 18/03/2006, http://www.ip3.gatech.edu/images/ICANN-Reform_Establishing-the-Rule-of-Law.pdf.

Knorr Cetina, K. & Bruegger, U. (2002). Global Microstructures: The Virtual Societies of Financial Markets. *American Journal of Sociology*, 107(4), 905-50.

Knorr Cetina, K. & Preda, A. (eds.). (2004). *The Sociology of Financial Markets*. Oxford: Oxford University Press.

Koopmans, R. (2004). Movements and Media: Selection Processes and Evolutionary Dynamics in the Public Sphere. *Theory and Society*, 33(3-4), 367-91.

Korbin, S. J. (2001). Territoriality and the Governance of Cyberspace. *Journal of International Business Studies*, 32(4), 687-704.

Krause, L. & Petro, P. (eds.). (2003). *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age*. New Brunswick, NJ, and London: Rutgers University Press.

Kuntze, M., Rottmann, S. & Symons, J. (2002). *Communications Strategies for World Bank and IMF-Watchers: New Tools for Networking and Collaboration*. London: Bretton Woods Project and Ethical Media. Accessed 18/03/2006, <http://www.brettonwoodsproject.org/strategy/commosrpt.pdf>.

Latham, R. & Sassen, S. (2005). Introduction. *Digital Formations: Constructing an Object of Study*. In: Latham, R. & Sassen, S. (eds.), *Digital Formations: IT and New Architectures in the Global Realm* (pp. 1-34). Princeton NJ: Princeton University Press.

Latour, B. (1996). *Aramis or the Love of Technology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Lebert, J. (2003). Writing Human Rights Activism: Amnesty International and the Challenges of Information and Communication Technologies. In: McCaughey, M. & Ayers, M. (eds.), *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice* (pp. 209-32). London: Routledge.

Lievrouw, L. A. & Livingstone, S. (eds.). (2002). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: Sage Publications.

Lessig, L. (1996). The Zones of Cyberspace. *Stanford Law Review*, 48, 1403-1412.

Lovink, G. (2002). *Dark Fiber: Tracking Critical Internet Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.

Lovink, G. (2008). *Zero Comments: Blogging and Critical Internet Culture*. London: Routledge.

Lovink, G. & Dean, J. (2010). *Blog Theory: Feedback and Capture in the Circuits of Drive*. UK: Polity.

MacKenzie, D. (2003). Long-Term Capital Management and the Sociology of Arbitrage. *Economy and Society*, 32(3), 349-80.

MacKenzie, D. & Elzen, B. (1994). The Social Limits of Speed: The Development and Use of Supercomputers. *IEEE Annals of the History of Computing*, 16(1), 46-61.

MacKenzie, D. & Wajcman, J. (1999). *The Social Shaping of Technology*. Milton Keynes: Open University Press.

MacKenzie, D. & Millo, Y. (2003). Constructing a Market, Performing Theory: The Historical Sociology of a Financial Derivatives Exchange. *American Journal of Sociology*, 109(1), 107-145.

Mansell, R., Chrisanthi Avgerou, D. Q. & Roger, S. (eds.). (2009). *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies*. Oxford University Press.

Mansell, R., Chrisanthi Avgerou, D. Q., Roger, S. & Silverstone, R. (1998). *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*. Oxford University Press.

Mills, K. (2002). Cybernations: Identity, Self-Determination, Democracy, and the 'Internet Effect' in the Emerging Information Order. *Global Society*, 16(1), 69-87.

Monberg, J. (1998). Making the Public Count: A Comparative Case Study of Emergent Information Technology-Based Publics. *Communication Theory*, 8(4), 426-454.

Newman, J. (2001). Some Observations on the Semantics of Information. *Information Systems Frontiers*, 3(2), 155-167.

Olesen, T. (2005). Transnational Publics: New Space of Social Movement Activism and the Problem of Long-Sightedness. *Current Sociology*, 53(3), 419-440.

Pace, W. R. & Panganiban, R. (2002). The Power of Global Activist Networks: The Campaign for an International Criminal Court. In: Hajnal, P. I. (ed.), *Civil Society in the Information Age* (pp. 109-26). Aldershot: Ashgate.

Pauly, L. (2002). Global Finance, Political Authority, and the Problem of Legitimation. In: Biersteker, T. J. & Hall, R. B. (eds.), *The Emergence of Private Authority and Global Governance* (pp. 76-90). Cambridge: Cambridge University Press.

Pryke, M. & Allen, J. (2000). Monetized Time-Space: Derivatives - Money's "New Imaginary"? *Economy and Society*, 29(2), 329-344.

Robinson, S. (2004). Towards a Neopartheid System of Governance with IT Tools, SSRC IT & Governance Study Group. New York: SSRC. Accessed 18/03/2006, http://www.ssrc.org/programs/itic/publications/knowledge_report/memos/robinsonmemo4.pdf.

Rogers, R. (2004). *Information Politics on the Web*. Cambridge, MA: MIT Press.

Rosenau, J. N. & Singh, J. P. (eds.). (2002). *Information Technologies and Global Politics: The Changing Scope of Power and Governance* (pp. 275-87). Albany, NY: State University of New York Press.

Sack, W. (2005). Discourse, Architecture, and Very Large-scale Conversation. In: Latham, R. & Sassen, S. (eds.), *Digital Formations: IT and New Architectures in the Global Realm* (pp. 242-282). Princeton, NJ: Princeton University Press.

Sassen, S. (1999). Digital Networks and Power. In: Featherstone, M. & Lash, S. (eds.), *Spaces of Culture: City, Nation, World* (pp. 49-63). London: Sage.

Sassen, S. (1991/2001). *The Global City*. Princeton: Princeton University Press.

Sassen, S. (2008). *Territory, Authority, Rights: From Medieval to Global Assemblages*. Princeton NJ: Princeton University Press.

Sassen, S. (2011). *Cities in a World Economy*. 4th Updated ed. Thousand Oaks, CA: Sage/Pine Forge.

Seely Brown, J. & Duguid, P. (2002). *The Social Life of Information*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

Shaw, D. (2001). Playing the Links: Interactivity and Stickiness in .Com and "Not. Com" Web Sites. *First Monday* 6. Accessed 18/03/2006, http://www.firstmonday.dk/issues/issue6_3/shaw

Swyngedouw, E. (1997). Neither Global nor Local: "Globalization" and the Politics of Scale. In: Cox, K. R. (ed.), *Spaces of Globalization: Reasserting the Power of the Local* (pp. 137-166). New York: Guilford.

Taylor, P. J. (2004). *World City Network: A Global Urban Analysis*. London: Routledge.

Taylor, P. J., Derudder, B., Saey, P. & Witlox, F. (eds.). (2007). *Cities in Globalization: Practices, Policies Theories*. London: Routledge.

Tennant, E. W. (2007). Locating Transnational Activists: Solidarity with and Beyond Proximity. In: Sassen, S. (ed.), *Deciphering the Global: Its Spaces, Scales and Subjects* (pp.119-138). New York and London: Routledge.

The Internet and the Sovereign State: The Role and Impact of Cyberspace on National and Global Governance. (1998). *Indiana Journal of Global Legal Studies*, 5(2).

- Thrift, N. (2005). *Knowing Capitalism*. Thousand Oaks CA: Sage.
- Waesche, N. M. (2003). *Internet Entrepreneurship in Europe: Venture Failure and the Timing of Telecommunications Reform*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Wajcman, J. (ed.). (2002). Special Issue: Information Technologies and the Social Sciences. *Current Sociology*, 50(3).
- Warkentin, C. (2001). *Reshaping World Politics: NGOs, the Internet, and Global Civil Society*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Whittel, A. (2001). Toward a Network Sociality. *Theory, Culture & Society*, 18 (6), 51-76.
- Williamson, T., Alperovitz, G. & Imbroscio, D. L. (2002). *Making a Place for Community: Local Democracy in a Global Era*. London: Routledge.
- Woolgar, S. (ed.). (2002). *Virtual Society? Technology, Cyberpole, Reality*. Oxford University Press.
- Yang, G. (2003). Weaving a Green Web: The Internet and Environmental Activism in China. *China Environment Series*, 6. Washington, DC: Woodrow Wilson International Centers for Scholars.
- Zaloom, C. (2003). Ambiguous Numbers: Trading Technologies and Interpretation in Financial Markets. *American Ethnologist*, 30(2): 258-272.

Design Discourse

Blank Meaning as Design Affordance. Memory and Fictions (a dialogue between Anna Calvera and Fátima Pombo)*

Abstract

We are interested to contribute to an aesthetics of everyday things, by arguing the theme through the phenomenological context of the 'designed' things from the side of the user, namely as manifestation of self-creation (autopoiesis) and perception of time. Our paper focuses mainly on use as an act of giving meaning to everyday life. Some principles: design deals with memory and present time, tradition and innovation, permanent and ephemeral. Being the individual a perceptive being and being perception given on a horizon that cannot be only defined by efficiency, a product (artifact, thing) is open to diversity of interpretations. This statement will be enlightened with the concept of blank meaning (concept that we created and will be explained along the full paper). The background of our discourse is placed beyond the customization of everyday things: things still live and perform after being acquired. Therefore, we focus on the microdimension of the universe of fictions that allows people to be surrounded by things that have meaning even though they no longer have a function. The conclusion of our paper focus both into designer users and design practice as an act of giving meaning to everyday life. Therefore, arriving to that point, we intend to clarify the concept of meaning in order to contribute towards an Aesthetics of beauty in use.

Anna Calvera
Professor at University of Barcelona (Spain).
Fátima Pombo
Professor at University of Aveiro (Portugal); Professor at Fakulteit Architectuur en Kunsten Sint-Lukas Brussels/Associatie KULeuven (Belgium).

Recibido: Abril 4 2011.

Aprobado: Noviembre 1 de 2011

Key words: Design aesthetics, blank meaning, phenomenology, reminiscences.

* A shorter version of this article was presented by the authors at the 6th ICDHS Conference held in Brussels in September 2010.

Design Discourse Blank Meaning as Design Affordance. Memory and Fictions (a dialogue between Anna Calvera and Fátima Pombo)

Resumen

Estamos interesadas en contribuir a una visión estética de las cosas cotidianas, al discutir el tema a través del contexto fenomenológico de las cosas “diseñadas” desde el lado del usuario, es decir, como manifestación de la auto-creación (autopoiesis) y la percepción del tiempo. Nuestro trabajo se centra principalmente en el “uso” como un acto de dar sentido a la vida cotidiana. Algunos principios: tratos del diseño con la memoria y el tiempo presente la tradición y la innovación, lo permanente y lo efímero. Siendo el individuo un ser perceptivo, y ser dada la percepción de un horizonte que no puede ser definido por la eficiencia, un producto (artefacto, cosa) está abierto a una diversidad de interpretaciones. Esta declaración será iluminada con el concepto de significado en blanco (concepto que hemos creado y se explicará a lo largo del documento completo). El fondo de nuestro discurso se coloca más allá de la personalización de las cosas cotidianas: las cosas siguen viviendo y llevar a cabo después de ser adquirido. Por lo tanto, nos centramos en el universo de micro-dimensión de las ficciones que permiten a la gente a estar rodeado de cosas que tienen significado a pesar de que ya no tienen una función. Las conclusiones de nuestro trabajo se centran tanto en los usuarios de diseño y la práctica del diseño como un acto de dar sentido a la vida cotidiana. Por lo tanto, llegar a ese punto, tenemos la intención de aclarar el concepto de significado con el fin de contribuir a la estética de la belleza está en uso.

Palabras clave: Estética de diseño, sentido, fenomenología, recuerdos.

1. The Phenomenological Context of the Designed Things. About Enjoying Design

As a convergence area of intentionality, the interaction between users and artefacts brings together ‘interior reality’ and ‘exterior reality’, i.e., in a phenomenological language, Eigenworld (own world), and Lebenswelt (world of life) through the Dingwelt (world of the thing).

The representation of the world of things in the frame of the aesthetics of reception —so from the point of view of the users’ behavior— is manifestation of knowledge and perception of the world beyond customization of design goods: things still live after being acquired and its life is what interests us in this text. It is the individual who gives a meaning to the qualities of the thing.

Being the individual a perceptive being and being perception given on a horizon that cannot be only defined by efficiency, a product (artefact, thing) is open, apparently, to diversity of interpretations.

All around us calls for singularity, pleasure, freedom, personalization... whatever it may mask or express. If each man is man+thing (Calvino, 1999: 89), the interpreter (the user) and what he interprets (the thing) are in a mutual circuit of influences. The Calvino’s statement each man is man+thing recalls the opposite positions between Vance Packard and Ernest Dichter regarding the products’ individual interpretation. Among other works, we stress his reasoning in *The Hidden Persuaders* (1957) denouncing the mechanisms of persuasion and manipulation used by marketing, particularly in the post-war North America. Publicity often uses techniques based in the psychological functioning of human being to exploits consumers’ desires that should not be related with objects. Because in effect and according to him, products that should be just merchandises responding to efficient, direct necessities (he means an answer to a practical problem) are

wrapped in a psychological cover that shows them as responses to hidden needs (so called sub-conscious needs). A product, besides being merchandise, appears as a symbolical value that touches an emotion, a feeling, a desire. And that's this value that most of all interferes with the selling success. On the other hand Dichter (1960) studies the relationship that individuals establish with things present in their daily life. He concludes that the division between objective, material things and spiritual ones are hypocrite. Individuals project themselves into things which according to Dichter have a 'soul', i.e. they can provoke psychological effects and emotional reactions in their users and this fact is a positive one. Individuals and things are constantly interfacing inside a social and cultural system of values which things' interface help to distinguish. We are also very much interested in digging on the specificity of the meaning of the relation that a desiring being unfolds with things.

Having as inspiration the Merleau-Ponty's phenomenological approach, we will discuss that mutual circuit of influences —individual/things; desire/meaning; individual-desire/things-meaning— for an individual that is as a bodily incarnated subject (as we considered already in other articles¹. Merleau-Ponty defends that the individual, by the fact that is an inhabitant of the world, searches for a meaning to the existence; a meaning that cannot be separated from the meaning that is attributed to things. Therefore, things, the phenomenon (this that appears hic et nunc), are so important. Thinking is, therefore, making that an experience is converted in something with meaning for a bodily incarnated subject. In accordance with Merleau-Ponty, we understand that by inhabiting the world, the individual unfolds an experience that balances between desire and meaning: the pleasure of the body's experience is inseparable of the experience of the world. This experience of double face (body and world) has also interpretative and practical (from praxis) implications. Hence, we are interested in situating the designed artifact in terms

¹. See, for example, Fátima Pombo, "El deseo de las mañanas. Merleau-Ponty y el diseño" in Anna Calvera's edited book 2007, 83-100.

of the current of relations between objects and experiences highlighting it as a field of experience in which the subject appears as a desiring being.

For each individual, desire is the devil and the god. The desiring subject always has an empty space, while the subject of representation, the transcendental subject, aims to fill all the gaps. Desire does not allow the subject to shut himself in the position of the ego as aporia, as a closing of himself; it is an experience of the limitations and an opening to what is not the self. The subject of desire has no certainties. The body is inhabited by the language of desire, which is a language marked by symbols, images and affections. The body has an emotive dynamic, which oscillates between what is sensitive and intelligible, placing it in the world of interpretation, made of a balance between what is intimate and what is external. The psychosomatic bond develops the conditions in which representation and evocation are formed (the bodily incarnated subject) whenever the subject is placed before objects. The own-body is therefore the reality in which desire is impression and expression and, associated with affection and its representation, has the value of an event. The desiring subject is thus moved depending on the circuit of impression-expression. Sudjic interprets a category of objects that particularly please, calling them 'cult objects'. Those objects display a seduction that awakes the desire of possessing them. He defends that this kind of objects have certain design characteristics that seem to evoke an emotional answer in certain groups of individuals. In texts like *Cult Objects* (1985) or *The Language of Things* (2009), the author speaks about cult objects and of some strategic conditions which favour cult objects' creation and the impact of them in daily life of those who have, exhibit and use them. Focusing on the value of desire, we find a perceptive totality that corresponds to the experience of pleasure in mutual dialectic with imaginary and symbolic. Jourdan develops an interesting thesis in *Designing Pleasurable Products* (2000) by demonstrating the difference between 'pleasure-based and usability-based approaches' when designing.

Since the beginning of time humans have sought pleasure. We have gained pleasure from the natural environment: from the beauty of flowers or the feeling of the sun on our skin; from bathing in soothing waters or the refreshment of a cool breeze (...). Another source of pleasure has been the artefacts with which we have surrounded ourselves. (Jourdan, 2000: 11).

Is there, then, a synthesis possible between the symbolic arguments of Packard and Dichter? We present our thesis, proposing a synthesis between Packard and Dichter with the following statement: while phenomenon offered to interpretation, the designed thing transports besides all functions designers can imagine and display, the possibilities of the blank meaning which cannot be predicted (fortunately) by designers or producers. Things exist very much with and through the individual's meaning concession that general public/the users give to them.

2. The Blank Meaning within the Designed Things

The concept of blank meaning was created by Fátima Pombo as a filling of a conceptual need that could express the freedom in the territory of the being-there (Dasein) while a desiring subject facing the experience of things. So, by blank meaning we mean the interpretation each individual makes of one thing (object) besides all qualities that characterize an object are considered. And that depends on both the object and the subject, but not in any expected way, once the interpretation is ascribed by each individual based on his/her own subjective interpretation and constitution of his/her personal world (Umwelt).

The first time Pombo addressed the concept of blank meaning was at the 4th European Academy of Design Conference (d3- Desire, Designum, Design) hosted by the University of Aveiro, Portugal, on April 2001. In her paper —'Desire and Destiny of Things'— the phenomenology of desire led us to the conclusion that the object of design as a phenomenon passive of interpretation is not innocent: as well as the range of many different functions well signalled, it carries with it a blank meaning. So, if the designed object provides communicative facilities that

are, in principle, clear and intelligible, it does not have to stick to the mission of having to show itself as objective or truthful. Things receive an unexpected and personal meaning during the interpretative process. The blank meaning of the thing is the meaning that, after all its functions have been fulfilled, also allows the subject to form a sense that has impact just for him/herself².

After the presentation in 2001, the concept of blank meaning was maturing through other scientific presentations, and imposing itself to us as a very dynamic methodological concept. More we were interested in deepen our thoughts on an Aesthetics of design from the point of view of user's aesthetic behaviour, more the blank meaning appears as the key to read the importance of interpretation from each subjectivity. Then, in the scientific meeting held in January 2010, in Copenhagen (Cephad 2010, The Borderland between Philosophy and Design Research) the blank meaning was coupled to the concept of autopoiesis. The blank meaning of autopoiesis. The meaning given to the things by each individual participates in the construction of his/her own self. A return to Greek thought will help us to understand, with Aristotle, that the human being cannot find satisfaction merely in knowledge, in the ostentation of judgment, and in measures and numbers, because the human being dwells upon his individual distinctiveness while asserting his condition of poietic being (he/she who makes; he/she who creates).

The Aristotelian model of knowledge does not oppose *theoria* and *praxis* nor does delimit *poiesis* as the sphere of the *techné*. Hence, *poiesis* depends on both the object and the subject, while possibility of giving meaning and defining subjectivity. Pombo proposed in Copenhagen that 'La Chaise' (1948) designed by Charles and Ray Eames may not evoke any particular meaning in spite of its beauty and cult value (among other characteristics), unless it was a special gift offered by a beloved one. But the vase bought a long time ago accompanies its owner in the

². Meanwhile, in a Conference on Graphic Design held in Santo Domingo in 1994, Anna Calvera presented a paper where she introduced the public as the actor who puts the end of the story of what a graphic design tells, something that is conceptually characteristic for graphics made during postmodern times. See Calvera (1996) 'La idea en diseño gráfico: reflexiones sobre la creación (¿o recreación?) de comunicados visuales.' *Experimenta*, 10, Madrid, 1996: 67-82. Translated and published also in *Étapes Graphiques*, 21, Paris, 1996.

several moving in and out of houses and of countries. The experience of moving from country helps to define which are indeed the things (objects) that cannot be left behind. When living in a very different landscape and human environment as were those from birth and temperament, some objects help to give a sense of belonging and peace. Could an object of design such as La Chaise play the same role for somebody?³ Moving is a way of experiencing objects, realizing constantly their true values for their owner. But there is also another way of approaching things, that one experienced by people who always stay in the same place: the way these people get used to be with, accomplishing what once Sartre explained as a typical European approach: to be aware that things last longer than people do. By living always in the same family house, each corner is full of memories, but this is not necessary what makes a person to continue living there, but the simple fact that the house became a home. In that case, La Chaise could be an important element of that home if selected by the inhabitant.

At that point we realize that opposing a very famous and connoted piece of good design with a personal and very local piece of craft wasn't useful anymore to understand the complexity of subjective interpretations an object or a thing may bring up whatever its character. We discussed examples of both situations. Creations of craftsmen, mainly if made by hand, are widely recognized as the true places of memory. Historically have been presented and defended as the real repositories of human values, the only objects that can be authentic in our world. It has often been asserted that a true and culturally legitimate aesthetic experience concerns only craft pieces. On the other hand, 'machine-made-things' are so common nowadays that it is easy to find every kind of products, objects and things in most part of the world. Some of them are useful and well designed things, both humble and discreet and wise in their polite simplicity. They accompany our life without making noise, and in such a low and discreet

³. A research conducted by Mihaly Csikszentmihalyi demonstrated how important were personal reminiscences in the appreciation of things collected by people at home. See Margolin & Buchanan 1995. Then, this was the subject Mario Praz used to write his memories using furniture and objects collected at his house in Rome to explain his life. See Mario Praz (1979), *La casa della vita*. Milano: Adelphi.

profile they sometimes reach and settle our remembered childhood landscape. Most of them inspired Pop artists' imagination, in the sense that Pop artists used images from advertising and from the massive product's consumerism to shape a nostalgic and emotional imaginary, converting such objects in something more than useful objects, namely in childhood memories. Can those objects always be left aside without regret? They are so common, there are so many, that it is really difficult to grow fond of them⁴.

Then, there is indeed another kind of things: design masterpieces so often advertised and considered objects of reference. For that reason, 'La Chaise' of Charles and Ray Eames can perfectly become the repository of souvenirs and affections and be linked sentimentally with its owners and users, mainly with those users that never use it to sit down but just to watch it deeply touched and feeling satisfied to have it. For that reason the path of our reflection opened up and to all designed things that an individual can integrate in his/her autopoiesis process. The individual by choosing objects is giving meaning to it and is communicating that meaning to the others, i.e., is defining a presence among the others. The individual is not only 'I and my circumstances', but is also the objects that fill and abandon his/her circumstances. The challenge now is to take into account the sentimental links and subjective interpretations that all kind of things can awake in their users. Memory is a huge consolation by linking the thread of things and events. Sometimes in the 'spinning process', memory becomes even creative by connecting threads from different time, space and stories. This contributes also for the autopoiesis development of the individual. We are finally what our memories are. Memory is an important topic in the epoch of dematerialization of design and dematerialization of the affections.

If by the diversity of objects we are aware of a mankind that desires, thinks, speaks..., if the individual, through his/her relation with the objects, expresses himself and the

⁴. This was the criticism Vilém Flusser addressed once to mass-production and most common objects created by designers: tools such as Bic ball-point pen. According to Flusser, the abundance of a thing revokes its uniqueness and spirituality. See Flusser 1999.

others... it is necessary to recognize that dematerialization asks for a very decisive role of the memory. The blank meaning is the meaning that remains as fundamental for the existence after forgetting all things, after giving up many other things.

3. How the blank meaning works: introducing the character of a user, a Reader is looking for a book

Personal experiences are useful to explain what we mean but are not enough to reinforce the concept of blank meaning and to show that should be useful to understand the social life of designed things. When discussing about the paper, we remembered a short piece written by Italo Calvino some time ago. The chapter introduces the role of the Reader as an active character within the story told by the romance. In fact, the story starts precisely when the reader decides to buy the book and goes to the bookshop. There he looks and classifies all the books from a very quick glance. Though it is a long quotation, it is interesting to follow his description of the situation written as a dialog of the Writer with the Reader:

In the shop window you have promptly identified the cover with the title you were looking for. Following this visual trail, you have forced your way through the shop past the thick barricade of Books You Haven't Read, which were frowning at you from the tables and shelves, trying to cow you. But you know you must never allow yourself to be awed, that among them there extend for acres and acres the Books You Needn't Read, the Books Made For Purposes Other Than Reading, Books Read Even Before You Open Them Since They Belong To The Category Of Books Read Before Being Written. And thus you pass the outer girdle of ramparts, but then you are attacked by the infantry of the Books That If You Had More Than One Life You Would Certainly Also Read But Unfortunately Your Days Are Numbered. With a rapid manoeuvre you bypass them and move into the phalanxes of the Books You Mean To Read But There Are Others You Must Read First, the Books Too Expensive Now And You'll Wait Till They're Remaindered, the Books ditto When They Come Out In Paperback, Books You Can Borrow From Somebody, Books That Everybody's Read So It's As If You Had Read Them, Too. Eluding these assaults, you come up beneath the towers of the fortress, where other troops are holding out... (Calvino, 1979).

And the classification continues describing new types of books until the reader arrives and you 'leap straight into the citadel of the New Books Whose Author Or Subject Appeals To You'.

Don't worry: at the end, the reader buys just the book he has already decided to buy, that one which was the reason of his journey to the bookshop, and the story goes on introducing the Author who is necessarily not Italo Calvino himself. The text could be interpreted in many ways. Of course it stands and proposes a logical topic, an approach to cognitive maps that people have in mind to think and perform⁵. But this is not our subject here. What is appealing is its ability to show how different is the appreciation of things because it depends on personal situation, personality and character of somebody that also includes his past time, memories and personal experiences. And so, he shows perfectly the way users refill, they stuff in some way, the blank meaning of things giving them a specific content, and by doing so, things become worth just for them.

Calvino introduces some considerations too on the visual appearance of books through their covers and talks about its special aesthetics before they get old and used and then become ready for the second hand market. Calvinos' description of the Reader's feelings about his new purchase is as follows: 'You derive a special pleasure from a just-published book, and it isn't only a book you are taking with you but its novelty as well, which could also be merely that of an object fresh from the factory, the youthful bloom of new books, which lasts until the dust jacket begins to yellow, until a veil of smog settles on the top edge, until the binding becomes dog-eared, in the rapid autumn of libraries'.

From the aesthetic point of view, the translation in English looses the aesthetic quality the original offered. Calvino says "la bellezza dell'asino" —the donkey beauty— a popular expression in Italian used to speak about the beauty of tools and very useful things, characteristic of all these things worth just because they work and help people to live better.

⁵. For an analysis of strange classifications, see the introduction of Foucault to his book *Les Mots et les Choses* (1966) where he deals with Jorge Luis Borges' bizarre classification of animals

In our conversations, objects such as La Chaise stay at the middle of the question just because they go ahead from the functional commandment of Modernist times and point out directly design as an aesthetic practice and discourse. But we need to finish now and so, that's better to finish putting some questions to be disclosed in a next text. Do designed things add a difference to those objects we had chosen to accompany us during life as Jourdan suggests? Are then a special class of objects seen from the aesthetic point of view? Calvino offers a new way of proposing the question even though related to literature and books to be read:

'Even inside this stronghold you can make some breaches in the ranks of the defenders, dividing them into New Books by Authors Or On Subjects Not New (for you or in general) and New Books By Authors Or On Subjects Completely Unknown (at least to you), and defining the attraction they have for you on the basis of your desires and needs for the new and the not new (for the new you seek in the not new and for the not new you seek in the new).'

Anna Calvera & Fátima Pombo (Barcelona & Leuven, 2010).

Bibliography

54

Calvera, A. (ed.) (2007). *De lo Bello de las Cosas. Materiales para una Estética del Diseño*. Barcelona: GG.

Calvino, I. (1979). *Se una note d'inverno un viaggiatore*. Torino: Einaudi. English translation: *If on a winter's night a traveller*. London, Secker & Warburg, 1981: A selection from the first chapter: <http://www.sodsbrood.com/calvino/ifon.htm>

Calvino, I. (1999). *La redenzione degli oggetti*. In: Bonsiepe, G. *Interface an approach to design*. Maastricht: Jan Van Eyck Akademie.

- Carmagnola, F. (2009). *Design. La fabbrica del desiderio*. Milano: Lunetti.
- Csikszentmihalyi, M. (1995). *Design and Order in Everyday Life*. In: Margolin, V. & Buchanan, R. (eds.), *The Idea of Design*. Cambridge Massachusetts: MIT.
- Dichter, E. (1960). *The Strategy of Desire*. London: Boardman & Company Ltd.
- Folkmann, M. N. (2010). *Evaluating Aesthetics in Design: a phenomenological approach*. *Design Issues*, 26(1).
- Folkmann, M. N. (2010). *Design and Possibility*. In: CEPHAD Conference Proceedings *The Borderland between Philosophy and Design Research*. Copenhagen, Denmark: January 2010.
- Flusser, V. (1999). *The Shape of Things. A Philosophy of Design*. London: Reaktion Books.
- Jourdan, P. W. (2000). *Designing pleasurable products*. Taylor and Francis Group.
- Packard, V. (1957). *The Hidden Persuaders*. New York: David McKay.
- Pombo, F. (2001). *Desire and Destiny of Things* in 4th European Academy of Design Conference d3- *Desire, Designum, Design*, University of Aveiro, Portugal, April 2001.
- Sudjic, D. (2009). *The Language of Things*. London: Penguin Books.
- Sudjic, D. (1985). *Cult Objects*. London: Paladin Books.

Diseño y el riesgo del cambio

Victor Margolin
Professor The University of
Illinois at Chicago
Department of Art History

Resumen

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 1 de 2011

“Diseño y el riesgo del cambio” se relaciona con las complejidades de imaginar un futuro como destino de iniciativas de cambio significativo y luego sobre como algunas de estas iniciativas podrían ser formuladas por la comunidad de diseño¹. Tal como Ulrich Beck, Anthony Giddens y otros sociólogos han formulado, efectivamente vivimos en una sociedad de riesgo, la mayoría del cual es causado inadvertidamente por nuestros propios actos.

Un riesgo es el riesgo de cambiar el mundo en que vivimos por uno mejor, donde los problemas que nos atormentan en la actualidad, tales como el cambio climático, la pobreza y las amenazas militares, no posean el mismo nivel de influencia en nuestras vidas. Hablo del riesgo de crear una nueva cultura de sustentabilidad donde podamos vivir más cercanos a principios ecológicos y a los ideales de justicia social que han sido articulados en una serie de documentos, tales como la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Palabras clave: Cambio, diseñadores, diseño, estrategias, individuos, organizaciones, riesgo.

¹. “Diseño y el riesgo del cambio” fue la conferencia presentada por el Dr. Victor Margolin, en el marco del IX Festival Internacional de la Imagen (www.festivaldelaimagen.com), un evento académico que organizó el Departamento de Diseño Visual de la Universidad de Caldas, en abril de 2010.

Design and the risk of change

Abstract

“Design and the Risk of Change” is connected with the complexities of imagining the world as the destination of initiatives of meaningful change and then as how some of these initiatives could be formulated by the design community. As Ulrich Beck, Anthony Giddens and other sociologists have stated it, effectively we live in a society of risk most of which is caused without noticing by our own actions.

Key Words: Change, Designers, design, strategies, individuals, organizations, risk.

Risk is the risk to change the world in which we live for a better one where those problems torturing us presently such as climate change, poverty and military threats, do not have the same influence level in our lives. I talk about the risk of creating a new sustainability culture in which we can live closer to ecological principles and to the social justice ideals that have been articulated in a series of documents such as the Universal Declaration of Human Rights.

58

Abordaré mis comentarios sobre el tema del diseño y el riesgo del cambio hablando, primeramente, de las complejidades de imaginar un futuro como destino de iniciativas de cambio significativo y, luego, sobre cómo algunas de estas iniciativas podrían ser formuladas por la comunidad de diseño. Tal como Ulrich Beck, Anthony Giddens y otros sociólogos han formulado, efectivamente vivimos en una sociedad de riesgo, la mayoría del cual es causado inadvertidamente por nuestros propios actos. Un tipo de riesgo es causado por el peligro. El miedo a ser víctima del terrorismo o de la delincuencia, por ejemplo, ha aumentado recientemente y con justa razón. Nos hemos visto enfrentados, en Occidente, a

repetidas amenazas de agresión por un sinnúmero de grupos terroristas. La ira de estos grupos, unida a sus creencias fundamentalistas, produce situaciones en las cuales no parece haber una mejor solución que una buena defensa y una ofensiva veloz.

Lo mismo puede decirse del crimen y no solo del callejero, sino también sobre el cibercrimen. Los hackers entran rutinariamente en las bases de datos de bancos y gobiernos, para apoderarse de cuentas bancarias y otras formas de identidad digital, así como de documentos políticos. Los virus atacan nuestros computadores diariamente y debemos permanecer constantemente alertas para mantenerlos a raya.

Uno podría continuar con este tipo de ejemplos de tipos de riesgo, pero sería muy deprimente. El peligro debe ser mitigado por una conducta defensiva, con la esperanza de que la situación cambiará para bien. Necesitamos creer que la mayoría de los humanos poseen por lo menos un pequeño potencial para actuar positivamente, para no caer en una situación en la que siempre pensemos que tenemos a los bárbaros en las puertas.

Hoy día me gustaría enmarcar mi charla hablando de otro tipo de riesgo. Este es el riesgo de cambiar el mundo en que vivimos por uno mejor, donde los problemas que nos atormentan en la actualidad, tales como el cambio climático, la pobreza y las amenazas militares, no posean el mismo nivel de influencia en nuestras vidas. Hablo del riesgo de crear una nueva cultura de sustentabilidad con la cual podamos vivir más cercanos a principios ecológicos y a ideales de justicia social que han sido articulados en una serie de documentos, tales como la Declaración Universal de Derechos Humanos.

La ausencia de condiciones de vida adecuadas para toda la gente viola, en gran medida, los derechos humanos enumerados en dos documentos fundamenta-

les de las Naciones Unidas: la Declaración Universal de Derechos Humanos, adoptada por la Asamblea General el 10 de diciembre de 1948, y la Declaración Universal de los Derechos del Niño, proclamados por la misma asamblea el 20 de noviembre de 1959. Los dos documentos, ratificados por casi la totalidad de los miembros de la ONU, reconocen la dignidad de cada ser humano.

La Declaración Universal de Derechos Humanos afirma que “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos”. Son poseedores de derechos fundamentales como la seguridad, el reconocimiento del derecho, el asilo contra la persecución, la libertad de la esclavitud y el derecho a la propiedad, al trabajo y a ir a la escuela. El artículo 25 afirma que “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado para la salud y el bienestar de sí mismo y de su familia, incluyendo alimentación, vestido, vivienda, asistencia médica y los servicios sociales necesarios...”². A estos derechos, la Declaración de los Derechos del Niño, ratificada por todos los Estados miembros de la ONU, excepto Somalia y Estados Unidos, añade beneficios adicionales, tales como el trato especial para los niños con algún impedimento físico, mental o social, y la protección contra el abandono, la crueldad y la explotación.

Los derechos en estas dos declaraciones se derivan de los valores de la Ilustración y están consagrados en las constituciones de la mayoría de los países, y aunque muchos pretenden tenerlos en alta estima, pocos se comprometen a su verdadera realización, y algunos los ignoran por completo. Es evidente que la disparidad entre las declaraciones y su cumplimiento proporciona evidencia de una “lucha de cosmovisiones”. Una política de principios, que implica el compromiso de garantizar los derechos para todos, compite contra una política de poder, que se basa en la búsqueda individual, organizacional y nacional del interés propio.

². Estas citas son sacadas de la Declaración Universal de Derechos Humanos. Esta y la Declaración de Derechos del Niño están disponibles en www.un.org

El proceso de creación de la Declaración Universal de Derechos Humanos, así como el de un grupo menos conocido de pactos y convenciones de las Naciones Unidas sobre derechos humanos —el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos; el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; la Convención contra la Tortura y otros Tratos o Penas Cruelles, Inhumanas o Degradantes; la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer; la Convención para la Prevención y la Sanción del Delito de Genocidio y la Convención Internacional sobre la Eliminación de la Todas las Formas de Discriminación Racial— han sido producto de una visión idealista basada en la creencia de que todos los seres humanos tienen derecho a ciertos derechos. Sabemos bien que estos derechos están siendo constantemente atacados y violados, pero el hecho de que los hayamos articulado los convierten en una guía para lo que podría y debería ser. En lugar de ver estos documentos en materia de derechos como el equivalente a leyes, que difícilmente podrían implementarse, prefiero considerarlos como la articulación de los valores que los más razonables nos esforzamos por alcanzar.

La mención de los valores me lleva a la pregunta central de mi conferencia. ¿Qué premisas subyacen a nuestras visiones del futuro? ¿Qué técnicas poseemos para dar cuerpo intelectual a estas visiones? ¿Cuáles son las posibilidades de convertir estas visiones en acciones? El primer punto que debemos abordar es nuestra capacidad para imaginar. La imaginación no es una actividad acrítica o azarosa. Siempre se basa en valores o en el esfuerzo por dar cuerpo a sentimientos que tenemos acerca de cómo nos gustaría que el mundo o una parte de él fuera. De hecho, nuestra capacidad para imaginar un futuro diferente es fundamental en nuestra capacidad de desarrollar una cultura sustentable.

En la gran tradición del pensamiento utópico, imaginar sociedades futuras ha tenido varios fines. Como en el caso de Platón y su República, ha sido una manera de hacer que los debates sobre teoría social y conducta social humana se

realicen fuera de las limitaciones del mundo real. Para otros, como Tomás Moro, Robert Owen y William Morris, fue una manera de demostrar ideas muy concretas acerca de cómo debe organizarse la sociedad e incluso de deben verse sus objetos y edificios. (Fig. 13) En Estados Unidos, las comunidades Shaker han puesto en práctica sus ideas utópicas sobre las relaciones sociales y sus valores se encuentran codificados en su arquitectura, muebles y otros objetos materiales. En todas estas visiones utópicas, incluidas las que describen una cultura material de forma explícita, los valores son lo esencial.

Por lo tanto, cuando hablamos sobre el riesgo de imaginar un mundo diferente al que ahora vivimos, tenemos que empezar con los valores. En la medida en que las actuales visiones a las que estamos expuestos demuestran no ser satisfactorias, es necesario contemplar los valores que las sustentan. Podemos considerar como un ejemplo de esto el mundo virtual en línea, Second Life, que tiene diez millones o más jugadores en todo el mundo. Bueno, uno podría pensar que diez millones de personas que tienen la libertad de inventar un mundo de su elección y que pasan muchas horas cada semana participando en él —y gastando la considerable suma de dinero que pagan por su participación— podrían insertar una fuerte dosis de idealismo social en su creación. Si bien no participo en Second Life, soy consciente de que se ha convertido en una herramienta popular como red social, la cual en parte sirve para realizar debates o conferencias sobre cambio social positivo. Pero también sé que, descontando estos aspectos, se basa principalmente en los valores del consumismo y la producción de riqueza individual. Todos los personajes o avatares tienen cuerpos que se parecen a los más hermosos personajes de animé y armarios que rivalizan con los de los más ricos fashionistas. Con prendas que cuestan solo pequeñas cantidades de dinero real, ya que se convierte en dólares lindes de Second Life, y hasta una secretaria o un garzón del mundo real puede vestirse como Imelda Marcos o Giorgio Armani.

Lo mismo ocurre con las casas; los jugadores gastan enormes cantidades de tiempo y dinero en la construcción de grandes casas con todas las comodidades que consumirían grandes cantidades de energía en el mundo real. Los Second Lifers más ambiciosos invierten ampliamente en el sector inmobiliario y especulan sobre los valores de los terrenos, al igual que uno podría hacerlo en la vida real. De hecho, por lo que he visto hasta ahora, lo ideal para muchas personas en Second Life es vivir más lujosamente en el mundo virtual de lo que pueden permitirse en el mundo real. En Second Life se llevan a cabo rituales sociales como el matrimonio, el sexo, e incluso el divorcio con relaciones entre avatares controlados por personas reales para quienes estos avatares son simples personajes virtuales. Para agregar legitimidad al mundo de Second Life, empresas del mundo real testean la comercialización de productos reales en forma virtual.

Todo el que juega tiene que tener suficiente dinero para pagar el costo mensual, y comprar suficientes bienes para mantenerse a la par de los Jones virtuales. También es un mundo donde el comportamiento inaceptable siempre puede ser suprimido por Linden Labs, quienes manejan el sitio de Second Life. Lo que Second Life parece indicar es que para los jugadores, el consumo es un poderoso impulso en el que se está dispuesto a invertir muchas horas reales, al igual que recursos, con el objeto de reproducir sus ritos en un espacio virtual. Los jugadores de Second Life también han eliminado todos los riesgos de vivir en un mundo real de alto consumo. El consumo virtual no genera toneladas de basura ni los vehículos virtuales emiten carbono. Usted puede tener un gran armario sin tener que llevar su ropa a la lavandería o lustrar sus zapatos. Aunque Second Life sigue evolucionando y asumiendo más problemas del mundo real, es cuestionable si a los jugadores les gustaría tener en su simulación un nivel de detalle que los haría tan responsables de sus actos como consumidores virtuales, como tienen que serlo en la vida real. En esencia, se podría argumentar que Second Life es un escape masivo de las consecuencias del mundo real, sean estas el sobrepeso, el exceso de trabajo, o el ser mal remunerado.

Diseñadores

Ciertamente los diseñadores están entre aquellos cuyas contribuciones son esenciales en la concepción de formas materiales para un mundo más humano. Formados en muchas disciplinas —ya sea diseño de productos, arquitectura, ingeniería, comunicación visual o el desarrollo de software—, son responsables de los artefactos, sistemas y ambientes que conforman el mundo social —edificios, Internet, transporte, publicidad, ropa, puentes y equipos de construcción, por citar solo algunos ejemplos—. Sin diseñadores, las empresas no tendrían nada para fabricar ni tampoco contarían con servicios que ofrecer.

Paradójicamente, los diseñadores unidos como una clase profesional podrían ser extremadamente potentes en la creación de visiones del futuro. A pesar del potencial discursivo y práctico para abordar esta cuestión, la comunidad del diseño en todo el mundo todavía no ha generado una visión profesional de cómo su energía puede ser aprovechada para fines sociales. Como creadores de modelos, prototipos y propuestas, los diseñadores ocupan un espacio dialéctico entre el mundo que es y el mundo que podría ser. Empapados del pasado y el presente, su actividad se orienta hacia el futuro. Operan en situaciones que requieren intervenciones y tienen la capacidad única de convertir estas intervenciones en formas materiales e inmateriales. Por supuesto que son otros quienes suelen definir sus condiciones de trabajo, pero los diseñadores siguen siendo quienes crean los artefactos que son usados en el mundo social.

El problema en cualquier convocatoria para una acción en conjunto de los diseñadores es la cuestión de su autonomía o capacidad para establecer sus propios programas. El apoyo inicial para la autonomía de los diseñadores provino de Tomás Maldonado, exdirector de la Hochschule für Gestaltung de Ulm, en Alemania, y otros teóricos del diseño en Italia a partir de la década de 1970. Caracterizaron al diseñador como aquel que proyecta y hablaron de la cultura del progetto o

“cultura del proyecto”. Maldonado articuló enérgicamente su posición en su seminal libro de 1970: *La Speranza progettuale*, el cual fue traducido al inglés dos años más tarde como *Sobre Diseño, naturaleza y revolución: Hacia una ecología crítica*. Como tema central, se enfocó en el “medio humano”, que definió como “uno de los muchos subsistemas que componen el vasto sistema ecológico de la naturaleza” (Maldonado, 1972). Siguiendo un modelo de teoría de sistemas, afirmó que entre los otros subsistemas “sólo nosotros poseemos hoy la capacidad real y virtual de provocar disturbios importantes —es decir irreversibles— en el equilibrio de los otros subsistemas”. Los diseñadores son cómplices en este proceso, pero Maldonado planteó la cuestión de cómo podrían cambiar su papel. El impulso en su libro era la urgencia que sentía por contrarrestar la rápida degradación del medio ambiente, aunque reconoció que la acción autónoma del diseño es difícil en cualquier sistema social, e instó por un esfuerzo sustantivo de los diseñadores para jugar un papel en el proceso de cambio social.

Maldonado hizo hincapié en la autonomía, reconociéndola como algo difícil de alcanzar. No obstante, hizo el argumento existencialista de que “no importa la situación, el diseñador debe actuar, él (o ella) definitivamente deben abandonar la -sala de espera- en la que él (o ella) se ha visto obligado a permanecer hasta ahora. Y él (o ella) tiene que actuar, incluso si él (o ella) no puede saber si la autonomía al final no resulte ser más que una ilusión” (Maldonado, 1972).

Más de un futuro

Entonces, ¿cómo puede un diseñador definir su papel como agente de cambio y determinar un curso de acción? Tanto el pasado y el presente se han incorporado o están incorporados en actividades y artefactos concretos. Pero solo entendemos el futuro como una posibilidad. Para planificar de manera efectiva en el presente se requiere de una visión de lo que el futuro puede y debe ser. Uso tanto el condicional “puede” como el imperativo “debe”, pues en el primer caso sugiere

que el futuro se basa siempre en la contingencia de las decisiones humanas y el segundo afirma que estas elecciones deben ser conducidas por una consideración de lo que se debe hacer.

También me gustaría hacer una distinción entre escenarios futuros predictivos y prescriptivos. Un escenario predictivo se basa en lo que podría suceder. Su metodología implica la recopilación de datos y su organización en patrones que permiten que la reflexión sobre posibles futuros sea más plausible. Los creadores de escenarios predictivos reconocen que los eventos o actividades que estudian son demasiado complejos para controlar completamente. Por el contrario, los escenarios prescriptivos encarnan visiones fuertemente articuladas de lo que debería suceder. Los datos juegan un papel subordinado en el argumento por un curso de acción específico. Los escenarios predictivos tienden a ser pragmáticos, mientras que los prescriptivos son idealistas.

Históricamente, el discurso del diseño se ha centrado en el pasado o el presente más que en el futuro. Uno de los pocos diseñadores que pensó en el futuro fue William Morris, una figura proteica del siglo XIX, quien publicó una novela utópica, *Noticias de ninguna parte*, en 1891. Pero la visión del futuro de Morris era una recreación del pasado. Sostuvo una lucha en contra de los valores dominantes de su época; de ahí que el pasado rural le ofreciera un paisaje más hospitalario a su sociedad utópica que el problematizado presente.

Felicito la preocupación de Morris por los valores humanos, pero su elección de un entorno rural para su comunidad futurista lo excusó de enfrentarse a las duras realidades de la Revolución Industrial. Sin embargo, su interés en el futuro fue casi único entre los diseñadores de su tiempo. Hoy día el acelerado ritmo de cambio les exige a los diseñadores enfrentarse al futuro si pretenden tener alguna incidencia en su resultado. Este es un proceso complejo para el cual los profesionales y estudiantes de diseño no han sido debidamente preparados. Por

lo tanto, puede ser de ayuda revisar los métodos que otros han usado para pensar sobre el futuro y ver si tienen alguna relevancia para los diseñadores.

Mientras que los primeros intentos por conocer el futuro estuvieron basados en la adivinación o en la predicción especulativa, el campo de los estudios de futuro emergió tras la segunda guerra mundial como un intento de aplicar técnicas de modelamiento sofisticadas para la creación de escenarios futuros. Hoy día, quienes practican estas técnicas compiten con los visionarios especulativos en la generación de escenarios para la acción futura. Estos varían ampliamente tanto en rango como en estilo retórico. Algunos son predictivos, otros son prescriptivos. Algunos se enfocan en geopolítica, mientras otros enfatizan la tecnología.

¿Cómo se pueden ordenar tantos escenarios distintos para poder crear un plan de acción colectivo? Esto implica considerar las diversas esferas de actividades que constituyen el mundo social. Significa analizar cuidadosamente las metodologías que han adoptado los vaticinadores para predecir eventos futuros dentro de sus propias esferas de conocimiento e interés.

El campo de acción humana más volátil, y donde es más difícil hacer predicciones, quizás sea la política internacional. Para crear políticas de acción futura, los teóricos en este campo crean modelos geopolíticos de cómo se comportan las naciones entre sí. Henry Kissinger, por ejemplo, introdujo la teoría europea del RealPolitik en Estados Unidos durante la guerra fría, con resultados que fueron desde el *détente* con la Unión Soviética a la colusión con los dictadores latinoamericanos. Hoy, la geopolítica permanece dividida entre teóricos con diferentes cosmovisiones.

Francis Fukuyama escribió en 1992 *El fin de la Historia y el Último Hombre*, donde pronosticó la adopción universal de la democracia liberal. Reconociendo que numerosas naciones no habían adoptado este sistema político, Fukuyama las

consideraba temporalmente fuera de la historia, en espera de darse cuenta que la democracia liberal es el punto culmen de la acción política. El optimismo iluminado de Fukuyama fue contrarrestado en 1996 por Samuel P. Huntington, quién previó un choque de civilizaciones en su libro *El Choque de las Civilizaciones y la Reconstrucción del Orden Mundial*. Para Huntington, cuyo subtexto era un llamado a reafirmar los valores occidentales frente a su declive económico, las diferencias entre naciones tenía menos que ver con política —como Kissinger asumía— que con diferencias culturales. El sistema mundial de Huntington se compone de grandes sumas de naciones culturalmente compatibles que usualmente comercian entre sí y se apoyan mutuamente y que también suelen oponerse a colectividades culturalmente diferentes. Para Huntington, estas agrupaciones culturales frecuentemente se encuentran en problemas para reconciliar sus diferencias, lo cual le permite explicar la creciente polarización entre Occidente y el Islam, por un lado, y el creciente poder político y económico de China, por el otro.

Los modelos geopolíticos de Fukuyama, Huntington y otros teóricos recientes poseen considerable peso entre quienes actualmente toman decisiones, quienes deben trazar estrategias políticas de naciones y organizaciones internacionales. Estos modelos son de interés también para los movimientos sociales civiles que han crecido recientemente y están creándose roles en el emergente estadio global, a pesar de que ni Fukuyama ni Huntington dan cuenta de la creciente influencia de estos movimientos.

Las teorías geopolíticas y sus implicaciones para el futuro también son relevantes para el diseño. Uno de los pocos diseñadores que ha hecho referencia a la geopolítica es Gui Bonsiepe, quien ha escrito convincentemente sobre el modelo centro/periferia y sus efectos en el diseño latinoamericano. Bonsiepe, por ejemplo, se ha negado a identificar a Latinoamérica como una región periférica que simplemente debe derivar sus ideas y modelos de práctica de diseño a partir del centro. En cambio, ha buscado empoderar a los diseñadores latinoamericanos,

exhortándolos a ubicar sus prácticas dentro de un modelo geopolítico revisionista que no relegue su trabajo a los márgenes del flujo transnacional de bienes y servicios. Más recientemente, Bonsiepe escribió el ensayo *Diseño y Democracia*, donde habla de actividades de diseño que pueden transformarse en —como el texto promocional de la publicación donde aparece publicado dice— “propuestas emancipadoras en la forma de artefactos y materiales semióticos”.

A veces, el diseño es incluido en los planes estratégicos nacionales para el desarrollo industrial, los cuales son procesos altamente políticos. En Asia, el diseño ayudó a que Japón cambiara el paradigma centro/periferia a principio de la década de los años 60, al permitirle moverse desde una posición política y económicamente marginal en el orden global a una de considerable poder por varias décadas. El modelo japonés fue seguido por Corea, y ahora otros países asiáticos como China, Taiwán y Singapur se están reposicionando como importantes centros de diseño.

Debido a que la geopolítica involucra muchos actores con intereses muy opuestos, los modelos geopolíticos del futuro solo pueden ser predictivos, nunca prescriptivos. En cambio, el movimiento ambientalista emergente desde los 60, propuso modelos prescriptivos para el futuro de la tierra. Los ecologistas proclamaban que el ambiente es una responsabilidad humana colectiva y que todo el mundo debería estar involucrado en combatir su abandono y abuso. Esto introdujo un nuevo elemento en las relaciones políticas —la preocupación común— aun cuando los teóricos geopolíticos más importantes apenas lo han reconocido.

En 1972, el Club de Roma publicó *Límites del Crecimiento*, un estudio basado en modelos computacionales del MIT que simulaban la relación entre los recursos de la tierra y la población humana. Como herramienta predictiva, el estudio argumentaba que el consumo continuo de recursos al ritmo actual era insustentable. Su llamado por nuevas políticas sociales y ambientales sustentables

fue continuado en estudios posteriores: *Nuestro futuro común*, de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y desarrollo, un informe dirigido por el ex primer ministro de Noruega Gro Harlem Brundtland, y el *Programa 21: La Estrategia de la Cumbre de la Tierra para la salvación de Nuestro Planeta*. Ambos se originaron dentro del sistema de las Naciones Unidas, el último en conjunto con la Cumbre de Río de 1992.

Desde Río, un sinnúmero de autores han creado escenarios futuros basados en su creencia de que políticas ambientales adecuadas son cruciales para la sobrevivencia de la humanidad. Entre ellas se encuentran *Capitalismo Natural: la Creación de la próxima revolución industrial* (1999) de Paul Hawken, Amory Lovins y L. Hunter Lovins, y *Eco-Economía: Construcción de una Economía de la Tierra* (2001) de Lester R. Brown. Enfrentando la posición ambientalista frente a las presunciones más comunes de la economía, Brown señaló que “los economistas ven al medio ambiente como un subconjunto de la economía. Los ecologistas, por otra parte, ven a la economía como un subconjunto del medio ambiente”. Los ambientalistas han dado argumentos convincentes a favor del cambio y consecuentemente han conseguido entrar dentro de las políticas y prácticas de naciones y organizaciones ciudadanas.

70

La sustentabilidad, que denota un bienestar social y ambiental, también se encuentra en la agenda internacional como parte integral de la política de las Naciones Unidas. En mi opinión, Lester Brown ve correctamente la economía como un subconjunto del medio ambiente, al igual como Tomás Maldonado definió el ambiente humano como un subsistema dentro de un esquema ambiental superior. La comunidad del diseño en su conjunto no ha adoptado la sustentabilidad como un etos central, aun cuando muchos diseñadores lo han hecho individualmente. El desarrollo de un programa sustentable de diseño podría beneficiarse de una mayor atención al futuro de dos modos: anticipando nuevos materiales y procesos que permitieran un diseño más sustentable y evaluando de un modo más extenso las consecuencias que las prácticas insustentables tengan.

Los métodos predictivos recibieron un fuerte impulso en los 60 a partir del análisis de sistemas, una forma de modelamiento matemático para anticipar el comportamiento de grandes sistemas. Una de las aplicaciones más efectivas de esta forma de trabajo, que combinaba el análisis de sistema con la investigación histórica, fue el estudio de 1967 de Herman Kahn y Anthony Wiener llamado *El año 2000: un marco para la especulación en los próximos 33 años*. Kahn había alcanzado fama mundial con su libro sobre escenarios para guerras nucleares, *“Sobre la guerra termonuclear”* (1961). El estudio de Wiener y Kahn consideró datos de muchos campos, tales como la ciencia, la tecnología, la economía y la política internacional. Más integrador que los estudios geopolíticos de Kissinger y otros expertos en relaciones internacionales, *El año 2000* creó conexiones entre la ciencia, la tecnología y la política. Presentaba algunas visiones del futuro muy acertadas, particularmente en el campo de la tecnología. Mucho antes de que cualquiera pudiera imaginarse las consecuencias políticas de los actos terroristas, Kahn y Wiener escribieron que “las necesidades de control y vigilancia se desarrollarán para utilizar (o como Parkinson diría, “expandir hasta llenar”) las capacidades presentes en el sistema. Los desarrollos tecnológicos, además de solucionar requerimientos ambientales, producirán necesidades para satisfacer las capacidades tecnológicas”.

Pocos ejercicios en predicción han sido tan completos como el de Kahn y Wiener. Una versión más reducida, la predicción tecnológica, ganó prominencia en la década de 1960, coincidiendo con un pico en la investigación sobre los viajes espaciales. Al igual que el estudio de Wiener y Kahn, la predicción tecnológica es ante todo predictiva y no prescriptiva. Funciona mejor identificando qué es lo más probable que ocurra y es usado principalmente por organizaciones comerciales y gubernamentales para posicionarse de un mejor modo dentro de mercados emergentes o en ambientes de investigación. La literatura de predicción tecnológica también puede ser extremadamente valiosa para los diseñadores, ayudándolos a ubicar su práctica actual en relación con las tecnologías futuras cuyas aplicaciones

se pueden anticipar con planes, modelos y propuestas. Una variante más tosca de la predicción tecnológica es la identificación de tendencias, ejemplificada en libros tan leídos como *Megatrends* de Naisbitt John, y *Future shock* y *La tercera ola* de Alvin Toffler, los cuales son más populares que la literatura más seria en geopolítica, medio ambiente o tecnología.

Y, por último, me gustaría hablar de la literatura altamente especulativa producida por utopistas y distopistas tecnológicos, quienes reflexionan sobre los efectos futuros de las nuevas tecnologías, a menudo sobre la base de su propio compromiso con ellas. Por eso, Hans Moravec, investigador líder en robótica, prevé el día en que los robots reemplazarán a los seres humanos producto de su inteligencia superior (Moravec, 1988). Del mismo modo, Kevin Kelly, ex-editor de la revista *Wired*, publicó un extenso libro en 1994, *Fuera de control: La nueva biología de las máquinas*, en el que se prevé un momento en el futuro, tal como Moravec hizo, donde las máquinas manejarían considerables segmentos de la sociedad. Kelly acuñó el término *vivisystems* para caracterizar la relación entre grupos de personas naturales y artificiales. Como ejemplos de estas citó “incubadoras de virus informáticos, prototipos de robots, realidad de los mundos virtuales, personajes animados sintéticos, diversas ecologías artificiales, y los modelos computacionales de la Tierra” (Kelly, 1994: 4).

72

Abrazando la incursión de lo artificial en lo biológico, Kelly pronostica que “el mundo de lo hecho pronto será como el mundo de lo nacido: autónomo, adaptable y creativo, pero por lo tanto, fuera de nuestro control” (1994: 5). Siguiendo a Kelly, el científico informático Bill Joy, cofundador de Sun Microsystems, publicó un artículo seminal en *Wired*: *¿Por qué el futuro no nos necesita?*, donde trató de armonizar las nuevas tecnologías de la robótica, la ingeniería genética y la nanotecnología. En su condición de conocedor, Joy expresó su preocupación de que la tecnología podría estar moviéndose demasiado rápido para los seres humanos, impidiéndonos tomar decisiones apropiadas sobre su adopción.

La experiencia de los científicos nucleares —escribió— muestra claramente la necesidad de asumir la responsabilidad personal, el peligro de que las cosas se muevan demasiado rápido, y la forma en que un proceso puede tomar vida propia. Podemos, como ellos, crear problemas insuperables de forma casi instantánea. Debemos hacer más pensando en el futuro, si no queremos quedar igual de sorprendidos y desconcertados por nuestros propios inventos. (Joy, 2000).

El mayor valor de las narrativas especulativas de gente como Moravec o Kelly es su presentación de datos en formas que la imaginación puede entender. Tienden, sin embargo, a ignorar la complejidad del mundo, sustituyéndola con predicciones reductivas con una severa falta de credibilidad psicológica, sociológica o política.

Poder discursivo y práctico

A partir de este breve estudio, podemos ver que los escenarios futuristas son tremendamente diversos e incompatibles retóricamente. Kevin Kelly, al escribir sobre el potencial de “vivisystems”, parece estar viviendo en un planeta diferente a Lester Brown, que privilegia el entorno natural como un factor determinante de la acción humana. Y ninguno de ellos está considerando la realidad geopolítica del mundo presentada por Fukuyama o Huntington. Y si bien la visión de Kahn y Wiener sobre el año 2000 es la más completa, su marco de predicción está limitado por el programa de investigación de su patrocinador, el Instituto Hudson, un Think Tank estadounidense que ha hecho la mayor parte de su trabajo para las grandes corporaciones y gobiernos.

Prever el futuro es una iniciativa problemática, dada la cacofonía de las visiones en competencia que describen cómo el mundo puede o debe ser. Esto pone a los diseñadores y las profesiones relacionadas con el diseño en una situación difícil. Como se mencionó anteriormente, estos tienen una capacidad única para dar forma a planes y propuestas, pero carecen de escenarios sociales suficientemente

amplios y coherentes para guiar su trabajo. Aunque el diseño está implicado en todas las actividades humanas, hay poco en el plan de estudios de diseño típico que prepare a los estudiantes para imaginar escenarios para el futuro.

Lo que es inherentemente no reconocido, es el poder del diseño. Este poder se deriva de su encarnación en la forma. Mítines políticos, manifestaciones, y anuncios de campaña pueden ser efectivos en el momento, pero el diseño, una vez incorporados en una forma, tiene una resistencia inherente a la destrucción. (Fig. 28 bis) A pesar de que puede hacerse, no es fácil movilizar las fuerzas necesarias para derribar un edificio, cambiar un sistema tecnológico o modificar una red de carreteras. (Fig. 28b) La encarnación formal tiene una feroz resistencia a los cambios y exige una intensa movilización para contrarrestarlo. Algunos aspectos de la realización formal como la planificación de los suburbios son casi imposibles de cambiar.

Como ejemplo práctico de cómo es posible que los diseñadores ganen más autonomía, puedo mencionar Curitiba, Brasil, donde Jaime Lerner, quien fue elegido como alcalde tres veces, comenzando en 1971, transformó la ciudad en un laboratorio de baja tecnología para un urbanismo sustentable. Preparado como arquitecto y urbanista, Lerner fue asistido por un numeroso equipo de arquitectos y diseñadores que trabajaron en un Instituto de Urbanismo manejado por la ciudad. Juntos identificaron y desarrollaron cientos de proyectos; desde un sistema BRT que permitía al sistema de buses ser más eficiente hasta una industria que producía juguetes plásticos con plástico reciclado, así como plazas peatonales y señalética Braille agregada a los postes de las esquinas.

Los logros de Jaime Lerner en Curitiba ejemplifican la manera como los diseñadores pueden obtener poder real, pero tienen sus limitaciones. El liderazgo de Lerner en Curitiba demuestra lo que un diseñador —ya sea un arquitecto, un planificador o un diseñador de productos— puede lograr desde una posición de

poder. Pero sigue siendo un ejemplo demasiado idiosincrásico, el cual difícilmente podrá ser replicado en países con otras culturas políticas.

De este modo volvemos al argumento de Maldonado de que los diseñadores deben buscar autonomía y usarla, de ser posible, para fines social y ambientalmente productivos. Deben enfrentar un mundo que se ha ido volviendo más polarizado: riqueza contra pobreza, religiosidad fundamentalista contra humanismo secular, sustentabilidad ambientalista contra destrucción ecológica, utopismo tecnológico contra resistencia a la tecnología. Posicionarse entre estas y otras fuerzas opuestas le exige a uno intensa reflexión sobre sus valores, objetivos y preocupaciones sociales. También demanda una estrategia operacional para alinearse con otros actores e instituciones sociales cuyos intereses sean similares a los nuestros.

¿Cómo pueden ayudar entonces los escenarios del futuro? Herman Kahn y Anthony Wiener creen que anticiparse al futuro es un intento por “hacer que lo deseable sea más probable y lo indeseable menos probable”. Notan, además, que “tendencias o eventos que dependen de fenómenos grandes y acumulados son usualmente más susceptibles de ser planeados a largo plazo que aquellos que dependen de circunstancias únicas o de una secuencia especial de eventos”.

Escenarios, ética y valores futuros

Las sociedades no se desarrollan siguiendo una trayectoria lineal. La actividad intensa en uno o más campos como la ciencia, la tecnología, la guerra o las artes puede generar cambios masivos que resulten situaciones diferentes. El mundo se encuentra justo en medio de un cambio masivo y debemos aprender a pensar de nuevas maneras sobre el futuro. Actualmente los diseñadores enfrentan situaciones que generan problemas éticos y valores sin precedentes. Las nuevas tecnologías están transformando nuestra relación con el mundo material y con los demás. Ingenieros, programadores, diseñadores de productos y científicos son quienes

están en el centro de estas transformaciones. No creo que sean capaces de prever todos los usos posibles que pueda dárseles a las invenciones que crean, lo que significa que el “lado oscuro” de ciertas tecnologías puede volverse una realidad social fácilmente. Vemos evidencia de eso hoy día en la adicción que alguna gente siente por mandar mensajes de texto mientras conduce, la incapacidad para concentrarse durante largos periodos de tiempo debido a la interrupción de los celulares y del mail, y otros fenómenos que han llevado a ciertos psicólogos a sugerir que se están produciendo cambios radicales en los cerebros de los usuarios de estas nuevas tecnologías, así como de la sociedad en general.

Históricamente, la tarea del diseñador era más fácil de lo que es en la actualidad y la responsabilidad del diseñador era más sencilla de definir. Proveer de decoración o darle forma a productos y edificios era la tarea primordial. Consecuentemente, el discurso de diseño giraba en torno a las formas visuales y a las funciones mecánicas. John Ruskin y William Morris expresaron su preocupación en relación con problemas como el trabajo y la calidad, pero no estaban preocupados con las consecuencias que acarrearían el uso de productos que, a finales del siglo XIX, no tenían las consecuencias sociales que tienen hoy. Actualmente, enfrentados a la creciente complejidad del mundo productivo, los diseñadores deben pensar más profundamente sobre el futuro y sobre cuál es el rol que tienen en traerlo al presente. Necesitan un sistema anticipado de advertencias para alertarlos sobre tendencias sociales que puedan tener que ver con lo que diseñan y necesitan las herramientas intelectuales para reflexionar sobre el significado de dichas tendencias y sus implicaciones éticas. Pero la ética, tal como la tecnología, ha entrado en un área gris donde las implicaciones morales de ciertas acciones no resultan claras. La investigación realizada en campos especiales como la bioética, ha producido una significativa bibliografía sobre la clonación, la investigación en células madre y otros temas relacionados. Pero la ética de los implantes de chip, vigilancia tecnológica o la comercialización del espacio exterior todavía no se ha debatido seriamente.

Necesitamos reconfigurar las discusiones éticas que, por modestas que sean, han sido históricamente parte del diseño. En el corazón de una nueva ética de diseño se encuentra la pregunta de qué significa ser humano. Personalmente prefiero situar al ambiente humano como lo hace Maldonado, dentro de un sistema mayor, que trasciende los límites de la producción humana. Maldonado señala que la acción humana es capaz de destruir o dañar el sistema general, pero que el sistema humano no es más que un subsistema dentro de la ecología. Lo que implica este esquema es que la conducta de la vida humana es en alguna medida responsable ante el complejo orden del sistema ambiental superior. Mientras que modelar la organización del ambiente humano en la biosfera es problemático, como muchos académicos han mostrado, los humanos aún debemos aprender mucho sobre coexistir con la naturaleza.

El futuro que contemplamos involucra profundamente a diseñadores que trabajan en muchos campos profesionales. Ellos son, en efecto, los agentes cuyas habilidades producen el ambiente de productos y servicios en el que vivimos. En la medida en que este ambiente no mejore y afirme la potencialidad y el bienestar humano, debemos considerar a los diseñadores por lo menos parcialmente responsables. Esto hace emerger la pregunta de cómo crear una ética del diseño que pueda sugerir direcciones humanamente satisfactorias para el trabajo futuro.

Estrategias para el cambio

Hace algunos años introduje el concepto de “diseñador ciudadano”, con el cual intenté dar a entender que el diseñador tiene múltiples roles, los cuales tienen dimensiones y consecuencia político-sociales. Me gustaría discutir estos roles dentro de lo que llamo una “matriz de acción”.

Primero, el diseñador hace productos o genera propuestas para la confección de productos. Por producto no me refiero exclusivamente a algo tangible, sino también a intangibles como servicios, políticas y ambientes masivos y complejos. Una positiva y nueva dirección que la investigación en diseño ha tomado es el movimiento del pensamiento de diseño hacia áreas donde no existía previamente.

Segundo, el diseñador participa en el discurso de su profesión. Cada profesión tiene un discurso, el cual incluye las asunciones, procedimientos y políticas que guían ese campo profesional en su encuentro con el mundo. El discurso también incluye las conversaciones, sitios web y propuestas que son generadas dentro del campo: documentos de política, actas organizacionales, manifiestos, investigación y publicaciones.

Y tercero, los diseñadores son ciudadanos comunes que necesitan participar en los procesos políticos y sociales fuera de sus profesiones: elecciones, movimientos sociales, organizaciones activistas y más.

Otro aspecto de la matriz de acción es el tema de la escala. Las acciones se desarrollan en tres niveles: el nivel micro, que corresponde a la acción individual. (Fig. 35) Acá ubicamos temas como la huella de carbono individual, decisiones como reciclar, montar una bicicleta, controlar el consumo y más. El nivel medio es el de los grupos donde el individuo aún puede tener alguna influencia. Esto implica organizaciones y redes sociales, así como instituciones como escuelas de arte y universidades. El nivel medio se mueve entre el nivel individual y el macro, donde se vuelve difícil, por no decir imposible, controlar el resultado. El nivel macro incluiría a los gobiernos, organizaciones internacionales y grandes corporaciones con miles o incluso millones de empleados.

En todos estos niveles existe una búsqueda por visiones, muchas de las cuales compiten entre sí. Las mejores ideas no siempre ganan y esto lleva a crisis. Para

los diseñadores, existen muchas posibilidades para actuar en un nivel micro, tanto por uno mismo como en asociación con unos pocos más: una pareja, un socio comercial, un amigo. En un nivel medio existen las políticas de las organizaciones como las escuelas de arte, asociaciones profesionales y más. Cuán emocionante sería si una escuela de arte como la SAIC (Escuela de Arte del Instituto de Chicago) adoptara una política general de entrenar a los estudiantes para trabajar en un mundo de sustentabilidad ambiental y social y se organizara alrededor de este objetivo. En los límites externos del nivel medio, pondría a la ciudad, que aunque inmensa, es potencialmente capaz de generar políticas de cambio coherentes y efectivas. En el nivel macro hemos visto los mayores fracasos: la incapacidad de la cumbre de Copenhague en diciembre pasado para adoptar una política enérgica para combatir el cambio climático, la incapacidad de regular las grandes compañías energéticas, lo cual ha resultado en desastres ambientales como el reciente derrame de petróleo de BP en el golfo de México, la incapacidad de regular la creación de instrumentos financieros tóxicos o la masiva avaricia de las instituciones prestamistas que concluyó en el desastre hipotecario; y la incapacidad de crear un dialogo positivo entre naciones y grupos políticos opuestos, que, antes este silencio, contribuyen a grandes e innecesarias pérdidas de vidas.

En cada uno de estos niveles existe un rol para los diseñadores, quienes pueden participar como individuos o como grupos, para insertar planes, propuestas y proposiciones. De hecho, hemos visto algo de esto funcionando en la comunidad de Internet, donde la aparición constante de nuevos software está permitiendo muchas actividades positivas. Esto incluye programas como “Kickstarter”, el cual permite a artistas y empresarios recaudar dinero en pequeñas cantidades a partir de grandes grupos de personas que ni siquiera conocen.

Conclusión

Concluyendo, me gustaría volver a la pregunta sobre el riesgo, del comienzo de mi charla. Como alguien que estudia el *avant garde*, siempre me ha llamado la atención la osadía de las visiones del *avant garde*, aún cuando en retrospectiva podemos ver que le faltan elementos que hoy valoramos. Sant'elia adoptó la nueva tecnología y la imaginería industrial de un modo que hoy puede parecer poco atractivo a muchos, pero a principios del siglo XX su *Città Nuova* sirvió como un poderoso llamado a abandonar el viejo mundo de las manualidades y a adoptar el nuevo mundo de la tecnología. Ellos corrieron un riesgo considerable al crear estas visiones, especialmente el riesgo de ser marginados o rechazados por una cultura dentro de la cual millones de personas habían encontrado su comodidad, debido a que promovían cosas muy diferentes.

Hoy día nos encontramos en una posición similar y la necesidad de visiones arriesgadas sigue en pie. Irónicamente, una de las más osadas es Masdar City, una comunidad de tecnología limpia, con huella de carbono neutral para 40.000 habitantes y 1.500 compañías visionarias, en Abu Dhabi, un emirato gobernado por un rey. El desafío que enfrentamos es como realizar visiones de este nivel de osadía en nuestra propia cultura, donde una cacofonía de intereses en conflicto ideologías simplificadas que imposibilitan el trabajo en conjunto para tomar decisiones adecuadas respecto a nuestro futuro.

Crecí durante la Guerra Fría, cuando la mayor amenaza para la humanidad era la extinción nuclear. Y aunque tenía a la gente nerviosa, también sabían que esto podía evitarse a través de la diplomacia. La diferencia con la actualidad es que la mayor fuerza destructiva que el mundo enfrenta, más allá de la posibilidad de un ataque nuclear terrorista, es el cambio climático. Hemos tenido muchas advertencias y aquellos con el poder en el nivel macro aún no han podido unirse y enfrentar esta amenaza. Tornados, tsunamis, huracanes y otros fenómenos

que resultan en desastres humanos ocurren en la actualidad casi diariamente. En algún momento superarán nuestra capacidad para responder y de hecho, ya estamos cerca de ese punto. La gente en Nueva Orleans todavía puede ver los efectos del huracán Katrina. En Pakistán, Haití e Indonesia los recursos no han aparecido lo suficientemente rápido como para enfrentar sus problemas. De hecho, la República de Vanuatu, una isla poblada de resorts, corre el riesgo de quedar sumergida para siempre.

Si nosotros, como comunidad global, somos incapaces de tomar acciones osadas ahora, las imparable fuerzas del cambio climático continuarán creando caos entre nosotros, llegando al punto donde tendremos que aceptar que los desastres que nos rodean son parte de la vida diaria. Para mí esto es inaceptable y viola las premisas de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y otros documentos que hemos firmado para garantizar una vida decente para todos los seres humanos.

Lamentablemente, los diseñadores aún no poseen actualmente el poder necesario para alejar al Titanic del iceberg, aunque el diseño como actividad puede ser instrumental en el esfuerzo. Simultáneamente, los diseñadores deben hacer más que reordenar las sillas de la cubierta. La nave sigue avanzando y las respuestas dependen de nosotros.

Bibliografía:

Bonsiepe, G. (1985). *El diseño de la Periferia: Debates y Experiencias*. México City: GG Diseño.

Bonsiepe, G. (1991). *History of Design: 1919-1990 The Dominion of Design*. Milan: Electa.

Brown, L. R. (2001). *Eco-Economy: Building an Economy for the Earth*. New York and London: Norton.

Gearóid Ó Tuathail. (1994). *Problematizing Geopolitics: Survey, Statesmanship and Strategy*. *Transactions of the British Institute of Geographers*, 19, 259-272. Recuperado de: <http://www.nvc.vt.edu/toalg/Website/Publish/Papers/Transactions1994.pdf>

Hawken, P, Lovins, A & Lovins, L. H. (1999). *Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution*. New York and Boston: Little, Brown and Co.

Joy, B. (2000). *Why the Future Doesn't Need Us*. *Wired*, 8(4), 262.

Kahn, H. & Wiener, A. J. (1967). *The Year 2000: A Framework for Speculation on the Next Thirty-Three Years*. New York: Macmillan.

Kahn, H. & Wiener, A. J. *The Year 2000*.

Kelly, K. (1994). *Out of Control: The New Biology of Machines*. London: Fourth Estate.

Maldonado, T. (1972). *Design, Nature, and Revolution*. New York: Harper & Row.

Margolin, V. (2005). The Liberation of Ethics. En: Clive Dilnot, *Ethics? Design?* [Archeworks papers 1 no. 2] Chicago: Archeworks.

Moravec, H. (1988). *Mind Children: The Future of Robot and Human Intelligence*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Enfoques y tendencias del Diseño Visual en el desarrollo comercial de las empresas exportadoras desde la estructura de las redes del conocimiento, departamento de Caldas, 2011*

Mg.Liliana María Villescás G.
Magister en Diseño y Creación Interactiva
Profesora Asociada Universidad de Caldas
Departamento Diseño Visual
liliana.villescás@ucaldas.edu.co

Resumen

Se analiza el valor del Diseño Visual en el marco de las nuevas tecnologías digitales como herramientas básicas de la gestión del conocimiento y del marketing internacional de las organizaciones empresariales. La discusión se centra en la política pública de competitividad sectorial de la región, la cual pretende la inserción de éstas en las redes de conocimiento y comerciales como una tendencia-eje de la dinámica de desarrollo organizacional. El método que se utiliza es el estudio de caso múltiple en diez empresas exportadoras de Caldas de diferente tamaño. Los datos se obtienen desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas: sitios *web* de las empresas objeto de estudio; análisis documental (Atlas/Ti) y entrevista en profundidad.

Recibido: Septiembre 12 de 2011

Aprobado: Noviembre 16 de 2011

Palabras clave: El Diseño Visual y Gestión del Conocimiento empresarial, redes comerciales y marketing internacional; uso de las TIC para la competitividad de las empresas exportadoras de Caldas.

* El presente artículo deriva de la tesis realizada por la autora en la Maestría en Diseño y Creación interactiva, de la Universidad de Caldas.

Communities approaches and trends in Visual Design commercial development of export companies from the structure of knowledge networks, Caldas, 2011

Abstract

We analyze the value of Visual Design in the context of new digital technologies as basic tools of knowledge management and international marketing for the business organizations. The discussion focuses on public-policy of sectoral competitiveness in the region, which seeks the inclusion of these in the knowledge networks and trade as a trend-axis of the dynamics of organizational development. The method used is based on case studies in ten exporting companies of different sizes Caldas. The data is obtained from a variety of sources, both qualitative and quantitative: *Website* of complies under study; documentary analysis (Atlas /Ti) and interview in depth.

Key Words: Visual Design and Knowledge Management business, trade and international marketing networks, use of ICT for the competitiveness of exporting companies in Caldas.

Introducción

En el marco de la línea de investigación Imagen-Entorno, construida en la actualidad por el colectivo de investigadores del Departamento de Diseño Visual de la Universidad de Caldas -la cual presenta una producción intelectual de gran aporte para el entorno regional y nacional- se propone el estudio Enfoques y tendencias del Diseño Visual en el desarrollo comercial de las empresas exportadoras desde la estructura de las redes del conocimiento, departamento de Caldas, 2011. El resultado que arroja la investigación evidencia el valor del Diseño Visual y su

contribución en los procesos de gestión del conocimiento para el desarrollo empresarial, basado en el enfoque de competitividad y en las nuevas prácticas de negocios internacionales sustentadas en la tendencia de redes como factor clave para el desarrollo socioeconómico de la región y del país.

El Gobierno Nacional y el departamento de Caldas han institucionalizado una política pública acorde con las exigencias del desarrollo digital global, en la cual, la comunicación visual se convierte en el eje transversal de la dinámica organizacional gubernamental y empresarial particularmente. Los lineamientos, estrategias y acciones se orientan hacia la gestión del conocimiento para el fortalecimiento integral de las empresas exportadoras del país (política pública de emprendimiento) para su posicionamiento en los mercados internacionales. Como directriz nueva en la política pública digital, el Gobierno Nacional 2010-2014 ha propuesto el programa Vive Digital, con el fin de seguir con el propósito público y gremial planteado hace más de una década referido a la masificación del acceso a Internet y alcanzar el desarrollo del ecosistema digital del país. No obstante, la priorización que se evidencia de los gobiernos en los últimos años en este sentido se demuestra la necesidad de estrategias y escenarios más efectivos que garanticen la adopción de la política para el desarrollo de la industria de tecnologías.

La información empírica que sustenta el análisis relaciona la gestión de un nuevo conocimiento organizacional (digital) que potencia la comunicación visual como eje transversal del desarrollo comercial empresarial. Se identifican debilidades y fortalezas en cuanto al diseño de las políticas comunicativas destinadas al sector de las empresas exportadoras y su papel como estrategia de apoyo para el desarrollo comercial y económico de la región. Se denota la apremiante necesidad de incluir en el currículo del Programa de Diseño Visual, el enfoque de competitividad orientado al sector productivo como línea de investigación y proyección para determinar la presencia cualitativa y cuantitativa de las redes comerciales

y del conocimiento (virtuales), que han tomado forma hace más de una década y que han transformado la cultura (ambientes artificiales). Este enfoque implica por tanto un campo de desempeño profesional de suma importancia para el Diseño Visual de cara a los retos del conocimiento virtual que imponen las nuevas tecnologías digitales en la sociedad.

Método de análisis

El estudio se sustenta en el método de caso; es pertinente en cualquier área del conocimiento y cumple con los requisitos de fiabilidad y validez científica, asociado a los métodos cuantitativos. Se basa en el análisis inductivo de datos cualitativos y permite comprender la comunicación visual corporativa como fenómeno estudiado. Los datos se obtienen desde una variedad de fuentes (tanto cualitativas como cuantitativas): páginas *web*, artículos de la página económica del diario La Patria de Manizales registrados en los últimos tres años (2008, 2009 y 2010) documentos oficiales, observación estructurada, entrevista en profundidad y técnica de análisis de contenido. La población objeto de análisis se selecciona con base en participación en las exportaciones totales del departamento de Caldas; apuestas productivas de la agenda interna y productos potenciales, los diez productos más exportados categorizados en agroindustria (café), editorial y artes gráficas, calzado, herramientas manuales de metales comunes para agricultura, refrigeradores y frigoríficos. La población la conforma una muestra intencional de diez empresas exportadoras de Caldas, seleccionadas con base en los sectores y productos con mayor potencial exportador de la región, año de 2008: Acasa S.A., Tropical Veneers, Mabe, Iderna S.A., Heliconias de Colombia, Blanecolor S.A., Bata (Manisol), Café Liofilizado, Frugy y Panadería La Victoria.

Villescas G./Enfoques y tendencias del Diseño Visual en el desarrollo comercial de las empresas exportadoras desde la estructura de las redes del conocimiento, departamento de Caldas, 2011

ACASA	www3.acasa.com.co/
TROPICAL VENEERS	www.tropicalveneers.com
MABE	www.mabe.com.co
IDERNA	www.iderna.com
EDITORIAL BLANECOLOR	www.editorialblanecolor.com
BATA	www.bata.com.co
CAFÉ LIOFILIZADO	www.buendia.com/espanol/index2.html
PANADERÍA LA VICTORIA	www.panaderialavictoria.com.co
FRUGY	www.frugy.com
HELICONIAS DE COLOMBIA	www.heliconiasdecolombia.com.co

Tabla 1: Dominio del sitio web de las empresas exportadoras de Caldas.

Resultados

Programas y estrategias de competitividad en Caldas

El Gobierno Departamental en la última década ha formulado lineamientos y programas que responden a la competitividad empresarial como enfoque de la política pública nacional y regional. La masificación del uso y aplicación de las TIC en los diferentes sectores sociales y particularmente el sector empresarial es un propósito central del Estado. Entre los programas implementados, se tienen: integración y funcionamiento del Consejo de Competitividad Regional; competitividad de clústers (lácteos, guadua, *software*, entre otros); incubación de micro-clústers en Distritos Agroindustriales; Red de Parques Tecnológicos de *Software* – Parquesoft, clúster de Arte Digital, ciencia y tecnología; centro de información Zeiky Manizales; portal hecho en Caldas, y fortalecimiento sostenible de las Pymes. Sin embargo la voluntad pública y social, los estudios demuestran que el departamento de Caldas es uno de los cinco departamentos con nivel de desarrollo medio en tecnologías de información y comunicación (TIC), según la

encuesta de demanda de TIC del DANE (2007) de igual manera, las empresas medianas y pequeñas aún tienen el reto de apropiar las TIC como herramienta esencial y como estrategia competitiva comercial.

Una breve referencia legislativa

La Ley 590 de 2000 crea el Fomipyme y la Ley 905 de 2004 abre espacios de participación en los Consejos Regionales. De igual forma, el Estado propicia el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas con la intencionalidad de financiar proyectos y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes. Entre los beneficios formulados en las Leyes 590 y 905 están: reducción en los aportes SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar; establecimiento de regímenes especiales sobre los impuestos, tasas y contribuciones, y BANCOLDEX como el Fondo Nacional de Garantías, que deben propiciar condiciones especiales para líneas de crédito dirigidas a los emprendedores. Se destaca la Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento que establece la formación en competencias laborales y el CONPES 3484 que entrega directrices sobre la política nacional para la transformación productiva y la promoción de la micro, pequeñas y medianas empresas (esfuerzo público-privado). Propone la conformación del Sistema Administrativo Nacional de Competitividad y el fortalecimiento de las Comisiones Regionales de Competitividad como articuladoras de los actores públicos y privados en materia de competitividad.

Tratamiento gráfico e interactividad del sitio *web* de las empresas

Se identifica y analiza la tendencia de la estrategia corporativa a través de todos los elementos que contiene la página *web* corporativa (mapa): acceso al sitio *web*, combinación de textos y gráficos, información sobre los productos con

claridad, varias cuentas de correo, información sobre novedades de productos, calidad banner, *chat* corporativo, *blogs* corporativos, tienda virtual 24 horas, *e-bussines*, cuenta con *newsletters*, buena imagen y marca, foros de debate, medio visual acceso a los productos, videoconferencias, identificación del lugar de producción, identificación de cobertura del mercado, información de promociones, información sobre la forma de pago de los productos, entre otros.

Se identifica en el ámbito empresarial la ausencia organizacional respecto al valor estratégico organizacional, la comunicación visual. Es decir, no se ha generado una cultura de apropiación y uso de las TIC como una tendencia contemporánea en los procesos de negocios. Un caso significativo es PROGEL considerada una compañía emblemática por su tradición que ha logrado permear el mercado de Estados Unidos, Ecuador, Brasil, mercado asiático y no dispone de un sitio *web*. En efecto, el 100% de las empresas inspeccionadas no cuentan con tienda virtual 24 horas. De igual forma, no se considera en un 80% del total de la muestra, la opción de varias cuentas de correo electrónico de forma diferenciada según los servicios que se ofertan: comercial, recursos humanos, quejas y reclamos, entre otros. Otros datos significativos respecto a los elementos observados se encuentra que un 50% de las empresas no presentan novedades sobre productos o servicios y el 30% de éstas presentan sus productos y servicios de manera aceptable. Solo una empresa (Bata – Manisol S.A.) del total de la población en estudio se califica como excelente en su capacidad para ofertar sus productos.

La Comunicación Visual en las empresas exportadoras de Caldas

El uso del diseño de la imagen como comunicación en la gestión de las empresas exportadoras de Caldas se obtiene con la aplicación de la técnica de análisis del sitio *web* con el fin de identificar el perfil corporativo y estratégico y, los puntos claves de las páginas de inicio. Se considera para el análisis los principios de

visibilidad y usabilidad de los sitios *web* entendiendo que el fácil control de la totalidad de los elementos dispuestos en Internet de manera abierta y accesible es primordial para los procesos de mercadeo: grandes datos (empleados, ventas, valor en bolsa), identidad estrategia corporativa, historia de la empresa, preocupación medioambiental, cultura empresarial y responsabilidad social. Desde esta perspectiva, el Diseño Visual representa un valor integral en la estructura organizativa de las instituciones y fundamentalmente en la gestión del conocimiento orientado a lograr procesos de comunicación eficiente y eficaz porque define y posiciona la imagen integral de la empresa en el contexto nacional e internacional.

Como resultado del análisis, es significativo que el 80% del total de las empresas estudiadas no consideran pertinente entregar información al público (sitio *web*) sobre datos referidos a empleados y capacidad de ventas, la categoría de grandes datos (empleados, ventas, valor en bolsa). De otra parte, el enfoque de la competitividad tiene otra dinámica o lógica en su comportamiento en la actualidad, como es la deslocalización de la producción y la tecnologización de los procesos que dinamiza la información y el conocimiento.

CATEGORIA DE ANÁLISIS	NUMERO DE CASOS -Total: 10-
1. Grandes datos (empleados, ventas, valor en bolsa)	2
2. Identidad estratégica corporativa	5
3. Historia de la empresa	8
4. Preocupación medioambiental	3
6. Cultura empresarial	4
7. Responsabilidad social	3

Tabla 2: Identificación del perfil corporativo de las empresas exportadoras recogidas en los sitios *web*.

Solo empresas de reconocida solidez a través del tiempo, asumen estratégicamente las nuevas tendencias y logran permanecer exitosamente en el mercado global como es el caso de la firma ECOFIDE que agrupa a las empresas Mabe, General Electric, Whirlpool y Daewoo electrodomésticos. En lo atinente a redes comerciales, el 20% de las empresas exportadoras de Caldas se encuentran en ésta dinámica y el 40% de ellas desarrollan proyectos orientados a cumplir con la Ley de responsabilidad social.

Como resultado relevante del análisis de las páginas de inicio de las empresas exportadoras de Caldas son: a) controles del sistema operativo y del navegador (elementos fijos de la página) se observa una constante entre el 12,0% y el 15,0%; b) Identificación y bienvenida al sitio (calidad del logo) en algunos casos se caracteriza por tener un porcentaje mínimo de visibilidad como es el caso de Bata con un 0,6%; c) Navegación (permite a los visitantes el acceso de una página a otra); las compañías que presentan mayores dificultados de navegación son: Blanecolor, La Victoria e Iderna con un deficiente 2.0% a 5,0%; d) Autopromoción (publicidad de la empresa dentro de la página) la empresa Café Liofilizado solo utiliza el 1,10% de este ítem; es una página confusa y no centra el diseño en el usuario; e) Relleno (elementos gráficos complementarios), se destaca la página de Blanecolor que cuenta con un 21,3% de complementos gráficos, lo cual, le resta armonía; f) Contenido de interés (acceso a información relacionada con un tema especializado), Frugy (5,6%) es la empresa que mejor utiliza el espacio en contenido de interés; g) Sin utilizar (espacio en blanco o espacio vacío entre y alrededor de los elementos del diseño de la página), Tropical Veneers y Mabe disponen de forma adecuada el espacio sin utilizar (37,3% y 44,2% respectivamente) contribuyendo con el balance de los diferentes elementos que componen la página.

La gestión del conocimiento en las empresas exportadoras de Caldas

ÁREAS	IMPLICACIONES
Preparación de la organización	Cambio de cultura de la organización: implica analizar valores, hábitos y creencias; crear un espacio de «encuentro», trabajo e interacción; focalizar el aprendizaje individual y colectivo; evaluar los procesos de negocios y las estructuras organizativas, así como los sistemas de reconocimiento y motivación.
La gestión del conocimiento como un bien	La gestión efectiva del conocimiento como capital: requiere comprender los procesos dentro de la organización; dependerá de una buena comprensión sobre cómo el conocimiento es creado y utilizado.
Fomento del conocimiento	Identificar los beneficios potenciales, comprender la dinámica de la organización en orden a posibilitar la concreción de esos beneficios y realizarlos. Habilidad para crear, identificar, proveer y acceder al conocimiento, interpretar, aplicar y utilizar la información, para el total beneficio de los clientes y la organización.

Fuente: Gairin y García (2006).

Tabla 3: Áreas de incumbencia para la gestión del conocimiento (adaptado de Abell & Oxbrow, 1999).

92

Las categorías analizadas se traducen en seis redes semánticas las cuales son: tendencias administrativas, sector gráfico, programa Mipymes, plan de exportación, comportamiento económico y comercio electrónico. La categorización como operación agrupa o clasifica un conjunto de elementos (datos) que comparten un significado; es entonces un nivel de abstracción superior más próximo al nivel relacional conceptual. Se aplica la codificación axial que relaciona categorías con subcategorías (no es un proceso lineal). Esta codificación axial explica comprensivamente la realidad observada sobre la gestión del conocimiento en los procesos de negocios y en la estructura organizativa de las empresas exportadoras de Caldas, y se logran plantear conclusiones pertinentes del fenómeno.

Se descubren elementos centrales en los datos para ser apreciados mediante la representación visual y la coherencia del conjunto de categorías de análisis abordadas, construidas en forma de red semántica. Se reúne de manera sistemática y, a través del proceso analítico, los puntos clave en la dirección estratégica

administrativa de las empresas exportadoras del departamento de Caldas. Se identifica una incipiente forma organizativa empresarial en lo que respecta a la gestión del conocimiento como plataforma de trabajo en red de entorno virtual. La adecuada inserción de las organizaciones empresariales depende de la claridad administrativa para formular la ruta de negocios acorde con las tendencias administrativas soportadas en el nuevo paradigma informático. De esta forma, el redireccionamiento estratégico de las organizaciones debe garantizar la calidad de los procesos para su certificación como se evidencia en la siguiente red semántica del análisis.

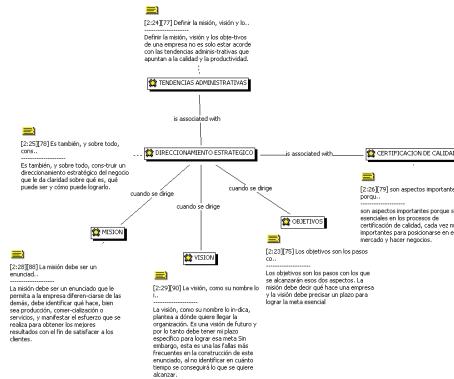


Figura 1: Red Semántica: Tendencias Administrativas

De otra parte, las medianas empresas en Caldas no cuentan con la suficiente capacidad para asumir las nuevas condiciones del mercado, por lo menos de forma más amplia y con calidad en su cobertura. Se requiere un cambio cultural

en las organizaciones para el trabajo colectivo y capacidad para la evaluación permanente de los negocios. Según la Cámara de Comercio, el 57% de las empresas que poseen tecnología computacional cuentan con conexión a Internet, el tipo de conexión predominante es la línea telefónica y el servicio más utilizado es el correo electrónico, lo cual evidencia la falta de conocimiento en cuanto a utilidades de la red, especialmente en transacciones comerciales e investigaciones. Esta debilidad afecta los procesos orientados a los planes de exportación y su aplicación basada en directrices internacionales del mercado.



Figura 2: Pautas para el negocio en internet
Tomado de: Red Semántica: Comercio Electrónico

La poca capacidad de inclusión de la región en los diversos mercados del mundo se evidencia con el problema diplomático colombo-venezolano porque impacta severamente las empresas exportadoras de Caldas. Así, algunas compañías se ven obligadas a cerrar y/o liquidar porque no logran permanecer en el mercado internacional ya que su único destino de ventas, es Venezuela. El sector productivo de Caldas necesita de conocimiento útil que coadyuve con la construcción del nuevo modelo de desarrollo sustentado en las TIC. En este sentido, el Diseño Visual tiene una exigencia disciplinar como el desarrollo de una línea de inves-

tigación sobre las acciones públicas orientadas al fortalecimiento de las redes del conocimiento. Se requiere de nuevos saberes comunicativos para propender con rigor con la construcción de mejores condiciones de calidad de vida para los diferentes sectores sociales de Caldas. En este sentido y con la perspectiva de alianzas estratégicas, son muy valiosos los acuerdos existentes entre las Universidades de Manizales tanto públicas como privadas a través de figuras como la Fundación Universidad Empresa que ha sido un modelo exitoso en España, dado que es urgente estrechar o cruzar las funciones de proyección, investigación y docencia para generar conocimiento útil desde la academia.

De igual manera y de recién creación es el Sistema Universitario de Manizales par la Región – SUMA que busca consolidar el concepto de ciudad universitaria a través de la movilidad académica entre sus pretensiones. Ahora bien, programas como Parquesoft traduce la política local de competitividad e innovación y potencia en la actualidad el desarrollo de la industria del *software* en la región, el cual se enfoca en la apropiación tecnológica por parte de la comunidad. Así, es prioridad en la agenda política de Manizales y de la Gobernación de Caldas, la diversificación como una de las tendencias del desarrollo industrial y económico de la ciudad, que basa su productividad en el conocimiento y en la utilización de herramientas de última generación tecnológica como es la inclusión del *software*.

Con ello se propende impulsar en los jóvenes la cultura del emprendimiento. De este modo, se avanza en la transformación de condiciones tradicionales de producción hacia la implementación de los modelos digitales, como bien lo expresa en la cita, Paula Andrea Toro Santana, directora de Parquesoft.

LA PATRIA, agosto 2 de 2009, pg. 7a

[2:69][568] “Paula Andrea Toro Santana, Directora de ParqueSoft Manizales, explica que el proyecto está enfocado al uso de la tecnología en el sector comercio para mejorar la parte administrativa y explorar un nuevo canal de comercialización a través de Internet”. **[2:71][572]** Según la directora de ParqueSoft Manizales, “es necesario buscar aliados, identificar muy bien las necesidades que tienen las Pymes, ahí hay un inmenso potencial para el mercado de la tecnología. Aprovechar el esfuerzo que está haciendo la ciudad desde su Plan de Desarrollo”.

Buscar aliados y orden, el secreto para ganar. Página 7ª. La Patria, 2 de agosto de 2009. Martha Lucía Gómez, Editora local/La Patria.

Se tiene considerado en las acciones, facilitar infraestructura y un espacio para localizar ideas de negocios, asesoría y acompañamiento técnico gerencial y de mercadeo.

Emprendimiento: Un análisis a partir del caso Heliconias de Colombia

96

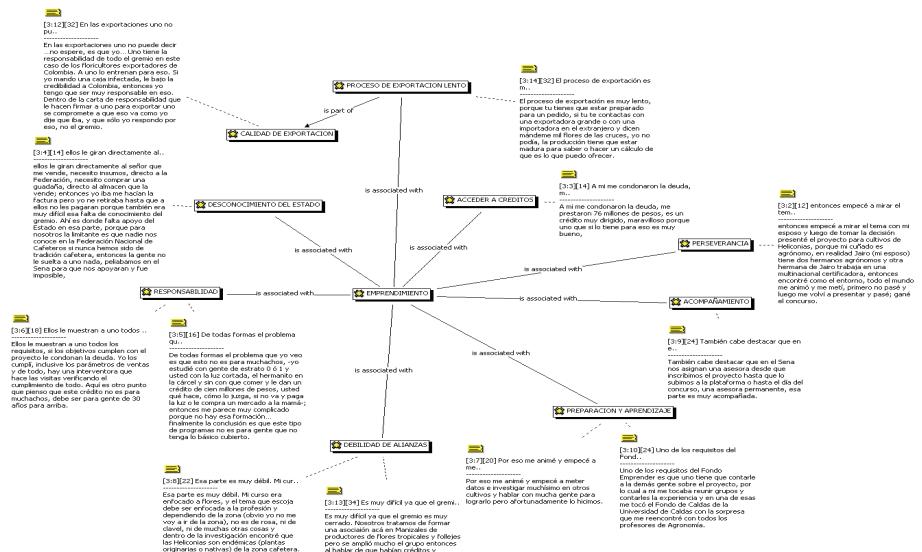


Figura 3: Red Semántica de Emprendimiento

La empresa Heliconias de Colombia traduce el modelo de emprendimiento como política pública en el país, produce y exporta follajes y heliconias a los países de Japón, Bélgica, Estados Unidos y España. El área de cultivo es de 15 cuadras, ubicada en el municipio de Palestina, departamento de Caldas. El análisis demuestra que el montaje de una empresa de mediano o pequeño tamaño no es fácil en el país. El sistema financiero de Colombia no es flexible para entregar créditos con tasas bajas de interés, se exige para otorgar el crédito respaldo patrimonial al emprendedor y existe una baja capacidad de ahorro que no permite una dinámica de creación de empresa. De otro lado, la Mipyme presenta atraso científico y tecnológico y lógicamente conlleva a una baja competitividad. Hay una débil capacidad de producción, ausencia de visión de largo plazo y, en general, a una débil infraestructura física y administrativa de este tipo de organización empresarial. Se suma, que el proceso de exportación es muy lento en el país y no hay capacidad para responder a la cantidad y calidad de los productos solicitados de los compradores externos. Tampoco capacidad para calcular responsablemente el tiempo que exige el comprador y la cantidad de producción comprometida.

Respecto a la cooperación de los empresarios ha sido imposible generar este tipo de alianzas ya que cada sector tiene su “parte” y no interactúa para compartir conocimiento y experiencias. Ha sido muy evidente en Colombia que uno de los sectores económicos donde se observa significativamente la ausencia de cooperación es justo en el sector agrario. Finalmente, se reafirma que la cultura emprendedora sustentada en procesos administrativos de gestión del conocimiento en red, es un campo de estudio e intervención apenas para construir en la región y en el país. Cabe anotar en esta línea de producción en discusión que es urgente reactivar el mercado de las Mipymes afectado sustancialmente por la devaluación del dólar, como es el caso de las flores en Caldas, el cual, presenta una disminución de ventas (2011) de casi un 70%¹.

¹. Negocios/La Patria. Esperamos nuevas políticas para reactivar el mercado. Lunes 11 de abril de 2011. Pág. 3b. economicas @ lapatria.com

Conclusiones

La transformación del modelo económico que impacta en la modernización del Estado cambia la teoría clásica de las ventajas comparativas por el enfoque de las ventajas competitivas. En esta nueva teoría del comercio internacional se consideran las variables de tecnología, economía de escala y habilidades digitales en la administración, y esto impacta las nuevas formas de trabajo en las organizaciones empresariales y, en general, en los ámbitos administrativos del mundo. Así, dentro del nuevo modelo o enfoque de competitividad, el Diseño Visual se constituye en un valor estratégico de las organizaciones empresariales. El gobierno departamental y la alcaldía de Manizales en la última década han definido lineamientos y programas acordes con la política regional integral de desarrollo empresarial. Entre las estrategias para el desarrollo competitivo de la región se encuentran: Manizales eje del conocimiento sustentado en el uso de las TIC, fortalecimiento de alianzas entre el sector gubernamental, gremial (productivo) y académico; consolidación de alianzas a través de la Fundación Universidad Empresa y el Sistema Universitario de Manizales para la Región - SUMA; el Plan de CityMarketing; integración del Consejo de Competitividad Regional, red de Parques Tecnológicos de *Software* – Parquesoft, centro de información Zeiky Manizales; portal hecho en Caldas, y fortalecimiento sostenible de las Pymes. No obstante lo anterior, los estudios demuestran que el departamento de Caldas es uno de los cinco departamentos con nivel de desarrollo medio en tecnologías de información y comunicación (TIC), según la encuesta de demanda de TIC del DANE. Solo lo superan Bogotá, Valle y Antioquia. Esto significa que en el departamento de Caldas las empresas medianas y pequeñas aún tienen el reto de apropiar las TIC como herramienta esencial y como estrategia competitiva comercial.

Hay avances en la tendencia digital por parte de las organizaciones empresariales, pero no se evidencian cambios estructurales ni en lo organizativo (gestión

del conocimiento) ni en la capacidad prospectiva de los diseñadores visuales para adoptar modelos y enfoques que rompan con el manejo tradicional (muy local) que sigue imperando en la mente de los empresarios manizaleños. Según la Cámara de Comercio de Manizales (2008) el 69% de las pequeñas empresas de Caldas saben algo sobre TIC, y por consiguiente son ideas muy generales. Es decir, no existe suficiente claridad para los empresarios sobre la importancia de esta tendencia en sus procesos de desarrollo comercial.

Según el portal hecho en Caldas de la Cámara de Comercio de Manizales² por segundo año consecutivo sobre las exportaciones no tradicionales de Caldas, se reporta un descenso en el año de 2010 del orden de un 18,5% tras contabilizar US\$77.000.000 (setenta y siete millones) menos que en el año 2009, debido nuevamente a las menores ventas a Venezuela.

Desde el mapa de los sitios *web* se evidencia que la tendencia de la estrategia corporativa a través de los elementos del mapa del sitio *web* y su usabilidad respecto a combinación de textos y gráficos (interactividad) es deficiente; no informa sobre los productos con claridad. Las cuentas de correo operan pero no entregan novedades de productos, no permiten los *blogs* corporativos y hay una ausencia de tiendas virtuales 24 horas. En general, presentan una buena imagen de los productos. Por su parte, la generalidad de las empresas identifican el lugar de producción y la cobertura de sus mercados.

Los hallazgos sobre cultura emprendedora demuestran más debilidades que fortalezas: no hay consolidación de redes de emprendedores para el intercambio de conocimiento de mercados y tecnologías. El Diseño Visual como quehacer creativo permanente de las empresas tiene, por tanto, un papel principal en el desarrollo empresarial a través de la implementación de las TIC como mediadoras del intercambio comercial, de conocimiento, cultural y económico.

². Disponible en www.hechoencaldas.com Consultado en enero 28 de 2011.

Bibliografía

Abell, A. & Oxbrow, N. (1999). *People who make knowledge Management Work: CKO, CKT, or KT?* (pp.4-17). In: Liebowitz, J. (ed.), *Knowledge Management Handbook*. Boca Raton, Florida: CRC Press LLC.

Albornos, M. & Alfaraz, C. (2009). *Redes de conocimiento. Construcción, dinámica y gestión*. Oficina Regional de Ciencias para América Latina y el Caribe de la UNESCO. Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT) del Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (CYTED).

Alcaldía de Manizales. (2008). *Manizales Compite*. Secretaria de Competitividad y Fomento Empresarial de Manizales. Recuperado de: <http://www.manizales-compite.com/>

Andrade, L. (15 de octubre de 2010). *Competitividad de Colombia*. Revista Dinero/No.360. p. 62

Cámara de Comercio. (2008). *Evaluación de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en las pequeñas empresas de Caldas*. Unidad de Desarrollo Regional, Cámara de Comercio de Manizales. Universidad Antonio Nariño, Ingeniería de Sistemas. Formato de archivo: PDF.www.ccm.org.co

Cruz Herradón, A. (2009). *Marketing electrónico para Pymes*. México: Alfaomega.

Departamento de Planeación Nacional - DNP. (2009). Conpes 3620: Lineamientos de política para el desarrollo e impulso del comercio electrónico en Colombia. Recuperado de: <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/LinkClick.aspx?fileticket=Dq41vHb2cFI%3D&tabid=907>

Fernández, S. & Bonsiepe, G. (2008). *Historia del Diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Sao Paulo: Editora Blücher.

Fischer, M. (2007). *Website Boosting. Optimizar los buscadores, Usabilidad y Marketing web*. Barcelona: Ediciones técnicas Marcombo.

Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Gairín, J. & García, Ma. J. (2006). *Las competencias del gestor del conocimiento en entornos virtuales formativos: un modelo para su construcción participativa*. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa, 5(2), 31-53. Recuperado de: <http://www.unex.es/didáctica/RELATEC/>

Gobernación de Caldas. (2008). *Ruta para la Competitividad. Estrategia competitiva*. Secretaría de Desarrollo Económico. www.mincomercio.gov.co

Gómez Estrada, J. M. (2007). *Comisión Regional de Competitividad para el departamento de Caldas*. Contrato de Confecámaras USAID. Medellín.

Granovetter, M. S. (1973). *The strength of weak ties*, en *American Journal of Sociology*; vol. 78, N° 6. Traducción: M^a Ángeles García Verdasco.(pp. 1360 - 1380).

Justel Tejedor, V. (14 de abril de 1995). *El diseño: factor de competitividad*. Diario Información de Alicante, Tribuna Libre. Recuperado de: www.mundoculturalhispano.com

Krebs, V. (2006). *La vida social de los routers. Aplicando el conocimiento de las redes humanas al diseño de las redes de ordenadores REDES* - Revista hispana para

el análisis de redes sociales, 11(9). Recuperado de:<http://revista-redes.rediris.es>
Lamarca Lapuente, M. J. (2009). Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Biblioteconomía y Documentación. Recuperado de: <http://www.hipertexto.info>

La Patria. (2 de agosto de 2009). *Buscar aliados y orden, el secreto para ganar*. Martha Lucía Gómez, editora local. p. 7a.

Llano Naranjo, N. (18 de mayo de 2009). *Plan Nacional de TIC. Mipyme Digital. Tecnología para Crecer*. Bogotá: República de Colombia, Ministerio de Comunicaciones.

Llopis Taverner, J., González Ramírez, M. R. & Gascó Gascó, J. L. (2009). *Análisis de páginas web corporativas como descriptor estratégico*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 15(3), 119-133. (Universidad de Alicante).

Macías Quintana, L. A. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Superintendencia de Sociedades. Recuperado de <http://www.jccconta.gov.co>

Nielsen, J. (2000). *Usabilidad. Diseño de sitios web*. Madrid: Prentice Hall, Pearson Educación.

Nielsen, J. & Tahir, M. (2002). *Usabilidad de páginas de inicio de 50 sitios web*. Madrid: Prentice Hall, Pearson Educación.

Pascual, J. (2002a). *Estética de la comunicación digital. Apuntes para una estética de los entornos digitales*. Recuperado de: <http://www.uoc.edu/artnodes/esp/>

Influencia de la red en el fenómeno de la individualización*

Mg. Alexander Cano M.
Magister en Diseño y Creación Interactiva
Profesor Universidad de Caldas
Departamento de Diseño Visual
alexander.cano@ucaldas.edu.co

Resumen

El cierre de la brecha digital constituye una de las metas más importante para el gobierno actual Colombiano. Las experiencias de otros países demostraron que existe una correlación entre el aumento en el acceso a las tecnologías de información y comunicación y la disminución de los índices de pobreza de sus sociedades. Sin embargo, alrededor de este cambio positivo se genera una creciente preocupación debido al incremento en los índices de aislamiento y adicción a la Internet. El presente artículo explora algunas de las posibles causas de esta problemática y cómo afecta esto al individuo y las formas de interacción social. Finalmente propone, de manera general, la participación de las redes de la información y la comunicación en la estimulación de acciones colectivas reales con miras al mejoramiento del entorno, ayudando así a un cierre de la brecha digital de manera más integral.

Recibido: Septiembre 12 de 2011

Aprobado: Noviembre 16 de 2011

Palabras clave: Espacio público, flujo de información constante, individualización, internet, redes.

* El presente artículo deriva de la tesis realizada por la autora en la Maestría en Diseño y Creación interactiva, de la Universidad de Caldas.

Network's influence in the individualization phenomenon

Abstract

The closing of the digital gap is one of the most important goals for the current Colombian government. The experiences of other countries have demonstrated a correlation between increased access to information and communication technologies and the reduction of poverty rates of their societies. However, around this positive change a growing concern due to increased rates of isolation and Internet addiction is generated. This article explores some of the possible causes of this problem and how it affects the individual and his ways of social interaction. Finally it proposes, in a general way, the participation of information and communication networks to stimulate real collective actions for the improving of the environment, thus helping to close the digital gap in a more comprehensive way.

Key words: Public space, constant flow of information, individualization, internet, networks.

104

Introducción

Es innegable el impacto que las tecnologías de la información y la comunicación han tenido en la construcción de la sociedad actual, su rápida evolución ha impuesto una velocidad de transformación que en ocasiones parece escapar del control de las instituciones y las dinámicas sociales ya establecidas, provocando la revisión y redefinición de aspectos tan esenciales como el trabajo, la amistad, el comercio y la educación, sólo para nombrar unos cuantos.

El contexto colombiano no es ajeno a estos cambios. De hecho, una de las apuestas más grandes del Gobierno de Juan Manuel Santos, ha sido la construcción y puesta en marcha del Plan Vive Digital (2010), con el cual se busca dar acceso a Internet al 90% de la población colombiana para el año 2014. Este es un noble fin, ya que se ha podido demostrar que existe una relación entre el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación y la disminución de los índices de pobreza. Sin embargo la popularización de un medio trae consigo un amplio espectro de consecuencias, tanto positivas como negativas, tanto materiales como inmateriales.

El siguiente artículo presenta a través de la experimentación con la red de la información y la comunicación, establecer las razones por las cuales la democratización del acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, y más exactamente a la Internet, provocan un estado de distanciamiento entre los individuos. Por qué las nuevas formas de interacción que propone la *web 2.0* constituye un agente de aislamiento con el poder, aún poco explorado en el contexto colombiano, de organizar y movilizar comunidades en pro de una causa. Vale la pena aclarar que este es uno de varios hallazgos obtenidos en el trabajo de Tesis presentado en la Maestría en Diseño y Creación Interactiva del Departamento de Diseño Visual de la Universidad de Caldas, y en el cuál se interrelacionan diferentes variables en la construcción de una percepción colectiva de las tecnologías de la información y la comunicación y en consecuencia, el uso del diseño como herramienta que estimule la interacción colectiva en espacios públicos reales con la finalidad de organizar acciones que impacten positivamente el medio ambiente y el entorno.

Metodología

El primer acercamiento que se hizo a la red y a su papel en el fenómeno de la individualización, se realizó por medio de una metodología de carácter documental,

la cual permitió la construcción de un marco teórico, enfocado en el concepto de la velocidad de producción y la velocidad de consumo. Por medio de ésta, se detectó un patrón que nace en el esquema económico capitalista actual, y sirve de sustento estructural de las formas de interacción propuestas en la *web 2.0*. Desde sus inicios la Internet ha tenido como función reunir a las personas en torno a diferentes temáticas. En sus albores esto ocurría de manera física y a medida que la red se fue expandiendo se desarrollaron nuevas formas de interacción y participación virtual. La capacidad inmaterial de la información transmitida a través de líneas telefónicas y decodificada en terminales personales de computación, abrió la puerta a nuevas formas de comunicación y sirvió de motivación para el desarrollo de nuevos dispositivos cada vez más cercanos a nosotros.

La ampliación de las autopistas de transmisión de datos, la extensión en cobertura de las redes y la masificación del Internet gracias a la burbuja punto com (dot-com bubble en inglés) entre los años 1997 y 2000 hicieron que la Internet se expandiera a nivel global. Sin embargo, para dicha época la participación de los usuarios estaba limitada a la consulta y búsqueda de información. Años más tarde el desarrollo de los lenguajes de programación permitieron a los usuarios generar contenido y publicarlo. La aparición de las comunidades virtuales, las redes sociales, la telefonía inteligente y la Internet 3G sirvieron de plataforma para la construcción de vidas paralelas, dando a la Internet una nueva forma y una nueva utilidad: Compartir, ya no sólo la información, sino la vida, el acontecer diario, lo circunstancial, y es que éste nuevo esquema opera sobre el mayor logro de las tecnología electrónicas actuales: el tiempo real, la trasmisión en directo, no sólo de textos o imágenes; el poder compartir todo tipo de información a través de ella enriquece la red, la expande y la mantiene en movimiento. Tiempo es igual a movimiento y si en la industrialización este aceleró su paso, en la era del digital sólo existe la inmediatez.

La invasión silenciosa de las tecnologías creó nuevas necesidades comunicativas y le permitió a las personas encontrar nuevas rutas y formas de socialización, relación y creación de vínculos en diferentes áreas. Debido a esto, es común encontrar estudios de adicción a Internet, especialmente de aquellos territorios donde la cobertura alcanza hasta el 80% de la población actual. Por ejemplo, Corea del Sur, uno de los países con mayor cobertura y ancho de banda, donde aproximadamente un 30% de la población infantil presenta adicción al Internet. Cifra de la cual aún no se tiene cuantía en el caso colombiano, a pesar de que hasta 2010, el 46% de la población colombiana tenía acceso a la red.

Si bien la adicción a Internet no quiere decir, necesariamente, individualización, si es habitual que esté acompañada de aislamiento, incluso, en espacios públicos y al aire libre y en mayor medida, por parte de las generaciones más jóvenes. Entonces cabe preguntarse, ¿qué es lo que resulta tan atractivo?, ¿por qué se generan estas dos realidades y cómo afecta una a la otra?

El estudio documental condujo a las investigaciones de Sherry Turkle (2010), profesora en de Estudios Sociales y Tecnología del Massachusetts Institute of Technology, quien afirma que el flujo constante de información al que nos está acostumbrando las tecnologías de la información y la comunicación han creado una percepción diferente de nuestra identidad, empujándonos a una relación distante con la realidad, trayendo como consecuencia rupturas en las relaciones y dinámicas sociales.

Analizando específicamente el fenómeno Blackberry, la doctora Turkle sostiene que se ha obtenido un tipo de personalidad, el cual se mueve de “tengo un sentimiento, quiero hacer una llamada” a “quiero sentir algo, necesito hacer una llamada”. Creando un sentido de validación y apoyo para sentir de hecho ese sentimiento. Para los emisores-receptores esto implica un deseo de esconderse, pues no es posible vivir en la vida real, la misma vida que llevas en el mundo

virtual; “Mi vida es más de lo que puedo vivir. Ya no somos alimentados, sino consumidos por lo que hemos creado”.

Así mismo la doctora Susan Greenfield (2010), neuróloga inglesa sostiene que el crecimiento de las nuevas generaciones fundamentado en estos ambientes controlados de información constante, pueden llegar a distorsionar las consecuencias reales de sus acciones en el mundo real; ya que al ser un mundo operado únicamente por los sentidos de la vista y el oído, necesariamente mediado, y por tal razón, metaforizado; el cerebro encuentra un ambiente donde sus acciones no tienen consecuencias que determinen los límites que habitualmente suceden en el mundo real. Lo que se traduce en una prolongación del estado infantil del cerebro y un distanciamiento en la comprensión de las formas de actuar en el constructo social.

Ambas posiciones contienen dos aspectos de importancia equiparable en la finalidad de la investigación. El primero se refiere al flujo constante de información, esquema actual de la red, tendencia a la cuál se le ha llamado “Todo Sobre Mí”, y a la que se le ha criticado mucho por su falta de profundidad en los contenidos, la banalización de la información y su falta de trascendencia. Aún así en los últimos cuatro años se ha podido observar que los sistemas de interacción que propone la *web 2.0* pueden servir como una poderosa herramienta de comunicación, organización y movilización de masas. Uno de los casos más documentados a nivel mundial fue la Revolución Blanca o Revolución Egipcia, durante el mes de enero de 2011.

En ella se pudo apreciar un uso mucho más constructivo de este flujo constante de información, ya que permitió a las personas comunicarse efectivamente para poder organizar manifestaciones de protesta y acciones evasivas en el momento de la represión. El éxito de este sistema de comunicación y el posterior triunfo del movimiento rebelde radicó en tres cuestiones: Primero, el bloqueo comunicativo

impuesto por el régimen de Hosni Mubarak a la televisión y los medios de prensa radial y escritos, obligó a periodistas y ciudadanos a convertirse en camarógrafos, escritores y locutores por medio de la Internet. El segundo factor se refiere al uso extendido del Internet por medio de dispositivos móviles, lo que le dio a la revolución multiplicidad en los puntos de vista, multiplicidad en opiniones y multiplicidad espacio-temporal. En este aspecto fue de gran importancia el uso de redes sociales como Youtube y Twitter, el primero como cadena de transmisión de vídeo y el segundo como plataforma de mensajes de texto entre dispositivos móviles. Finalmente, el tercer factor es la naturaleza global de la Internet y en tal caso la revolución pudo ser vista, leída y escuchada por un público global, lo que a su vez creo nuevas redes de ayuda por fuera de la nación egipcia.

El segundo aspecto importante para la investigación fue la experimentación temporal del flujo de información constante, es decir, su velocidad. Este concepto determinó la aplicación de una metodología empírico-analítica que permitiera establecer una relación entre el espacio virtual, mediado y metaforizado con la frecuencia de generación, transmisión y consumo de contenidos. Para tal efecto se desarrolló, la revista Fluxus Magazine (2009).

La construcción de una revista digital como metáfora permitió monitorear la actividad del flujo despojada de la subjetividad de un perfil específico bajo el nombre de una persona en las redes sociales. Así, esta parte de la metodología fue enfocada a un público objetivo de la red: personas interesadas en Diseño, Arte, Moda y Música, entre los 24 y 38 años.

Una utilidad: Plataforma de publicación de carácter global que opera bajo el esquema de trabajo en la red, concepto que tiene sus raíces en la filosofía actual de la Internet de compartir, y la aplicación del concepto del teletrabajo desarrollado por Nilles en 1976. Se buscaba así observar la construcción de redes a través del complemento entre un sitio *web* que convoca con cierta periodicidad y las redes sociales, encargadas de informar e interactuar.

Fluxus Magazine permitió establecer que la periodicidad de una publicación digital excede a los tiempos establecidos por ella misma, obligándola a apoyarse en micro contenidos de mayor circulación en otras redes. Fluxus Magazine es una publicación electrónica de distribución gratuita vía Internet, con una periodicidad de tres meses por edición. Durante el lanzamiento de cada número (7 ediciones hasta ahora publicadas) el índice de visitas al sitio *web* puede alcanzar hasta 90.000 visitas promedio en un día. En los días inactivos el promedio baja a 1000 visitas diarias.

La elaboración y publicación de nuevo material, de información fresca y novedosa, motiva a los usuarios a visitar el sitio, sin embargo, ese ritmo de creación resulta insostenible, por tal razón el mantenimiento del interés por parte de quienes observan la publicación, se establece a por medio de un contacto más directo por medio de dos redes sociales: Facebook y Twitter, lugares donde la revista tiene su espacio claramente identificable desde el punto de vista visual y temático. Si bien las dinámicas de interacción aquí son diferentes, es de resaltar que la apertura de estos espacios permitieron mantener un promedio constante de visitas diarias que habitualmente no baja de 1500. Así también exigen, por parte de los generadores de contenido una actualización diaria de dichos espacios.

También fue posible observar que al dejar estas redes sociales inactivas por más de un día, disminuye el promedio de entradas al sitio *web* hasta en un 40%, así también el número de personas que interactúan en Facebook y Twitter por medio de las dinámicas propuestas en cada una, como, comentarios, actualizaciones de estado y trinos.

Esta dinámica de interacción, sumada a lo atractivo del medio desde la gráfica y la estética, utilizando un lenguaje visual contemporáneo y acorde a la tendencia han permitieron un crecimiento importante de las redes de Fluxus Magazine. Estos factores, según Bill Verplank (2007), inducen a la interacción y son de gran valor para el usuario.

Hallazgos

La aplicación de ambas metodologías y el posterior análisis de los datos permitió permitieron observar que la participación en el flujo de información constante exige la creación de contenidos igualmente rápidos. Debido a esto, no es posible exigirle a la *web 2.0* profundidad en sus contenidos, pues la velocidad en este caso está ligada a un componente de visibilidad de las personas que interactúan, es decir, si se quiere obtener interacción a partir de lo que se comparte y expone en las redes 2.0, entonces se debe retroalimentar a todas las demás personas que comparten contenidos y hacen parte de las redes comunes.

Dentro de este esquema es de gran importancia lo atractivo del medio desde su componente o carácter visual, su flexibilidad a la hora de compartir diferentes tipos de contenido (video, imágenes y texto) y especialmente la velocidad con la que estos contenidos se visualizan en los dispositivos de otros interactores. Así también se pudo observar que sobre las diferentes plataformas de socialización, influyen la moda y las tendencias como principio de adaptación gráfico, visual y de contenido, manteniendo así el movimiento que le permite comportarse como flujo de información. Esto es de gran importancia, pues reduce la distancia entre dispositivos y usuarios, y entre interfaces y usuarios, haciéndolas más flexibles, intuitivas y de mayor alcance, razón por la cual resulta imposible medir cuantitativamente los niveles de individualización de las personas, la cantidad de tiempo que pasan en estas redes, los beneficios y los riesgos que obtienen de ellas; ya que para la gran mayoría de los usuarios estas redes y su vida en ellas hace parte de su cotidianidad y se perciben como herramientas de comunicación indispensables, incluso en el campo laboral y profesional.

Al enfocar la investigación a un segmento de la red por medio del desarrollo de la revista Fluxus Magazine, se logró experimentar la periodicidad con la que la gente de un público específico pide información actualizada en las redes sociales

a partir de un sitio *web*. Determinando así que la frecuencia de publicación de contenidos en redes sociales preferiblemente no debe disminuir de una semana, así, estas actúan como soporte para los periodos en que la revista debe convocar, recibir y seleccionar los trabajos enviados que finalmente serán publicados. Lo que representa tiempo de horas máquina para quienes mantienen la revista y sus redes sociales, habitualmente conjugados con un alto nivel de aislamiento físico, pues la publicación ha sido diseñada para dar como resultado un número único en cada edición, diferenciándola de las actuales revistas digitales, las cuales basan su diagramación y flujo de información en los esquemas del blog y la actualización de datos constante. A esto se le debe sumar el estado de doble creación que demandan los contenidos digitales, uno de representación (captura del material) y su visualización (programación de los contenidos).

Ese aislamiento y la mediatización de la experiencia de socialización modifican la percepción de la realidad contextual, transformando las formas de interacción al permitirle al individuo desempeñarse en múltiples tareas y campos del conocimiento y centrando el flujo mediático sobre sus preferencias y gustos. No se puede negar que la democratización de la tecnología y el acceso a las redes como lo conocemos actualmente, apunta a reforzar la idea de bienestar centrada en el individuo, sin examinar aún las ventajas comunicativas y de movilización sobre causas colectivas.

A medida que los dispositivos móviles salen al mercado, se ha visto la necesidad de estudiar nuevos lenguajes que le permitan a la revista entenderse con ellos, cuestión que sin duda significará un aumento en el flujo y frecuencia de información, pues estos dispositivos le dan la posibilidad al usuario de una conectividad constante.

Conclusiones

Sobre el papel de la red en el fenómeno de la Individualización confluyen un gran número de variables. Éstas pueden abarcar desde la producción mediática actual, pasando por el sistema económico imperante, hasta las posibles consecuencias de un mundo hiperconectado. Aún así, la esencia del problema radica en la velocidad y la aceleración, el vector principal que atraviesa la configuración de la sociedad moderna desde el desarrollo de la industrialización.

En este orden de ideas, la tecnología y el acceso a las redes de la información y la comunicación han demostrado ser de gran utilidad en el desarrollo de sociedades más competitivas. La apertura al público de la Internet gracias a la *web 2.0* y el abaratamiento en costos de la tecnología necesaria para acceder a ella, han modificado radicalmente las comunicaciones entre personas, y entre personas y su entorno, creando distancias entre lo más cercano y dando paso a una percepción de cercanía de lo más distante.

La mediación que establecen las nuevas tecnologías empuja a los constructos sociales a marchar al ritmo de su eficiencia, sin embargo, se ha apartado del pensamiento a largo plazo y de la planificación. Se corre en virtud de adaptarse a las máquinas, en lugar de hacer que las máquinas se adapten a los humanos, respeten sus tiempos y sirvan como medios de comunicación en pro de la socialización real entre personas; confinándolas a los cuartos de los lugares que habitan, hogares y oficinas, y a los mismos dispositivos individuales, actualmente casi intransferibles.

Los elementos que hacen de la red un medio exitoso y de gran expansión, como son, la metáfora, la socialización y su carácter participativo y abierto, deben explorarse en virtud de crear espacios reales de reflexión, organización y acción. Las dinámicas colaborativas en red pueden dar paso a la configuración de redes

con poder de actuación en el mundo real, dinamizando grupos, transmitiendo mensajes trascendentales y estimulantes acerca de las problemáticas locales y de las acciones que se pueden tomar para solucionarlas. Es necesario que los creadores mediáticos vuelvan su mirada sobre los espacios públicos mediatizados, pero no en la búsqueda de una simple conexión a la red por parte de cada persona, sino propiciando diseños de interacción que motiven la materialización de la metáfora del compartir, construir y actuar.

Es de gran importancia entonces observar el campo de expansión tecnológica como una oportunidad para brindar experiencias colectivas, usando el contexto mismo como metáfora y brindando a los usuarios una experiencia significativa digna de ser compartida en las redes sociales, convocando así a más usuarios. El documento completo del que se desprende este artículo, propone una estrategia de diseño de interacción que permita la confluencia de las redes anteriormente mencionadas, incluyendo a Fluxus Magazine, esto con el objetivo de alejarse de la “superficialidad” que actualmente rodea a las redes sociales, a las dinámicas de trabajo colaborativo en línea y acudiendo a su poder de organización y movilización, sin tener que ser activadas por condiciones externas extremas como las sucedidas en otros contextos.

En el marco estratégico de un desarrollo sostenible para Colombia, es importante la construcción de programas que determinen el impacto y la participación de las tecnologías de la información y la comunicación, buscando la activación de una mirada menos estadística y más humana, llevando las relaciones que se establecen en las redes a un nivel que pueda impactar positivamente las dinámicas de interacción social. Esto significa utilizar las redes sociales y las tecnologías de la información y la comunicación, como puente de acercamiento entre el entorno, las personas y los espacios, usando el flujo de información constante como fuente de conocimiento y sensibilización con el entorno y en general con el constructo social.

Bibliografía

- Beck, U. (2001). *La Sociedad del Riesgo Global*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- Cano, A. & García A. (2009). *Fluxus Magazine*. Recuperada el 10 de abril de, <http://www.fluxusmagazine.com>.
- Colombia, Ministerio de las Tecnologías para la Comunicación y la Información. (2010). *Plan Vive Digital Colombia, Propuesta para Discusión*. Recuperado el 29 de Noviembre de: <http://www.mintic.gov.co/vivedigital/pdfs/material.pdf>
- Greenfield, S. (2009), *Tomorrow's People: How 21st-Century Technology Is Changing the Way We Think and Feel*. United Kingdom: Penguin Books.
- Milton, M. (Directora / Productora). (2010). *The Virtual Revolution* [Documental]. Inglaterra: BBC
- Turkle, S. (2011), *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. United Kingdom: Basic Books.
- Verplank, B. (2007). *Interaction Design Paradigms*. En Moggridge, B. (Comp.), *Designing Interactions* (pp. 128-134). Massachusetts Institute of Technology.
- Weibel, P. (1992). *La Era de la Ausencia*. En La Ferla, J. (Comp.), *El Medio es el Diseño Audiovisual* (pp. 135-152). Manizales: Editorial Universidad de Caldas.

Descentramientos estéticos y reescrituras visuales: crear desde la memoria y para la memoria*

Resumen

Desde las aperturas y descentramientos que plantean las prácticas estético-artísticas en la contemporaneidad, en este texto se ubicará el trabajo de un grupo de artistas colombianos, quienes desde intereses afines en torno a la memoria y la reescritura de las narrativas sobre la violencia en el país, han sido capaces de reconocer las limitaciones y complejidades del contexto, los sesgos de la crítica y la retórica institucional, para configurar una suerte de programa estético-investigativo que pone a interactuar en simultáneo, determinaciones procedimentales, performatividades y orientaciones crítico-reflexivas, en las que se afianza el carácter expresivo y político del arte en la actualidad.

Margarita Calle G.
Profesora titular del Departamento de Humanidades e Idiomas de la Universidad Tecnológica de Pereira. Magíster en Comunicación Educativa, Universidad Tecnológica de Pereira. Candidata a Doctora en Humanidades, Universidad del Valle. Directora de la Maestría en Estética y Creación de la Facultad de Bellas Artes y Humanidades, Universidad Tecnológica de Pereira. Coordinadora del grupo de investigación en Arte y Cultura de la misma Universidad.
aumar@utp.edu.co

Recibido: Septiembre 12 de 2011
Aprobado: Noviembre 21 de 2011

Palabras clave: Arte contemporáneo, artistas colombianos, descentramientos, estética, memoria, violencia.

* Este texto se desprende de las reflexiones derivadas del proyecto de tesis doctoral titulado "Descentramientos estéticos y prácticas artísticas contemporáneas, las paradoja de las identidades y la negociación cultural", bajo la dirección del profesor Dr. Jairo Montoya Gómez, de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín.

Aesthetic runout and visual re-writings: Creating from and for memory.

Abstract

From the openings and runouts posed by the aesthetic-artistic practices on contemporaneity, this text will present the work of a group of Colombian artists who, from related interests around the memory and re-writing of narratives about violence in the country, have been able to acknowledge the limitations and complexities of the context, the biases of criticism and institutional rhetoric, to configure a sort of esthetic-exploratory program which simultaneously makes procedural determinations, critical and reflexive performances and orientations in which the current expressive and political character of art is consolidated interact.

Key words: Contemporary art, colombian art, descentrations, esthetic, memory, violence.

El arte debe cambiar la velocidad de la exposición y la circulación de las imágenes para que la dispersión en el espacio (tecnomediática) se vuelva concentración en el tiempo (crítico-reflexiva)...
Nelly Richard

Introducción

118

La práctica del arte en Colombia en las dos últimas décadas del siglo XX configuró un panorama de rutas propositivas en términos conceptuales y procedimentales, las cuales sacaron a flote preocupaciones más claras en los artistas por los lenguajes y modos de significar e interactuar con los límites del arte. Este escenario, que a nuestro modo de ver se visualiza con mayor determinación en la década de los años 90, es resultado del acumulado de experiencias aportadas por una importante generación de artistas, algunos de los cuales desde los años 60 se preocuparon por ampliar las fronteras de la estética y de la plástica, como respuesta a la crisis de los lenguajes artísticos, a la emergencia de los pluralismos creativos y a su diseminación expresiva.

El impulso que movilizó gran parte de estos procesos se detuvo en problematizar, no tanto el significado de las obras creadas y de los medios utilizados, sino el campo de acción del arte, los recursos expresivos y, en general, la naturaleza enunciativa y alegórica de sus producciones. En gran medida, es desde estos desplazamientos y a partir de posturas creativas como las que inauguran los artistas de esta época, desde donde empezamos a valorar la producción artística en términos de textualidades, mnemotecnias, escrituras en tránsito e inscripciones polisémicas, cuya pretensión de acabamiento se desvanece a favor de una experiencia más activa y atemporal para las comunidades que las reciben.

Como una manera de penetrar la densidad de estos procesos, en el 2009 asumimos la tarea de revisar el trabajo de un grupo de artistas nacionales, quienes desde nuestras premisas han contribuido a configurar un nuevo campo de producción plástica y visual, propicio para repensar y ampliar otros campos de la cultura, así como la contemporaneidad de las prácticas estético-artísticas en Colombia. El sentido de las acciones producidas, los referentes de investigación-creación asumidos y el horizonte abierto de valoraciones expresivas son claves para sustentar cómo a partir del trabajo de estos artistas la práctica del arte en el país logra animar un *ethos*, fundamentalmente crítico, que activa nuevos ámbitos de inscripción y circulación de las memorias culturales y sociales. Se trata de Beatriz González, Óscar Muñoz, Luis Fernando Peláez, María Fernanda Cardoso, Doris Salcedo y José Alejandro Restrepo, artistas todos ellos tributarios de unos procesos creativos integrados, en los que acción, provocación y reacción se anudan en propuestas de gran calado técnico, estético, político y cultural que, además de contribuir a problematizar la noción de límite como frontera real o imaginaria de las prácticas artísticas contemporáneas, nos permiten, sobre todo, cargar de contenidos aquella proposición según la cual el arte es una mnemotecnica de la cultura.

Esta mirada recoge algunas de las conclusiones centrales del proyecto “Descentramientos estéticos y prácticas artísticas contemporáneas, la paradoja de

las identidades y la negociación cultural”, desarrollado desde el grupo de investigación Arte y Cultura, Línea de Investigación en Arte Contemporáneo. En esta investigación intentamos construir un acercamiento a la pluralidad del arte contemporáneo, a su cualidad expresiva, a la condición mnemotécnica de sus registros y al carácter provocador de su configuración, con el propósito de desentrañar el *ethos* que estas prácticas fundan en relación con algunas nociones y categorías problemáticas para nuestro momento actual, a saber: las nociones de memoria, identidad, pertenencia cultural, producción simbólica, transferencia e interacción cultural, las cuales aparecen en la base de este tipo de producciones, bien como respuesta a la intencionalidad de sus autores, o bien como resultado de los procesos culturales que instauran cuando se insertan en las esferas de circulación y valoración pública.

Al visibilizarse como un dispositivo de inscripción y registro cultural, las prácticas artísticas avivan la compleja tensión entre lo representable y su imagen, creando un marco para la comprensión y exteriorización de la compleja y cambiante condición humana. No de otra forma se podría entender el gesto transfigurador y el efecto pragmático de obras como *Las delicias* de Beatriz González, *Lluvia* de Luis Fernando Peláez, *Corona para una princesa Chibcha* de María Fernanda Cardoso, *Atrabilarios* de Doris Salcedo, *Aliento* de Óscar Muñoz o *Musa paradisiaca* de José Alejandro Restrepo, las cuales se nos presentan como potentes movilizadores de memorias individuales y colectivas o, si se quiere, agenciadores de reescrituras de violencias históricas y simbólicas, que al tiempo que alegorizan el caos y la ausencia, inscriben la huella de una acción poética.

En contravía con los derroteros trazados por las corrientes dominantes del arte, estos artistas han sido capaces de reconocer las limitaciones y las riquezas del contexto cultural propio, la densidad y los efectos de la violencia como drama compartido, los sesgos de la crítica, la retórica política y los intentos de homogenización institucional, para configurar una suerte de programa estético-creativo

que pone a interactuar, en simultáneo, determinaciones procedimentales, formas de comunicabilidad y posturas críticas, ampliando, como señala Luis Camnitzer (1987), el margen de maniobra que necesitan los productos culturales para ser diseminados en su significatividad, antes de ser asimilados por la cultura de masas y el tejido global que tiende a transformarlos en meros objetos de entretenimiento o de mediación comunicativa como estímulo del consumo.

Metodología

Antes que un método propiamente, lo que despliega el contexto de esta investigación son los visos de un trabajo de análisis y de interpretación cercano a lo que desde el horizonte de la práctica filosófica contemporánea reconocemos como un trabajo hermenéutico. Si tenemos en cuenta que hoy las prácticas del arte aparecen imbricadas en un campo complejo de relaciones e interdependencias conformado por saberes, tradiciones, instituciones organizadas, lenguajes legitimados y efectos pragmáticos, y que en estas prácticas configuran una auténtica sedimentación de lo que podemos reconocer como procesos culturales, la manera de abordar tal campo reclama tanto un ejercicio interpretativo como analítico, con el cual y a partir de cual se pueda penetrar y reescribir esa suerte de urdimbre de memorias y significaciones que terminan por visibilizar las prácticas, los discursos y las organizaciones materiales en las que se despliega el hacer y la razón de ser del “arte”, como prácticas humanas que tienen lugar al lado de otras experiencias o emergen de ellas. Al fin y al cabo en esta tupida urdimbre simbólica, compleja y problemática, a la vez que pletórica y abierta, se las juega la experiencia del arte, al reivindicar su carácter como constitutivo de toda experiencia humana.

Las rutas asumidas implicaron, como primer ejercicio, el reconocimiento de lo que entendemos como contemporaneidad estético-artística, así como la revisión

de los acercamientos y aportes multidisciplinares que han contribuido a validar la pluralidad expresiva del arte actual. Sobre la base de estas apropiaciones se operaron desplazamientos, se construyeron premisas y se ubicaron los descenramientos que, desde la perspectiva trazada para el proyecto, visibilizan los modos como el arte contemporáneo despliega su función expresiva, simbólica y pragmática, estimulando dispositivos de inscripción, formas de memoriación y de agenciamiento cultural que, no obstante sus singularidades, no se circunscriben explícitamente al contexto original de producción de las obras, sino que, más bien, posibilitan ubicar un lugar de tensión entre lo particular y lo global, lo propio y lo adquirido, despejando relaciones y contrapuntos para reelaborar la problemática relación en la que se insertan los productos del arte desde el momento de su configuración hasta su inserción en las redes de circulación institucional.

En este orden de ideas, el interés recayó en afianzar nuestra premisa central, a saber: las prácticas estético-artísticas contemporáneas en Colombia han contribuido a la configuración de un *ethos* particular en el que se detonan y re-crean nociones ligadas con nuestras memorias culturales, las narrativas de la violencia, las simbologías míticas que han alimentado nuestros imaginarios y las retóricas de la subjetividad que han definido nuestro carácter, cargando de sentido la proposición según la cual las prácticas del arte, además de actuar como condensadoras de nuestras memorias históricas y culturales, buscan desbordarlas en nuevas inscripciones y tramas de sentido, intensificando aún más las afinidades y las polaridades que convergen en el hacer y el obrar del arte.

Hallazgos

Varias consideraciones emergieron en la diseminación del campo de interacciones cobijado por el problema que nos ocupó, generando las rutas de sentido que orientaron el análisis:

1- La visibilización de los descentramientos y los desplazamientos expresivos y formales operados por las prácticas estético-artísticas que reconocemos como contemporáneas, teniendo en cuenta que en las tres últimas décadas las artes plásticas y visuales han sido empujadas a convivir con una acelerada estetización de la experiencia y con la expansión de la técnica a todos los ámbitos de la cultura, lo que se traduce en: apertura a la pluralidad de los procesos representativos; hibridación y desbordamiento de fronteras entre géneros; movilidad y desasosiego como rechazo a cualquier asomo de homogeneización; desacralización y secularización de la creación artística por la pérdida de trascendencia y centralidad de algunos procesos configuradores de obra; introspección en la elección de los contextos de investigación-creación, sobre todo en relación con el problema de la identidad.

2- La identificación de las mediaciones, las intertextualidades y los móviles expresivos y procedimentales, a partir de los cuales se reconoce la significatividad de las prácticas artísticas de la década del 90 del siglo XX en la configuración de un ethos epocal en el que la técnica se expande a todos los ámbitos de la cultura, para posibilitar el despliegue de las riquezas expresivas de un saber-hacer que se reivindica como espacio de experiencias, alteridades y movibilidades.

3- El desplazamiento del eje arte-estética al eje arte-cultura como efecto pragmático de la noción de memoria —el arte como mnemotecnia—, como índice de inscripción y reinserción temporal de los textos de la historia y la cultura en el campo de las producciones artísticas.

4- La reescritura de categorías como las de identidad, pertenencia cultural, transferencia e interacción cultural, como resultado de procesos ambivalentes de intercambio y apropiación entre culturas globales y contextos locales, en los que se reelabora el carácter de los pluralismos artísticos, la internacionalización

del arte, las estrategias del diálogo y la negociación cultural como elementos constitutivos del campo de producción del arte contemporáneo¹.

Descentrar/desplazar: dos nociones claves

Pareciera apenas natural usar las nociones de descentramiento y desplazamiento para hacer referencia al movimiento permanente que ha instaurado el campo del arte a través de la historia, y más puntualmente a los procesos de desestructuración y reconfiguración que han propuesto las prácticas del arte a partir del siglo XX. No obstante, estas nociones merecen su diseminación en relación con procesos puntuales que, como señala Simón Marchan Fiz, han significado un replanteamiento tanto de los referentes sintáctico-formales como de las dimensiones semánticas y pragmáticas de las artes plásticas, con derivas que incluso han empujado el cuestionamiento del “estatuto existencial de la obra como objeto” (1997: 11). Desde esta perspectiva los desplazamientos más significativos operados en este campo han tenido que ver con la desacralización y la secularización del estatuto ontológico del arte, la transgresión de los límites estéticos, el replanteamiento de nociones como las de autoría, obra de arte, y original, así como con la variabilidad de modos de exteriorizar la crisis de la representación, el sincretismo de los pluralismos artísticos, el acotamiento de las relaciones entre arte y cultura, y el relativismo de los criterios interpretativos usados para desentrañar el sentido de las producciones artísticas.

Para Yves Michaud (2007), esta distensión de dominios parece resolverse en términos paradójales, toda vez que los límites que median entre el exceso de manifestaciones expresivas y la evanescencia de obras de arte parecen ser cada

¹. A la luz de los análisis de Gerardo Mosquera (2008), Nelly Richard (2007), Luis Camnitzer (1987), entre otros, es posible reconfigurar el campo de producción artística en Latinoamérica, en términos de intercambios, apropiaciones y transferencias mutuas, y como modo de inserción de las culturales locales en el ámbito plural de lo global. Lo que contribuye a debilitar la tensión bipolar existente entre dominados y subalternos.

vez más difusos: al tiempo que el arte prolifera y se expande por doquier, y bajo todas las formas posibles. Un fenómeno paralelo de vaciamiento o de “vaporización del arte” y de los objetos artísticos que se pone de plano, y se manifiesta en procesos como el declive de la pintura, la emergencia de la instalación, la necesidad de validación del plexo de obras dentro de códigos y categorías artísticas y culturales, y la estrecha identidad entre arte, diseño y publicidad, con la correspondiente redefinición de los procesos de circulación, apropiación y uso de los productos artísticos (Calle, 2008).

Tales fenómenos —que en el horizonte de este trabajo denominamos descentramientos— reubican las producciones artísticas en un terreno poco estable, donde las transformaciones aluden más a la diseminación de las formas y al deslizamiento o deslinde entre géneros y disciplinas artísticas, que a rupturas radicales de carácter histórico o cultural, siendo justamente estas mutaciones las que nos obligan a reconfigurar el “nuevo objeto” que emerge de tales reacomodamientos, incluida la disolución de las fronteras que diferenciaban los procesos de producción y de recepción de las obras. En la perspectiva construida por Foucault (2007), así como por Deleuze (1987), ese nuevo objeto visibiliza una particular forma de “saber”, en el cual se condensa una apretada red de relaciones, estrategias enunciativas, asociaciones y valores culturales, materializados en dispositivos de enunciabilidad y visibilidad (dominio técnico), culturalmente compartidos (dominio simbólico), cuyos efectos (pragmáticos y políticos) se constituyen en un relevante anclaje de valoración de lo humano, históricamente construido².

De manera consecuente con su naturaleza indeterminada y abierta, este nuevo objeto —señala Foucault— nos reubica en la dimensión de una “práctica discurs-

². En el acto creativo operan, de manera paralela procedimientos mentales y expresivos; unos de carácter sensible y abstracto, otros relacionados con la materialidad de la obra, con los procesos de configuración, despliegue y exteriorización. Se trata de una relación indisoluble en la que el carácter proposicional de la obra genera aperturas para su inscripción y su visibilización como producto cultural formado.

siva que se despliega entre otras prácticas y se articula sobre ellas” (2007: 327), reafirmando su especificidad, sus funciones y la red de interdependencias que le son propias, por cuya mediación tiene lugar una intensa y, por consiguiente, compleja organización intertextual³ en la que quedan inmersos todos los productos de la cultura.

Pensar los procesos artísticos en estos términos es, quizás, la mejor vía para reconocer que en el plano de las creaciones lo que se configura es un particular tejido de relaciones, retributivas y solidarias, en el que necesariamente aparecen problematizados los ámbitos del productor y del receptor. No obstante, y a pesar de su inestabilidad, este tejido no es errático ni meramente imaginativo, sino que, por el contrario, supone la asunción de posturas, determinaciones técnicas, elecciones teóricas y procedimentales en las que se exhibe una particular toma de partido frente a otras formas posibles de producción, culturalmente aceptadas, con las correspondientes repercusiones estéticas, éticas y políticas.

Al configurar las posibilidades de acceso a un producto artístico, la puesta por tal o cual proceso configurador implica para el artista, ante todo, “un choque de fuerzas enfrentadas” (Duque, 2001: 60), en pugna, por hacer emerger un determinado modo de ver, que bajo ciertas circunstancias puede devenir arte. En este sentido, Félix Duque enuncia una de las proposiciones más relevantes para la comprensión de las prácticas artísticas de nuestro tiempo, a saber: “el arte no es una ‘cosa’, sino una función de sobredeterminación de la técnica” (2001: 61); por vía de la técnica, el sujeto “traza ese ‘límite’ que engendra mundo”, y que es conciencia de un saber-hacer (de un obrar) que no sólo le permite producir o transformar cosas del mundo, sino que además activa aperturas y desocultamientos

³. Tal como lo plantea Julia Kristeva (1981), el texto discursivo posibilita un “cruce de superficies textuales”, una red de conexiones que puede leerse como un diálogo de varias escrituras: del autor, del destinatario, del contexto cultural anterior o actual; tres elementos en diálogo, que desde la perspectiva que la autora checa construye a partir de Bajtiin, permite hablar de intertextualidad, en lugar de intersubjetividad: “todo texto se construye como mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto”. La convergencia de formas textuales, expresivas y contextuales presentes en el arte contemporáneo configuran, a nuestro modo de ver, un escenario de cruces, reconfiguraciones y mediaciones en el que se inscriben las condiciones para animar una nueva pragmática del arte.

en los que “se pone a prueba” su finitud y su condición mortal, “experimentando cuánto da de sí su poder, hasta dónde llega ese sí-mismo cuando se las ha con lo térreo” (Duque, 2001: 53).

A pesar del régimen de indeterminaciones que nos presenta el arte contemporáneo y que se hace visible en el grupo de artistas asumido para esta investigación, este campo se resuelve desde lo procesual, es enteramente metodológico y proposicional, y lo que es más clave, se configura en los límites, o en el desbordamiento de los propios límites de su enunciación. De allí su naturaleza potencialmente crítica, paradójica y provocativa. Se vale de impulsos alegóricos, de acumulados culturales, de escrituras en tránsito. De allí la naturaleza discursiva, heterodoxa, indeterminada. Pone en situación las jerarquías de la comprensión, privilegiando la pluralidad irreductible de lo residual, de lo emergente. De allí su naturaleza intempestiva, irruptiva y descentrada. Reescribe los estereotipos de la identidad, la alteridad y la diferencia. De allí su naturaleza social, política y, por tanto, conflictiva.

Al igual que para autores como Marchan Fiz y Arthur Danto, para José Luis Brea el modo como emerge el pensamiento no representativo que revela el arte contemporáneo es fundamentalmente discursivo (textual) y marca el punto de partida para un replanteamiento revolucionario de la tradición estética occidental. No de otra forma Brea concibe el “procedimiento alegórico” como el punto de confluencia de una estética del acontecimiento preocupada por anudar relaciones de sentido; un campo en el que “toda significancia es flotación a la deriva, destino infijable; todo lugar es virtual asiento de indefinidos potenciales de sentido en perpetua fuga” (1991: 29). Un nuevo modo de concebir y escenificar el acto creativo que, de acuerdo con Brea, es inaugurado por Marcel Duchamp desde cuando empieza a conferirle al campo de producción artística un carácter escritural, de naturaleza alegórica y, por tanto, abiertamente intertextual, en el que el lugar del espectador se vuelve central.

En el contexto colombiano, tales descentramientos empiezan a manifestarse a partir de los años 60 del siglo XX con la obra de artistas como Antonio Caro, Beatriz González, Bernardo Salcedo, Álvaro Barrios y Santiago Cárdenas, quienes nos colocan ante propuestas que de-construyen el sentido de la figuración, resignifican iconografías y ponen a tambalear aquellas imágenes y referentes culturalmente convencionalizados. En todos los casos el carácter proposicional de sus propuestas es preponderante, lo mismo que el interés por desbordar los límites trazados hasta el momento por una tradición artística que, hasta bien avanzada la década del 50, estuvo anclada en los paradigmas del academicismo. Aunque en los soportes los desplazamientos fueron más tímidos, es clara la apuesta por una re-escenificación del espacio, la inscripción de nuevas textualidades y la ampliación de los dominios de recepción de las obras, a partir de la instauración de una nueva proxémica del acto de ver, que apunta a reforzar las funciones, los modos de transmisión y circulación social del trabajo artístico.

La memoria como producción e inventiva

Las prácticas artísticas contemporáneas ponen especial énfasis en la exploración de nuevas narrativas y en la configuración de expresividades que, sin apelar por una universalización de las culturas, ni mucho menos a la configuración de un mosaico de ellas —que sería una variante de lo mismo—, recurren a lenguajes y materialidades de dominio global, como vía para provocar diálogos y allanar particularismos, en los que se recrea un set de códigos y de metodologías para la creación que ponen en tensión nociones como las de identidad, transferencia, pertenencia cultural y memoria, entre otras. Desde esta perspectiva, señala el crítico cubano Gerardo Mosquera (2008), la globalización cultural entra a configurar una codificación internacional o un dominio de intercambios y re-apropiaciones de doble vía, antes que una estructura multifacética de celdillas diferenciadas. Esta proclividad a reforzar lo singular en lo universal ha sido tema

de debate, tanto por lo que representa en términos políticos y de negociación del poder cultural de los lenguajes simbólicos, como por la dinámica que se crea cuando el juego entre hegemonía y subordinación se descentra o, como reitera el mismo Mosquera, muestra que la apropiación cultural no es un fenómeno pasivo y que su vitalidad radica, justamente, en la “productividad del elemento tomado para los fines de quien lo apropia, no la reproducción de su uso en el medio de origen” (2008: 116).

La apropiación y la transferencia de valores constituyen un fenómeno generalizado en todos los campos de producción cultural. Como estrategia creativa plantea un actitud reflexiva y crítica en relación con lo que se relee y reescribe, se presta o se transfiere, se importa o se hace migrar, dado que implica una toma de conciencia sobre el modo como opera un determinado campo de producción y los circuitos que lo dinamizan. De allí que resulte tan significativo el proceso construido por los artistas incluidos en este proyecto en términos de afianzamiento del lugar, el “desde aquí” propuesto por Mosquera, como un ámbito estratégico de producción y negociación cultural, en el que la memoria trasciende su rol como mecanismo de recordación, para convertirse en potente movilizador o agenciador de significados y valores compartidos.

Esto es precisamente lo que nos descubren obras como *El paso del Quindío* de José Alejandro Restrepo, video instalación que pone en contexto la construcción de las relaciones espacio-temporales frente a nociones como las de discontinuidad, progreso y desarrollo, todo esto de cara a los relatos de la historia y su retórica visual. En el mismo sentido, podemos hablar de *Mátenme a mí que yo ya viví*, pintura de Beatriz González cuyo título apropia una de las expresiones con las cuales las madres vulneradas por la crudeza de los ajusticiamientos, claman a los violentos para salvar la vida de sus hijos. Al recurrir a imágenes y expresiones que se repiten cotidianamente, estos artistas nos señalan que la memoria no es un mero recuerdo compartido, sino más bien un vínculo fino creado para anudar

lo humano; una elaboración cultural que cohesiona a todos los grupos sociales, con vectores e intensidades diferentes pero, al fin de cuentas, con motivos, imágenes y metáforas comunes: el dolor, la ausencia, el desplazamiento, la guerra, la muerte, la esperanza.

De cara a situaciones que muestran la desarticulación social y política de Colombia a raíz de la pluralidad de formas de violencia que se han instalado en el medio, artistas como Luis Fernando Peláez y Óscar Muñoz alegorizan el recuerdo y el olvido, cargándolo de experiencias preformativas que poetizan su transfiguración. Antes que la evocación de un pasado muerto —función que cumplía el monumento—, obras como *Ciudad, ciudad* (1997) de Peláez y *Ambulatorio* (1994) de Muñoz se nos proponen como dispositivos movilizados de flujos de experiencias, visibilidades y señalamientos que sirven de contrapeso a las múltiples formas de amnesia que padecemos hoy día.

En todos estos casos la memoria es pensada y configurada, primero como un proceso abierto y permanente de relación con construcciones espacio-temporales y, segundo, como recreación e inventiva, toda vez que alberga la posibilidad de reinterpretar incesantemente los registros de un pasado no muy lejano, para la mayoría de los artistas vinculados a esta reflexión. Al configurar y desconfigurar las imágenes de una realidad compleja e inacabada, el trabajo artístico genera las condiciones para que en los entremedios emerjan otros modos posibles de reelaborar los sucesos, de comprenderlos e interiorizarlos. Por eso, como señala Doris Salcedo, el procedimiento para enfrentar procesos como los que aparecen comprometidos en su obra, es necesariamente combinatorio, no permite que el artista arme un *ghetto* para plantear los problemas que le inquietan, sino que más bien lo impulsa a que se abra, dialogue, reconozca y establezca conexiones para abordar los fenómenos desde una perspectiva más general, señalando o visibilizando aquello que es común a todos los seres humanos, y no sólo a los

colombianos o a los latinoamericanos, como intentan etiquetarlo en los circuitos internacionales del arte, aunque la preocupación y las imágenes partan de allí. Tal modo de proceder implica una negociación, que en el caso particular de Salcedo involucra tres momentos simultáneos: primero, la elección de una circunstancia de orden vital, cercana y válida, tanto para el primer mundo como para el nuestro, como lo es el caso de la violencia y su negación, presente en casi toda la obra de esta artista; segundo, la articulación de tal experiencia a un sistema de pensamiento cultural o *episteme* cohesionadora, que bien puede surgir de la filosofía o en la literatura; y tercero, la construcción de una imagen potente o un gesto estético, capaz de concretar los dos momentos anteriores, sin que se llegue a desviar el horizonte de la creación hacia ámbitos ajenos al campo de lo artístico.

Desde donde se lo mire, el proceso es complejamente colaborativo, se vale de lo testimonial, de un constructo teórico, del conocimiento técnico de la artista y de sus colaboradores, así como de la participación del público cuando se encuentra con el trabajo. Igualmente, juega con la movilidad y la vitalidad que representan los contraflujos culturales primer mundo-tercer mundo, sin desmedro de las transferencias y apropiaciones que genera tal condición. Ella y los demás artistas de los que se ha ocupado esta investigación —Beatriz González, José Alejandro Restrepo, Óscar Muñoz, María Fernanda Cardoso y Luis Fernando Peláez— han contribuido a propiciar transformaciones en la mirada, de tal manera que el arte que emerge de un país subordinado como el nuestro, sea asimilado para dialogar sin complejos con las producciones artísticas de los contextos más globales, precisamente porque, como señala Gerardo Mosquera (2008: 129), subvierten la diferencia, reconfigurándola en forma creciente, a través de modos específicos y plurales de poner en obra los textos artísticos sin desconocer que existe y circula un conjunto de lenguajes y prácticas compartidas que se van transformando en el proceso, y no por el expediente de representar elementos culturales e históricos característicos de contextos particulares.

Entonces, el paradigma que se impone es el «desde aquí» problematizado por Mosquera, señalando así el descentramiento que operan las producciones artísticas y culturales, cuando son capaces de construir metalenguajes, aproximaciones heterodoxas y divergentes para hablar, sin restricciones, de sus contextos e imaginarios, al tiempo que expresan actitudes y posturas políticas inherentes a la condición humana y su contemporaneidad.

Conclusiones

En el recorrido desplegado en esta investigación la memoria configura el lugar de entronque del trabajo de estos artistas y el punto de quiebre que posibilita abrir condiciones de desplazamiento entre el pasado y el presente. Sin embargo, tal recurso no está limitado a una constatación del recuerdo o del archivo como dato inmóvil, sino que, como señala Nelly Richard, busca “remover el dato estático del pasado con nuevas significaciones sin clausurar, que ponen su recuerdo a trabajar, llevando comienzos y finales a reescribir otras hipótesis y conjeturas para desmontar el cierre explicativo de las totalidades, demasiado seguras de sí mismas” (2007: 135). En este sentido, la memoria es selectiva y dinámica. No atiende tanto a la objetividad del recuerdo como sí a las posibilidades de reelaboración del mismo, para reconfigurarlo, imaginarlo e inscribirlo en una forma característica o bajo textualidades diferentes. En consecuencia, por esta vía tiene lugar la definición de un nuevo *ethos* epocal derivado del modo como las prácticas del arte contemporáneo devienen mediaciones en relación.

Si aceptamos, como se ha sustentado en esta mirada, que la memoria es inventiva y productiva, debemos reconocer que su estrategia configuradora es, en esencia, procedimental, pues se apuntala en el carácter episódico de los modelos narrativos para materializarlos en una exterioridad que, por contraparte, se coloca frente a una interioridad que es asumida como evidente. Como plantea Jairo Montoya, es

justamente allí, en esa expresividad que se revela registro inscrito, mnemotécnica cultural, y que se expone (se coloca fuera de sí), donde radica nuestro *pathos*: “esa necesidad de inventarnos un presente en un pasado y para un futuro” (2008: 357) (véase también Montoya, 2010). En este pasaje reconstructivo se teje una relación de copertenencia entre cultura, memoria, identidad y alteridad, cuyo trasfondo no es más que el paroxismo del cultivo de la memoria, al que estamos avocados en una época amnésica, de apremios y olvidos, como la que pulsa en los artistas que hemos incorporado a este análisis.

¿Qué otra forma de invención y despliegue de lo humano podría ser más potente para la reinención de nuestra condición que las producciones artísticas y los acontecimientos estéticos que nos circundan? Las prácticas artísticas nos colocan frente a un tipo de memoria perlaborativa, que más que mirar hacia atrás o detenerse en el presente, se reactiva y extiende, removiendo “la condición metafórica de una temporalidad no sellada” (Richard, 2007: 111). Por tanto, la escritura de la memoria es crítica y reactiva. El vector que la representa apunta a nombrar aquello que aún no ha ocurrido (de ahí su condición de sobredeterminación), pero que por mediación de la técnica es subsidiaria de lenguajes, escrituras, soportes, materializaciones, montajes en los que está implicada una toma de postura frente a la construcción de la continuidad o resignificación del recuerdo.

Bibliografía

Brea, J. L. (1991). *Nuevas estrategias alegóricas*. Madrid: Técnos.

Calle, M. (2008). *Identidades paradójicas y mediaciones contextuales en el arte contemporáneo*. En: Domínguez, J. et al. (eds.), *Moderno/contemporáneo un debate de horizontes* (pp. 111-133). Medellín: La Carreta Editores, Universidad de Antioquia.

Camnitzer, L. (1987). Acceso a la corriente principal. *Arte en Colombia Internacional*, 34, 90-94.

Deleuze, G. (1987). *Foucault*. España: Paidós.

Duque, F. (2001). *Arte público y espacio político*: Madrid: Akal.

Foucault, M. (2007). *Arqueología del saber*. 23 ed. México: Siglo Veintiuno Editores.

Kristeva, J. (1981). *Semiótica I*. Madrid: Fundamentos.

Marchan Fiz, S. (1997). *Del arte objetual al arte del concepto*. 7 ed. Madrid: Akal.

Michaud, Y. (2007). *El arte en estado gaseoso*. México: Fondo de Cultura Económica.

Montoya, J. (2008). Olvido y/o cultivo: el pathos de nuestras memorias. *Escritos*, 16(37), pp. 344-360. [Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana].

134

Montoya, J. (2010). *Paroxismos de las identidades, amnesias de las memorias*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.

Mosquera, G. (2008). Desde aquí: arte contemporáneo, cultura e internacionalización. En: Domínguez, J. et al. (eds.), *Moderno/contemporáneo un debate de horizontes* (pp. 111-133). Medellín: La Carreta Editores, Universidad de Antioquia.

Richard, N. (2007). *Fracturas de la memoria. Arte y pensamiento crítico*. Argentina: Siglo XXI.

Diseño de juegos para el cambio social

Resumen

El sostenido crecimiento de la industria de los videojuegos ha generado interés acerca de las posibilidades de educar y generar cambios sociales usando ambientes virtuales de juego; sin embargo, no es aún claro como diversos aspectos de juego deben ser diseñados para optimizar el aprendizaje y actitudes pro-sociales. Este artículo reporta resultados generales de una investigación sobre el diseño de un videojuego para el aprendizaje de competencias ciudadanas en Colombia. El método usado fue investigación *por* diseño, donde los investigadores sistematizaron aspectos transferibles a futuros proyectos mientras asumieron la práctica de diseño del videojuego. De la práctica, se describen aspectos del diseño conceptual de juego, diseño de interacción y evaluación de diseño. Finalmente, se debaten las reflexiones del proceso como consideraciones para futuros problemas de diseño similares, las cuales incluyen aspectos cognitivos de niños y niñas, diseño conceptual y evaluación del aprendizaje.

Mg. Germán Mauricio Mejía R.
Docente de la Universidad de Caldas
Departamento de Diseño Visual
mmejiamirez@gmail.com
PhD. Felipe C. Londoño L.
Arquitecto. Doctor en Ingeniería Multimedia. Universidad Politécnica de Cataluña. España
Docente Titular Universidad de Caldas
Departamento de Diseño Visual
felipecl@ucaldas.edu.co

Recibido: Noviembre 1 de 2011
Aprobado: Noviembre 21 de 2011

Palabras clave: Cambio social, competencias ciudadanas, desarrollo cognitivo, diseño conceptual, diseño de juegos, evaluación de diseño, video juegos.

Game design for social change

Abstract

The permanent growth of the videogame industry has generated a permanent interest about the possibilities to educate and generate social change using virtual and playful environments. Nonetheless, the understanding of how a variety of the game aspects must be designed in order to take the most out of learning and pro-social attitudes remains unclear. This article reports broad research findings about the design of a videogame for citizenship and social competencies learning in Colombia. The research method was research by design in which researchers systematized transferable to future projects findings while they were engaged in game design practice. From the practice, aspects of the game conceptual design, interaction design, and design evaluation are described. Finally, reflections of the process as considerations for similar design problems in the future are discussed which include children's cognitive factors, conceptual design, and learning assessment.

Key words: Social change, citizenship skills, cognitive development, conceptual design, game design, design evaluation, video games.

1. Juegos y educación

136

Para el ser humano el juego constituye la más importante fuente de crecimiento personal y de fortalecimiento de sus capacidades sociales. Esto lo evidenció, de manera anticipada, Friedrich Schiller cuando afirmó que “el hombre sólo juega cuando es hombre en sentido cabal y sólo es hombre cabal cuando juega” (Schiller, 1862). Según Johan Huizinga, “la presencia del juego no se halla vinculada a ninguna etapa de la cultura, a ninguna forma de concebir el mundo”, porque el jugar es algo innato e independiente, que siempre está ahí y que no se puede ignorar, como otros conceptos abstractos, por ejemplo la belleza o el espíritu (Huizinga, 1990: 14). Esta independencia posibilita que, gracias al juego, se

puedan desarrollar capacidades autónomas relacionadas con la competición, la tensión o la incertidumbre que favorecen los procesos de aprendizaje.

El juego está enlazado con la contienda y esta, a su vez, con alcanzar un logro o dominio de un saber superando a los demás. Para Huizinga, cada conocimiento es un saber sagrado, misterioso y mágico, que guarda una relación directa con el orden del mundo. Por ello, desde la antigüedad hasta la vida moderna, el saber representa el conocimiento de los orígenes y la visión hacia las incertidumbres que deparan los sucesos del futuro. Las cualidades formales de los juegos posibilitan esa interrelación directa entre juego y saber, que se evidencia a partir de determinadas actividades anteriormente enunciadas por Roger Caillois (1997: 38-37):

- El juego es una actividad libre.
- Está circunscrita en límites de espacio y tiempo precisos.
- Es improductiva, en el sentido de que no crea bienes ni elementos nuevos.
- Es una actividad reglamentada, sometida a convenciones pactadas.
- Es ficticia, en tanto está acompañada de una realidad secundaria, en comparación con la vida cotidiana.

El potencial educador de los juegos y sus relaciones con otros ámbitos de carácter científico y social es un fenómeno que ha sido estudiado desde varias perspectivas, que van desde la consideración del ser humano como *Homo Ludens* -según Huizinga (1990)- hasta observar -de acuerdo con Vilém Flusser (1990)- los juegos como posibilidad de abrir los límites de la imaginación y, por tanto, de la producción de imágenes. El potencial de los videojuegos es creciente gracias a las oportunidades emergentes de una sociedad telemática y a las producciones computacionales, que construyen iconografías a partir de codificaciones algorítmicas.

Los avances tecnológicos de la sociedad de la información conllevan a revisar las teorías sobre los juegos, teniendo en cuenta: que los videojuegos no solo están

en pantalla, sino que se pueden trasladar a los espacios físicos; que muchos de los desarrollos son de carácter conceptual y abordan no solo el ocio popular, sino el aprendizaje, las herramientas de conocimiento y el arte; y por último, que también implican una revisión a la luz de los perfeccionamientos del software que posibilitan inmersión virtual.

Ejemplos de lo anterior es posible encontrarlos en las obras lúdicas de la vanguardia, como en *Water Walk*, presentado en la televisión en 1960, donde John Cage reivindica el poder creativo y la percepción constructora de las personas. Otros ejemplos están en las obras de George Maciunas y Fluxus, que en su *Manifiesto on Art Fluxus Art Amusement* propone minar el arte tradicional a través de la burla y la ironía, para lograr mayor participación y aprendizaje. En las propuestas lúdicas de los situacionistas, que observan el potencial del juego en las derivas urbanas. Y en obras contemporáneas recientes de autores como Brian Mackern, Alex Sanjurjo, Martin Pichlmair y Fares Kayali, que evocan instrumentos, interpretan el mundo interno y externo, y modifican los entornos urbanos con el objeto de educar jugando, mostrándole al espectador-jugador una visión múltiple sobre los hechos con la finalidad del aprendizaje.

Los juegos virtuales representan una de las posibilidades más importantes para los procesos de aprendizaje, en niños y adolescentes, en campos de cultura, ciudadanía, ciencias sociales, pensamiento especial, entre otros. En general, estos juegos son cuestionados porque poseen contenidos no-educativos y son rechazados por las instituciones académicas que ven en ellos un obstáculo para los objetivos de las competencias que los gobiernos nacionales imponen en las dinámicas escolares.

Pioneros en investigación de juegos en educación generalmente otorgan valor a los videojuegos desde diversas perspectivas. Prensky (2001) afirmó que la relajación y la motivación experimentadas en los videojuegos permiten procesar el conoci-

miento con menor esfuerzo. Gee (2003) provee una explicación alternativa desde una mirada cognitiva, argumentando que los jugadores experimentan aprendizaje crítico a través de la participación activa. Este procesamiento consciente permite que los jugadores transfieran el conocimiento a otros contextos. Aunque investigadores en educación coinciden en efectos de aprendizaje de los videojuegos, no existe evidencia suficiente acerca de la transferencia de conocimiento ni claridad en cómo usar videojuegos en contextos educativos (Kerr, 2006).

Recientes informes, como los elaborados por el Parlamento Europeo (Manders, 2008) y por la Universidad Camilo José Cela (Sánchez Buron, 2009), revelan los hábitos de los niños y adolescentes en el uso de Internet y las redes sociales, así como también la importancia de la utilización de los videojuegos para procesos de interacción social y procesos de aprendizaje. Si el primer informe ratificaba la preferencia de los adolescentes por los juegos on line y las redes sociales en España (el 70% las utiliza habitualmente), el segundo considera que los juegos son predominantemente inofensivos y no violentos, pueden ser utilizados en niños y adolescentes con fines educativos y contribuir al desarrollo de conocimiento y de diversas aptitudes cruciales en el siglo XXI. El informe de Manders para el Parlamento Europeo llama la atención sobre los avances interactivos de los videojuegos y la expansión de los juegos on line, que posibilitan la participación en foros de debates y comunidades integradas en ciertos juegos.

En esta misma línea, Kahne, Middaugh y Evans (2008) proponen una investigación para evaluar las experiencias cívicas implícitas en los videojuegos, que pueden complementar los procesos educativos en el aula. La investigación demuestra que, a pesar de que no existe una relación proporcional entre la utilización de los videojuegos y los compromisos cívicos y políticos, los adolescentes que los utilizan participan en procesos sociales con mayor frecuencia y con más compromiso que los que no lo hacen. Las mejores prácticas para fomentar la responsabilidad cívica, según esta investigación, se generan en experiencias relacionadas con:

- Simulación de procesos cívicos, presente en juegos como Civilization o SimCity.
- Instrucciones en temas de gobernabilidad, leyes, economía y democracia, presentes en juegos como The Oregon Trail, Carmen San Diego, Zoo Tycoon o Lemonade Stand.
- Servicios de aprendizaje comunitario, en juegos que posibiliten la participación y la ayuda a otros.
- Actividades extracurriculares, uniéndose a juegos con otras personas y participando en chats con otros jugadores.
- Liderazgo estudiantil, a través de juegos MMORGs como World of Warcraft, Everquest.
- Discusión, debate y aprendizaje acerca de eventos y temas sociales, que se visualizan en juegos que profundizan en temas de comunicación o que se enfocan en temas sociales.

De esta manera, se sugiere que los padres y las instituciones educativas promuevan la utilización de los juegos en los adolescentes con el objeto de aumentar su participación en los procesos sociales y que se incentive el desarrollo y utilización de juegos con contenidos cívicos, para aumentar las competencias ciudadanas entre los jóvenes (Kaplan, 2008; Paolillo & Kutz, 2008; Yee, 2006).

2. Juegos y comportamientos sociales

Caillois (1997: 80) afirma que el juego no es una distracción individual. Por más solitario que se desarrolle un juego, o los artefactos utilizados para ello, siempre será necesaria la búsqueda de un competidor o un rival. Desde la perspectiva social, el juego establece una conexión entre sujetos y comunidades. La competición, la búsqueda de estrategias y la tensión que ello conlleva están presentes en las actuaciones sociales como parte de una cultura que busca establecer relaciones de interacción con el otro.

Por lo anterior, los videojuegos han buscado desarrollar estrategias de interacción a través del potencial de las redes telemáticas, que van más allá de las competencias individuales, para desarrollar productos en los que la participación comunitaria es un elemento fundamental. Ejemplos de videojuegos en redes sociales son evidencia de ello: City Ville (Zynga), Farm Ville (Zynga), Causes (Sean Parker, Joe Green), Mafia Wars (Zynga), Happy Aquarium (Facebook), entre otros. Ellos potencian la inmersión en los entornos tecnológicos, priorizando lenguajes audiovisuales y la interactividad entre los miembros de una red de contactos, a través de lo que Mihaly Csikszentmihalyi (1990) denomina *flow*, como concepto que implica información que fluye y propicia la concentración de la persona en una actividad determinada. Para Esnaola y Levis (2009) las características de las experiencias *flow*, propias de los aprendizajes informales en videojuegos, son:

- Altos niveles de concentración, disfrute y compromiso.
- Inmersión o pérdida de la conciencia propia.
- Atención focalizada.
- Realimentación positiva.
- Motivación intrínseca.
- Ideas claras sobre el objetivo de la actividad.

Los efectos de los videojuegos en los comportamientos sociales han sido estudiados en el campo de la psicología experimental. Anderson y Bushman (2002) señalaron que la exposición a medios con influencias negativas genera comportamientos agresivos. Además, agregaron que la exposición repetida en niños puede causar cambios de personalidad de largo plazo. Gee (2007) cuestionó dicha tesis reclamando la falta de evidencia que conecte exposición a medios y estadísticas públicas de violencia, ya que la mayor parte de la investigación es limitada a efectos de medios en el comportamiento de corto término. Prensky (2006) también rechaza efectos violentos explicando que los niños interactúan con factores muy complejos en la vida real que dificultan determinar la causa de

comportamientos agresivos. Acoger este último argumento de Prensky significa también que los videojuegos con influencias positivas tampoco podrían tener un efecto decidido en comportamientos pacíficos o pro-sociales.

El género de videojuegos que se enmarca dentro de la categoría de influencias positivas y se proyecta como alternativa a los videojuegos comerciales, corresponde a los videojuegos serios (serious games), los cuales son creados por las comunidades de diseño e ingeniería con fines de aprendizaje y cambio social (Bergeron, 2006; Michael & Chen, 2006; Prensky, 2001; Salen, 2008). Los videojuegos serios son un tipo de juegos que, a través de la lúdica y la simulación, permiten a las personas comprender, involucrarse y actuar en situaciones de problemática social. Esta tipología se diferencia de los videojuegos de entretenimiento en que no tienen fines comerciales. Los objetivos son diversos, pero se concentran en formar en las personas competencias para comprender, involucrarse y actuar en torno a problemáticas sociales, situaciones militares, gobernabilidad, corporación, salud, arte, entre otros.

Algunos ejemplos de videojuegos serios son: UnderSiege (2002) de Radwan Kasmiya (Afkarmedia), que posibilita comprender el conflicto árabe-israelí; Matari 69200 (2005) de Rolando Sánchez, que reproduce episodios de un enfrentamiento armado en Perú; Estrecho Adventure (1996) de Valeriano López, que a través de la animación narra las aventuras de un emigrante magrebí en España; A Force More Powerful, del Centro Internacional de Conflicto no Violento¹; Food Force, del Programa Mundial de Alimentos de las Organización de las Naciones Unidas²; Pulse! The Virtual Clinical Learning Lab, de Texas A&M University-Corpus Christi, que tiene como objetivo simular espacios, sistemas y procedimientos para el aprendizaje de profesionales de la salud³.

1. <http://www.afmpgame.com>

2. <http://www.food-force.com>

3. <http://www.sp.tamucc.edu/pulse/>

El videojuego serio permite, desde otra perspectiva, cuestionar la validez de los procesos de formación, sobre todo en el contexto de los entrenamientos militares, como lo presenta la obra *Serious Games* del cineasta Harun Farocki realizada en el 2010⁴. Farocki cuestiona el poder de la imagen interrelacionando escenarios reales y virtuales, y pone en evidencia los peligros de la simulación cuando ella proviene de sistemas políticos establecidos.

3. Contexto de Civia

El anterior análisis de los videojuegos serios y sus potenciales permitió el desarrollo de la investigación: “Creación de videojuego como estrategia para el aprendizaje en competencias ciudadanas en la región Centro Occidente de Colombia”, realizado por los grupos de investigación Diseño y Cognición en Entornos Visuales y Virtuales, DICOVI, y GITIR, Tecnologías de Información y Redes, de la Universidad de Caldas, con el apoyo de Colciencias, el Convenio Andrés Bello y el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.

El proyecto de investigación, que derivó en la creación de un videojuego serio para el aprendizaje de competencias ciudadanas denominado Civia, se crea y evalúa en el contexto socio-cultural de Colombia, un país suramericano marcado por fuertes contradicciones, donde los desarrollos económicos, tecnológicos y su diversidad cultural contrastan con escasos avances en temas sociales y de conflicto. Colombia, con 45.088.439 de habitantes (Departamento Nacional de Estadística, DANE, 2009b), tiene un alto índice de alfabetismo (91,6%), lo que significa una importante asistencia escolar en los establecimientos formales, pero, a la vez, un alto nivel de pobreza e indigencia (46%), según datos reportados por el DANE en agosto de 2009 (Departamento Nacional de Estadística, DANE, 2009a).

⁴. <http://www.farocki-film.de/>

A pesar del alto índice de alfabetismo, en los últimos doce meses previos a la fecha del estudio en el año 2009, el promedio de libros leídos por la población de más de doce años fue solo de dos. Sorpresivamente el 40,91% de los menores entre los cinco y once años de las cabeceras municipales practicó con videojuegos en el último mes previo a la fecha del estudio en el año 2009. El uso de las tecnologías, por tanto, es alto, pues en el 2008 el 83,8% de los hogares poseía teléfono móvil, el 88,5% de los hogares poseía televisor a color, el 46,4% de las personas usó computador y el 37,5% del total de personas de más de cinco años de edad utilizó Internet (DANE, 2009a).

Al margen de lo anterior, el conflicto armado en Colombia ha integrado y desintegrado a un amplio conjunto de la población civil en la línea de fuego de los enfrentamientos entre el Ejército Nacional, grupos paramilitares y guerrillas insurgentes, cuyos combates, por el tipo de guerra irregular, se desarrollan en su mayoría en las zonas rurales, resguardos indígenas y parques naturales de todo el territorio nacional. El fenómeno de los desplazados y desmovilizados de la población en todo el país afecta la cotidianidad de las ciudades y sus procesos de desarrollo, por lo que el gobierno nacional y las instituciones públicas y privadas llevan a cabo acciones para el fortalecimiento de los procesos de paz y convivencia, en niños, jóvenes y adultos de todo el territorio.

144

En este contexto de un conflicto en la sociedad nacional se propone el desarrollo de proyectos que integren niños y jóvenes en procesos de interacción digital. El propósito es que estos proyectos, apoyados en dinámicas del juego y en las tecnologías, fomenten las competencias ciudadanas para que la sociedad encuentre soluciones alternativas en la resolución pacífica de conflictos y el respeto por la diferencia. Chaux (2009) sustenta esta iniciativa explicando que la educación dirigida a procesos cognitivos y socioemocionales puede ayudar a romper ciclos de violencia en países como Colombia.

4. Aspectos metodológicos

El proyecto de investigación se puede clasificar como investigación por el diseño (research by design), lo cual significa que la práctica del diseño asume una función generativa con reflexión sobre la práctica, donde cabe la construcción transdisciplinaria (Sevaldson, 2010). La complejidad del proyecto permitió la realización de diversas actividades de diseño e investigación, las cuales incluyeron: diseño del juego (concepto, narrativa, mecánica básica); diseño de interacción; diseño de interfaz y evaluación de diseño. Además, permitió la conformación de un equipo con integrantes de varias disciplinas y la construcción transdisciplinaria de respuestas de diseño. Participantes activos de diseño visual, ingeniería de software, educación y ciencias sociales contribuyeron en el proceso de diseño de Civia.

Aunque la experiencia de trabajo en un equipo con participantes de diferentes disciplinas plantea desafíos para el avance del proceso y toma de decisiones, se asegura un resultado creativo con alta riqueza teórica y conceptual. A continuación se describen brevemente los resultados de los procesos de diseño llevados a cabo.

Diseño del concepto juego

Esta fase fue la que recibió mayor participación de las diferentes disciplinas. El desafío consistió en crear un concepto, una narrativa y una mecánica de juego que generara aprendizajes en competencias ciudadanas sin que el uso de violencia fuera atractivo para los jugadores.

Se escogió el género de juego multiusuario de rol en línea porque la interacción virtual colectiva funciona de la misma forma que la interacción ciudadana del mundo físico, y permite usar metáforas de convivencia, participación y respeto; además, cuando las personas asumen roles, comprenden mejor las situaciones de ciudadanía que son de alta dificultad en los procesos de aprendizaje tradicionales.

La metáfora principal usada en Civia es la convivencia de la comunidad en una colmena, la cual representa un espacio donde todos los individuos deben aportar para lograr la supervivencia individual y colectiva. Las agrupaciones de individuos son más propicias para que se presenten conflictos, razón por la cual se presentan los retos de convivir, participar y respetar a los demás. El juego se desarrolla en un entorno futurista, después de una crisis ambiental, donde los jugadores dependen de la colmena, que es un conjunto de módulos artificiales en los que se desarrollan las actividades de la comunidad.

El equipo de investigación formuló una hipótesis conceptual de aprendizaje: en la medida en que el jugador (niño-joven) entiende que su crecimiento y puntaje dependen de aumentar su competencia ciudadana (convivir, participar, respetar) y su productividad (que es un efecto positivo de un ciudadano competente), forma un esquema mental que puede usar intuitivamente en su interacción con la realidad. La propuesta enfatizó el uso de todas las actuales características y tendencias de los videojuegos en lo simbólico, estético y lúdico, lo cual se espera como un motivador de experiencia-juego evidente (explícita) y experiencia-aprendizaje mimética (implícita).

El trabajo de diseño en la narrativa fue delineado de forma básica y encargado a una parte del equipo. La narrativa consiste en una ficción de futuro donde el mundo ha colapsado como consecuencia de la violencia. La narrativa introduce el desafío colectivo; a pesar de su lenguaje de fantasía, se presenta una complejidad social con verosimilitud y con arquetipos de nuestra sociedad. Es el caso de los ciudadanos que, según el origen, se basan en arquetipos de la sociedad, o de las actividades de los ciudadanos, que también están presentes en la sociedad. La prioridad fue generar una alta motivación de experiencia. Por esta razón, se prestó especial atención a resolver el problema de entretenimiento.

Linderoth, Lindström y Alexandersson (2004) sugieren que más allá de las representaciones estéticas, las reglas de los juegos son el elemento esencial para

la experiencia de juego. Esto implica que la mecánica de juego es un objetivo de diseño que puede tener impacto en el proceso de aprendizaje. Como parte de la mecánica básica, el reto del jugador es colectivo y consiste en mantener la colmena para garantizar su propia subsistencia, lo cual implica unos retos de ciudadanía en convivencia, respeto y participación. El aporte a la colmena se puede realizar como pescador, agricultor, electricista o mecánico; la comunidad debe tener en cuenta que se necesita del balance de estas actividades para mantener la colmena en equilibrio.

Diseño de interacción y de interfaz

El diseño de interacción en videojuegos tiene como propósito trasladar el diseño conceptual y la mecánica de juego a una estructura interactiva coherente. A su vez, el diseño de interfaz incorpora esta estructura como el objeto visible que los usuarios manipulan. Concepto, mecánica, interacción e interfaz son aspectos interdependientes que desde diferentes niveles de abstracción proveen los elementos fundamentales para una exitosa experiencia de juego. Para el diseño de interacción se usó la metodología de diseño enfocado a metas (Cooper, 2007), la cual consiste en el desarrollo de personajes y escenarios arquetípicos a partir de las metas que estos pueden tener en la interfaz. Esto representó un desafío particular, ya que no solo es necesaria una clara usabilidad sino también una jugabilidad, que representa una especial motivación. En el diseño de interfaz se aplicaron principios generales de diseño visual en el medio digital.

Evaluación del diseño

La evaluación se realizó a partir de dos categorías: educativa e interacción. La primera consistió en estimar los efectos del videojuego en las competencias ciudadanas. La segunda valoró la calidad del diseño de interacción. Los instrumentos incluyeron una prueba de competencias ciudadanas, la inspección de recorridos

cognitivos, entrevistas y observaciones. Para la evaluación de competencias ciudadanas se utilizaron métodos mixtos con datos cualitativos incorporados en lo cuantitativo y un diseño experimental con los mismos sujetos (pre y postest).

Como se mencionó anteriormente, estas actividades de diseño se realizaron con la participación de investigadores en diseño, ingeniería, educación y ciencias sociales, con el objeto de realizar un proceso transdisciplinar. El balance general es positivo, ya que las diversas voces lograron acuerdos fundamentales que fortalecieron el proceso. Algunas reflexiones específicas adicionales se reportan a continuación como elementos para tener en cuenta en futuras investigaciones por diseño.

Primero, la negociación del contenido conceptual del juego fue liderada por diseñadores y auditada por especialistas en educación y ciencias sociales. Las contribuciones de estos últimos permitieron canalizar las propuestas creativas de los diseñadores. Aunque se invirtió suficiente tiempo para aclarar entre el grupo el concepto de competencias ciudadanas, su translación al concepto de juego causó interesantes diferencias de opinión. Adicionalmente, algunos miembros del equipo tenían una idea de los videojuegos limitada a la narrativa tradicional, lo cual es insuficiente en el paradigma interactivo de los juegos. Cabe anotar que usualmente este tipo de proyectos son liderados por educadores y el diseñador es invitado para desarrollar la interacción después de que el concepto está decidido. El papel de los ingenieros fue relativamente pasivo, aunque constantemente fueron invitados a generar ideas.

Segundo, se presentaron fricciones particulares entre diseñadores e ingenieros. Mientras los diseñadores deseaban flexibilidad en el desarrollo con la expectativa de enriquecer elementos conceptuales, formales y estilísticos, los ingenieros demandaban la consolidación de una estructura de software y datos que permitieran la programación y control del desarrollo. Una vez se dieron por terminados

el diseño conceptual, la narrativa y la mecánica de juego, el equipo de diseño inició la aplicación del diseño orientado a metas para la interacción y, a su vez, el equipo de ingeniería inició iteraciones de ingeniería de software. Aunque el diálogo continuó, los equipos entendieron tarde que estas actividades estaban íntimamente ligadas. Esta situación fue una ruptura transdisciplinaria. Adicionalmente, diseñadores e ingenieros tenían preferencias tecnológicas y las trataban de incorporar desde la fase conceptual. Se procuró delimitar las posibilidades de acuerdo a tiempos y presupuestos disponibles; sin embargo, la complejidad en el desarrollo de un juego multiusuario generó la simplificación forzada de los objetivos de desarrollo. Al final, aunque el resultado fue satisfactorio, muchos detalles conceptuales se sistematizaron para una potencial segunda versión del juego, lo cual determinó una aplicación limitada del diseño conceptual.

5. Consideraciones de diseño de juegos serios en niños

En esta última sección se reportan reflexiones en forma de recomendaciones para futuros proyectos de investigación por diseño, específicamente proyectos de videojuego dirigidos a niños y niñas. Estas recomendaciones tienen fundamentos teóricos y prácticos y se realizan en aspectos cognitivos, diseño conceptual y evaluación del aprendizaje (Mejía & Londoño, 2010). Antes de reportar los detalles, y a manera de reflexión general, los investigadores consideran válidos el liderazgo y la gestión en investigaciones relacionadas con problemas sociales complejos, este es un reclamo, aunque tímido, pero persistente, en el campo del diseño (ver por ejemplo Frascara, 1997 y Margolin & Margolin, 2002).

Recomendaciones en aspectos cognitivos de niños y niñas

Las actividades de aprendizaje con videojuegos serios deben percibirse como diversión y no como un ejercicio cognitivo. Las diferencias individuales de niños y niñas relacionadas con las etapas de desarrollo muestran evidencia de que

las actividades lúdicas atraen la atención activa de niños, específicamente en la transición de preadolescencia a adolescencia (Bjorklund, 2005), la cual fue justamente la etapa de desarrollo de la audiencia objetivo del presente proyecto.

Aspectos cognitivos específicos que se deben tener en cuenta son: (1) las limitaciones de etapas operacionales de los niños, (2) las ventajas del procesamiento de información con y sin esfuerzo, y (3) los beneficios del juego para sostener la atención e incrementar la resistencia a la interferencia.

La primera recomendación consiste en diseñar abstracciones visuales de acuerdo con las limitaciones de las etapas operacionales de los niños. Este concepto de etapas pertenece a la teoría del desarrollo psicológico de Jean Piaget, que describe cuatro etapas: sensimotor, preoperaciones, operaciones concretas y operaciones formales. Las operaciones se refieren al uso de razonamiento simbólico para la transformación mental de esquemas durante las etapas (Bjorklund, 2005). Este concepto de capacidad mental incremental de los niños y niñas implica que los diseñadores de videojuegos deben crear niveles de abstracción simbólica adecuados para cada etapa. En el caso de Civia, el grupo objetivo se definió entre preadolescentes y adolescentes, los cuales tienen la capacidad de realizar operaciones formales. De esta manera los jugadores tienen mayor posibilidad de asimilar conceptos abstractos de competencia ciudadana que demandan este tipo de operaciones. Según el proyecto de diseño y la audiencia, se debe analizar el nivel adecuado de interacción para una óptima relación entre operación mental e interacción.

El segundo aspecto cognitivo se basa en el concepto de procesamiento de información sin esfuerzo, el cual se basa en las teorías de procesamiento de información del desarrollo cognitivo. Los seres humanos que tienen limitada capacidad procesan información de manera automática y con esfuerzo. La primera no es consciente, es constante en individuos con diferencias de inteligencia, motivación

y habilidad (Bjorklund, 2005). Se recomienda estudiar la pertinencia de un tipo de procesamiento dependiendo de los requerimientos del problema de diseño. Para los videojuegos, un procesamiento automático es usualmente preferido, ya que de otra manera el juego puede ser visto como tarea en vez de entretenimiento. El procesamiento de esfuerzo activo se puede enfocar en la mecánica del juego y la interacción. Este fue el caso del concepto de diseño en el juego Civia; en otras palabras, el desafío de juego capturaba la atención en el desafío de supervivencia colectiva sin explicar directamente los complejos conceptos de ciudadanía. Se esperó entonces a que los niños y niñas aprendieran las competencias a través del canal automático.

Finalmente, se recomienda usar juegos cuando las comunicaciones visuales requieren atención sostenida o resistencia a la interferencia. La atención sostenida es menor en niños y niñas de menor edad; solo hasta alrededor de los dieciséis años se logra un nivel similar al de los adultos (Bjorklund, 2005). Aunque el simple uso de juegos no asegura la inmersión, ellos tienen un alto potencial de soportar una atención sostenida duradera. Murray (1997) afirma que el contenido es un componente esencial en la inmersión, lo cual puede ser logrado independiente del formato, bien sea libro, cine o videojuego. Por lo tanto, una adecuada narración y jugabilidad convierten los videojuegos en una poderosa herramienta de aprendizaje especialmente para niños, porque ellos tienen una menor habilidad cognitiva para sostener la atención y resistir la interferencia. Estos conceptos fueron usados en Civia, cuyos objetivos de narración y jugabilidad estaban a un nivel igual o mayor que los objetivos de aprendizaje, debido a que estos últimos dependían de los primeros.

Recomendaciones en diseño conceptual

Una de las conclusiones de las actividades de diseño en el proyecto Civia fue la decidida relevancia que se encontró en el diseño conceptual de juego. Es la

actividad que define la conexión entre el juego y el aprendizaje y de la cual dependen las otras actividades de diseño. Esta conexión es crítica debido a la relación usualmente opuesta que se da en nuestra cultura a los conceptos de juego y aprendizaje, y con mayor énfasis en ambientes educativos de educación secundaria. Esto no significa que problemas estéticos y funcionales de diseño no sean esenciales. El equipo de diseño utilizó diversas herramientas creativas y proyectuales, pero los investigadores rescatan dos herramientas claves en el diseño conceptual de juego: (1) la incorporación de elementos retóricos y (2) la reutilización de modelos interactivos de juego.

Se recomiendan la incorporación de elementos retóricos en diseño conceptual acogiendo la propuesta de Bonsiepe (2000), quien abogó por un diseñador especialista en retórica visual como instrumento para facilitar la asimilación del conocimiento. Dos elementos son especialmente útiles: los tropos y el modo de persuasión pathos. Los tropos son elementos estilísticos que modifican la configuración del mensaje para aumentar su capacidad persuasiva, la metáfora es un tropo retórico común. El modo de persuasión pathos es un mensaje que explota las emociones de la audiencia. En Civia se utilizó la metáfora de crisis ecológica futurista para representar los complejos problemas sociales que afrontan nuestra capacidad de vivir colectivamente en convivencia. Además, el modo de persuasión emocional es central, ya que usa elementos de identidad personal (avatares), el juego en sí mismo, y la pasión, relacionados con metas y logros. En Civia los conceptos interactivos y comunicativos están destinados a entregar un mensaje de manera indirecta a través de elementos retóricos que contribuyen a aumentar la eficiencia comunicativa.

La segunda recomendación en torno al diseño conceptual de juego con fines de aprendizaje y procesamiento de información es la reutilización de modelos interactivos. Los géneros y tecnologías interactivas de videojuegos son amplios en la actualidad, todos ellos pueden ofrecer ventajas y desventajas que según

el problema de diseño pueden ser más o menos adecuados para niños u otras audiencias. Por ejemplo, los párvulos disfrutan de un desafío de repetición o rompecabezas simples; los preadolescentes pueden necesitar juegos de mayor complejidad interactiva. Otro factor es el objetivo de aprendizaje. Por ejemplo, un conocimiento histórico puede tener mayor compatibilidad con juegos de género de aventura. Los diseñadores conceptuales deben estudiar para que los géneros y tecnologías de juego se ajusten al problema de diseño.

En el caso Civia se reutilizó el modelo interactivo de los juegos multiusuarios. Aihoshi (2008) reconoció que este tipo de juegos no son comunes en niños, pero a la vez describió algunas experiencias recientes que han sido exitosas en niños, sin sacrificar la diversión. La decisión de reutilizar estos modelos se basó en la posibilidad de crear relaciones sociales virtuales fundamentales en los conceptos de competencia ciudadana. Otra ventaja de este modelo es que preadolescentes y adolescentes pueden ser usuarios típicos de redes sociales que funcionan con esquemas multiusuario. Adicionalmente, la interacción de juego multiusuario para aprendizaje encuentra apoyo en el concepto de actividad intrínseca de desarrollo piagetiana, la cual establece que los niños aprenden más de sus pares que de padres y maestros (Bjorklund, 2005), idea que más tarde Lev Vigotsky retoma planteando la zona de desarrollo próximo.

Recomendaciones en evaluación del aprendizaje

Para futuras investigaciones los autores recomiendan el uso de estudios longitudinales para evaluar juegos con fines de aprendizaje y sus efectos a mediano y largo término. La investigación de efectos de corto término de los medios y juegos ha sido suficientemente estudiada, y además criticada en su limitación para predecir transferencia de comportamiento al mundo real (Gee, 2007). Asimismo, el aprendizaje es el criterio central en la evaluación de este tipo de juegos y los estudios longitudinales son más adecuados por dos razones. Primero, medidas

de competencia de una sola vez son imprecisas y cuestionan la validez. La evaluación del aprendizaje debe ser una actividad continua, porque los individuos aumentan paulatinamente el nivel de competencias (D. Villada, comunicación personal, 27 de noviembre de 2006). Segundo, medidas de una sola vez pueden no revelar procesos cognitivos automáticos mencionados arriba. Niños y niñas podrán necesitar enfrentar situaciones en la vida real que pueden catalizar esquemas de comportamiento y competencia asimilados en el juego.

Aunque estudios longitudinales pueden no ser prácticos, especialmente para diseñadores, el trabajo en equipo con investigadores de otras disciplinas como por ejemplo en educación o trabajo social, se ajustan perfectamente porque interactúan en la cotidianidad con niños, lo cual puede ser una solución. En la presente investigación se evidenciaron las limitaciones de medición de una sola sesión. Aunque la comparación entre el pre y el postest del tratamiento de juego sugiere un potencial aumento en las competencias ciudadanas, surgieron dudas de posibilidades de transferencia de comportamiento y competencia a la vida real (Mejía, Londoño & Escandón, 2011).

En síntesis, este artículo describió de manera general las indagaciones que se realizaron paralelamente a la práctica del diseño durante la ejecución del proyecto Civia. Los fundamentos sobre juegos en relación con el aprendizaje y el comportamiento social permiten afirmar que persiste la necesidad de un entendimiento mayor de cómo los videojuegos pueden afectar a los niños y adultos. Los aspectos metodológicos del presente proyecto proveen un marco básico para entender cómo el diseño puede articular otras disciplinas con el objeto de crear soluciones de diseño transdisciplinarias. Futuras asociaciones académicas son necesarias para explorar las posibilidades de integración disciplinar, fortaleciendo cuestiones comunes y canalizando diferencias. Por último, hicimos una serie de consideraciones a partir de la reflexión del proceso, las cuales ofrecimos junto con herramientas teóricas para el diseño de videojuegos serios para niños. Una futura

investigación es necesaria para evaluar la medida en que estas recomendaciones afectan el potencial de asimilación de conocimiento a través de los videojuegos.

Bibliografía

Aihoshi, R. (2008). *MMOG's are for kids*. *Escapist Magazine*. Recovered from: http://www.escapistmagazine.com/articles/view/issues/issue_153

Anderson, A. & Bushman, B. J. (2002). *Violent Video Games and Hostile Expectations: A Test of the General Aggression Model*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(5), 1679-1686.

Bergeron, B. (2006). *Developing Serious Games*. Hingham, Massachusetts: Charles River Media, Inc.

Bjorklund, D. (2005). *Children's Thinking: Cognitive Development and Individual Differences*. Belmont, CA: Wadsworth Thomson.

Bonsiepe, G. (2000). *Design as Tool for Cognitive Metabolism: From Knowledge Production to Knowledge Presentation*. Gui Bonsiepe. Recovered from: <http://www.guibonsiepe.com>

Caillois, R. (1997). *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. Bogotá D.C.: Fondo de Cultura Económica.

Chaux, E. (2009). *Citizenship Competencies in the Midst of a Violent Political Conflict: The Colombian Educational Response*. *Harvard Educational Review*, 79(1), 84-93.

Cooper, A. (2007). *About Face 3: The Essentials of Interaction Design*. Indianapolis, IN, USA: Wiley Publishing.

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Nueva York: Harper Collins.

Departamento Nacional de Estadística, DANE. (2009a). Empalme de las series de empleo, pobreza y desigualdad. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=430:empalme-de-las-series-de-empleo-pobreza-y-desigualdad-&catid=87:calidad-de-vida

Departamento Nacional de Estadística, DANE. (2009b). Reloj de población. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/reloj/reloj_animado.php

Esnaola, G. & Levis, D. (2009). *Videojuegos en redes sociales: aprender desde experiencias óptimas*. Comunicación, 7(1), 265-279.

Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. México D.F.: Trillas.

Frascara, J. (1997). *User-centred Graphic Design: Mass Communications and Social Change*. Bristol, PA, USA: Taylor & Francis.

Gee, J. P. (2003). *What Video Games Have to Teach us About Learning and Literacy*. New York, NY: Palgrave Macmillan.

Gee, J. P. (2007). *Good Video Games and Good Learning: Collected Essays on Video Games, Learning and Literacy*. New York, NY: Peter Lang Publishing.

Huizinga, J. (1990). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza.

Kahne, J., Middaugh, E. & Evans, C. (2008). *The Civic Potential of Video Games*. Recovered from: http://www.civicsurvey.org/White_paper_link_text.pdf

Kaplan, M. G. (2008). *Green Reading, Green Gaming: The Future of Ecocriticism, Storytelling, and Environmental Ethics in Virtual Worlds*. Recovered from: http://meaningfulplay.msu.edu/proceedings2008/mp2008_paper_59.pdf.

Kerr, A. (2006). *The Business and Culture of Digital Games: Gamework/Gameplay*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Linderoth, J., Lindström, B. & Alexandersson, M. (2004). *Learning with Computer Games*. In: Goldstein, J. Buckingham, D. & Brougère, G. *Toys, Games, and Media* (pp. 157-176). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Manders, T. (2008). *Proyecto de informe sobre la protección de los consumidores, en particular de los menores, por lo que se refiere al uso de juegos de vídeo*. Bruselas: Parlamento Europeo. Comisión del Mercado Interior y Protección del Consumidor.

Margolin, V. & Margolin, S. (2002). *A "social model" of design: Issues of practice and research*. *Design Issues*, 18(4), 24-30.

Mejía, G. M. & Londoño, F. C. (2010). *Design Issues in Serious Games for Children's Learning*. *Designing for Children Conference*. Mumbai, India: Indian Institute of Technology.

Mejía, G. M., Londoño, F. C. & Escandón, P. A. (2011). *Social and citizenship competencies in a multiuser virtual game*. In: Mura, G. *Metaplasticity in Virtual Worlds: Aesthetics and Semantics Concepts* (pp. 266-280). Hershey, PA: IGI Global.

Michael, D. & Chen, S. (2006). *Serious Games: Games That Educate, Train, and Inform*. Boston: Thompson Course Technology PTR.

Murray, J. H. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. New York, NY: Free Press.

Paolillo, J. C., & Kutz, D. O. (2008). *Online Play, Online Connection: A Longitudinal Social Network Analysis of BZFlag*. School of Library and Information Science, Indiana University. Recovered from: <http://meaningfulplay.msu.edu/2008/program.php?presentation=52&type=paper>

Prensky, M. (2001). *Digital Game-based Learning*. New York, NY: McGraw-Hill.
Prensky, M. (2006). "Don't bother me Mom, I'm learning!" How Computer and Video Games are preparing your Kids for Twenty-first Century Success and how you can Help! St. Paul, MN: Paragon House.

Sánchez Buron, A. et al. (2009). *Los adolescentes en la Red. Estudio sobre sus hábitos de comportamiento en Internet*. Departamento de Psicología de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Camilo José Cela. Recuperado de: <http://www.ucjc.edu>

Salen, K. (Ed.). (2008). *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*. Cambridge, MA: The MIT Press.

158

Schiller, F. (1862). *Über die ästhetische Erziehung des Menschen*. In: Schiller, F. Oeuvres. París: Esthétique.

Sevaldson, B. (2010). *Discussions & Movements in Design Research*. FORMakademisk, 3(1), 8-35.

Yee, N. (2006). *The Demographics, Motivations and Derived Experiences of Users of Massively-Multiuser Online Graphical Environments*. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 15, 309-329.

Crowdfunding: decisiones de implementación en las industrias creativas de países emergentes

Resumen

Los mecanismos de participación para financiar proyectos a partir del apoyo de comunidades en el ciberespacio han generado nuevas oportunidades a las industrias creativas de hacer realidad sus iniciativas. El *crowdfunding* es una alternativa complementaria a los esquemas de financiación tradicional y utiliza plataformas de contacto en línea para establecer una relación entre los desarrolladores de contenidos y sus audiencias. Este documento describe las decisiones de una industria creativa para su implementación a partir de la experiencia de 'El Cosmonauta', película de ciencia ficción española que aplica este modelo. El análisis se basa en la recopilación de información en línea sobre este filme y el seguimiento en redes sociales de sus avances. Aunque esta práctica puede funcionar para todo tipo de proyectos, su aplicación directa enfatiza las propuestas relacionadas con el cine, los videojuegos e Internet.

Andrés Felipe Gallego A.
Profesor en Facultad de Ingeniería, Universidad Autónoma de Occidente. Comunicador Social y Periodista. Especialista en Mercadeo, con curso de posgrado en Artes Mediales. Magíster en Diseño y Creación Interactiva, Universidad de Caldas. Ha sido docente en la Universidad Autónoma de Occidente y en la Universidad Icesi.
andresfox@gmail.com

Recibido: Abril 8 de 2011

Aprobado: Noviembre 21 de 2011

Palabras clave: Ciberespacio, crowdfunding, financiación en masa, industrias creativas, micromecenazgo, redes sociales.

Crowdfunding: implementation decisions in creative industries in emerging countries

Abstract

The participation mechanisms to finance projects from the support of cyberspace communities has generated new opportunities for creative industries to make their initiatives come true. Crowdfunding is an alternative complementary to traditional financing structures and it uses online platforms to establish a relationship between content developers and their audiences. This document describes the decisions made by a creative industry for their implementation from the 'El Cosmonauta' (The Cosmonaut), experience which is a Spanish science fiction film that applies this model. The analysis is based on the compilation of online information (web sites and social network) about this movie and on the film advances follow up in social networks. Although this practice can work for all kinds of projects, its application emphasizes proposals related to movies, video games and Internet based initiatives.

Key words: Cyberspace, crowdfunding, mass financing, creative industries, social networks.

Para las industrias creativas en consolidación no es suficiente con concentrarse en el diseño de una idea robusta que tenga posibilidades de salir al mercado, también deben aplicar su creatividad en la búsqueda de mecanismos que posibiliten su puesta en marcha. ¿Cómo financiar el proyecto para que salga adelante?

¿Cómo construir una estructura autosuficiente que permita su desarrollo y a su vez promocionarlo?

Una estrategia amplificada por las características de la conectividad global y que responde a los intereses de la inteligencia colectiva, la colaboración y la participación se conoce como *crowdfunding* (financiación en masa, 'micromecenazgo'). En este modelo un creativo presenta su idea a una comunidad para que los interesados inviertan dinero que permita hacer realidad el proyecto; quienes participan reciben a cambio recompensas que no son de carácter monetario: publicación en los créditos, muestras de productos, entre otros aspectos propuestos por quien solicita la colaboración. La ecuación es simple: existen más probabilidades de que un millón de personas inviertan un peso, a que una sola persona un millón.

Estas comunidades aparecen en el ciberespacio soportadas por herramientas en línea encargadas de administrar la interacción entre quienes intervienen en la transacción. Por ejemplo, *Kickstarter*¹ (s.f.) es un sitio web que sirve como plataforma para establecer estos contactos. De acuerdo con su filosofía creen que:

- Una buena idea, comunicada de manera correcta, se puede expandir rápido y en múltiples espacios.
- Una gran cantidad de personas son una poderosa fuente de dinero y soporte.

Para participar, el interesado debe seguir instrucciones muy puntuales: publicar la idea, solicitar una cantidad de dinero, proponer una fecha límite para su recolección (1 a 90 días) y ofrecer recompensas. El esquema se caracteriza por el 'todo o nada', y solo cuando se cumpla la meta de financiación se recibe el dinero para poner en marcha el proyecto; para recibirlo no es necesario ceder ningún derecho de propiedad intelectual. Esta práctica ha permitido que un grupo signi-

¹. Este sistema se encuentra limitado solo para residentes en los Estados Unidos.

ficativo de personas haya alcanzado el objetivo de hacer visible sus creaciones. Una propuesta similar la ofrecen los sitios web lanzanos.com y verkami.com, que no se encuentran limitados a un espacio geográfico en particular, sino que involucran a la comunidad global.

El uso de estas plataformas de participación es un mecanismo adicional para contribuir con el crecimiento de las industrias creativas. El acercamiento directo al público genera conexiones cuyos eslabones se sostienen con el *crowdfunding*, que más allá de una relación monetaria genera una audiencia expectante por ver la transformación de una idea en un hecho concreto, que potencialmente multiplica el proyecto. Por eso, McCracken (2005) llama multiplicadores a aquellos usuarios que se encargan de distribuir información a nuevas audiencias potenciales.

El Cosmonauta: una experiencia en desarrollo

Riot Cinema Collective creó el guión de 'El Cosmonauta', inspirado en eventos relacionados con el programa espacial soviético:

Octubre de 1975. Stan se prepara para ser el primer cosmonauta ruso en la Luna. Andrei, su mejor amigo, dirige la misión. En los tensos días antes de la partida, Stan piensa en Yulia, la mujer de la que ambos llevan enamorados desde su llegada a la Ciudad de las Estrellas², más de diez años atrás. Ultiman los detalles de la misión pero apenas dos días después de despegar, la nave pierde toda comunicación con la tierra. Durante siete meses, Andrei y Yulia lo buscan día y noche sin descanso. Un día, la nave vuelve a la Tierra. Cuando cae, no hay rastro del cosmonauta.

El desconcierto aumenta cuando comienzan una serie de transmisiones de radio: Stan habla desde un lugar desconocido. Dice haber vuelto a la Tierra, y haberla encontrado vacía. (Riot Cinema Collective, 2009).

². Centro de entrenamiento para cosmonautas en funcionamiento desde 1961. Los trabajadores del programa espacial soviético viven con sus familias en este asentamiento.

Para hacer realidad este proyecto, los productores decidieron promocionar su iniciativa desde el momento de su concepción haciendo visibles todos los elementos requeridos para que la producción pudiera desarrollarse. Para esto publicaron su idea en un sitio web (www.elcosmonauta.es), implementaron licencias *Creative Commons*³ y utilizaron el *crowdfunding* como una parte de su estrategia financiera. La recompensa para aquellos vinculados económicamente con El Cosmonauta incluía el derecho de aparición en los créditos de la película, recibir un paquete de *merchandising* y la satisfacción de pertenecer a un proyecto en desarrollo; lo anterior a partir de una inversión mínima de 2€.

La aplicación de este modelo evidencia la filosofía del colectivo por ser transparente en las relaciones de comunicación con su audiencia. Publicar cada una de las incidencias alrededor de la producción motiva al público a conocer más sobre la idea y profundizar en sus detalles. El ciberespacio se convierte en el lugar ideal para conectar a las personas de todas las latitudes alrededor de intereses comunes, y consolidar una experiencia participativa.

Para Riot Cinema Collective la decisión de adoptar este modelo ha generado resultados positivos en varias áreas. La exposición en redes sociales ha sido significativa, la creación de concursos en los cuales el público puede realizar propuestas de remix y fotografías amplía su relación con el proyecto. Adicional a esto, el uso del blog de la producción (<http://elcosmonauta.es/blog>) crea un medio de comunicación centrado en todas las incidencias alrededor del Cosmonauta: vinculación de nuevos inversionistas, presentación de concursos, invitaciones a eventos, exposición en medios masivos e incluso un llamado a colaborar en el desarrollo de actividades relacionadas con la puesta en marcha del proyecto. Una documentación exhaustiva que incluso ha transmitido en tiempo real el rodaje de la película⁴.

³. Grupo de licencias diseñadas para facilitar el proceso de compartir información al permitir el uso de la propiedad intelectual bajo ciertas condiciones.

⁴. Durante el periodo de rodaje los usuarios podían ver el proceso en vivo desde <http://www.livestream.com/cosmonauta>

De acuerdo con el plan inicial, el presupuesto general necesita recolectar 860.000€⁵ (444.000€ corresponden a los salarios del equipo, cuyos miembros decidieron diferir el pago). De esta cantidad han conseguido 185.000€, el guión transmediático⁶ *Fly me to moon* (The cosmonaut files) fue ganador de una subvención de 99.595€ por ser un proyecto de base tecnológica⁷; con inversores y *crowdfunding* han recaudado 85.406€⁸; y aún sin lograr la meta económica han iniciado la preproducción.

En una entrada del blog fechada el 23 de noviembre de 2010 Nicolás Alcalá, director del proyecto, comentó los resultados de su apuesta y estableció un paralelo con una producción tradicional:

Las películas convencionales comienzan por un guión. Nosotros empezamos con una página web, una idea y un montón de ganas de compartirla con mucha gente.

Las películas convencionales comienzan a sumar espectadores el día de su estreno. En El Cosmonauta, la primera semana de vida de la web ya teníamos 200 productores y 4 inversores. O lo que es lo mismo, 204 futuros espectadores.

A cambio, vosotros os habéis convertido en productores (2.367 al momento de escribir esta entrada), en inversores (70 hasta la fecha), en fans (miles en Facebook y Twitter), nos habéis aconsejado, pedido ayuda, ayudado. Os habéis sacado fotos con vuestras camisetas en las partes más lejanas del globo. Habéis hablado de la película y compartido vuestro entusiasmo y hecho crecer la comunidad. Nos habéis hecho crecer a nosotros.

Entre todos, hemos comenzado esta pequeña revolución y hemos triunfado. (Alcalá, 2010: 3).

⁵. Los porcentajes de financiación son los siguientes 6,61% Crowdfunding + Merchandising; 40,7% Preventas de distribución; 31,76% Patrocinio; 20,93% Inversionistas.

⁶. La narrativa transmediática se caracteriza por construir un mensaje que se dispersa en múltiples medios. Mayores detalles en www.transmediatico.info.

⁷. Mayores detalles en esta dirección <http://elcosmonauta.es/blog/buenas-noticias-con-un-toque-amargo.html>

⁸. Se podría decir que financieramente el hecho de no alcanzar aún la meta especificada puede ser considerada como un fracaso. Sin embargo, la exposición que el proyecto ha tenido en medios masivos y la vinculación de organizaciones con la idea presentan una cara de la moneda más positiva.



Figura 1. Imagen que hace parte del rodaje de “El Cosmonauta” (Torrello, s.f.).

Teniendo como referencia la experiencia de “El Cosmonauta” se describen las decisiones creativas para involucrar las características del *crowdfunding*:

Construcción de una idea robusta: que incluya una descripción de todos sus elementos compositivos (guión, estrategia transmediática,⁹ presupuesto). Entre más detallada sea la información presentada, la credibilidad en el desarrollo va a ser percibida de igual forma por el público.

⁹. Para obtener mayores detalles sobre la implementación de una estrategia de estas características se sugiere la lectura de la tesis “Diseño de narrativas transmediáticas: guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes” (Gallego, 2011); entrega realizada para la maestría en Diseño y Creación Interactiva de la Universidad de Caldas. Disponible en: www.transmediatico.info

1. Publicación de la idea en plataformas de financiación: de acuerdo con los lineamientos de cada sistema se publica la cantidad de dinero que se requiere para desarrollar el proyecto y el tiempo límite para recibir esta colaboración. También se plantea el sistema de recompensas para los usuarios.
2. Promoción en redes sociales: de acuerdo con las características de la historia que se va a desarrollar, se construyen medios que apoyen la producción, mecanismo que conecte a la audiencia con el desarrollador.
3. Participación de las audiencias para crear contenidos propios: se vinculan por iniciativa propia o debido a la generación de eventos puntuales para alcanzar objetivos que aporten a la experiencia narrativa.

Aplicaciones en las industrias creativas de países emergentes

La experiencia de “El Cosmonauta” demuestra la necesidad de contar con una idea bien sustentada desde el principio. El uso de la tecnología disponible para explorar canales alternativos de promoción y financiación colabora con la participación de la audiencia, e involucra lógicas de producción complementarias a las tradicionales.

166

Utilizar plataformas como *Kickstarter*, *Lanzanos* y *Verkami* es una decisión con la que las industrias creativas de países en desarrollo deben reflexionar de acuerdo con sus intereses. Las comunidades en Internet se han convertido en un mecanismo eficiente para trabajar con estas propuestas. Estos sistemas se convierten en termómetros para medir el interés potencial de una audiencia hacia una idea específica.

Los retos de implementación de estas propuestas se relacionan principalmente con las limitaciones propias del contexto, que desconocen estas prácticas, y por

los inconvenientes de infraestructura. En términos de acceso a canales electrónicos, uno de los mayores obstáculos de una industria creativa en el ámbito local tiene que ver con el bajo uso de sistemas de transacciones en línea. Se podrían identificar dos categorías de usuarios, aquellos que no cuentan con acceso a servicios financieros y los que sí tienen este servicio. Los primeros ven limitada su intervención por la carencia; los segundos, en la mayoría de los casos tienen desconfianza de utilizar medios electrónicos para realizar contribuciones al *crowdfunding* por el temor a que su información financiera sea mal utilizada. Ante esta situación, la apuesta se concentra en alcanzar una audiencia global haciendo uso de las características del ciberespacio mientras se consolida un mercado más atento a estas propuestas.

Las industrias creativas locales deben consolidar un estilo de producción en el que vinculen a su público para entender sus capacidades y limitaciones. Las relaciones que se establecen bajo estos términos recrean prácticas más fuertes que aquellas sustentadas en el esquema productor/consumidor; la dinámica productor/colaborador profundiza sobre todos los aspectos creativos y transforma el compromiso de participación.

Las redes sociales sirven para tejer todas estas dinámicas; las decisiones no deben ir solo enfocadas en el desarrollo del producto, sino en la administración de las interacciones que consisten en el análisis de la información producida por los usuarios interesados con la idea, sus comentarios y un seguimiento de sus intervenciones en todos los medios disponibles que posibiliten la promoción directa o indirecta del proyecto (blogs, sitios web, comunidades en línea, Facebook, Twitter). Estos canales digitales, además de ofrecer información sobre el estado del proyecto, sirven para el desarrollo narrativo al construir espacios que, por ejemplo, amplíen la caracterización de un personaje al facilitar su comunicación con la audiencia.

Conclusión

Participar de propuestas de *crowdfunding* requiere de industrias y audiencias comprometidas con la interacción en comunidades. El uso de las características de la sociedad en red permite una promoción con alcances globales que no debe descuidar los espacios culturales locales.

En la medida que nuevos proyectos documenten sus experiencias, van a abrir camino a industrias interesadas en su ejecución. El *crowdfunding* es un mecanismo alternativo de financiación que no reemplaza los espacios tradicionales, su uso colabora con la construcción de una audiencia interesada en hacer seguimiento a todas las etapas del desarrollo y que virtualmente se convierte en promotora de la iniciativa, aún sin que esta se encuentre completa.

Las industrias creativas deben explorar plataformas para la publicación de sus proyectos, analizando las ventajas de su aplicación, para que se organicen de acuerdo con sus intereses creativos. En Colombia, el grado de penetración del *crowdfunding* puede ser significativo en la medida que se haga más popular el uso de sistemas digitales como mecanismos alternativos para construir relaciones con las audiencias y explotar nuevos modelos de financiación. Sin embargo, para que esto sea posible es necesaria la generación de políticas claras que involucren al público con estas temáticas. Decisiones que no dependen solo del interés personal, sino de toda una dinámica estatal que potencialice estas prácticas. Un cambio en pro de una cultura digital que no dependa solo de una inversión en la infraestructura física necesaria para su funcionamiento, sino de ejercicios de apropiación de las tecnologías en las que los usuarios entiendan realmente su papel como engranaje indispensable para el desarrollo de este fenómeno.

Bibliografía

Alcalá, N. (2010). *El Cosmonauta inicia la pre-producción*. Recuperado de: <http://elcosmonauta.es/blog/el-cosmonauta-inicia-la-pre-produccion.html>

Gallego, A. (2011). *Diseño de narrativas transmediáticas: guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes*. (Tesis de Maestría). Universidad de Caldas, Manizales, Colombia.

Kickstarter. (s.f.). *Frequently Asked Questions*. Recuperado de: <http://www.kickstarter.com/help/faq#pwlsKick>

McCracken, G. (2005). *“Consumers” or “multipliers” A new language for marketing?* Recuperado de: http://cultureby.com/2005/11/consumers_or_mu.html

Riot Cinema Collective. (2009). *El Cosmonauta*. Recuperado de: <http://www.elcosmonauta.es>

Torrello, D. (s.f.). *Rodaje del cosmonauta*. [Imagen]. Recuperado de: http://elcosmonauta.es/pack_fotos.zip

La explicitación como estrategia pedagógica en los procesos de diseño

Alejandro Mesa B.
Profesor Asociado, Universidad Pontificia Bolivariana. Docente de las Facultades de Arquitectura y Diseño Industrial
alejandro.mesa@upb.edu.co
Claudia Mejía Q.
Profesora titular, Universidad de Antioquia. Docente del Doctorado en Lingüística de la Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia. Lingüista semióloga. Doctora en letras (Lingüística General), Universidad de Ginebra.
clmejia@idiomas.udea.edu.co

Resumen

Este artículo presenta la teorización de los resultados de una investigación sobre el problema pedagógico de la práctica proyectual, fruto de la colaboración entre grupos de investigación en diseño (UPB) y en semiología (UDEA). Se utilizó el método comparativo para observar en particular el papel de la explicitación de los errores. La investigación arroja como resultado la *eficacia pedagógica* de la explicitación. Eficacia que se puede entender relacionándola con la “dualidad del sujeto” planteada por la semiología, lo que permite a su vez definir el proyecto y su unicidad en función de su proceso. Concluimos mencionando tres efectos visibles de la explicitación como estrategia pedagógica: el control de la práctica proyectual, la construcción de saber consciente y la objetivación del proyecto frente a las subjetividades de docentes y estudiantes.

Recibido: Abril 4 de 2011
Aprobado: Noviembre 11 de 2011

Palabras claves: Estrategia pedagógica, explicitación, proceso, proyecto, reelaboración, repetición.

Making explicit as a pedagogical strategy in the designing process

Abstract

This article describes the theorization of results from a research project about the pedagogical problem of project design practice, a consequence of the cooperation of design research groups (UPB) and semiology research groups (UDEA) The comparative method was applied to observe particularly the role of mistakes explicit. The result of this research is the pedagogical efficiency of explicit. This efficiency can be understood by relating it to the “duality of the subject”, introduced by Semiology, which in turn allows the definition of the project and its oneness based on its process. We finish by mentioning three visible effects of explicit as a pedagogical strategy: the control of the project design practice, the construction of conscious knowledge, and the objectification of the project, contrasted with the subjectivities of teachers and students.

Key words: Explicitness, process, project, repetition, reprocess, teaching strategy.

1. Introducción

Este artículo presenta los lineamientos y primeros resultados de la investigación *La Repetición en el Proyecto como Construcción del Conocimiento*, que busca contribuir a la reflexión sobre el problema pedagógico en la práctica proyectual con la observación y el análisis de los procedimientos repetitivos que los estudiantes realizan en los talleres de diseño.

Para el planteamiento de esta investigación se hizo una prueba piloto con 21 estudiantes, divididos en un grupo muestra y un grupo control, que aplicaron los pasos propuestos en nuestra estrategia de explicitación, a lo largo de su proceso proyectual, durante el segundo semestre de 2010. Al final de dicho proceso se realizó una entrevista semi-estructurada individual que permitió analizar las respuestas, ajustar las categorías de análisis, perfeccionar los parámetros de la explicitación y determinar la frecuencia de las respuestas como categorías de análisis.

Para la investigación que se está realizando se cuenta con un grupo de 22 estudiantes, 13 como grupo muestra y 9 como grupo control que realizan el mismo procedimiento con los ajustes realizados gracias a la prueba piloto. Los resultados obtenidos en las entrevistas se han venido confrontando con las explicitaciones escritas entregadas por los estudiantes y el nivel alcanzado hasta el momento en los proyectos.

Esta investigación se fundamenta en el método comparativo de la semiología, que explicaremos detalladamente en el presente artículo mostrando cómo lo hemos aplicado en la investigación en curso.

2. Bases metodológicas e instrumentos

En las actividades de diseño, dos procedimientos que utilizan la repetición permiten la comparación: la copia y la reelaboración. En estos procedimientos se tiene en cuenta las características presentes en un objeto realizado y otras nuevas que debería tener un objeto futuro: se analiza *en retrospectión* cómo alguien hizo algo con el fin de hacer otra versión de ese producto.

La diferencia evidente entre la copia de un producto y la reelaboración en el proceso de diseño es que en la copia se trata de comprender cómo *otra persona* resolvió su producto. La copia permite estudiar el acto de otro al repetirlo, no en todas sus determinaciones, sino en las pertinentes para el producto; el “copista” puede ver el proceso del otro al compararlo con su propia experiencia. La reelaboración, en cambio, es la repetición de la representación que *una sola persona* realiza de su misma práctica. Sin embargo, la comparación en este caso es similar a la de la copia, pues en la reelaboración el diseñador debe ver su *acto pasado*, establecer la pertinencia de los elementos que determinaron su propio producto comparándolo con el objeto futuro. No obstante, esta comparación no es tan fácil de realizar como en la copia.

La repetición y la dualidad del sujeto

En los talleres de diseño la reelaboración de los estudiantes a veces “se estanca”, se repite lo mismo y el proceso pierde su dinámica creativa. Otra situación similar es que el proceso parece no tener continuidad: tanto los estudiantes como los profesores perciben que en un momento dado el proceso se cierra y sólo luego de mucho esfuerzo avanza otro poco. Para que el proceso avance hay que reelaborar el producto y este procedimiento implica la repetición, que puede volverse repetición de lo mismo.

Esta repetición que impide la continuidad del proceso se ha tratado de evitar proponiendo procesos más lineales. Sin embargo, repetir no quiere decir necesariamente detenerse haciendo lo mismo, se puede repetir para cambiar. La semejanza es la hermana gemela de la diferencia, lo parecido no es lo igual, no es lo idéntico. Si concebimos la reelaboración desde otro punto de vista, justamente como proceso semiológico, podremos quitar el halo negativo de la repetición, dejar de omitirla como un paso indeseado y utilizarla en cambio como instrumento en los procesos de diseño.

La semiología saussureana plantea que la dualidad del hablante está presente en todo proceso semiológico, la cual se puede poner en relación con el casi desdoblamiento de la persona que exige la reelaboración exitosa. En todo acto de comunicación intervienen como mínimo dos personas: el emisor y el receptor. Sin embargo, un sujeto cuando habla no es únicamente un emisor, es al mismo tiempo receptor de su propio decir, pues está pensando lo que quiere decir *para otro*; escoge entonces las palabras que el otro pueda entender y para hacerlo debe ponerse en el lugar del otro. Alguien que habla es también el receptor de aquel a quien se dirige. Por esto, si se es buen emisor, cuando se habla se es más receptor que cuando se escucha. Recíprocamente, cuando alguien escucha con atención, a su vez está reproduciendo en su mente lo que el otro está diciendo, le está dando sentido a cada una de sus palabras, y para esto se debe colocar en el lugar del emisor. Es evidente que, por ejemplo, cuando alguien interrumpe su discurso porque se le ha olvidado una palabra y su interlocutor completa la frase “dándole la palabra”, éste último sí estaba escuchando bien. Podemos decir entonces que en un acto de comunicación ambos interlocutores están duales en el acto.

Esta dualidad interna del hablante puede aplicarse, en cierta medida, al diseñador durante la reelaboración de su producto, ya que él solamente puede corregir su trabajo poniéndose en el lugar de otro. El diseñador tiene un propósito en su cabeza y produce algo. Para realizar una autorevisión de su proceso, el diseñador se ubica alternativamente en el lugar del que hizo y revisa el estado de su producto con respecto a los criterios del proyecto, es decir, compara si lo hecho corresponde con lo requerido y lo que él busca.

Podemos entonces precisar la distinción entre la copia y la reelaboración formalizándola en términos de dualidad: en la copia entran en relación un sujeto que realizó algo y otro que se compara con ese sujeto diseñador. Desde luego, los dos entran en el proceso con su propia dualidad. Podríamos decir que la efectividad

de la copia como estrategia pedagógica radica en que al analizar las acciones y decisiones del proceso de otro y compararlas con la propia experiencia, el estudiante hace un análisis de su propia dualidad y la reconoce; lo que posibilita otra manera de actuar en ese y en otros momentos.

En la reelaboración del propio trabajo hay un único sujeto que no puede comparar su experiencia con la de otro y esto dificulta el cambio, pues se tiene que confrontar con su propia dualidad: si no logra situarse alternativamente como diseñador y usuario, como hacedor y corrector, el sujeto se queda en la repetición de lo mismo. Sin embargo, si utiliza su propia dualidad interna para realizar esta alternancia, el sujeto puede llegar a ver las diferencias dadas por dos puntos de vista contrarios y así puede introducir el cambio en su hacer.

En nuestra investigación hemos observado que la explicitación de lo realizado por el sujeto permite trabajar la dualidad interna, haciendo ver el aspecto positivo de la repetición que implica la *diferencia*. La repetición de lo mismo vuelve estático el proceso de diseño, mientras que la reelaboración como *dinámica de la dualidad* permite distinguir en lo repetido lo que no es igual dándole continuidad al proceso. La reelaboración como proceso revitaliza la creatividad para concretar cada vez un conocimiento nuevo en el objeto. En este sentido, podemos decir que la repetición es la condición *sine qua non* de la creatividad.

La repetición entendida así es parte del proceso, genera su devenir y convierte la reelaboración en un verdadero proceso. Podríamos anticipar que la reelaboración es el proceso de diseño en sí. Ahora bien, en diseño no suele explicarse qué es el *proceso*.

El proceso es el proyecto

Los requerimientos del encargo sumados al propósito que tiene el diseñador es lo que llamamos *proyecto*, un conjunto de todas las variables que se deben tener en cuenta en el proceso para poder llegar a un producto determinado. Los requerimientos del producto a menudo se materializan en el proyecto como listas de requerimientos que se han de seguir. Hasta hoy en día, muchas de las propuestas de métodos de diseño proponen llenar estas listas paso a paso, como una sucesión ordenada en el tiempo, y prometen que, de hacerlo rigurosamente, se obtendrá un producto bien diseñado. Sin embargo, estas listas casi nunca facilitan la elaboración del proyecto: el estudiante se enfrenta al dilema de tratar de ingresar los requerimientos de una manera ordenada y sistemática en un proceso en el que a menudo no caben todos, o no caben tal como están especificados.

El encargo siempre es muy general: el diseñador empieza el proceso de diseño considerando unos requerimientos iniciales e intenta representar el objeto, hace una simulación de él. Al realizar cierto número de operaciones, se da cuenta de que hay otros requerimientos que aparecen; estos nuevos requerimientos no considerados inicialmente y multiplicados por el proceso deben ser atendidos cada uno aunque, como están interrelacionados, en muchos casos tratar de resolverlos invalida la solución encontrada para algunos de los anteriores. Lo que ocurre es que muchas de las variables del proyecto solo se explicitan durante el proceso mismo. De esta manera, el proceso termina convirtiéndose en la búsqueda de las variables o requerimientos necesarios, al igual que en la realización del producto; esta simultaneidad alarga y dificulta el proceso.

Las listas de requerimientos se plantean precisamente para agilizarlo, pero en cada proceso los requerimientos aparecerán y se multiplicarán de manera específica para cada proyecto encargado, pues la combinación original de los requerimientos con el propósito del diseñador vuelve único cada proyecto. Las

variables iniciales en sus dimensiones comunicativa, operativa y material, crean otras variables que únicamente se presentarán en ese proyecto, con esa combinación y esto convierte el proyecto en proceso. Plantear llenar listas como método para realizar el producto es negar la unicidad del proceso, específica de cada proyecto. Podríamos afirmar que mientras más original sea el resultado, más completo habrá sido el proceso, pues más específica habrá sido la combinación de elementos. Un proyecto exitoso debería entonces prever desde el planteamiento la imprevisibilidad de todas sus variables. Por esto, las listas son bastante útiles únicamente como guías de chequeo, que además hay que completar; útiles en ese proceso particular, pero no garantizan una eficaz solución de otros productos.

A partir de nuestro punto de vista semiológico, proponemos no ocuparse tan insistentemente del producto en tanto fin del proyecto, para ocuparnos del sujeto en tanto creador durante el proceso. No se trata de oponer sujeto y objeto, sino de comprender cuáles son los elementos que cada cual aporta en la génesis del producto y el proceso del sujeto no se ha estudiado tanto como sería necesario. Esta investigación trata de determinar cómo actúa el estudiante en el proceso y proponer un modo de “facilitarlo” que, aunque no garantice el éxito del producto, ya que su unicidad lo hace impredecible, sí sea un instrumento pedagógico que permita convertir la repetición en un proceso de reelaboración efectivo, acortándolo en la medida de lo posible.

La explicitación como fase de la reelaboración

Cuando el diseñador comienza su proceso de diseño, para poder trabajar sobre él, realiza una representación gráfica o tridimensional de su idea. El producto simulado suele tener errores, lo que aquí llamaremos *desajustes*. En el proceso se debe ajustar lo que no es pertinente para lo que se propone como producto,

tanto desde el punto de vista de los requerimientos comunicativos, operativos y materiales como los propios del diseñador mismo.

Podemos distinguir tres momentos en el procedimiento de reelaboración: el de la autorevisión, el del análisis de los desajustes y el del ajuste o armonización. En el primero se evidencian los desajustes, en el segundo se analizan sus causas y en el tercero se ajustan en una nueva versión del producto. Teniendo en cuenta la limitada extensión de este artículo, no trataremos aquí sino el segundo momento que corresponde a la explicitación y que a menudo se obvia, pues se cree que de la determinación de los errores se puede pasar sin más a su corrección.

En la investigación le pedimos al estudiante que en este segundo momento analice por qué se produjo el desajuste y trate de explicitar qué le dio lugar. A partir de la evidencia del desajuste le pedimos entonces que lo use como indicio del proceso que ha realizado, como indicio del otro-pasado que hizo, explicitando cómo y por qué lo hizo. Esta explicitación consiste en contar por escrito cómo percibe cada auto-revisión realizada en su proceso de diseño, la reflexión sobre los desajustes señalados en las asesorías por los docentes y sus posibles causas. Esta explicitación tiene como finalidad objetivar, poner afuera la dualidad del sujeto (pasado-presente). “Poner afuera” el diseñador pasado permite comparar con el presente, conlleva la alternancia de puntos de vista, lo que le da duración al acto y rompe la repetición inmutable que detiene el devenir.

Durante la investigación comprobamos que las razones que introducen el desajuste en los procesos son generalmente subjetivas, individuales, ya que la singularidad del sujeto se impone en su hacer. La explicitación debe permitir entonces manifestar lo que es único en cada uno de los estudiantes, y es importante que se dé en forma de asociación libre, pues si se hace siguiendo un modelo impuesto no se manifiesta lo que es singular en el proceso.

Cuando el sujeto expresa libremente lo realizado aparecen elementos que a primera vista no tienen nada que ver con la experiencia que se relata. Al referenciarlos, el sujeto se da cuenta de que están presentes y de esta manera puede considerarlos para valorar su pertinencia o impertinencia. El error no es solamente un desajuste, es un desajuste con respecto al proyecto, pero también un ajuste con respecto a otra práctica que se inmiscuye. Lo singular del estudiante aparece cuando se hace evidente que en el proceso se mezclan elementos de otras prácticas del sujeto. El desajuste se debe a la cantidad de prácticas que involucramos simultáneamente al allanar cualquier tarea.

La explicitación permite saber entonces a qué se ajusta el desajuste del producto. Cuando el estudiante comprende el desajuste como correspondiente a otra práctica, le encuentra lógica y reconoce que no corresponde a su incapacidad con respecto al proyecto, sino a un punto de vista propio que distrae porque apunta en otra dirección. Puede entonces eliminar ese punto de vista "ajeno" y conservar solamente lo que es pertinente para el proyecto, encontrando así una alternativa de solución. Al comprender por qué generó el desajuste, el estudiante puede distinguir dos aspectos: primero, los parámetros que él está involucrando en el proceso y que no corresponden al proyecto; segundo, los parámetros que faltan como requerimiento y que la combinación de los presentes implica.

180

En otras palabras, el análisis del desajuste muestra los elementos que el estudiante agrega innecesariamente y que debe quitar, así como los nuevos que el proceso implica y que debe agregar. El análisis explícito del desajuste permite, por lo tanto, un actuar razonado. Esta fase de la explicitación, tan eficaz para el proceso, no es espontánea y requiere un aprendizaje específico.

La labor del docente

¿Qué es contar lo vivido? Representarse a uno mismo haciendo, es decir, concebirse a sí mismo de dos maneras, en dos momentos diferentes. Para el estudiante, como para todo el mundo, es difícil hacer esto por sí mismo y por esto es importante tratar de decirlo para otro. La labor del docente en este proceso es ser ese otro, pero un otro que no es otro totalmente, sino un apoyo para que el estudiante pueda aprender a utilizar su propia dualidad.

En las primeras sesiones de ajuste del proyecto, el docente señala los desajustes y, sin pretensiones normativas, cuestiona el porqué se produjeron incitando al estudiante a reflexionar sobre su hacer pasado. En la explicitación se reconoce el “otro” de uno mismo, el sujeto exterioriza su subjetividad, lo que le permite reconocer la complejidad de sus prácticas. Esto potencializa un cambio en la manera de hacer del estudiante: empieza a “jugar” con su dualidad, se pregunta el porqué de su proceso y entra en una constante y fructífera constatación de sus actos y confrontación del proyecto con lo hecho. Hemos comprobado que en las últimas sesiones de asesoría, el docente termina señalando algún aspecto y el estudiante expone el desajuste, lo explica y lo corrige rápidamente (Figura 3).

Es importante aclarar que el contrato pedagógico parte del previo indispensable que constituye el deseo del estudiante de construir un conocimiento. Este deseo le permite aceptar el papel de “ese otro” que el docente desempeña en este proceso. Sin embargo, a veces sucede que para algunos estudiantes, aunque deseen aprender, no les es fácil reconocer o aceptar su propia dualidad y no logran por lo tanto explicitar los errores con facilidad. El contrato pedagógico, que garantiza que el docente represente su papel del otro del otro, no se puede entonces establecer completamente: el docente queda colocado en el lugar del “otro diferente”, del que “juzga” y el estudiante entra en defensa de lo propio.

En ese momento el docente puede propiciar un cambio de esa relación de confrontación dirigiendo el punto de vista sobre el proyecto, para restablecer su objetividad. La explicitación que hace el docente de las variables implícitas de todo orden objetiva el proyecto inicial, lo que permite introducirlo como un tercero que rompe la confrontación entre dos subjetividades. El estudiante puede entonces empezar a aprovechar su dualidad en la reelaboración, lo que produce en él mayor confianza al obtener un mejor dominio de la práctica proyectual y del propio deseo frente al objeto que está creando.

Como procedimiento, la reelaboración permite tomar conciencia del proceso y la naturaleza de los errores que cometemos, lo que genera un ahorro emocional en los estudiantes que parece darse cuando incorporan este proceso como natural del diseño. El estudiante no siente que se equivocó, sino que entiende los errores como ajustes necesarios. Desaparece así la sensación frustrante de no saber cómo proceder frente a la complejidad del proceso, cómo enfrentar un objeto cuyas características siempre implican cambios en otras características. Asimismo, la mirada del docente deja de ser vista como inquisidora. Se comprende que lo que se hace no está “mal”, sino que el proceso implica inevitable y precisamente completar, añadir y sustraer elementos en el tiempo en un proceso de reelaboración. Esto es lo que constituye para nosotros el proceso de diseño (Figura 4).

3. Resultados pedagógicos de la explicitación

Podemos concluir mencionando tres efectos visibles de la explicitación como estrategia pedagógica:

Primero, posibilita tener control de lo que se hace, tener una visión más general, en suma, tener perspectiva. Es como llegar a una encrucijada de caminos y en vez de quedarse mirándolos preguntándose por cual seguir, subir a un lugar más alto y ver a dónde van los caminos para decidir cuál tomar. Tener perspectiva

de lo que se está haciendo es salirse de la mirada que se tiene, en la que se está detenido, y verse en el acto. De esta manera, la explicitación se incorpora como una de las formas de representación en el proceso de diseño. La representación verbal del proceso y su producto permite ponerlos afuera, separarlos de la representación gráfica. La explicitación es un acto que permite “subir a un lugar más alto”, para representarse a uno mismo haciendo las cosas. El valor de verse a sí mismo es tener la conciencia de ser parte del proyecto y tomarse a sí mismo como una variable, es comprender que uno es parte del proceso, pero no se es el proceso con sus aciertos y desaciertos. Este dominio del proceso le da seguridad al estudiante potencializando el aprendizaje.

Segundo, la explicitación es efectiva a largo plazo porque posibilita la abstracción y permite ser consciente de lo que se hace para que el hacer se constituya en saber consciente y quede en la memoria. Lo implícito del hacer no crea memoria consciente porque queda como saber reflejo, es lo que poco a poco constituye la intuición de los diseñadores experimentados. La explicitación es una instancia para elaborar un saber consciente, una instancia de abstracción que queda en la memoria permanente. De esta manera, se puede aplicar a otros casos diferentes pero semejantes, entonces la intuición se vuelve conocimiento y se puede transmitir.

Tercero, la explicitación permite objetivar el proyecto para que imponga sus condiciones frente a las subjetividades, tanto del docente como del estudiante. Al objetivar el proyecto ubicándolo en el lugar de un tercero, la explicitación permite poner ambas subjetividades en un marco estrictamente pedagógico y evita que se entre en una relación enfrentada, lo que es nefasto para el aprendizaje.

Lo expuesto aquí reúne, de manera sintética, la teorización que ha permitido unos primeros resultados de la investigación en curso. Una vez culmine, esperamos poner los resultados generales en común de manera más extensa.

Bibliografía

Argán, G. C. (1969). *Proyecto y destino*. Caracas: Universidad Central de Caracas.

Buysens. E. (1967). *La comunicación y la articulación lingüística*. Buenos Aires: Universitaria de Buenos Aires.

Cross, N. (1999). *Métodos de Diseño: Estrategias para el diseño de productos*. México: Limusa Noriega.

Cross, N. (2006). Forty years of design research. *Design Studies*, 28(1), 01-04. Great Britain: Elsevier.

De Quincy, Q. (2007). *Diccionario de arquitectura*. Buenos Aires: Nabuko.

Jones, Ch. (1976). *Métodos de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Jones, Ch. (1985). *Diseñar el diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Llovet, J. (1979). *Ideología y metodología del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mejía, C. & Marmolejo, S. (2010). Las prácticas de transferencia, laboratorio del habla. *Revista Entornos*, 23(4), 93-103.

Mejía, C., Restrepo, N. & Salleg, A. (2009). *Diversidad y continuidad. ¿Cómo enseñaba prácticas idiomáticas Ferdinand de Saussure?* *Ikala*, 23(14), 87-114.

Mesa, A. & Arbeláez, E. (2011). *El proyecto de diseño como experiencia de aprendizaje*. En: IX Festival Internacional de la Imagen. Manizales: Centro Editorial de la Universidad de Caldas.

Mesa, A. & Hernández, P. (2010). *Reflexión acerca de la naturaleza doble del diseño y el método del error*. En: VIII Festival Internacional de la Imagen. Manizales: Centro Editorial de la Universidad de Caldas.

Sennett, R. (2009). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

El conflicto político en los jóvenes como un fenómeno estético contemporáneo del vestuario

Resumen

La esfera pública tradicional está siendo colmada por comunidades de práctica conformadas por jóvenes que se identifican con ideologías poco tradicionales en nuestro medio, como son el movimiento *skinhead*, el movimiento *gótico* y el movimiento *emo*. Estas comunidades de práctica son objeto de agresión física y persecución de otros colectivos juveniles (como los *punks* o los seguidores del *heavy metal*) y de la opinión pública en general; esta persecución, si bien en un primer momento puede ser vista como producto de la no aceptación de la forma como han asumido elementos de representación estética en lo referente a su cuerpo, esconde tras de sí una coartada política excluyente dirigida a la no aceptación de las ideologías que estas comunidades juveniles proponen. El presente texto es la síntesis de la tesis de maestría en Ciencia Política, titulada *Biopolítica y Ciberespacio* (2010), que tiene como punto central de análisis las nuevas formas como la contemporaneidad pone de manifiesto los conflictos políticos, en las cuales la corporalidad sería un terreno que gesta prácticas que tienen la finalidad de crear una relación entre la construcción de una identidad individual y una identidad colectiva, así como las relaciones de poder que en estas situaciones subyacen. Este análisis se encuadra no solo en lo que se conoce como teoría de la biopolítica de Michael Foucault, sino también en los aportes de Pierre Bourdieu en relación con los conceptos de *Campo* y *Habitus*.

Carlos Mario Cano R.
Psicólogo. Magíster en Ciencias Políticas. Docente Universidad Pontificia Bolivariana. Colegiatura Colombiana de Diseño. Universidad de Antioquia. cibercultura@hotmail.com

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 11 de 2011

Palabras clave: Biopolítica, comunidad de práctica juvenil, cuerpo y corporalidad, estética contemporánea, vestuario.

The Political conflict on young people as a aesthetic contemporary wardrobe phenomenon

Abstract

The traditional public sphere is being overwhelmed by communities of practice formed by young people who identify themselves with not very traditional ideologies of our environment, such as the *skinhead*, the *gothic* and the *emo* movements. These communities of practice are object of physical aggression and persecution from other young people groups (such as *punks* and *heavy metal* fans) and society in general. Even if this persecution could have been seen at the beginning as non acceptance of the way they have assumed aesthetic representation elements on their bodies, hides an exclusionary political alibi directed to the unacceptance of the ideologies proposed by these young communities. This text is the synthesis of the Political Science Master's Thesis entitled *Biopolitics and Cyberspace* (2010), that has as central topic the analysis of the new ways in which contemporaneity states political conflicts in which corporality would be a field that promotes practices with the purpose of creating a relationship between the construction of individual identity and collective identity, as well as power relationships underlying these situations. This analysis is framed not only in what is known as Michael Foucault's Biopolitics, but also in Pierre Bourdieu's contributions related with the *field* and *habitus* concepts.

Key words: Biopolitics, youth community of practice, body and embodiment, contemporary aesthetics, wardrobe.

Introducción

Nuestro artículo transita a dos vías de análisis:

Hacer una reflexión profunda sobre las nuevas formas en que la contemporaneidad pone de manifiesto los conflictos políticos; donde el ciberespacio y la corporalidad serían dos terrenos que gestan prácticas que tienen la finalidad de crear una relación entre la construcción de una identidad individual y una identidad colectiva y las relaciones de poder que en estas situaciones subyacen.

Nuestra segunda línea de análisis está enfocada en entender como hay una comunidad de práctica donde una nueva forma de configuración de la corporalidad expresa los intereses de una colectividad marginada, las cuales estructuran referentes de identidad desde el ciberespacio.

Método

Como enunciamos antes, el presente artículo es la síntesis de algunos de los hallazgos obtenidos en el desarrollo de la tesis para optar al título de Magíster en Ciencia Política, del *Instituto de Estudios Políticos* de la Universidad de Antioquia, cuyo título es *Biopolítica y Ciberespacio: Estudio de caso sobre el uso que los jóvenes skinheads, emos y góticos hacen del ciberespacio y de su estética corporal* (2010).

Dicha investigación fue el resultado de un año y medio de trabajo, basado en el análisis de texto, el estudio de caso, el trabajo etnográfico (entrevistas, observación directa y observación participante) y el de etnografía virtual de varias comunidades de práctica en la ciudad de Medellín, las cuales tienen como punto en común haber sido objeto de exclusión de la esfera pública tradicional por efecto

de su estética corporal y vestimentaria; razón por la cual estas comunidades de jóvenes hacen uso de portales en el ciberespacio, que les sirven como dispositivo de evasión de esos mecanismos de exclusión. El registro fotográfico, el análisis de imágenes y el análisis discursivo fueron esenciales para la recopilación de la información.

Las comunidades de práctica estudiadas fueron:

1- En relación con los jóvenes identificados como *góticos*, se abordaron los portales *Medieval Darkwave Electro* y *Commando Production*; a la vez, se hizo trabajo etnográfico en varios de los encuentros festivos de estos jóvenes.

2- Para estudiar a los colectivos identificados como *skinheads*, se analizaron los portales de *Tercera Fuerza*, *R.A.S.H. Medellín* y *Skinhead Style: Pisando fuerte*, del colectivo *Skinhead Medellín*; también se pudo hacer trabajo de campo con el grupo de *skinheads*, *The Family*.

3- Y en relación con los *emos*, se estudio el portal *Emo punk Colombia*.

Los lugares de la ciudad de Medellín y su área metropolitana donde se hizo el ejercicio etnográfico fueron: Parque del Periodista, Parque del Poblado, Torres de Bombona, Centro Comercial Aves Marías (Sabaneta), plazoleta del Centro Comercial Mayorca (Sabaneta), Parque de Envigado, urbanización La Villa del Aburra, centro de la ciudad de Medellín, Bar 20 de Julio, Teatro el Tablado, Teatro Matacandelas, Centro Comercial El Cid, Parque de los Deseos, Calle del Ángel (Bello), U. de A., Unidad Deportiva Atanasio Girardot, urbanización y parque de Ciudad del Río y la urbanización Carlos E. Restrepo. Todos ellos lugares de encuentro y escenarios de fiestas de las tres comunidades de práctica estudiadas.

Hallazgos y resultados

Cuando hablamos de formas de marginación de los jóvenes en la esfera pública tradicional, podemos preguntar: ¿Esos juegos de poder y de coerción son realmente producto de juicios estéticos?

Nuestras indagaciones iniciales nos llevarían a confirmar esta hipótesis; pero vemos que no estamos solos en esta forma de ver los conflictos de los jóvenes pertenecientes a las comunidades de práctica de los *emos*, *skinheads* y *góticos*, ya que Katya Mandoky nos lleva de la mano por un análisis de las formas estéticas prosaicas, devenidas en discursos performáticos, encarnados y visibilizados en las modificaciones y artilugios con los cuales el cuerpo es arropado.

El texto *Prosaica* de Mandoky (1994) nombra en su título una de las formas de la estética que da una mirada a la vida cotidiana; estética que es analizada por ella como una experiencia sensible, que se separa de la visión tradicional que piensa la estética como el estudio de lo bello o del arte; porque lo bello, así como lo bueno o lo justo, es un efecto del lenguaje y no un hecho ontológico. Estamos hablando entonces de juicios realizados por un sujeto que depende de un contexto o código determinado, desde el cual obtiene las categorías de bueno, justo, bello.

Wittgenstein (1992) en su momento nos advirtió sobre los efectos del lenguaje al aplicarlos a la descripción de experiencias particulares que podemos llegar a tener, en la medida en que corremos el riesgo de creer que estas experiencias particulares son entes que existen independientemente, de acuerdo con las categorías que les asignamos. Por esto, nos vemos forzados a evidenciar que la estética solo vive en nosotros, que la experimentamos, así como el enunciado solo existe en el sujeto que lo ejerce y lo interpreta.

Mandoky nos dice: “lo estético del objeto está solo en lo que el sujeto saca de sí mismo desde su sensibilidad como sujeto sociocultural, y no en las cosas; lo bello no es una cualidad de los objetos sino un efecto de la relación que el sujeto establece con el objeto desde un contexto social de valoración o interpretación particular. Es la sensibilidad la que descubre sus objetos y ve en ellos lo que ella ha puesto” (Mandoky, 1994: 30). Nosotros agregaríamos que en nuestra indagación de la estética de ciertas comunidades de práctica juvenil estamos viendo el cuerpo como objeto estético, asumido así por los jóvenes que hacen de él un mecanismo de expresión. El objeto, al igual que el arte, no son expresión de emociones; es el espectador quien percibe en el objeto una expresión de emociones: “las cosas no son capaces de actuar, un medicamento no cura, ni un texto place” (Mandoky, 1994: 31).

Si pensamos que el objeto enuncia por sí mismo, estaríamos en la fetichización del objeto: “si el lenguaje ‘produce’ conceptos, también ‘disfraza’ efectos del lenguaje como efectos de realidad. Hay que estar conscientes de una especie de animismo en el lenguaje o modos de hablar que antropomorfizan a las cosas y les adjudican cualidades humanas, en la obra de arte, este animismo es más tentador pues se trata de huellas de la actividad humana, de sus emociones y actitudes” (Mandoky, 1994: 32).

192

Mandoky nos ubica en su análisis de los sistemas de objetos, dándonos pistas para pensarlos desde cuatro categorías diferentes: el *objeto estético*, el *objeto físico*, el *objeto artístico* y el *objeto pragmático*.

El *objeto estético* depende del sujeto, sumido en un contexto sociocultural (contexto de sensibilidad y conocimiento del sujeto, que al no ser abstracto, define la individuación de la experiencia), de la experiencia estética y del *objeto físico* (que no depende de la experiencia estética, porque es un objeto en sí); el *objeto artístico* es en cuanto hay una institución que lo objetiva con esta categoría por

su parte, el *objeto pragmático* refiere a las oportunidades de uso de este objeto, a su carácter enteramente funcional.

Lo que esta autora mexicana nos reporta es que el término *objeto estético* es una contradicción, porque lo estético designa el sujeto sensible, mientras el objeto estético es solamente una consecuencia de una relación que un sujeto establece con su objeto desde su sensibilidad.

Estas cuatro categorías del sistema de los objetos tienen como marco de referencia las estructuras narrativas que una sociedad articula para dar cuenta de las categorías que le dan sentido a los acontecimientos vividos en comunidad. La narrativa sería el punto que enlaza nuestro texto con el rastreo que Margaret Sommers (1996/97b) hace de la definición de concepto que plantea las ciencias sociales, y en la que evidencia una lógica que une la narrativa con las formas en que se dan las arquitecturas de las redes sociales:

En esta interpretación relacional del término narrativa establezco una estrecha conexión entre la narrativa y las redes (“La identidades construidas de forma flexible a partir de, y guardada en conjuntos de historias compartidas. Estas historias registran vínculos sociales, y por lo tanto, redes” [White, citado en Sommers]). Lo que hace a las estructuras narrativas históricas y estructurales es su carácter dual de ser inestables y vulnerables al cambio temporal al mismo tiempo que perduran en el tiempo y en el espacio (...) White trabaja sobre el complejo modo en que las narrativas estabilizan y al tiempo desestabilizan las estructuras, mientras que —y esto es lo más importante— “descentran” (desesencializan) las categorías individuales (personas, acontecimientos, cosas) dentro de ellas. De White tomo que las identidades están establecidas cuando la complejidad múltiple de un elemento concreto es estabilizada y racionalizada dentro de una narrativa relativamente coherente (...) La estructura narrativa, a su vez, inserta la historia entera dentro de la identidad de cualquier concepto particular en su red; en consecuencia, la lógica de cualquier elemento particular lleva inserta consigo fragmentos del argumento causal en su conjunto a través del cual su identidad ha sido constituida en primer lugar. (Sommers, 1996/97b: 281).

Como bien lo señala Sommers más adelante en su texto:

Porque es una historia, la narrativa lleva a cabo su trabajo explicativo, y el éxito o el fracaso de la explicación depende de la integridad, la lógica y la capacidad de persuasión retórica de la narrativa —no de su verificación empírica—. Esto significa que el poder explicativo y la extraordinaria capacidad de duración de la teoría angloamericana de la ciudadanía depende no de su correspondencia con la realidad empírica, sino de cuán bien han sido racionalizados los elementos del relato en su lógica narrativa. (Sommers, 1996/97b: 282).

Pensemos entonces cuáles son las configuraciones estéticas, no pragmáticas ni artísticas, que los jóvenes le dan a sus cuerpos adornados con signos que resultan conflictivos en la esfera pública tradicional, porque denotan una narrativa que al parecer no ocupa el horizonte de sentido de los participantes de dicha esfera; para esto retomemos las palabras de Mandoky: “Nuestra cultura de masas contemporánea puede leerse como un gran código de emociones en el que, por ejemplo, el amor está perfectamente codificado; se supone que uno debe sentir amor y deseo sexual en situaciones, hacia objetos, modos tales como los establecen estos medios” (1994: 48). Partiendo del caso de los jóvenes catalogados como *emos*, su experiencia estética rompe de entrada con esta codificación del amor heterosexual, para plantear una experiencia andrógina, convirtiendo en conflicto político una experiencia sensible. Esto devela que hay mecanismos que producen efectos de verdad o de sensibilidad particulares, y solo son aprehensibles desde una analítica de la estructura y movimiento de tales mecanismos.

194

Tomemos otro ejemplo, esta vez desde el movimiento *gótico*, en el cual lo trágico y lo mortífero se convierten en formas de pensar lo estético; mostrando con ello que lo trágico en la vida es necesariamente estético, porque está en juego la sensibilidad del sujeto que ve y percibe lo trágico; y que tal como señala Mandoky: “lo trágico en la vida cotidiana puede ser contemplado con placer es ciertamente una perversión pero que, para el caso, no nos concierne; es problema de la psicología o de la psicopatología. Pero lo trágico, ya sea en lo cotidiano o en el arte, es definitivamente estético porque se percibe desde la facultad de la sensibilidad, con independencia de sus efectos emotivos” (Mandoky, 1994: 57).

Continuando nuestro con nuestro texto, y de la mano de Mandoky, vemos que desde su definición de estética podemos entrever una función creadora dentro de los signos puestos en escena en las prácticas juveniles. Primero volvamos a entender la definición de estética¹ de la autora: “La estética, por su definición etimológica, se refiere al agente o sujeto de la percepción sensible y se distingue de la percepción cognoscitiva o del sujeto epistemológico como la sensibilidad del entendimiento en Kant. La estética es una forma de conocimiento, como la ciencia, excepto que el conocimiento científico es de carácter racional, mientras que el conocimiento estético es sensible” (Mandoky, 1994: 64). Los jóvenes crean estéticas, es decir, formas discursivas para conocer el mundo y para crear identificación grupal que permita ver el mundo desde el colectivo al que se pertenece: el mundo visto desde mi vestimenta, desde mi tatuaje, etc.

Son discursos escritos desde un objetivismo del sujeto y desde un subjetivismo del objeto; es decir, como bien nos lo muestra Pierre Bourdieu (2007), hablamos de un sujeto constituido por la objetividad de lo social y, por tanto, un sujeto intersubjetivo; y un objeto constituido por la percepción sensible del sujeto, o lo que es lo mismo, un objeto para un sujeto, un sujeto subjetivado.

“Pero esta subjetividad no es el alma que Dios nos da, ni la interioridad de un *cogito* aislado, sino la manifestación muy particular en un hoyo negro de lo social que es la individualidad, la individualidad es social y la identidad también: la identidad parte de los otros” (Mandoky, 1994: 67). Algo que en su momento ya habían referido Lacan, Bajtín, Laing y Wittgenstein.

Por su parte, Michel Foucault, en su texto *Las palabras y las cosas* (1981), nos

¹. El término de Aísthesis lo utilizaban los griegos para hablar de la Percepción; luego le da origen a la palabra Estética. Cuando Kant usa el término de estética, en su texto *Crítica de la razón pura* (2000), lo hace para hablar de una estética trascendental, la cual refiere a la intuición de las formas a priori de la sensibilidad, que son el espacio y el tiempo, y que están en el origen de nuestras percepciones. Es Alexander Baumgarten quien introduce el término de estética, como el problema de lo bello y su consecuente comprensión.

insinúa que las percepciones solo son posibles en desarrollos y condiciones históricas particulares, lo que no es más que reconocer que el sujeto de la estética es un sujeto histórico y socialmente constituido, porque si bien la percepción es una facultad humana universal, cada experiencia estética es un acontecimiento particular determinado por una relación de un sujeto específico con un objeto específico. Cabría preguntarse, entonces, estas estéticas juveniles: ¿Qué historias están contando?

Los juegos de poder en las experiencias estéticas se vislumbran a la hora de objetivar las categorías de percepción; porque lo objetivo no está en los objetos o en el cuerpo, sino en los sujetos, en la medida en que el acuerdo sobre lo que se percibe se debe a la objetividad de los sujetos y de sus estrategias interpretativas. Es allí donde queda explícito el conflicto político, por la forma en que construimos discursos objetivos de las experiencias sensibles de los sujetos.

Por ello, cobra importancia la configuración de comunidades de sentido, porque son ellas las que le dan estabilidad a los discursos. Es efecto de la estabilidad de las estrategias interpretativas o la objetividad social lo que determina el sentido de los discursos corporeizados. Diferentes estrategias interpretativas o diferentes sujetos constituyen diferentes estructuras formales. Tanto las estrategias como los sujetos de los que estamos hablando tienen una dimensión social desde la cual producen el efecto de estabilidad y objetividad en el objeto: sus cuerpos.

“Al coincidir en una lectura o una interpretación creemos compartir el mismo texto u objeto, cuando lo que estamos compartiendo es un *a priori* biocultural, una estética de interpretación. Creemos compartir objetos fijos cuando lo que nos es común es nuestra manera de ser sujetos” (Mandoky, 1994: 72).

Nuestra forma de abordar las comunidades de práctica juveniles de los *emos*, *skinheads* y los *góticos*, nos lleva a ocuparnos de sistemas de signos (vestimentarios, sonoros, visuales, etc.), porque intentamos analizar las condiciones obje-

tivas que posibilitan experiencias a partir de estos signos. Estas condiciones de posibilidad pueden ser exploradas, ya que se definen objetivamente; es decir, intersubjetivamente: son condiciones sociales (tener botas de *skinhead*, ropa de *gótico*, maquillaje de *emo*, etc.).

A esta altura se nos presenta un dilema en nuestro análisis, porque necesariamente tenemos que entrar a definir la categoría de lo juvenil; para ello llega a nuestra ayuda Martín-Criado quien, en su texto *La juventud como apuesta política* (2007), nos dice que lo juvenil o que la juventud no existe, sino que es una categoría intelectual, que sirve para destacar rasgos de la experiencia de los sujetos.²

Para darle sentido a este argumento de Martín-Criado debemos recordar que como telón de fondo pensamos que la experiencia estética es aquella que se produce desde la facultad de la sensibilidad del sujeto que la experimenta. Es la sensibilidad³ la que unifica, da cuenta, caracteriza, define la vivencia estética; no es la intención o la actitud estética lo que define dicha vivencia. Es el cuerpo visto como experiencia estética lo que nos convoca en este texto, para lo cual tenemos que verlo como un producto histórico, que ha sufrido transformaciones por las diversas prácticas, contextos y, como diría Foucault, instituciones.

Nuestro dilema se centra en que si estamos hablando de especificidades del cuerpo como condición de posibilidad de la estética, esto nos llevaría necesariamente a afirmar que existe la posibilidad de una estética femenina, masculina, del joven, del negro; y es a esto a lo que podríamos denominar códigos culturales. Combinaciones diversas de cualidades del cuerpo y sus contextos pueden dar cuenta de las diversas estéticas como generalidades y especificidades. Recordemos, eso sí, que es la cultura, con su multiplicidad de códigos, la que ha constituido la

². Martín-Criado (2007) piensa el concepto de juventud como un problema social, y como tal, supone todo un trabajo político de construcción del mismo; nos advierte que esto se genera porque hay organizaciones que logran imponer la percepción de una determinada "realidad" como un "problema social"

³. Construida como producto histórico en la participación de comunidades de sentido.

categoría de *lo juvenil o la juventud*.

“La lengua es una forma y no una sustancia”, es lo que afirma Saussure (1983) cuando intenta explicar la comunicación⁴ entre los sujetos; nosotros extendemos este principio a las prácticas estéticas, porque ellas se realizan como intercambio o comunicación, lo que nos sirve para entender que no nos ocuparemos de definir la esencia de la sensibilidad ni de describir fenomenológicamente o psicológicamente al joven sensible, sino que nos movemos bajo la intención de encontrar las herramientas conceptuales para conocer cómo opera en forma concreta en estos jóvenes: la sensibilidad siempre es sensibilidad de alguien frente a algo o alguien, no existe en abstracto.

Esta sensibilidad se expresa a partir de enunciados que son un eslabón en la cadena, muy complejamente organizada, de otros enunciados. En este sentido, todos los enunciados son dialógicos. En la comunicación estética no solo es activo el autor del enunciado, sino el destinatario o intérprete.

Un enunciado desde el punto de vista de la prosaica es más complejo que si fuera analizado exclusivamente desde la lingüística ya que, además de realizarse a través de varios registros simultáneamente, apunta hacia la sensibilidad más que al entendimiento. Para la prosaica, el enunciado no sólo informa: con-forma.

Tales enunciados obedecen a modos sintácticos particulares desde matrices que tienen su enunciación e interpretación posibles. Tales matrices de ei (enuncianteinterpretante) son institucionales, lo cual no quiere decir necesariamente que sean oficiales, sino que están conformadas por grupos sociales con paradigmas de interpretación común, semejante a los que Fish denomina “comunidades interpretativas”. (Mandoky, 1994: 97).

Todo un conjunto de signos y símbolos son puestos en escena a la hora de crear una comunicación estética, porque son elementos con los cuales los sujetos se relacionan de forma sensible: se conmueve, se impresiona, se identifica, se les atribuye un valor y un sentido. Entendiendo el signo como el elemento que compone el orden de lo semiótico, el cual es de carácter convencional y dife-

⁴. La palabra comunicación viene del latín *communicatio*, que es hacer común, compartir; la comunicación es comunión, aunque haya desacuerdos.

rencial, porque su desarrollo es eminentemente histórico y adquiere cada vez mayores grados de sofisticación y complejidad en un proceso de multiplicación formal progresivo. Su carácter diferencial lo vemos en la relación dialógica respecto a otros signos, es decir, está en relación con otros signos, que son un producto de una situación social.

Con los símbolos se les asignan cargas a los objetos, es decir, les dan valor y sentido, lo que determina que el proceso de simbolización incluye todo proceso de intercambio, sea de significación, lingüística, económica, libidinales y legales. Los signos producen significaciones por cadenas sintagmáticas desde un modelo específico, como lo es un sistema de códigos; los símbolos, por otra parte, no funcionan por sintagmas, sino por asociaciones paradigmáticas.

El paradigma es el marco de referencia de función del cual un enunciado significa por diferenciación y se valoriza por asociación. Estamos hablando de un producto social⁵, generado a partir de luchas internas entre diferentes fracciones de clase, por efecto de los cuales se genera un orden legitimado con una movilidad relativa de jerarquías y dominaciones.

Como bien lo plantea Mandoky cuando habla de la historia del arte, pero que muy bien puede homologarse con el establecimiento de códigos estéticos sociales: "...se puede entender a la historia del arte como producción y registro de enunciados artísticos legitimados, jerarquizados y codificados (...). La historia del arte es el documento que testifica a los vencedores en la lucha por la legitimación de sintagmas y paradigmas donde sólo se admiten las objetivaciones icónicas más jerarquizadas de cada uno" (Mandoky, 1994: 130).

Podemos considerar significantes estéticos todas aquellas formas perceptibles

⁵. Esto necesariamente significa que un paradigma es diacrónico, no fijo e inmutable.

(el cuerpo sería una de ellas) que produzcan efectos por la facultad estética del sujeto; a partir de lo cual entendemos que la estética prosaica (puesta en formas vestimentarias y de adornos corporales de los jóvenes de las comunidades de práctica) funciona desde el orden de lo semiótico por relaciones de diferenciación convencionales (con otras comunidades de práctica) en redes sintagmáticas, y desde el orden de lo simbólico se constituye por asociación a modelos en función de los cuales adquiere un valor.

Las relaciones de diferenciación de la semiótica y las asociaciones a modelos de intercambio simbólico están regidas por paradigmas que definen la sintaxis de las redes sintagmáticas en ambos órdenes⁶.

Conclusión

Diremos entonces que en la esfera pública tradicional las formas de intercambio estético de las comunidades de práctica se dan principalmente en el registro de lo icónico, el cual hace referencia a la relación que estos jóvenes tienen con los objetos como cosas y como signos, objetos físicos visibles y tangibles, como es el caso de su vestuario, los accesorios, tatuajes, *piercings* y escenografías (la calle y los parques, principalmente), usados por los sujetos para generar enunciados sensibles a los miembros con los que comparte experiencias o a otros sujetos de otras comunidades de práctica.

Estamos ante lo que podemos denominar el *estilo*, que no es más que la combinación, clases, modos de producción, de apropiación y consumo de estos íconos, en términos de significantes productores de subjetivación y efectos sensibles. Al respecto Mandoky hace una definición de lo que es la decoración, vista a la luz

⁶. En otras palabras, lo que queremos decir es que la significación estética depende de los horizontes de expectativa propios de comunidades interpretativas particulares; o lo que es lo mismo, de paradigmas de la semiótica. El valor de peso de estas significaciones, su capacidad de provocación emotiva, dependen, en cambio, de paradigmas simbólicos.

de cuatro movimientos expresivos:

La inventio está en qué vamos a decir a través de los objetos, qué imagen producir; la dispositio es de carácter sintagmático, es decir, cómo lo vamos a organizar, cómo colocar los objetos, cómo relacionar volúmenes, texturas, colores; la elocutio es de qué modo lo vamos a comunicar, qué objetos escoger (...); y la actio es la puesta en escena de un enunciado teniendo a los paradigmas y matrices como contextos de interpretación y de enunciación icónica. Todo ello constituirá sintagmas con los objetos como significantes que, desde el orden de lo semiótico, definen a la retórica icónica. (Mandoky, 1994: 149).

Para terminar, y entender lo último que Mandoky nos dice, debemos poner el intercambio estético desde dos ejes de coordenadas: una *dramática* y otra *retórica*.

La *dramática* consiste en la actitud, el gesto, el acto, el impulso, el desplante desde el que se produce la comunicación estética. Es una visión muy aristotélica de la dramática, porque es vista como acción, como actuar, imitar a los hombres en acción; pero no estamos diciendo que sea una imitación ficticia, sino como una actitud y el acto en lo cotidiano que produce efectos sensibles.

La *retórica*, por su parte, habla de influir en el pensamiento y la conducta de los otros, es el arte de la persuasión. Esta persuasión en la estética prosaica no se centra solo en el discurso verbal, sino que está mediado por el cuerpo y sus objetos.

El acto de comunicación estética se basa en intercambios, en los que hay una actitud dramática y unos modos de comunicar, que son retóricos. Lo que subyace en ambos es un complejo juego de poderes, legitimados a partir de formas y códigos estéticos, por una sociedad en particular y escenificados en esferas, donde se hace público este conflicto por configurar sentidos discursivos de la performática del cuerpo.

Bibliografía

Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Foucault, M. (1981). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Bogotá: Siglo XXI.

Kant, I. (2000). *Crítica de la razón pura*. Bogotá: Intermedio.

Mandoky, K. (1994). *Prosaica: introducción a la estética de lo cotidiano*. México: Grijalbo.

MartinCraido. (2007). La juventud como apuesta política. En: Zuleta, M., Cubides, H. & Roberto, M. (eds.), *¿Uno solo o varios mundos?: diferencia, subjetividad y conocimientos en las ciencias sociales contemporáneas* (pp. 247-262). Bogotá: Siglo del Hombre, Universidad Central IESCO.

Saussure, F. de. (1983). *Curso de lingüística general*. España: Alianza.

Sommers, M. R. (1996/97a). *¿Qué hay de político o de cultura en la cultura política y en la esfera pública?: hacia una sociología histórica de la formación de conceptos*. *Zona Abierta*, 77-78, 31-94. [Madrid: Siglo XXI].

Sommers, M. R. (1996/97b). *Narrando y naturalizando la sociedad civil y la teoría de la ciudadanía: el lugar de la cultura política y la esfera pública*. *Zona Abierta*, 77-78, 255-337. [Madrid: Siglo XXI].

Wittgenstein, L. (1992). *Gramática filosófica*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Hipervínculo como forma de referencia: Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es usado en relaciones referenciales

Sebastián Uribe A.
Magíster. Diseñador gráfico.
Docente Investigador de la Uni-
versidad Pontificia Bolivariana.

Resumen

Cualquier libro o texto tiene en su interior una infinita variedad de relaciones, citas y referencias que forman un mundo, un relato, un universo de historias entrelazadas. Este mundo está lleno de personas, animales y cosas que hacen y tienen vínculos, relaciones y referencias entre sí, como las de los libros. Ese universo de vínculos, relaciones y referencias es muy parecido a lo que hoy se conoce como web. Los sitios web llevan a una navegación por un mar de texto, imagen y sonido. Esto debería ser divertido, si se tiene buen viento y buena mar... un cielo estrellado o una brújula, un punto de referencia... ¡una luz en el puerto! El trabajo propuesto consiste en un análisis comparativo entre la tipología de la cita propuesta por Goodman y el hipervínculo en las páginas web. En él se intenta responder al interés que surge, como diseñador de páginas web, por el uso que se hace del hipervínculo para citar, representar, ejemplificar o simplemente vincular un texto con otro. Es un intento por aprender a leer las rutinas visuales más comunes, trasladarlas a recorridos estructurados con cierta lógica y convertirlos en relatos interactivos a partir de la experiencia vivida.

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 16 de 2011

Palabras clave: Cita, diseño,
hipervínculo, enlace, referencia.

The hyperlink as a form of reference: Reflection on visual routines emerging when hyperlinks are used in referential relationships

Abstract

Any book or text has inside an infinite variety of relationships, quotes and references that constitute a world, a tale, a universe of interweaved stories... This world is full of people, animals and objects that make and have links, relationships and references between them, as those existing in the books. This universe of links, relationships and references is very much like what we currently know as a website. Websites lead to navigation through a sea of texts, images and sounds. This should be fun, if the tide is right... if there's a starry sky or a compass, a reference point... a light in the harbor! The proposed work consists of a comparative analysis between the typology proposed in Goodman's quote and webpage hyperlinks. It is an attempt to learn how to read the most common visual routines, how to transfer them to structured routes with a certain logics and how to change them into interactive stories from experience.

Key words: Quote, design, hyperlink, link, reference.

Introducción

El estudio sobre las formas de referencia juega un papel importante para el diseño, la representación y la interpretación de la web. Un método de vinculación como el hipervínculo que posee los medios para enlazar sus propios símbolos —y que incluso, normalmente, tiene la capacidad de relacionar otros sistemas que conviven en la red como el textual, el visual y el auditivo— contiene en él mismo todas las formas de referencia necesarias para ser estudiado y comprender la red. En este sentido, se propone comprender el hipervínculo como un sistema de presentación y organización de la información¹ donde determinadas palabras, imágenes o sonidos pueden ser explorados para obtener información adicional referente a ellos mismos, bien sea dentro del mismo documento que permite visualizarlos (percibirlos) o fuera de él (expandirlos). La relación generada entre todos estos sistemas exige un alto y complejo nivel de representación e interpretación porque dependen, en gran medida, del contexto para ser definidos o relacionados. Esta investigación se inicia con el proceso de clasificación del hipervínculo cuando es usado en relaciones referenciales y para lo cual realiza un análisis comparativo entre la tipología de la cita² propuesta por Nelson Goodman y el hipervínculo en las páginas web, a través de la escogencia de varios sitios web como casos de estudio. Se trata de encontrar las similitudes y las diferencias entre ellos y de descubrir el proceso adecuado en el manejo del hipervínculo cuando se emplea en relaciones referenciales³.

Marco teórico y conceptual

A partir de un enlace se puede relacionar una imagen, un texto o un sonido con otra imagen, texto o sonido. Incluso ahora se experimenta ampliamente con en-

¹. Para comprender mejor el contexto de “los sistema de presentación y organización de la información”, ver el trabajo de Manuel Castells (1996).

². Para profundizar en la tipología de “la cita”, ver el trabajo de Nelson Goodman (1978: 67-85).

³. Para los estudios sobre “las relaciones referenciales” se recomienda ver el trabajo de Nelson Goodman (1984: 93-110).

laces activados a través del gesto. Se pueden hacer hipervínculos que cumplan las condiciones necesarias para convertirse en cualquier forma de referencia como lo son la cita, la ejemplificación, la alusión, la muestra, entre otras. Este trabajo de investigación es resultado de una fase preliminar, de un estudio más completo, para una tesis doctoral que aún está en curso. Por lo tanto, se tratan solo aquí las relaciones existentes y posibles entre las maneras de hacer vínculos en los libros —**las citas**— y en los ordenadores —**los hipervínculos**—. Para entender mejor la cita, hay que comprender primero la referencia. Goodman dice: “—**Referencia**— tal como yo la utilizo, es un término muy general y primitivo, que comprende todos los **tipos de simbolización**, todos los **casos de estar por**.” La recomendación del autor es que ésta debe ser entendida como si fuera una relación primitiva o meronimia, es decir, una relación semántica no-simétrica entre los significados de dos palabras; por ejemplo, existe una relación dentro del mismo campo semántico para el significado de *azul* y el significado de *color*. Es de difícil definición, pero se comprende mejor al distinguir y comparar sus múltiples formas, como son: la referencia literal elemental, la referencia elemental no literal y la referencia compleja (Goodman, 1984: 93-110). Visto de esta forma, se aclara por qué un ícono tiene la posibilidad de **está por** o referirse a su objeto y que cualquier representación gráfica **está por** es una **etiqueta de** o **se refiere a** lo que intenta hacer perceptible o comprensible.

Metodología

En múltiples ocasiones, el hombre ha imaginado un sistema que permita visualizar los pensamientos y para acercarse a este ideal ha utilizado diversas herramientas y medios de expresión⁴. Dentro de las disciplinas que se han sumado a esa búsqueda está el arte, la educación y el diseño. Ahora, se tiene al hipervínculo como un instrumento de expresión que ha dejado de ser paradigmático para

⁴. Sistemas de visualización de información compleja: <http://www.visualcomplexity.com/vc/>

En esta URL pueden ver algunos ejemplos interesantes de estos intentos del hombre por construir sistemas que permitan visualizar los pensamientos.

convertirse en el método de construcción de ámbitos concretos de información y conocimiento, versiones del mundo.

Teniendo en cuenta lo siguiente, se diseñó una ficha de evaluación apoyada en las condiciones necesarias, planteadas por Goodman (1978: 73), para realizar una cita directa o indirecta:

A- Que lo que se cita, alguna de sus paráfrasis o una réplica suya se contenga o incluya en esa cita.

B- Que exista una referencia a lo que se cita nombrándolo, expresándolo, predicándolo.

Además, se estudiaron las teorías para el análisis del poder denotativo, expresivo y alusivo de las imágenes y su composición estructural, desarrolladas por Marcé i Puig (1983), así como el trabajo realizado por el Groupe μ (1992), con el propósito de considerar la retórica del discurso verbal superpuesta a la imagen visual.

Se estructuró la ficha en tres partes: una primera, enfocada en los niveles de organización textual y las unidades significativas de representación; la segunda, para establecer los tipos de enlaces y su correspondiente ubicación en los sistemas textual, visual y auditivo, esto tanto para los hipervínculos como para lo vinculado; y una tercera, para comprobar si el hipervínculo cumplía con las condiciones necesarias para ser considerado como cita⁵.

⁵. Cuando se abre una página web se puede observar que muestra dos tipos de información diferente. El primer tipo es información plana de imagen y texto. El segundo tipo es el mismo texto y la misma imagen, pero expandible, desplegable, dinámica... permitiendo ampliarlas en sí mismas; ese texto, esa imagen, expandida a través de un enlace, se presenta en frente, en primer plano o superpuesta, para ser de nuevo percibida y volver a empezar; ese texto, esa imagen pasa a ser una información enlazada, un vínculo. Los dos tipos de información remiten, en principio, a la misma realidad (a la misma apariencia), y sin embargo no tienen la misma estructura, porque no corresponden al resultado del mismo proceso, y en consecuencia, sus estructuras no soportan las mismas relaciones: en una, la estructura es formal, diagramática, espacial, jerárquica, en la que líneas, superficie y colores contribuyen a una relación sintáctica, visual o verbal; en la otra, son palabras e imágenes, y la relación es de tipo lógico-sensible, por lo menos semántica.

Esta ficha se aplicó a 12 casos de estudio categorizados en tres grupos de acuerdo con las rutinas visuales sugeridas a través del hipervínculo en cada uno de ellos.

Casos de estudio

El primer grupo seleccionado se enfocó en páginas web dedicadas a **espacios de representación a través del hipertexto**⁶, que sirven para mostrar las posibilidades que se tienen solamente con vínculos de texto. Los sitios analizados fueron:

- Esferas (<http://moebio.com/spheres/espanol.html>): presenta una serie de superficies esféricas de diálogo, conformadas por palabras cuya riqueza se encuentra en la forma como se relacionan unas con otras (Gráfico 1).

- Bestiario (<http://www.bestiario.org/bestiario.php>): a través de una experiencia sensorial e interactiva se presentan proyectos propios que permiten visualizar contenidos complejos y convierten la información, su estructura y sus relaciones en un entorno espacial navegable de forma no lineal y escalable (Gráfico 2).

- Gramatrama (<http://moebio.com/santiago/gramatrama/index.html>): un texto en red que puede ser leído linealmente o a través del cambio de sub-textos con los vínculos internos (Gráfico 3).

- 6pli (<http://6pli.com/moebio>): una herramienta experimental que permite visualizar en un mapa 3D, los marcadores que se tienen en del.icio.us (Gráfico 4).

El segundo grupo presenta **versiones del mundo en las rutas del hipervínculo**⁷.

⁶. Para comprender mejor estos “espacios de representación a través del hipertexto”, ver el trabajo de George P. Landow (1992: 51-92).

⁷. Para comprender mejor estas “versiones del mundo en las rutas del hipervínculo”, ver el trabajo de Lackoff y Johnson (1980: 117-126).

Se trata principalmente de sitios comerciales o temáticos que, a partir del uso del hipervínculo, desarrollan y promueven la consolidación de comunidades virtuales de intereses muy específicos:

- Imdb (<http://www.imdb.com/>): es el portal de cine y películas con la base de datos más grande y con la mayor relación de referencias entre actores, directores y productores (Gráfico 5).

- Allmusic (<http://www.allmusic.com/>): es la referencia más completa de géneros y estilos musicales, extendiéndose desde lo más comercial y popular a lo más underground (Gráfico 6).

- Anyfilms (<http://www.anyfilms.net/>): una experiencia de entretenimiento innovadora donde a través de películas interactivas los usuarios combinan los contenidos y construyen sus propias tramas (Gráfico 7).

- Sawmovie (<http://www.sawmovie.com/site.html>): un ejercicio narrativo que evidencia la capacidad de relato, inmersión e interacciones posibles en una historia presentada a partir de vínculos sucesivos e intuitivos llenos de expresión y lógica (Gráfico 8).

- El tercer grupo se dedica al **enlace como narración de un mundo**⁸, sitios web que se basan en la aplicación de metáforas gráficas a partir del vínculo, para la descripción de mundos:

10x10 (<http://www.tenbyten.org/10x10.html>): es una exploración interactiva de las palabras y las imágenes que definen el tiempo. Cada hora, 10x10 recoge las 100 palabras e imágenes más importantes a escala global y los presenta como una imagen única para encapsular ese momento en el tiempo (Gráfico 9).

⁸. Para comprender mejor estos “enlace como narración de un mundo”, ver el trabajo de Marie-Laure Ryan (2001: 213-246).

Phylotaxis (<http://phylotaxis.com/phylotaxis.html>): ilustra el equilibrio delicado entre la ciencia y la cultura a través de un programa autónomo que grafica las noticias relacionadas con estos dos mundos (Gráfico 10).

We Feel Fine (<http://www.wefeelfine.org/>): un motor de búsqueda que cada cinco minutos analiza todos los blogs del mundo de habla inglesa, con el fin de encontrar la frase “I feel”, de este modo recibe todo tipo de impulsos emocionales que luego muestra y dispone en una superficie interactiva (Gráfico 11).

Universe (<http://universe.daylife.com/>): un sistema que le permite a cada persona encontrar sus propias constelaciones de intereses y curiosidades, a partir de un cielo nocturno interactivo como metáfora (Gráfico 12).

Resultados del análisis

En el primer grupo de casos de estudio, espacios de representación a través del hipertexto, el tipo de vínculo predominante es texto que enlaza a texto. En ellos se permiten procesos de vinculación, principalmente, de pensamientos y conceptos, aunque también, con las personas que los expresaron y los presentaron. En otras ocasiones relaciona a las personas por sus pensamientos y conceptos para agruparlos y clasificarlos de acuerdo con sus intereses comunes. **En conclusión:** el hipertexto vincula pensamientos de personas y a personas con pensamientos comunes.

En las web estudiadas como versiones del mundo en las rutas del hipervínculo, los tipos de vinculación utilizados son el texto y la imagen que vinculan texto, imagen y sonido. Se reconocen claramente dos tipos de estructuras: una compuesta por cajas de texto agrupadas por temáticas a la manera clásica de las enciclopedias y otra por el ejercicio experimental con temáticas comunes expresadas a partir de

secuencias lógicas interactivas y navegables, en forma de juegos de rol. Son dos formas de representar el uso comercial del hipervínculo para la consolidación de comunidades virtuales, en un afán por conseguir reproducir las experiencias y sensaciones que se viven a través de las rutas y recorridos cotidianos por mundos de interés. **En conclusión:** el hipervínculo asocia grupos de personas en torno a sus intereses.

En el tercer grupo de sitios web el tipo de hipervínculo predominante es el de imágenes que vinculan imagen y texto. Las estructuras entre ellos son similares, siempre es un mundo o universo representado por múltiples elementos geométricos o formas simples que reunidos, móviles o dispersos, simbolizan personas, pensamientos, sentimientos, noticias o hechos que conforman el mundo. Dichos elementos son vínculos que amplían la información visual o textual de acontecimientos sucedidos en un tiempo y un espacio definidos. Estos ejercicios son rutas de la referencia para la narración de un mundo a través del enlace. **En conclusión:** el hipervínculo es el enlace a la metáfora visual de un mundo.

Conclusiones

En definitiva puede decirse que un hipervínculo *está por o se refiere* a su objeto y también que su representación visual *está por, es una etiqueta de o se refiere* a lo que representa. Así el hipervínculo como forma de referencia debe contener o incluir en sí mismo una réplica de lo vinculado, bien sea nombrándolo, predicándolo o expresándolo y, al mismo tiempo, la relación propuesta en él debe estar contextualizada con el significado o con la referencia. No obstante, aunque se cumplan estas condiciones el éxito del hipervínculo depende más de lo vinculado y de su contexto que de él mismo. Si lo enlazado no conduce a aquello que se supone que enlazaría, se tendría un vínculo errado o vacío, sin nexos. El vínculo no es un hecho por sí mismo, es un método a través del cual se

relaciona, se referencia o se alude a algo. Si ese algo no coincide con lo esperado, es un enlace nulo.

Ahora, si se toma lo que se vincula solamente como una expresión o una inscripción, se establece una relación de réplica sintáctica, es decir, de deletreo idéntico. Por otro lado, si la relación que establece el hipervínculo es una especie de equivalencia en el significado o en la referencia, se trata de una relación semántica.

Como conclusión final, se propone que para formalizar el trabajo con el hipervínculo cuando se intenta hacer una cita de algún tipo y considerar sus implicaciones semánticas, hay que cumplir las siguientes condiciones:

A- Que lo que se vincule contenga o incluya una réplica en el hipervínculo.

B- Que exista una referencia a lo vinculado nombrándolo, predicándolo o expresándolo.

C- Que la relación que se proponga en el hipervínculo contextualice con el significado o con la referencia.

Para aclarar conceptualmente la adición de esta nueva condición se sugiere el siguiente ejemplo: si se tiene un enlace que contiene la palabra «Francia» vinculado a la imagen de la bandera de ese país, podría considerarse que se trata de una cita indirecta por denotación. Pero, si al contrario, se habla de la Revolución Francesa y se dice que "... fue un proceso social y político que se desarrolló en Francia entre 1789 y 1799..." y el vínculo sobre la palabra «Francia» se enlaza a una página sobre ese país, pero que no está contextualizada en el mismo tiempo en el que ocurren estos hechos, entonces el hipervínculo cita a Francia pero rompe con el contexto de la revolución. Por esto se propone que la relación que se establezca en el hipervínculo se debe contextualizar con el significado o con

la referencia. Es decir, cumplir con la tercera condición es fundamental para la construcción correcta de los vínculos (referencias) y de las unidades significativas de representación en ámbitos específicos (mundos). Así se configuran universos más coherentes que permiten el reconocimiento en sí mismos, facilitando el desplazamiento y el diálogo entre las diferentes voces que interactúan en él.

El hipervínculo se puede considerar como sistema, siempre y cuando se entienda sistema como la organización racional de un conjunto de objetos. De lo anterior queda pendiente una gran pregunta: si se toma el sistema lingüístico como un modelo de referencia respecto del cual se pueden medir el resto de los sistemas sociales de significación y si consideramos el “hipervínculo” como un sistema, ¿podría pensarse como posible el establecimiento de “una gramática del enlace” para la navegación de la web, que permita organizar sus significantes, sus aspectos formales o expresivos e incluso que se utilice desde el diseño como una herramienta para la creación de ámbitos específicos (mundos)?

Aquí queda la inquietud, queda el camino, queda la ruta, queda el vínculo... **destacado** o subrayado, para lo que siga a continuación.

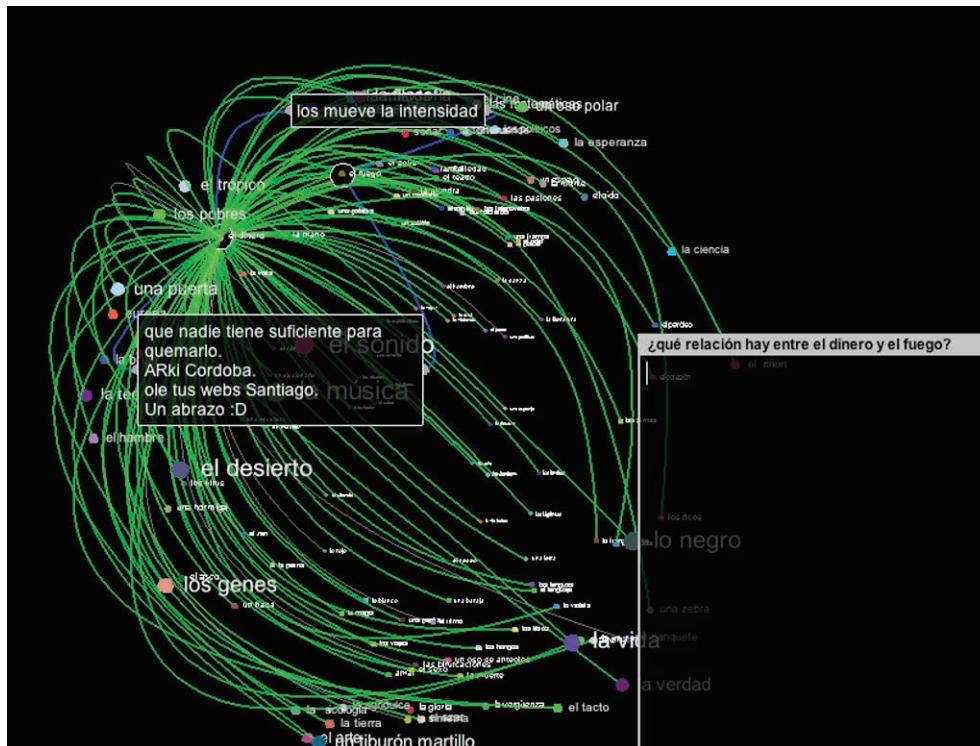


Gráfico 1. Esferas (<http://moebio.com/spheres/espanol.html>)

Uribe A. /Hipervínculo como forma de referencia:
Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es
usado en relaciones referenciales

{b.} bestiario



ciudad -
audiovisual -
cuerpo -
narrativa -
ciencia -
plástica -
digital -
comunidad -

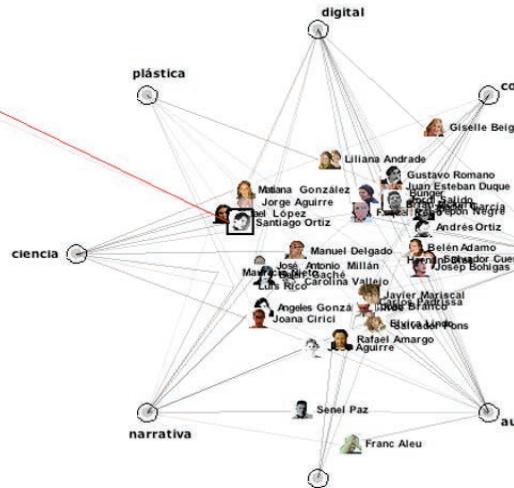


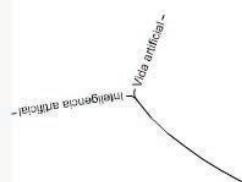
Gráfico 2. Bestiario (http://www.bestiario.org/_proyectos/past/)

gramatrama

más info:

- sobre gramatrama
- mapas de la red
- transtextos
- estrabismos

Santiago Ortiz moebio.com



El diagrama muestra una línea curva que conecta el texto 'Inteligencia artificial' con el texto 'Vida artificial'. La línea comienza en el punto 'Inteligencia artificial' y se curva hacia arriba y a la derecha para terminar en el punto 'Vida artificial'.

29. Vida artificial e inteligencia artificial [16](#), [28](#)

Mientras que la vida artificial se plantea como un campo de experimentación, investigación y desarrollo la ciencia en donde no se requiere una definición estricta de la vida (ya que no la hay), si no que se diversas cualidades y puntos de vista en torno a ella, la inteligencia artificial se entiende como la búsqueda de la creación de máquinas inteligentes, con cierta presunción de que hay una inteligencia. Estas líneas de aproximación delatan un desfase entre las dos. La inteligencia artificial es un campo en el que predomina el mecanicismo del humano; no ocurre lo mismo con la vida artificial.

Este desfase se relaciona con dos aspectos que diferencian un campo del otro:

1. Mientras que se supone que un ser humano es más inteligente que otro animal, planta, hongo, pr bacteria, no se supone que esté más vivo que cualquiera de ellos. Es así como ciertos paradigmas en torno a la inteligencia sostienen una visión de la naturaleza en la que el ser humano es el culmen construcción más perfecta. Una interesante visión, excepción a esta tendencia y en la que de hecho la separación entre vida e inteligencia, surge de las teorías de la cognición de Humberto Maturana y F 2. El interés por el humano, el cerebro, la mente y la vida, oscila en función de la época. Es así como los 90 fue particularmente dedicada al estudio del cerebro; en ella se crearon nuevas ciencias de la dieron grandes pasos que estrecharon la fisiología, la neurología, la psiquiatría y la psicología, entre relación con la clonación y a la "escritura" de la secuencia del genoma humano, esta década se ha ido por lo biológico, específicamente lo genético.

30. ficción ciencia [16](#), [28](#), [53](#)

La ciencia ficción envuelve en ficción elementos de narrativas científicas. La creación con códigos físicos, matemáticos, biológicos o sociales con fines creativos envuelve elementos de ficción o virt narrativas científicas.

31. Tres dimensiones [32](#), [33](#), [34](#)

Nuestra cultura entiende el espacio inmediato al ser humano compuesto por tres dimensiones. Esto que para describir la posición de un punto en el espacio cotidiano no necesitamos más de tres datos y no nos valen menos. ¿Cómo escurrir el espacio vacío o lleno para verificar o contrvertir su es

Gráfico 3. Gramatrama (<http://moebio.com/santiago/gramatrama/index.html>)

Uribe A. /Hipervínculo como forma de referencia:
Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es
usado en relaciones referenciales

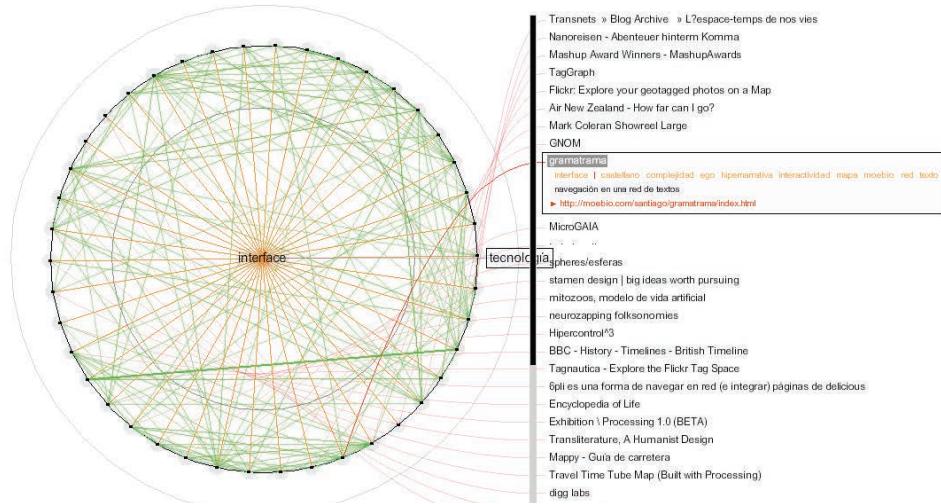


Gráfico 4. 6pli (<http://6pli.com/moebio>) (actualmente offline)

IMDb
Earth's Biggest Movie Database™

NOW PLAYING | MOVIE / TV NEWS | MY MOVIES | NEW ON DVD | IMDb TV | MESSAGE BOARDS | SHOWTIMES & TICKETS | **IMDb pro**

Home | Top Movies | Photos | Independent Film | GameBase | Browse | Help

search All go more | tips

IMDb > Spider-Man 3 (2007)

Spider-Man 3 (2007)

photos board trailer **IMDb PRO** details

Register or login to rate this title

★★★★★☆☆☆☆☆
User Rating: **6.9/10** (55,717 votes)
[more](#)

Photo Gallery ([see all 143 photos](#))

[add to My Movies](#)

Quicklinks
main details

Top Links
- trailers
- full cast and crew
- trivia
- official sites
- memorable quotes

Overview
main details
- combined details
- full cast and crew
- company credits
- tv schedule

Overview

Writers: [Sam Raimi](#)

[Sam Raimi](#) (screenplay) & [Ivan Raimi](#) (screenplay) ...
[more](#)

Release Date: 4 May 2007 (Spain) [more](#)

Genre: [Action](#) / [Adventure](#) / [Drama](#) / [Sci-Fi](#) / [Thriller](#) [more](#)

Taaline:

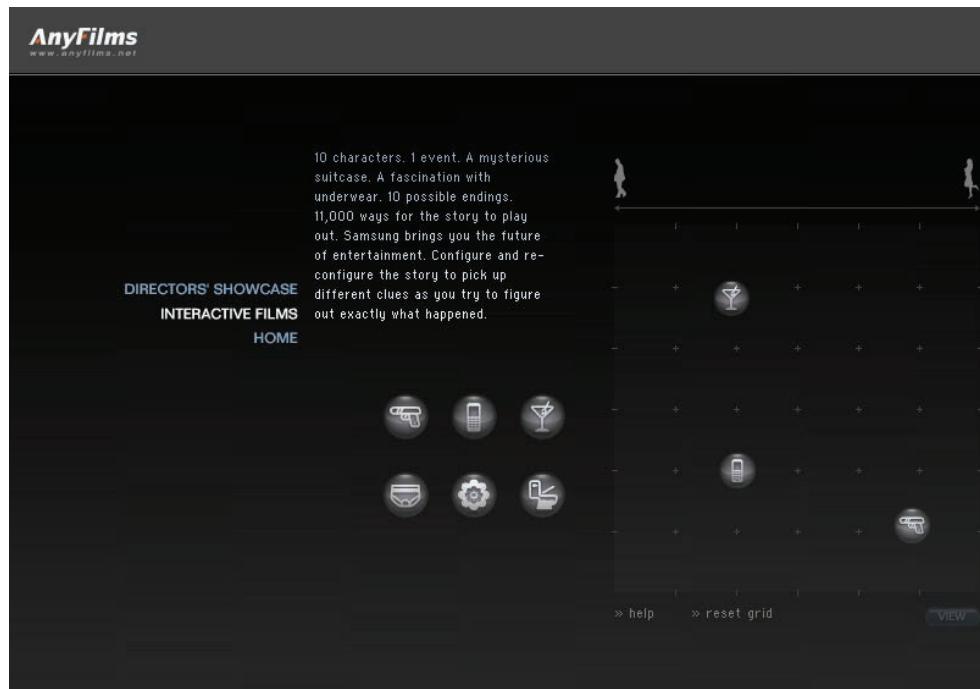
SHOP SPIDER-MAN 3
amazon.com

Uribe A. /Hipervínculo como forma de referencia:

Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es usado en relaciones referenciales

The screenshot shows the AllMusic website interface. At the top left is the AllMusic logo with sub-links for allmusic, allmovie, and allgame. To the right is a search bar with a 'GO' button and an 'advanced search' button. Further right is a 'Celebrating 15 years AMG All Media Guide' banner. Below the search bar is a navigation menu with categories: ROCK, JAZZ, R&B, RAP, COUNTRY, BLUES, WORLD, ELECTRONICA, CLASSICAL, MORE... Below this is a secondary navigation menu with tabs: Overview, Biography, Discography, Songs, Credits, Charts & Awards. The main content area is for 'The Rolling Stones', with a sub-header 'wrong person? more matches HERE' and a 'Send to Friend' button. The 'Biography' section, by Stephen Thomas Erlewine, contains a paragraph of text and a 'Read More...' link. To the left of the biography is a 'Picture Browser' with 'Previous' and 'Next' buttons. Below that is a 'Formed' section stating 'Jan 1963 in London, England'. The 'Years Active' section shows a timeline from 1910 to 2000, with the year 60 highlighted. At the bottom left are 'Genre' and 'Styles' buttons. On the right side of the page, there is a partial view of a 'sara' album cover with the text 'The MP3 play Get conn' and a 'wi' logo.

Gráfico 6. Allmusic (<http://www.allmusic.com/>)



Uribe A. /Hipervínculo como forma de referencia:
Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es
usado en relaciones referenciales

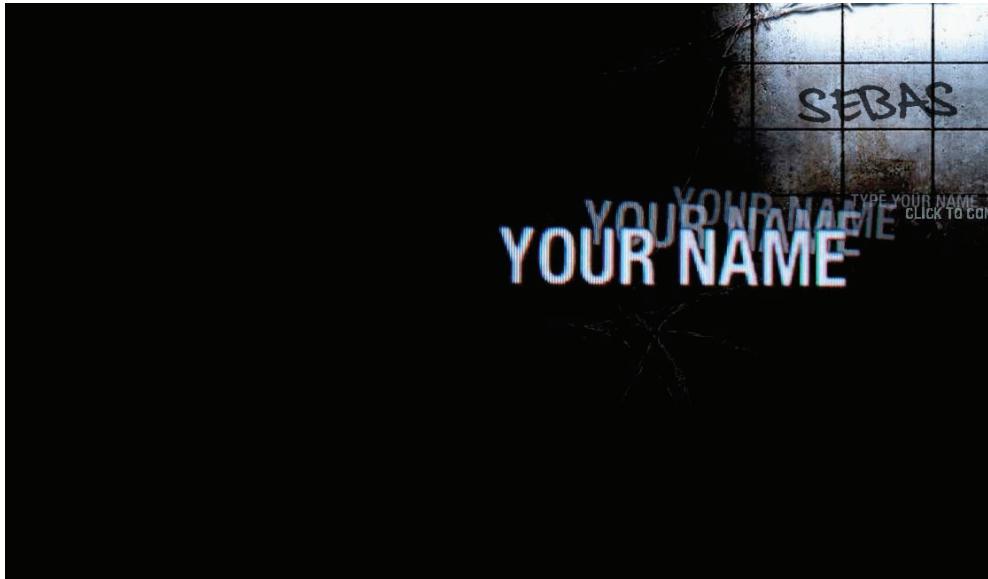


Gráfico 8. Sawmovie (<http://www.sawmovie.com/site.html>) (actualmente offline)

10x10

The screenshot shows the 10x10 news aggregator interface. At the top, the title "10x10" is displayed in a large, bold font. Below the title is a grid of small image thumbnails. A central, larger image shows a man's face, which is the main article preview. To the right of this central image is a vertical list of article titles, each preceded by a number. The central article preview is titled "israeli" and contains the following text:

HEADLINES: (click to read articles)

1. [Israel detains 30 Hamas officials](#)
2. [Fatah and Hamas Chiefs Meet on Cease-Fire](#)
3. [Militants reject Gaza truce call](#)

Below the article preview is a "CLOSE" button. At the bottom of the interface, the date and time "Thursday, May 24 2007, 4pm EST" are displayed, along with navigation links for "PREVIOUS HOUR", "NEXT HOUR", and "HISTORY".

israeli
HEADLINES: (click to read articles)
1. [Israel detains 30 Hamas officials](#)
2. [Fatah and Hamas Chiefs Meet on Cease-Fire](#)
3. [Militants reject Gaza truce call](#)

CLOSE

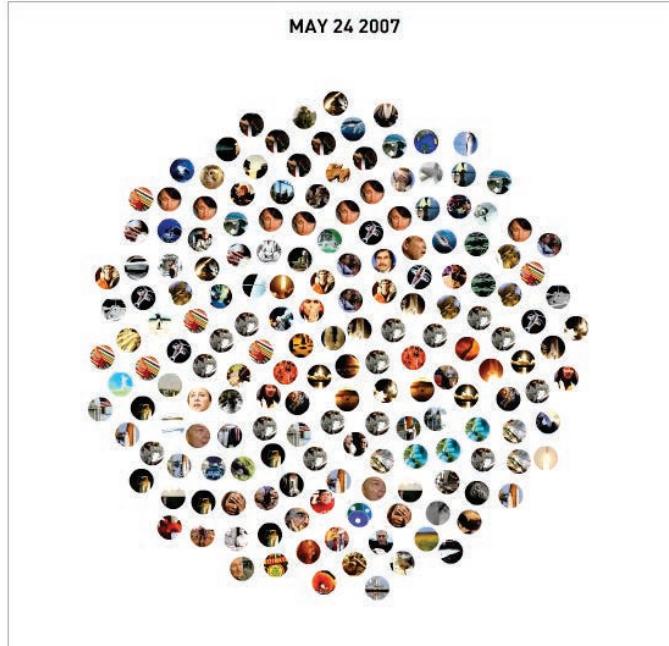
Thursday, May 24 2007, 4pm EST
PREVIOUS HOUR • NEXT HOUR • HISTORY

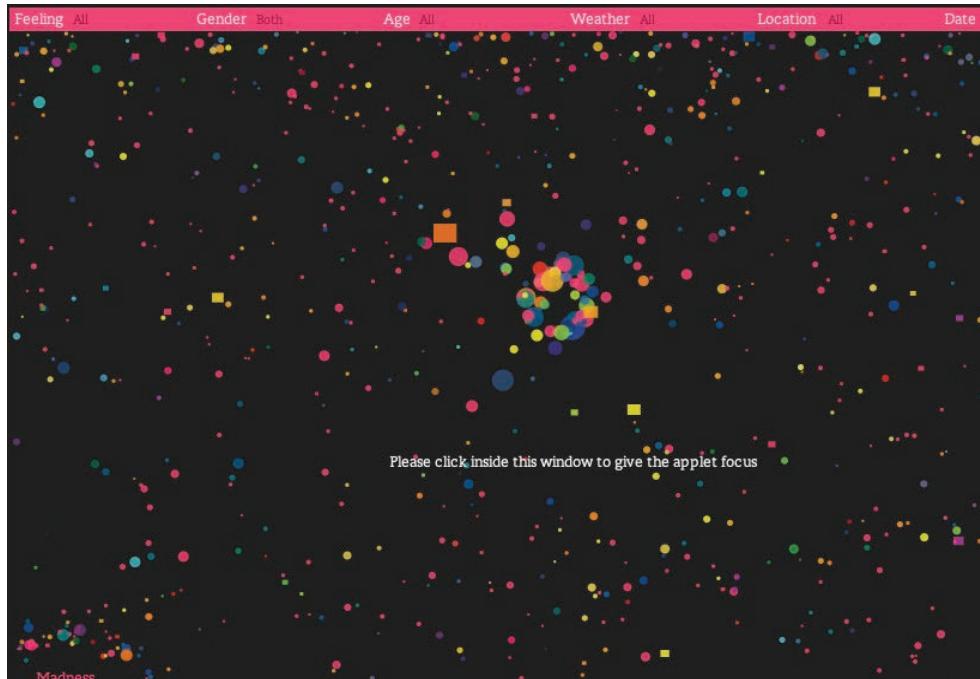
95. drug
96. reported
97. north
98. roadside
99. domestic
100. chemical

Gráfico 9. 10x10 (<http://www.tenbyten.org/10x10.html>)

Uribe A. /Hipervínculo como forma de referencia:
Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es
usado en relaciones referenciales

P · H · Y · L · O · T · A · X · I · S





Uribe A. /Hipervínculo como forma de referencia:
Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es
usado en relaciones referenciales



Bibliografía

Castells, M. (1996). *La era de la información*. Vol. 1. La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial.

Goodman, N. (1978). *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Editorial Visor.

Goodman, N. (1984). *De la mente y otras materias*. Madrid: Editorial Visor.

Groupe μ. (1992). *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Madrid: Cátedra.

Lackoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

Landow, G. P. (1992). *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.

Landow, G. P. (1994). *Teoría del Hipertexto*. Barcelona: Paidós.

Marcé i Puig, F. (1983). *Teoría y análisis de las imágenes*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.

Rueda Ortiz, R. (1997). *Hipertexto: Representación y aprendizaje*. Fundación Universitaria del Oriente Antioqueño, Antioquia: Colecciones Tecné.

Rueda Ortiz, R. (1998): *Investigación cualitativa e hipertexto: Un encuentro de narrativas polifónicas*. En VI Foro Pedagógico: Investigación cualitativa como búsqueda colectiva de sentido. Bogotá, COMPENSAR.

Uribe A. /Hipervínculo como forma de referencia:
Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es
usado en relaciones referenciales

Rueda Ortiz, R. (2003). *Para una pedagogía del hipertexto: Una teoría entre la deconstrucción y la complejidad*. (Tesis doctoral). Universidad de las Islas Baleares, Facultad de Educación.

Ryan, M-L. (2001). *La narración como realidad virtual: la inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Barcelona: Paidós.

Del *flâneur* al cibernauta. Transformación tipológica y cultural de los espacios comerciales

—¿*EL Aleph?* —*repetí.*
—*Sí, el lugar donde están, sin confundirse, todos los lugares del orbe, vistos desde todos los ángulos.*
J.L. Borges

Joaquín Llorca
Arquitecto y músico, doctorando en Teoría del Arte y la Arquitectura por la UPC de Barcelona. Docente e investigador de la Universidad Icesi en las áreas del diseño, el arte y el cine.

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 11 de 2011

Resumen

El presente artículo es producto de la investigación “Funciones, usos y significados de los Objetos de diseño en tres Centros Comerciales de la Ciudad de Cali”, realizado en el marco del seminario “Sociología del diseño” de la Universidad Icesi de Cali. A través de una revisión de los conceptos de espacio pretende mostrar que la influencia estético-política ejercida por las superficies comerciales en el desarrollo social se materializa actualmente en nuevas categorías espaciales. La ruptura radical del objeto arquitectónico con aspectos ambientales y culturales hace parte de un proceso iniciado por la modernidad con los *pasajes comerciales* decimonónicos que llega hasta el *mall* contemporáneo, espacio que actúa como optimizador de flujos en una sociedad marcada por las nuevas tecnologías. Ejemplifica también un nuevo espacio donde lo relacional es tan importante, o más, que lo físico, y muestra que la arquitectura y el diseño urbano están redefiniendo su forma, función y valor.

Palabras clave: Espacio, diseño, arquitectura, centro comercial, flujos, lugares, ciberespacio.

From flâneur to cybernaut. Typological and cultural transformation of commercial spaces

Abstract

This article is the product of the “Functions, uses and meanings of design objects in three Shopping Malls in the City of Cali” research project carried out in the framework of the “Sociology of Design” seminar at Universidad Icesi in Cali. Through the review of the space concepts, the article pretends to show that the aesthetic-political influence of shopping malls on social development is presently materialized on new spatial categories. The radical rupture of the architectonic object with environmental and cultural aspects makes part of a process that began in the modern age with the introduction of the nineteenth century commercial passages that reach the contemporary mall, a space that acts as a flows optimizer in a society marked by new technologies. It also exemplifies a new space in which the relational factor is as important as, or even more important than, the physical factor, and shows that architecture and urban design are redefining their form, function and value.

Key words: Space, design, architecture, shopping mall, flows, places, cyberspace.

230

Introducción

La premisa de la que parte este texto es que la conformación de los espacios que habitamos tiene un vínculo esencial con las relaciones sociales que en ellos se viven. Esta afirmación no por obvia deja de ser clave, pues las ciudades responden morfológicamente a cambios que resultan de las tensiones entre diversos intereses y valores; por tanto, las formas espaciales y el sentido que damos a ellas condicionan y son condicionadas por dichas relaciones y tensiones. Tal premisa no sólo funciona en una escala geográfica o urbana sino también a una escala arquitectónica.

El análisis tiene como punto de llegada tres centros comerciales de Cali, que servirán para reconocer empíricamente los drásticos cambios sufridos por el espacio y su relación con la sociedad. En primera instancia, se considerará el “spatial turn”, nombre con que se ha llamado la nueva geografía o geografía humana, disciplina que ha dado un giro en el entendimiento del “espacio”, una noción que en Occidente viene de la antigua Grecia donde se la definió de manera absoluta como entidad independiente de su contenido, es decir, un espacio geométrico, físico, que se establece a partir de coordenadas y que lo aprehendemos a través de operaciones intelectuales conmensurables. Este concepto se fue reafirmando con las teorías de Descartes y Newton, y sufrió una primera reformulación a partir de los planteamientos de Einstein a principios del siglo XX. Sin embargo, a finales del mismo siglo autores como Lefebvre, Santos, Soja o Harvey proponen una noción de espacio cuya existencia no es independiente de las relaciones sociales que acoge.

Seguidamente se analizará la posible influencia del “spatial turn” en el diseño arquitectónico, ya que fue sólo hasta finales del siglo XIX cuando se definió la arquitectura como el arte del espacio. Los avances tecnológicos y la sociedad de la información han llamado la atención de arquitectos como Eisenman, Koolhaas o Ito, quienes buscan reformular la idea de espacio clásico para una sociedad que poco tiene que ver con la del pasado. Los pasajes comerciales, que a los ojos de Benjamin son la expresión del capitalismo a través de nuevas formas arquitectónicas, serán el puente para mirar hacia el *mall* actual, objeto que más parece responder a esta sociedad articulada por lo que Castells llama “el espacio de los flujos” que al espacio teórico y abstracto con que suelen trabajar los arquitectos y diseñadores.

Spatial turn

Históricamente, Occidente ha considerado el espacio como algo independiente de su contenido, un ente fijo y abstracto que oscila en su definición desde el *espacio como territorio*, el *espacio como lugar* o el *espacio como forma*. Los conceptos de espacio y territorio se intersectan de forma a veces borrosa en un debate aún vivo; en este sentido, disciplinas como la geografía, de un lado, o la arquitectura y el urbanismo, del otro, se han ocupado de estudiarlos como realidades físicas donde los aspectos cualitativos suelen tener una atención variable, siempre en función de las características físicas del espacio mismo.

Es incuestionable que la materialidad del espacio no depende de lo social, pero también es obvio que se convierte en social en la medida que la sociedad la va incorporando por medio del uso a sus dinámicas, rompiendo con la idealización inicial. Foucault llamaba la atención sobre el tema a finales de los años setenta:

Sorprende ver cuánto tiempo ha hecho falta para que el problema de los espacios aparezca como un problema histórico-político, ya que o bien el espacio se reenviaba a la “naturaleza” —a lo dado, a las determinaciones primeras, a la “geografía física”— es decir a una especie de capa “prehistoria”, o bien se lo concebía como lugar de residencia o de expansión de un pueblo, de una cultura, de una lengua, o de un Estado. En suma, se lo analizaba o bien como suelo, o bien como aire; lo que importaba era el sustrato o las fronteras. (Foucault, 1979: 12).

232

Pero sería Henri Lefebvre quien criticando a Foucault por su imprecisión en los conceptos —“nunca explica a qué espacio se está refiriendo” (Lefebvre, 1991: 4)— abordaría con mayor dedicación el tema en su libro *La production de l'espace* (1974). La obra, que inexplicablemente no ha sido publicada en español, adquirió difusión y gran relevancia, aunque tardía, en el mundo anglosajón gracias a su traducción inglesa en 1991. En aquel entonces la manera de abordar el estudio del espacio era fragmentada y se inclinaba hacia una construcción “mental” —término de Lefebvre— gobernada por la geometría en menoscabo de su dimensión

social; tal ligereza reduccionista generó una construcción analítica neopositivista del espacio. La propuesta del autor fue buscar una teoría que unificara lo físico, lo mental y lo social, para así poder analizar el espacio real y el de las prácticas sociales y no limitarse al espacio ideal de las categorías mentales.

El espacio social se revelará en su particularidad en tanto deje de ser indistinguible del espacio mental (tal como lo definen los filósofos y los matemáticos), por un lado, y del espacio físico (tal como lo definen la actividad práctico-sensorial y la percepción de la “naturaleza”), por el otro. Lo que estoy buscando demostrar es que dicho espacio social no está constituido ni por una colección de cosas, ni por un agregado de información (sensorial), ni por un paquete vacío como parcela de varios contenidos, que es irreductible a una “forma” impuesta, a un fenómeno, a las cosas o a una materialidad física (Lefebvre, 1991: 27).

Este fue posiblemente el detonante para que el estudio del espacio sufriera una nueva aproximación que afectó la mirada material como tradicionalmente la geografía lo estudiaba. El espacio deja de ser una entidad física, absoluta y determinada, objeto del geómetra, el agrimensor y el cartógrafo; es complejo, se observa teniendo en cuenta los procesos sociales que en él ocurren, es un mediador de las prácticas sociales y se lo considera un producto social, ya que su existencia trascendental sólo tiene objeto a través de su vivencia. Lefebvre lo integra, además, al fenómeno de crecimiento rápido del sistema productivo en una actualización de la mirada marxista.

El espacio entonces es la superficie terrestre que afecta y se ve afectada por la sociedad. Sus relaciones son de ida y vuelta y ya no es un simple reflejo de lo social como apunta Edward Soja, continuador de las ideas del francés:

La especificidad espacial urbana hace referencia a las configuraciones específicas de las relaciones sociales, de las formas de construcción y de la actividad humana en una ciudad y en su esfera geográfica de influencia. Ésta emerge activamente de la producción social del espacio urbano, en tanto contexto

o hábitat material y simbólico distintivo para la vida humana. De este modo, presenta tanto aspectos formales o morfológicos como procesuales o dinámicos. (Soja, 2008: 36).

El término espacio hace entonces referencia al “conjunto indisociable del que participan, por un lado, cierta disposición de objetos geográficos, objetos naturales y objetos sociales, y por otro, la vida que los llena y anima, la sociedad en movimiento” (Santos, 1996: 28). Una interesante definición que habla de espacio no como “cosa” o “sistemas de cosas”, sino como una realidad relacional, es decir, objetos y relaciones juntas.

En el ámbito arquitectónico encontramos que la teorización sobre el espacio se ha caracterizado por una tendencia hacia lo que Lefebvre llamó el “espacio mental”, una aproximación desde la forma que en ocasiones incorpora al sujeto por medio de la psicología de la percepción ignorando lo relacional. No en vano surge como concepto a finales del siglo XIX, con las teorías de Alöis Riegl, Heinrich Wöfflin y August Schmarsow, entre otros. El papel del espacio ha sido considerado fundamental en la conformación de los objetos arquitectónicos, pero con énfasis en su abstracción formal, lo que, como algunos mencionaban, es una operación reduccionista y esquemática basada en la visión del mundo cartesiana y newtoniana que define un espacio homogéneo, interior y tridimensional. La crisis de este pensamiento es puesta en relieve:

234

El hecho es que alrededor de 1910 un cierto espacio fue destrozado. Fue el espacio del sentido común, del conocimiento (savoir), de la práctica social, del poder político, un espacio que hasta ese momento se consagraba en el discurso diario y en el pensamiento abstracto, como medio ambiente y canal de comunicaciones; el espacio también, de la geometría y la perspectiva clásica, desarrollado desde el renacimiento y en adelante, basado en la tradición griega (Euclides, lógica) y encarnado a partir de ese momento en la filosofía occidental y en la forma de la ciudad (...) El espacio euclidiano y perspectivista ha desaparecido como sistema de referencia, al igual que, hasta ese momento, “lugares comunes”, como la ciudad, la historia, la paternidad, el sistema tonal musical, la moral tradicional, etc. Este fue realmente un momento crucial. (Lefebvre, 1991: 25).

Son las vanguardias (cubismo, constructivismo, surrealismo, etc.) las que intuyendo la complejidad de las teorías científicas de principios del siglo XX, además de romper con el espacio de la perspectiva renacentista, incorporan un sujeto complejo y móvil a ese espacio inerte, encadenándolo al tiempo. Aparecería el *espacio-tiempo* o lo que en su momento se conoció como “la cuarta dimensión”. Aun así, esta consideración física o mental de espacio, como apuntaba Lefebvre, en que se basa la arquitectura tiene sus raíces en Grecia, Platón define el espacio como un *continuum* natural, receptáculo infinito. Como contraparte, Aristóteles identifica en *Física* el concepto genérico de espacio con otro más empírico y delimitado que es el de “lugar”, utilizando siempre el término *topos*. Es decir, Aristóteles considera el espacio desde el punto de vista del lugar. “(...) Precisamente los templos griegos fueron una manifestación de esta capacidad para reconciliar al hombre con la naturaleza, otorgando formas distintas en relación al significado del lugar y en función al carácter de la divinidad a la que estaba dedicado” (Montaner, 1997: 30-31). Nos encontramos por tanto ante dos conceptos diferentes, uno teórico e ideal, otro empírico y existencial, aunque este último sigue referenciando la idea de lugar a características físicas y ambientales como la topografía, el clima, los materiales, etc.

En 1932, Philip Johnson otorgó a la arquitectura moderna la categoría de estilo (*International Style*) a partir de una fórmula estética basada en la relación entre forma y función. Quizá como reacción a tal abstracción global algunos arquitectos concedieron mayor importancia al concepto de *lugar* con edificaciones más preocupadas por las características del entorno que por diseñar objetos autorregulados; no obstante, el debate contemporáneo sobre el espacio tomó otro rumbo. Algunos arquitectos comenzaron a acompañar su labor profesional con reflexiones teóricas dirigidas a interpretar la compleja realidad contemporánea; por ejemplo, Peter Eisenman en *El fin de lo clásico* propuso un rompimiento radical con el lugar y la historia, es decir, con los mitos —ficciones según él— que han regido la arquitectura de tal modo que lo arbitrario se imponga. (Eisenman, 1999)

También se destaca Rem Koolhaas quien, de manera acrítica, muestra en su arquitectura una obsesión por el “ahora” aceptando el desorden como forma de “organización urbana” y encontrando en la realidad fragmentada y caótica de la metrópolis una fuente de creación (Montaner, 1997: 80-83). Otro ejemplo a mencionar sería el del japonés Toyo Ito, quien acuñó el término “espacio líquido”, síntesis del concepto espacial de la modernidad y las nuevas tecnologías contemporáneas. En su arquitectura busca amalgamar la tecnología digital, la naturaleza y al sujeto, consciente de habitar un mundo inestable y efímero estructurado por flujos:

(...) el espacio urbano no es más que flujos de personas, coches y otros diversos objetos. Si consideramos los edificios o la vegetación como entidades, podemos percibir en torno a ellos un cierto flujo y así el agua, el aire o el ruido estarían fluyendo incesantemente por el espacio urbano. El hecho de construir unos edificios dentro de este espacio urbano no sería otra cosa que colocarme en estos flujos y situar mi obra en ese sistema de relaciones relativas. (Ito, 2000: 76).

Estamos pues ante búsquedas encaminadas a dar respuestas espaciales que integren la vida de las personas entendiendo que las nuevas tecnologías van relegando cada vez más lo local. Al igual que la nueva geografía, pero en una escala distinta, algún pensamiento arquitectónico ya no interpreta los lugares como “recipientes existenciales permanentes, sino que son entendidos como intensos focos de acontecimientos, como concentraciones de dinamicidad, como caudales de flujos de circulación, como escenarios de hechos efímeros, como cruces de caminos, como momentos energéticos” (Montaner, 1997: 45).

Tecnología, espacio y sociedad

La posibilidad de un espacio fluido, continuo, abierto, infinito, transparente y abstracto fue uno de los esfuerzos de la modernidad; nuevas técnicas constructivas y nuevos materiales de la sociedad industrial permitieron aligerar los muros y

liberarlos de un compromiso estructural rompiendo con el espacio volumétrico, delimitado, específico y estático de épocas anteriores. Se llega así a lo que Giedion (1975) llamó “la tercera concepción espacial de la arquitectura”, una conjunción entre el volumen clásico centrífugo, escultural, que irradia espacio hacia el exterior, como las pirámides o El Partenón, y la riqueza del espacio interior heredado de Roma, pero esta vez permeable entre interior y exterior.

La compleja ambigüedad espacial moderna que permite una nueva relación entre el adentro y el afuera, entre lo público y lo privado, toma forma en: los edificios de primera planta libre, la transparencia de las fachadas vidriadas (muro cortina) o la paradójica y transparente calle-cubierta/bulevar comercial. Esta ambigüedad, que contribuyó a construir nuevas relaciones espaciales, ha sido posible en gran parte gracias a la tecnología, pues la Revolución Industrial estimuló el uso del hierro y los ingenieros, primero, y los arquitectos, después, entendieron que era necesario interpretar la forma y el espacio desde una nueva materialidad liviana y vectorizada.

En la actualidad la relación interior-exterior tiene un nuevo componente, Ito hace referencia a Tsutomu Toda quien afirma que “se están introduciendo cambios en este límite debido a los avances de la tecnología informática y de redes. La visualización de la pantalla es información del exterior, pero también una proyección del interior” (2006: 22). Hoy día la compleja interacción entre sociedad y espacio se ve afectada por lo tecnológico en dos sentidos: lo material que se torna liviano y efímero, pero en especial lo digital que ha permitido una gestión de la información de un modo tal que está incidiendo en los espacios físicos y en la ciudad. La evidencia de un cambio histórico estructural donde se ven afectados el espacio y la identidad cultural está, según Manuel Castells, ligado a la transformación del tiempo y del espacio.

La sociedad informacional no es una excepción en este sentido. La revolución de las tecnologías de la información, consolidada en la década de los setenta y

difundida a través del planeta en todos los ámbitos de actividad en las dos últimas décadas de este milenio, ha inducido y acompañado un cambio profundo de los procesos y formas espaciales (Castells, 1998).

Castells sostiene que en nuestra época los flujos de información a través de la red constituyen el espacio dominante al que ha llamado “espacio de los flujos”. Estos espacios pueden entrar en conflicto con ciudadanos “desconectados” que quedan fuera de ese espacio dominante donde se genera la cultura global. Aparece entonces una brecha entre lo que el autor denomina “el espacio de los lugares” y el mencionado “espacio de los flujos” (Castells, 2005). Reconoce también que no existe una interpretación simple de la expresión formal de los valores sociales, pero que “siempre ha habido una fuerte conexión semiconsciente entre lo que la sociedad (en su diversidad) decía y lo que los arquitectos querían decir. Ya no es así”. Su hipótesis es que “la llegada del espacio de los flujos está opacando la relación entre la arquitectura y la sociedad. Puesto que la manifestación espacial de los intereses dominantes se efectúa por todo el mundo y en todas las culturas, el desarraigo de la experiencia, la historia y la cultura específica como trasfondo del significado está llevando a la generalización de una arquitectura ahistórica y acultural” (Castells, 2005: 452-453), tal como pide Eisenman en *El fin de lo clásico* (1999). Ante tal perspectiva, Castells arriesga una lectura del papel del diseño y la arquitectura en esta nueva sociedad: “Si el espacio de los flujos es verdaderamente la forma espacial dominante de la sociedad red, la arquitectura y el diseño urbano es probable que redefinan su forma, su función, proceso y valor en los años venideros (...)” (Castells, 2005: 496).

Sobre la misma cuestión el arquitecto Toyo Ito propone una arquitectura que difumine los límites entre adentro y afuera, y que además se muestre libre, inconclusa. Asimismo, lanza una pregunta: “Una sociedad que tiene extendida una red de información por toda ella, y en la que se cruza el correo electrónico, ¿hará cambiar la arquitectura conclusa?” (Ito, 2000: 212).

Tales lecturas parecerían adecuadas a la luz de los nuevos análisis sobre la arquitectura y el diseño una vez pasada la era de la máquina. Montaner (1997) distingue tres nuevas realidades espaciales que ya no se definen por la forma: *espacios mediáticos, no lugares y el espacio virtual o ciberespacio*.

En primera instancia, nombra los “*espacios mediáticos*, en los cuales ya no es predominante el espacio físico sino que la arquitectura se ha transformado en un contenedor neutro (e incluso transparente) con sistemas de objetos, máquinas, imágenes y equipamientos que configuran unos interiores modificables y dinámicos” (Montaner, 1997: 45). Como ejemplos, Montaner cita lo que llama “museos mediáticos”, museos de ciencia o infantiles, donde la forma del espacio y la presencia de la luz natural ya no son definatorios, “concentran la fascinación y atención en torno a los focos desmaterializados de luz artificial, información, experimentación e interacción”. En estos espacios los límites físicos no se perciben en el interior del contenedor y privilegian “la experiencia perceptiva y fenomenológica en torno al ámbito de las imágenes, reproducciones, instalaciones...” (Montaner, 1997: 45). Es posible encontrar en esta categoría de espacio resonancias de los bulevares y recintos de las Exposiciones Universales del siglo XIX que inspiraron a Walter Benjamin, como se explicará más adelante.

La segunda realidad espacial es la que Marc Augé denominó *no-lugares*, los espacios de la “sobremodernidad y el anonimato, definidos por la sobreabundancia y el exceso”. Como ejemplo, las estaciones de transporte rápido y lugares de consumo y ocio que se contraponen al concepto de lugar de las culturas basadas en una tradición etnológica localizada en el tiempo y en el espacio, radicadas en la identidad entre cultura y lugar, en la noción de permanencia y unidad: “(...) En los grandes centros comerciales, el vacío de la plaza tradicional como lugar de comunicación es sustituido por el lleno de los objetos de consumo en el espacio de la competitividad y el anonimato” (Montaner, 1997: 46-47).

Por último, aparece el *espacio virtual o ciberespacio*, un lugar “impalpable que configuran los que hablan por teléfono o los cibernautas que se mueven a través de la infinita telaraña de Internet”. “(...) Tanto los no lugares como, sobre todo, el espacio virtual se nos presentan con todo su carácter seductor —por las promesas de posibilidades y transformaciones inimaginables—, pero también con una cantidad de aspectos ocultos y negativos” (Montaner, 1997: 45-49).

Esta última clasificación obviamente tiene que ver con “el espacio de los flujos” propuesto por Castells, aunque el concepto de flujos puede tener un significado más amplio. Nos encontramos entonces ante un panorama donde se acepta el espacio como una caracterización llevada a cabo desde campos muy distintos del pensamiento que va en la dirección propuesta por Lefebvre décadas atrás para intentar encontrar claves para el acercamiento entre la antropología o la arquitectura y el urbanismo.

De este modo, puede decirse que el espacio comprende una multitud de intersecciones, cada una con su localización asignada. Las representaciones de las relaciones de producción, que se subsumen a las relaciones de poder, también ocurren en el espacio; el espacio las contiene en la forma de edificios, monumentos y trabajos de arte (Lefebvre, 1992: 33).

Del pasaje al *mall*

El *mall* o centro comercial contemporáneo se ha convertido, y más en Colombia, en lugar de socialización por excelencia. Bajo la promesa de seguridad, este gran centro lúdico y bazar comercial es el lugar donde la misma sociedad es, a la vez, espectadora y objeto de exposición. Peter Sloterdijk anotó recientemente que si hubiera una intención de ampliar la obra de Walter Benjamin sería necesario “tomar como punto de partida los modelos arquitectónicos del presente: centros

comerciales, recintos feriales, estadios, espacios lúdicos cubiertos, estaciones orbitales y *gated communities*...” (Sloterdijk, 2004).

Benjamin prestó especial interés a los pasajes comerciales parisinos del siglo XIX, factible origen de los actuales *shopping-malls* de Occidente, con una mirada que pone en diálogo a Baudelaire y a Marx. Vio representada en ellos a una sociedad en su esplendor capitalista. “Todos los errores de la conciencia burguesa podían hallarse allí (el fetichismo de la mercancía, la cosificación, el mundo como «interioridad»), y también (en la moda, la prostitución, las apuestas) todos sus sueños utópicos” (Buck-Morse, 1995: 58).

Los pasajes, una nueva invención del lujo industrial, son pasos entechados con vidrio y revestidos de mármol a través de toda una masa de casas cuyos propietarios se han unido para tales especulaciones. A ambos lados de estos pasos, que reciben su luz de arriba, se suceden las tiendas más elegantes, de modo que un pasaje es una ciudad, un mundo en pequeño. (Benjamin, 1972: 51).

El París anterior a Haussmann, incómodo para la caminata, encuentra en los pasajes un espacio con amplias aceras idóneas para el paseo; aparece entonces la figura del *flâneur*, personaje que deambula y que en el bulevar:

(...) está como en su casa entre fachadas, igual que el burgués en sus cuatro paredes. Las placas deslumbrantes y esmaltadas del comercio son para él un adorno de pared tan bueno y mejor que para el burgués una pintura al óleo en el salón. Los muros son el pupitre sobre el que apoya su cuadernillo de notas. Sus bibliotecas son los kioscos de periódicos, y las terrazas de los cafés balcones desde los que él, hecho su trabajo, contempla su negocio. (Benjamin, 1972: 51).

Como en el cuadro de Magritte “L’Éloge de la dialectique” (1937), adentro y afuera se confunden —o superponen— en una paradoja espacial. Había nacido un nuevo espacio y un nuevo uso que fue, según Susan Buck-Morss (1995: 58), “el primer estilo internacional de la arquitectura moderna, y por tanto, parte de la experiencia vivida por una generación a escala mundial, metropolitana”. Efectivamente la tipología se repitió, no solo estaba el Passage Choiseul de París,

o la Galería Principe en Nápoles, también apareció la Kaisergalerie de Berlín o el GUM de Moscú, todos con sus grandes estructuras de hierro y vidrio que permitían el paso de la luz, pero que resguardaban el lugar de la intemperie.

En 1851 se construye en Londres, también con hierro y vidrio, el Palacio de Cristal, un espectacular invernadero sede de la primera Exposición Universal. “El techo de ciento doce pies de altura alcanzaba a cubrir árboles enteros. Los productos industriales se exhibían como si fueran obras de arte rivalizando por la atención del público con jardines ornamentales, estatuas y fuentes” (Buck-Morss, 1995: 100). De nuevo Benjamin pone bajo el prisma marxista el novedoso evento y sitúa la experiencia casi como una prolongación del pasaje parisino:

Las exposiciones universales transfiguran el valor de cambio de las mercancías. Crean un marco en el que su valor de uso remite claramente. Inauguran una fantasmagoría en la que se adentra el hombre para dejarse disipar. La industria de la diversión se lo hace más fácil al alzarle a la cumbre de la mercancía. Se abandona entonces a sus manipulaciones al disfrutar de la enajenación de sí mismo y de los demás. (Benjamin, 1972: 180).

Destaca Benjamin en su análisis el paso de una cultura de producción a una de consumo, y desvela una suerte de simulacro en el que la voluntad capitalista busca excluirse del mundo exterior a cambio de uno interior confortable y decorado que haga olvidar el encierro. También deja a la luz dos situaciones particularmente interesantes: la conciencia del nacimiento de un nuevo espacio y las nuevas condiciones de experiencia facilitadas por dicho espacio; una situación física y otra social que funcionan de manera indisoluble. Tanto en su análisis del bulevar parisino como en el del Palacio de Cristal, el mundo capitalista se expresa con formas arquitectónicas nuevas que se añaden a las espacialidades hasta el momento conocidas.

El caso de Cali

Para realizar en nuestro medio una constatación inmediata de estas nuevas categorías en que la interacción entre tecnología y sociedad afecta el espacio arquitectónico, es razonable acudir a los edificios que presentan en mayor intensidad dicha interacción. Estos espacios, que en época de Baudelaire fueron los pasajes y los recintos feriales modernistas, hoy los podemos encontrar, como recordaba Sloterdijk, en los *malls*, virtual síntesis de ambos. La proliferación de centros comerciales en la ciudad de Santiago de Cali es un fenómeno de proporciones mayúsculas, la vida de la ciudad está intensamente relacionada con estas superficies que cada vez son protagonistas de la vida diaria de los ciudadanos. Ya no son un lugar periférico y ocasional, ahora hacen parte de su cotidianidad hasta sustituir por completo, en muchos casos, los lugares tradicionales para el encuentro como eran parques y calles.

Justificados por la inseguridad entran a hacer parte fundamental de una urbanística del fragmento que aprovecha la carencia de espacios públicos en una comunidad desterritorializada para convertirse en el centro que articula necesidades y aspiraciones. Una observación preliminar de los edificios comerciales de la ciudad muestra que se encuentran atravesados de una forma particular, en unos casos intencionadamente y en otros de forma inconsciente, de manera híbrida, ecléctica y compleja, por estas nuevas realidades espaciales que están transformando la relación con los objetos y con las personas. Por esta razón, se han seleccionado para la investigación tres centros con características espaciales diferentes en aras de observar la manera como los espacios físicos están cada vez más condicionados por el denominado *espacio de los flujos*, en el sentido más amplio.

A grandes rasgos se puede describir la espacialidad arquitectónica (física, absoluta o geométrica) de los tres edificios de la siguiente manera: el centro comercial *Unicentro* representa en su origen la más clara intención por construir “lugar” al

diseñar un edificio extenso, ramificado y lineal, de un solo piso, con recorridos siempre acompañados de espacio abierto y vegetación. Es fundamental anotar que la última ampliación cambia el concepto inicial y construye un espacio monumental de gran altura, de planta central circular con un gran vacío de cubierta transparente que organiza locales alrededor de dicho espacio en varios pisos y que aprovecha la magnitud del vacío central con una fuente, amueblamiento y pequeños locales aislados.

Cosmocentro, por su parte, comenzó siendo una gran caja contenedora cerrada al exterior con dos alturas en la mayor parte del área. Su clara disposición volumétrica se organizaba mirando hacia el interior a partir de un gran espacio atrial dividido en dos patios por un pasillo y con recorridos perimetrales. Posteriores remodelaciones adosaron más áreas comerciales a su alrededor de manera arbitraria y con la única premisa de ampliar la superficie creando un conjunto laberíntico y fragmentado que en sus acabados variados deja leer cada nueva adición y el paso del tiempo. Uno de los patios ha sido ocupado con juegos infantiles y otros objetos comerciales que apabullan la proporción de vacío.

Por último, el *Supercentro Calima* presenta una volumetría compleja compuesta por un conjunto de naves de dos pisos que se articulan entre ellas como una gran masa densa. El volumen general se paramenta por todos los costados, menos por uno que mira hacia un espacio exterior usado como estacionamiento y para otras actividades puntuales como juegos infantiles y quioscos de ventas. La organización interior se basa en múltiples pasillos que reflejan la densidad del conjunto, pues carece de espacios abiertos, salvo en el costado que mira al exterior.

A la luz de lo hasta ahora expuesto se hace claro que en ellos, organizaciones espaciales tradicionales como la nave o el patio pierden todo vínculo con el original concepto tipológico. Un espacio atrial se desnaturaliza en el momento que su vacío es saturado de manera caótica con diversidad de actividades que

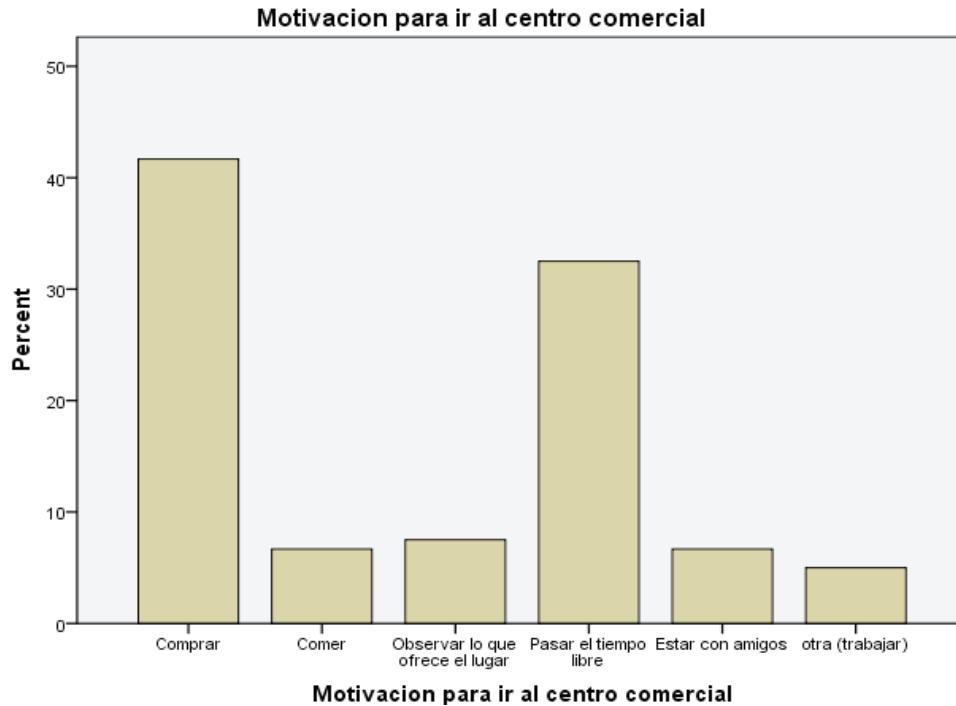
no establecen ningún diálogo con su continente. En ese sentido, el análisis formal es apenas una pobre aproximación a la definición del espacio tal como ocurre en el centro comercial *Cosmocentro*, donde conviven en un patio numerosos juegos infantiles, quioscos de comidas y bebidas. La idea de patio es una anécdota, la relación *lleno-vacío* o *adentro-afuera* está absolutamente afectada por las actividades y los objetos que aparecen densificando el aparente vacío. Hablar de un patio es quedarse en la mera abstracción formal, el planteamiento arquitectónico está completamente divorciado de la realidad que le habita, una realidad orientada a satisfacer flujos de producción y consumo que se expanden sin resistencia avalados por el concepto de satisfacer los deseos de bienestar y recreación de los ciudadanos.

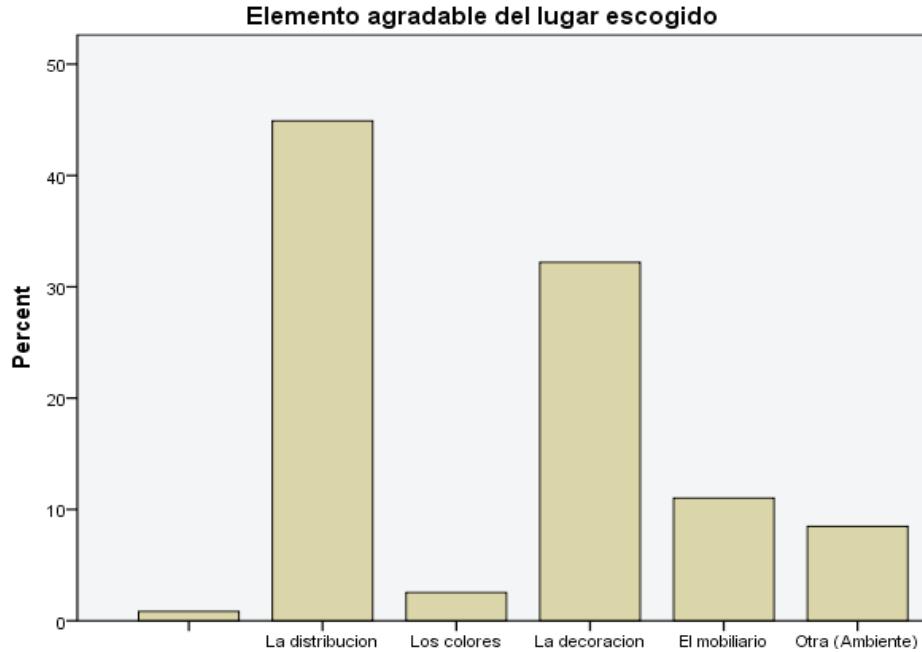
El caso de *Unicentro* quizá sea el más interesante, no sólo por antigüedad y peso específico comercial, sino porque muestra una planeación más cuidadosa en su crecimiento a diferencia de los otros dos centros comerciales cuya complejidad espacial es resultado de un deterioro e improvisación que intenta responder de manera positiva y primaria a los diversos flujos (sobre todo al económico). *Unicentro*, en cambio, nos permite hacer una clara distinción entre un *espacio de lugares* (terminología de Castells) en la parte antigua y una renovación con características grandilocuentes que permite pensar en diversas reflexiones contemporáneas. Se trata de un guiño a la cultura del acontecimiento cuya espectacularidad queda bien expresada en estas palabras de Virilio:

Roma no está ya en Roma; la arquitectura no mora en la arquitectura sino en la geometría, en el espacio-tiempo de los vectores; (...) la estética de lo edificado se disimula en los efectos especiales de la máquina de comunicación, artefactos de transferencia o transmisión, el arte desaparece incesantemente bajo la intensa iluminación de los proyectores y propagadores. Después de la arquitectura-escultura comienza la era de la facticidad cinematográfica, tanto en sentido literal como figurado. (Virilio, 1998: 73).

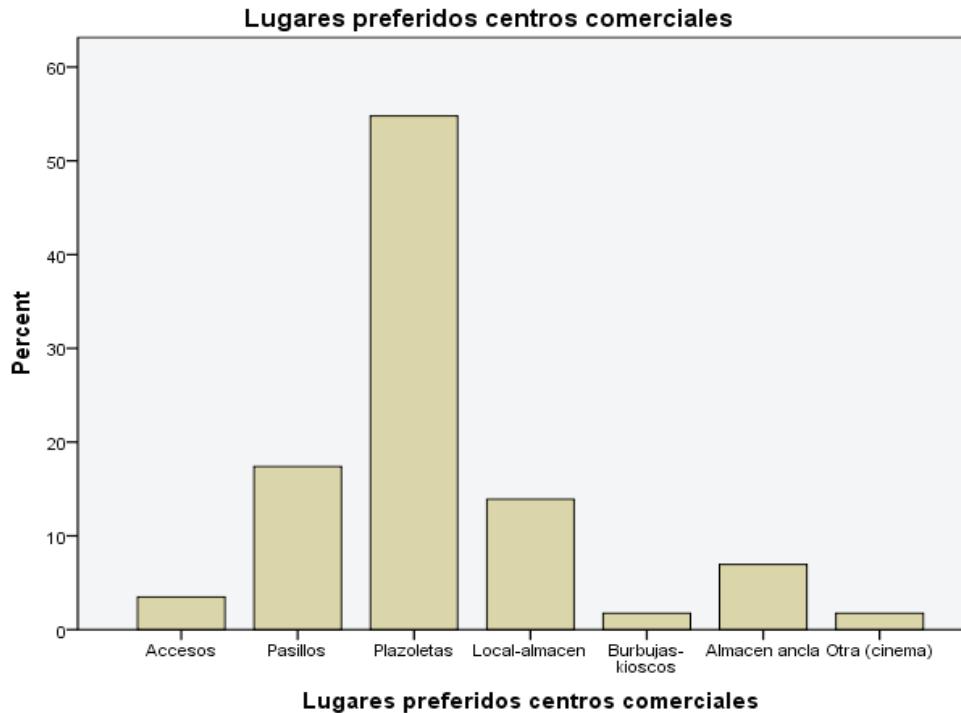
No es casual entonces que en el trabajo de campo de la investigación, el 70% de los encuestados contestara “pasar el tiempo libre” como principal motivación

para asistir a *Unicentro*. Lo curioso es que en los tres centros comerciales más del 70% habló de la “distribución del espacio” como un atractivo, superando ampliamente en porcentajes los conceptos de decoración o amueblamiento.





De otro lado, el lugar preferido del centro comercial para el 80% de los encuestados fue la “plazoleta”. Sin embargo, esta preferencia, que aparentemente hace referencia a un espacio geométrico, absoluto y mensurable llamado plazoleta, apunta más hacia una definición espacial “relativa”, en palabras de A. L. Mabogunje, “que pone de relieve las relaciones entre objetos y que existe solamente por el hecho que esos objetos existan y estén en relación los unos con otros” (Santos, 1996: 27). En este caso la idea de una “pequeña plaza” es ineficaz, pues cada vez está más llena de objetos que rompen el carácter propio de vacío de una plaza, es un espacio de relaciones percibido como contenido.



Dentro de este gran aparato de acontecimientos espectaculares o “efectos especiales” que dice Virilio, encontramos la perspectiva trazada por John Berger en su popular libro *Modos de ver* (1972), una interpretación no muy lejana a Benjamin sobre el consumo, pero en su caso el objeto de estudio es la pintura al óleo. Berger traza un paralelo entre la pintura en el barroco y lo que él considera su similar actual: la publicidad. El punto de vista cobra vigencia, pues en los centros comerciales el papel que el diseño cumple es crear un gran escaparate, imagen pura y potente, un espacio sin lugar, neutro acultural, un “escenario don-

de se cumple la promesa publicitaria de una buena vida. El mundo nos sonrío. Se ofrece a nosotros. Y como imaginamos que todos los lugares se nos ofrecen, todos los lugares vienen a ser más o menos lo mismo.” (Berger, 2000: 164). A nuestro modo de ver, esa aculturalidad es transferida, por medio del diseño, a la publicidad de la manera que Berger la entiende:

La publicidad es la cultura de la sociedad de consumo. Divulga mediante las imágenes lo que la sociedad cree de sí misma. Hay varias razones para que estas imágenes utilicen el lenguaje de la pintura al óleo. La pintura al óleo era, por encima de todo, una celebración de la propiedad privada. Como forma-arte se inspiraba en el principio eres lo que tienes. (Berger, 2000: 154).

En ese sentido, un espacio como la ampliación de *Unicentro* busca representar todo un universo lejano para la mayoría de la sociedad, un universo ligado al lujo y al glamour tal como la publicidad lo proyecta, sólo que en este caso su publicidad está encarnada en el mismo edificio. Poco tiene que ver con los espacios que habitamos cotidianamente, no es casual que esta renovación haya sido bautizada “El oasis”, pretende ser objetivación del mundo de la publicidad, un espejismo, es lo que podríamos llamar “el aeropuerto como paradigma”, no en vano Virilio propone como experiencia máxima del *no-lugar* a los aviones (Virilio, 1998: 73). El centro comercial con los límpidos y relucientes materiales, el metal brillante y la iluminación y climatización artificial son una promesa de mundo, son la evocación del *duty free* aeroportuario, espacio anodino por excelencia que precisamente busca suprimir cualquier seña de arraigo local para convertirse en el mayor *no-lugar* y ponernos de nuevo en una categoría de las nuevas espacialidades antes relacionadas.

Mencionar también que ciertos comentarios de algunos entrevistados sobre dicha ampliación dejan ver claramente la curiosidad por algo novedoso, y puntualmente la atracción por la fuente-espectáculo (el agua y las fuentes fueron el tema de la Exposición Universal de Barcelona en 1929), como se desprende de estas observaciones:

—“De la parte nueva de Unicentro me gustan las fuentes, la cortina de agua; me parece agradable, uno se puede sentar ahí rico, es muy fresco y tengo entendido que ahí se dan actividades como ópera...”

—[Me gusta] “la plazoleta de la fuente grande la nueva, por la fuente, por el espacio, hay mucho aire, por el sonido del agua, (...) hay muchas opciones de restaurantes, en el segundo piso donde se tiene vista a esa área...”

—“La plazoleta nueva me gusta mucho porque tiene aire acondicionado...”

—“Esa plazoleta es tan diferente a lo que uno está acostumbrado de Unicentro, es como otro centro comercial, incluso me atrevería a decir que esto está diseñado para otra gente...”

Del *flâneur* al cibernauta

Benjamin retoma de Baudelaire un nuevo personaje que habita la ciudad y recorre los pasajes con el único fin de vivir la pura e inútil experiencia; de experimentar esa nueva relación mediada por el espacio de la ciudad moderna donde observar y ser observado es una novedosa actividad. El paralelo con muchos de los asistentes a los centros comerciales es evidente, la visita con fines de ocio la corroboran, así como las declaraciones de muchos de los entrevistados: “el solo hecho de ir, caminar, salir, mirar las tiendas sin necesidad de comprar, pasar el tiempo todo esto es una distracción... me quedo dando una vuelta... me pongo a caminar por todos los pasillos a ver qué me gusta... primero de recorrido, porque el recorrido de *Unicentro* es muy agradable y eso es una de las razones por las cuales visito el centro comercial...”

Lo más interesante es que un gran número de los encuestados contestó que el tiempo que dedica a estar en el centro comercial varía entre dos y cuatro horas. Tal magnitud denota la importancia que ha adquirido este espacio en la vida de muchos ciudadanos, sobre todo en lo que a ocio se refiere, ya que las actividades comerciales son connaturales a la función del lugar, pero se han extendido, haciendo que el centro comercial represente más que ir a comprar, incluso algún entrevistado apuntó que realiza citas de negocios en él. Es su oficina, como el

flâneur. La relación de los objetos también apunta hacia allá, cada vez más las mesas de algunos locales de bebidas buscan, con su disposición hacia los pasillos (calles), estimular esa relación de observar al que pasa.

Con respecto al otro espacio que se citó, *el ciberespacio*, mencionar que uno de los usos y funciones primeros que alcanzó este espacio naturalmente fue el comercial, ya sabemos la magnitud del comercio por Internet; sin embargo, hay que señalar, que hasta la fecha, los tres centros comerciales observados tienen una pobre actividad en lo que Castells llama *el espacio de los flujos*. El citado autor destaca nuevos acercamientos entre lo virtual y lo real, en especial “las ciudades reales que organizan su existencia virtual en la red como sistema de información para los ciudadanos” (Castells, 1998); además, alude a organizaciones puntuales que conjugan su existencia en ambos espacios. Un ejemplo muy interesante es la famosa comunidad Etsy (www.etsy.com/) autodenominada “the world’s most vibrant handmade marketplace”, donde a través de una web se comercializan —compra y venta— objetos hechos a mano y todo lo relativo al mundo de lo artesanal. Lo que llama la atención del fenómeno es que una comunidad que comenzó en el *espacio de los flujos* se traslade continuamente al *espacio de los lugares* a través de simposios y encuentros que despliegan temáticas variadas y que también son retransmitidos por la red, cerrando el bucle entre lo virtual y lo físico.

En nuestro caso de estudio, hasta la fecha, únicamente *Cosmocentro* y *Unicentro* poseen páginas web, y su información es más bien superficial y corporativa. No se puede establecer un vínculo que relacione ciberespacio y lugar en el deseable complemento; por ejemplo, no es posible encadenar desde la web del centro comercial a información relevante y en tiempo real de los locales.

Muchos lugares de histórica importancia comienzan a expandir su alcance al ciberespacio por medio de interfaces que buscan mejorar la interactividad. Re-

cientemente El Museo del Prado comenzó a ofrecer en su web la posibilidad de recorridos virtuales por sus actuales exposiciones en una apuesta fuerte por no quedarse fuera del espacio de los flujos, Google hace lo propio con varios museos importantes (www.googleartproject.com/). Como contraparte a los espacios comerciales físicos, se ha comenzado a publicitar por los medios nacionales la existencia de un nuevo “centro comercial”, que curiosamente es virtual, pero que según la publicidad ofrece muchas facilidades y ventajas. Queda la duda de si también proveerá dentro de su web espacio de socialización, además del mercantil como el fenómeno Etsy. Mencionar también que el *Facebook* se va convirtiendo en una herramienta que penetra en todos los ámbitos, algunos centros comerciales sacan provecho de esta plataforma; aunque en los casos observados tan solo *Unicentro* había promocionado un concurso de fotografía ecológica por este medio, lo que no significa que en adelante no pueda proyectarse y tener una comunidad nutrida como sí lo está consiguiendo *Unicentro* de Bogotá.

Conclusión

La influencia estético-política que las superficies comerciales han ejercido en nuestro desarrollo social se materializa en las nuevas categorías espaciales. Conceptos como: *contenedor neutro, interiores modificables y dinámicos, espacios definidos por la sobreabundancia y el exceso* (Montaner, 1997) definen perfectamente fragmentos de aquellos edificios que están proponiendo nuevas experiencias a los usuarios en una clara apuesta por brindar un mundo autónomo separado del tiempo y la intemperie. La ruptura radical del objeto arquitectónico con aspectos ambientales y culturales anunciada por Castells, hoy día no presenta conflicto de estilos ni apego a tradiciones, amolda su forma o la repite a su antojo tal como se había analizado en un artículo anterior de esta misma investigación, en el cual se verificó:

(...) la importancia que ha cobrado la movilidad o flexibilidad de las estructuras físicas y los equipamientos de los centros comerciales como variable de diseño a la hora de responder a unos requerimientos de consumo cada vez más efímeros. Los diversos cambios sucedidos en el tiempo, que se detectan al observar sus edificios, plantean una reflexión sobre la tensión que se presenta entre la idea de un edificio y su equipamiento diseñado para perdurar, y la necesidad de renovación. (Llorca & Ibáñez, 2010: 46).

La moderna idea tectónica de crear formas a partir del entendimiento del material y las posibilidades constructivas ya no es importante, materiales comunes como el *superboard* o panel-yeso cubren espacios de manera rápida y económica sin oponer resistencia, su ligereza hace posibles formas menos rígidas que luego son recubiertas con chapas de cualquier tipo para dar la apariencia del material deseado. Así, una pared lo mismo será de piedra que de hormigón liso o pintado; cuando lo material no interesa sólo queda la imagen.

Indudablemente la realidad demuestra que la hipótesis de Castells sobre el papel de la arquitectura se está llevando a cabo, la práctica constructiva ya no presenta una “resistencia” como lo hicieran anteriormente los materiales en el proceso de diseño. El cantero vencía la resistencia del material para darle la forma deseada, el herrero doblaba la barra, el carpintero pulía pacientemente el tronco; en la actualidad ya no hay esa resistencia que determinaba un lenguaje, ésta se ha desplazado al campo de la comunicación, de la información que es donde realmente se modelan los espacios contemporáneos y donde los informáticos, los arquitectos y los diseñadores de la red intentan vencer nuevas resistencias inmateriales. Los centros comerciales evidencian este fenómeno en algunos aspectos, esa maleabilidad y flexibilidad antes referida encaja perfectamente con la necesidad imperante de renovación e innovación. El eclecticismo estilístico tan solo refleja el deseo de cambio que puede ocurrir de un día a otro, cae una fachada y sube otra, nace un nuevo bloque y se transforma otro. Cosa muy distinta es la aplicación indiscriminada de esta forma edilicia en cualquier ámbito de la ciudad. Benjamin descubrió la relación de esta expresión arquitectónica en concordancia con la consolidación del capitalismo, pero los edificios públicos,

e incluso la vivienda, aún conservaban un carácter muy diferente regido por otros valores.

Si bien en los centros comerciales observados es posible apreciar las nuevas realidades espaciales en completa integración con la sociedad, arquitectónicamente no se puede hablar de una meritoria síntesis del entendimiento de dichas realidades, los objetos tan solo responden improvisadamente a la necesidad de satisfacer los diferentes flujos, en algunos casos supeditados al aprovechamiento de cada metro cuadrado y en otros satisfaciendo una experiencia espectacular globalizada. Es evidente que las motivaciones de diseño de estos edificios distan mucho de las reflexiones teóricas ejemplificadas en este texto con el pensamiento de Eisenman, Koolhaas o Ito.

Las dualidades espaciales que definen *lo moderno* son, a la vez, expresiones —según Berman— “del proceso de modernización y protestas contra él (1988: 243); han devenido en un “desvanecimiento de lo sólido” (parafraseando al mismo Berman), que se refleja en *no-lugares*, *contenedores flexibles y dinámicos*, *estructuras de ausencias*, *espacio líquido* y demás conceptos que intentan dar cuenta de los aspectos *no-materiales* que modifican sustancialmente el espacio. A partir del momento en que Benjamin definió los pasajes europeos de fin de siglo como el primer espacio comercial moderno, toda una evolución tipológica y cultural ha tenido lugar. Desde el pasaje europeo hasta los *malls* norteamericanos, es posible detectar un proceso en el que consumo y espacio arquitectónico se desarrollan integralmente. El interés que Benjamin otorgó también al Palacio de Cristal confirma la intuición de que algo estaba ocurriendo entre el espacio y la sociedad.

Mucho tiempo después de que finalizara la Gran Exposición Internacional, las masas lo adoptaron [El palacio de cristal] como escenario de las salidas familiares, los juegos de los niños, los encuentros y citas románticas (Berman, 1988: 246).

La curiosidad, admiración o desprecio que la ampliación de *Unicentro* genera es un eco de aquel gigantesco recinto vidriado para grandes ferias que diseñó Paxton en 1851 y que inspiró más de una letra a Benjamin y a Dostoievski, entre otros. El gran espacio central abierto del nuevo *Unicentro* enmarca un espacio de carácter universal que contiene el gran espectáculo de hoy, del presente. El Palacio de cristal, con más lucidez, fue pensado desde su diseño inicial para desmontarse fácilmente.

Bibliografía

Augé, M. (2000). *Los No Lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

Benjamin, W. (1972). *Iluminaciones II*. Madrid: Taurus.

Berger, J. (2000). *Modos de ver*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Berman, M. (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI.

Buck-Morss, S. (1995). *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*. Madrid: La Balsa de la Medusa.

Castells, M. (1998). *Espacios públicos en la sociedad informacional*. Recuperado de: http://www.cccb.org/es/edicio_digital-seleccion_de_textos_sobre_espacio_publico_y_ciudades_procedentes_del_fondo_documental_del_cccb-10392

Castells, M. (2005). *La Era de la Información. Economía, sociedad y cultura. La Sociedad Red*. Vol. 1. México: Siglo XXI.

Eisenman, P. (1999). El fin de lo clásico. En: A.A.V.V., *Textos de arquitectura de la modernidad*. Madrid: Nerea.

Foucault, M. (1979). *El ojo del poder*. Entrevista con Michel Foucault. En: Bentham, J., *El Panóptico*. Madrid: Ed. La Piqueta.

Giedion, S. (1975). *La arquitectura fenómeno de transición. Las tres edades del espacio en arquitectura*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Ito, T. (2000). *Escritos*. Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Murcia.

Ito, T. (2006). *Arquitectura de límites difusos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Londres: Blackwell.

Llorca, J. & Ibañez, C. (2011). Flexibilidad y maleabilidad de los objetos de diseño en tres centros comerciales de Cali. *Revista de arquitectura*, 13, 46-54

Montaner, J. M. (1997). *La Modernidad Superada. Arte, Arquitectura y Pensamiento del Siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

256

Santos, M. (1996). *Metamorfosis del espacio habitado*. Barcelona: Oikos-Tau.

Soja, E. W. (2008). *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Sloterdijk, P. (2004). *El Palacio de Cristal*. Conferencia pronunciada en el marco del debate "Traumas urbanos; La ciudad y los desastres", Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, CCCB. Recuperado de: http://www.cccb.org/rcs_gene/petersloterdijk.pdf

Virilio, P. (1998). *Estética de la desaparición*. Barcelona: Anagrama.

El objeto de diseño: entre el tipo cognitivo y el aspecto

Germán Serventi
Universidad de Bogotá Jorge
Tadeo Lozano.
germanserventi@yahoo.es

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 16 de 2011

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo proponer, describir y explicar dos conceptos teóricos que consideramos útiles para el desarrollo de una semiótica cognitiva objetual. Los conceptos propuestos son 'tipo cognitivo' y 'aspecto'.

Palabras clave: Semiótica del objeto, objeto, tipo cognitivo, aspecto, interacción.

The designed object: between cognitive and appearance

Abstract

This paper aims to propose, describe and explain two theoretical concepts that we consider useful for the development of an objectual cognitive semiotics. The proposed concepts are 'cognitive type' and 'aspect'.

Key words: Semiotics of objects, object, cognitive type, aspect, interaction.

Introducción

En el presente artículo partimos de la hipótesis suficientemente aceptada de que los objetos, en cuanto aparecen en algún tipo de interacción con un sujeto, se pueden considerar objetos semióticos, es decir, unidades que determinan cierta producción de sentido en el sujeto. En términos más tradicionales, se acepta que los objetos se entiendan como signos. No obstante, aceptar esta hipótesis no constituye en sí una solución al espinoso problema de la significación objetual, sino que constituye su punto de partida, ante el cual se erigen varias preguntas que deben ser resueltas. Entre estas, aquí queremos proponer un par de conceptos que podrían ayudar a dar respuesta a la pregunta acerca de la manera en que se configura el universo de sentido de los objetos. Sin embargo, una teoría que dé cuenta adecuadamente de esto debe olvidar la posición sistémica de la semiótica objetual tradicional (Barthes, 1964; Baudrillard, 1969; Moles, 1972) y preguntarse por la dimensión cognitiva que está involucrada en la dación de sentido de un sujeto a un objeto en el marco de las interacciones concretas.

Aunque nuestro objetivo no es responder esta pregunta en toda su dimensión, pues requiere un esfuerzo y un espacio que sobrepasan los límites de la presente propuesta, quisiéramos en este trabajo proponer dos conceptos que creemos pueden ser de utilidad para recorrer el camino requerido para dar cuenta de una teoría cognitiva de la semiosis objetual. Los dos conceptos sobre los que versará esta propuesta son los conceptos de *tipo cognitivo* (Serventi, 2008; Serventi & Niño, 2009; Niño & Serventi, 2010) y *aspecto*.

Tipo cognitivo

La noción de tipo cognitivo fue propuesta por Umberto Eco (1997) para dar cuenta de la influencia del mundo en la estabilización de modelos cognitivos que participan en los procesos de interpretación; particularmente, en fenómenos de interpretación perceptiva. Umberto Eco, con la noción de TC, responde de la manera en que los seres humanos reconocen un objeto e interactúan con este por medio de la asignación de sentido que le atribuyen a partir de los conocimientos que del objeto han acumulado a lo largo de su experiencia individual y sociocultural. Este cúmulo de conocimiento enciclopédico sobre el objeto es lo que denomina 'tipo cognitivo'. En Serventi (2008), Serventi & Niño (2009) y Niño & Serventi (2010), se ha elaborado una revisión de esta propuesta, incluyendo algunas modificaciones.

Asumimos la noción de TC como un modelo cognitivo que nos hacemos sobre los objetos mediante la experiencia directa, interactuando con el objeto, o mediante experiencias indirectas, como el acceso a diversos discursos sobre el objeto, y cuya información se organiza en cuatro dimensiones: la dimensión perceptiva, la dimensión proposicional, la dimensión narrativa y la dimensión afectiva. Este modelo no debe confundirse en ningún momento con el objeto, pues su naturaleza es cognitiva y su existencia depende de la experiencia del sujeto. A

continuación, por cuestiones de espacio, describiremos muy brevemente cada una de las dimensiones que constituyen el tipo cognitivo (TC)¹.

En la dimensión perceptiva se almacena información que permite el reconocimiento perceptivo del objeto. Esta dimensión organiza información perceptiva esquemática multimodal (multisensorial) en la medida en que el sujeto considere que dicha información es relevante para su reconocimiento. Por ejemplo, en el tipo cognitivo de una mosca el movimiento zigzagante (información visual) y el zumbido (información auditiva) será información relevante para el reconocimiento de tal objeto, mientras que para el reconocimiento de una manzana, el color, el sabor y la forma serán determinantes. Aunque un ladrillo tenga un sabor, en nuestros tipos cognitivos de 'ladrillo' no guardaremos dicha información pues no la consideramos relevante para su reconocimiento.

En la dimensión proposicional se almacena información abstracta sobre el objeto, la cual permite su categorización, o su ubicación en redes metonímicas (martillo-taller; huevo-gallina; huevo-cocina, por ejemplo). Igualmente, aparecerá información relativa a evaluaciones con las que queda marcado un objeto (cuchillo-peligroso; ratón-infecioso), o información histórica sobre el objeto.

260

La información narrativa incluye información esquemática sobre los usos, comportamientos o transformaciones del objeto: cómo se usa un destornillador; cómo se comporta un perro; cómo se marchita una flor; qué hace un policía; cómo se pesca con un anzuelo, etc. Esta información es muy básica y no debe confundirse con el conocimiento efectivo de los usos de los objetos que requieren de un conocimiento pragmático motor del cual hablaremos en relación a una de las funciones del aspecto.

¹. En Serventi & Niño (2009) y Niño & Serventi (2010) se da una amplia descripción de estas dimensiones, además de mostrar las distancias conceptuales y terminológicas que tomamos con respecto a las propuesta inicial de Umberto Eco (1997).

La información afectiva estabiliza conceptos emocionales que nos hacemos sobre los objetos, de los cuales podemos decir que son eufóricos o disfóricos (positivos o negativos), atractivos o repulsivos y con ciertos grados de intensidad. Un ratón es muy disfórico y repulsivo; un cachorro es muy atractivo y eufórico, etc. Esta información puede entenderse como instrucciones emocionales que pueden guiar reacciones emocionales concretas en una interacción con el objeto.

Los tipos cognitivos son privados, individuales, pero a su vez están cargados fuertemente de convencionalidad y cultura. La información que los organiza puede ser altamente compartida por los miembros de una comunidad o, por el contrario, ser individual o especializada. Aunque mi tipo cognitivo de 'conejo' esté marcado como algo disfórico y repulsivo (según alguna experiencia negativa que con él tuve), reconozco que mis semejantes lo marcan afectivamente como un objeto atractivo y más o menos eufórico.

El tipo cognitivo, entonces, me permite reconocer el objeto; además, una vez lo reconozco, puedo acceder a una serie de información conceptual sobre el mismo que me será útil para interactuar con él, o bien para decidir qué puedo hacer con él, o para anticipar posibles comportamientos o proyectar posibles estados de cosas que pueden acaecer en esa situación según mi conocimiento del objeto. Este modelo también es el que me permite no solo reconocer el objeto mismo, sino sus representaciones icónicas, es decir, reconocer tanto una lámpara como una fotografía o dibujo de una lámpara; e igualmente usaría estos tipos cognitivos cuando hablo de los objetos.

El aspecto

El tipo cognitivo permite reconocer varias ocurrencias de un objeto; en otras palabras, que varias manifestaciones pueden reconocerse como siendo un mismo

objeto o un objeto del mismo tipo. Piénsese, por ejemplo, en la diversidad de diseños que tienen en la actualidad los teléfonos móviles. Dicha diversidad no impide, de todas maneras, que las personas que tienen un mínimo conocimiento de este aparato reconozcan la mayoría de estos como teléfonos móviles. Así, el tipo cognitivo debe guardar información perceptual muy esquemática que permita reconocer la mayoría de ocurrencias del objeto, así como diversas maneras en que este se presenta. Los objetos no se presentan exactamente con la misma información perceptiva que está estabilizada en el TC (que como se dijo es esquemática), sino que aparecen con información adicional, o incluso con menos información como el caso de algunas representaciones icónicas. Lo importante es que manifieste suficiente información invariante (información perceptual constante que da identidad a un objeto) que permita su reconocimiento.

Este modo de presentarse perceptualmente de los objetos en situaciones concretas de interacción es lo que denominamos aspecto. Cada objeto en una circunstancia particular se le presentará al sujeto con una apariencia específica que además variará cada vez que el sujeto lo perciba en la misma u otras interacciones. El aspecto, entonces, será entendido como lo que constituye concretamente la dimensión significante del objeto, es decir, la dimensión sensible por medio de la cual el agente entra en contacto con el objeto y la que da pie al proceso de dación de sentido. Este significante, sin embargo, no debe entenderse en términos sistémicos, es decir, a partir de una serie de oposiciones con otros significantes dentro de un sistema, sino en una perspectiva cognitiva, como un percepto estabilizado, rico en información visual no-conceptual y que está dispuesto para ser asociado a una serie de conceptos (por ejemplo del TC) o de representaciones visuales y motoras (Jannerod, 2006: 5-8).

El aspecto es, por supuesto, multimodal y reúne información multisensorial, pero no debe confundirse con toda la información sensible que ofrece o puede ofrecer el objeto. El aspecto debe ser entendido como una organización perceptual

multimodal que se hace el agente del objeto que se le presenta, es decir, que el aspecto no debe confundirse con el estímulo distal (el objeto fuente concreto de la estimulación), sino que corresponde con el percepto del objeto a partir de la estimulación sensorial.

El aspecto como dimensión significativa participa en tres tipos de funciones semióticas: *a)* la función semiótica de reconocimiento perceptivo, *b)* la función semiótica práctica, y *c)* la función semiótica plástica.

La función semiótica del reconocimiento requiere de la participación del tipo cognitivo. El aspecto de un objeto debe mantener una serie de información perceptiva invariante que permita realizar el acto cognitivo del reconocimiento. Cada tipo cognitivo organizará la información perceptiva relevante por medio de la cual se podrá determinar que la configuración perceptiva corresponda con un objeto. Claramente, en alguna situación, un objeto que conozco se me puede presentar de tal manera que no lo pueda reconocer. En ese sentido, su aspecto, la manera en que se ofrece a mi percepción, no autoriza el reconocimiento, pues no muestra suficiente información invariante estabilizada en el tipo cognitivo. Sin embargo, en la situación está efectivamente un objeto que yo, en otras condiciones aspectuales, podría reconocer. Esta es otra manera de insistir en que el aspecto no debe ser confundido con las características objetivas del objeto, sino con la manera en que se ofrece a mi percepción. Basta con que yo realice una exploración más minuciosa para que estas invariantes se muestren (que cambie de aspecto) y yo reconozca el objeto. Una vez he reconocido el objeto por su aspecto, puedo acceder a otro tipo de información conceptual de mi TC útil en la posible interacción con el mismo.

Sin embargo, no basta la información del tipo cognitivo para guiar la interacción con el objeto. Supongamos que me encuentro en una oficina realizando algún tipo de trámite que requiere entre otras cosas que firme unos papeles con un bolígrafo

que me facilitan. Rápidamente reconozco el bolígrafo que me extienden por su aspecto, que debe tener algunas invariantes como ser un objeto alargado, apical en uno de sus extremos y de tamaño más bien pequeño. Una vez lo reconozco puedo, además, remitirme a mi tipo cognitivo donde una información relevante para dicho contexto es que el bolígrafo es un objeto que sirve para escribir y que escribir es una acción por medio de la cual se realizan gráficos con un objeto por medio de la mano sobre alguna superficie.

No obstante, consideramos que esa información no es determinante para que yo realice la acción concreta de escribir. Para ello requiero determinar muy bien la información aspectual del bolígrafo que me están dando para, de esta manera, saber cómo mover mi mano, cómo tomarlo entre mis dedos y qué presión ejercer para lograr estampar la firma en el papel. Si es un bolígrafo muy grueso, pesado y áspero en su contacto con el papel, todo esto determinará que ponga en marcha ciertas acciones motoras que no serán iguales a las que pondría en marcha si fuera un bolígrafo delgado, liviano y suave. El tipo de comportamiento motor que realice no está determinado en su totalidad por la información del tipo cognitivo, sino que para que resulte efectivo es necesario contar con las características actuales del objeto, las cuales se determinan por su aspecto.

264

En este punto, la noción de *affordance*, gestada en la propuesta de la óptica ecológica de James Gibson, será de ayuda para comprender este problema. Una *affordance*, en el sentido de Gibson, debe comprenderse como una disponibilidad de acción que ofrece un objeto o superficie a un ser vivo particular en un entorno específico. Esto quiere decir que la relación entre el objeto y sus características y el animal y sus características corporales y motrices, hacen que emerjan posibles acciones que el animal puede realizar interactuando con el objeto. Así, la *affordance* no es una característica objetiva del objeto, dado que como disponibilidad de acción no está disponible para todo ser vivo, ni tampoco una condición netamente subjetiva, pues la *affordance* depende en todo caso de ciertas características del objeto, aunque estas no son en sí mismas la *affordance*.

Un ejemplo que propone Gibson para comprender esto es: “Si una superficie terrestre es más o menos horizontal (en lugar de inclinada), más o menos plana (en lugar de convexa o cóncava), y suficientemente extensa (relativa al tamaño del animal) y con una sustancia rígida (relativa al peso del animal), entonces la superficie *affords* [ofrece] soporte” (1979: 127). Es decir, que es *parable*, *caminable* o *corrible*. Todas estas son *affordances* que ofrece esta superficie a dicho animal que tiene un tamaño, peso específico y una forma de desplazarse.

De esta manera, la *affordance* es una disponibilidad de acción que emerge de la relación ecológica entre un objeto y un ser vivo por medio de su percepción. Para nuestro interés, la *affordance* emerge a partir del aspecto del objeto. El agente extrae las *affordances* de la manera en que se le presenta el objeto, es decir, de su aspecto. Si volvemos sobre la idea de que el aspecto se identifica con el percepto que el agente se hace del objeto, es claro que la *affordance* no es una característica del objeto, pero a su vez no es una entidad netamente subjetiva, pues el percepto debe estar en una relación de adecuación con ciertas características físicas del objeto.

La noción de *affordance*, por supuesto, cobija una información visual que hace parte del aspecto, pero aquí nosotros proponemos el aspecto como un fenómeno multimodal (multisensorial). Creemos que fenómenos similares a la *affordance* visual suceden en otras modalidades perceptivas. Por ejemplo, auditivamente es posible reconocer un perro por su ladrido (reconocimiento que implica al TC), pero es posible que su latido pueda hacerme reaccionar motoramente de acuerdo con su intensidad y ubicación espacial de la fuente sonora. Aunque esto no opera de la misma manera que la *affordance* propiamente visual, sí es posible entenderlo como información aspectual auditiva que me permite tomar una decisión como, por ejemplo, desplazarme lejos de la fuente del sonido. Igualmente, un sabor desagradable de algún alimento me hace rechazarlo y no comerlo. En cada caso, cierta información sonora o gustativa que constituye parte del aspecto de estos dos objetos es determinante para la realización de una acción motora.

De esta manera, una segunda función semiótica del aspecto radica en el hecho de que el aspecto del objeto le permite al sujeto realizar (consciente o inconscientemente) acciones concretas en la interacción misma con el objeto. Pero estas acciones deben entenderse como la adecuación corporal del sujeto hacia el objeto mediada por un comportamiento motor muy especializado.

La tercera función semiótica a la que nos referimos es la función plástica. El aspecto, además de permitir el reconocimiento del objeto mediante la intervención del TC y su implicación en la determinación del comportamiento motor del sujeto con el objeto, permite realizar una serie de interpretaciones sobre las cualidades perceptivas que lo constituyen. En otras palabras, el objeto se ofrece aspectualmente como un conjunto de cualidades perceptivas que dan la posibilidad de una interpretación plástica, la cual debe comprenderse como la asignación de diversos sentidos a dichas cualidades. El esmalte de una vajilla, la forma de la oreja de una taza, el olor de una goma de borrar, la textura rústica en la superficie de un mueble, etc.

Estas cualidades pueden vincularse en interpretaciones simbólicas (por ejemplo, la forma ortogonal de una silla como posible símbolo de orden), indiciales (por ejemplo, el color desgastado de una puerta que indica su vejez) o icónicas (por ejemplo, el olor de cuero en una tapicería sintética). En este sentido, además, el aspecto en esta tercera función puede dar pie a la aparición de juicios estéticos. A partir de cómo luce el objeto, a partir de sus cualidades perceptivas, se le puede asignar tal valor estético.

266

El TC, el aspecto y el objeto de diseño

A partir de estas dos nociones, tipo cognitivo y aspecto, se podría decir que el sentido que emerge de los objetos de diseño en una interacción se puede encuadrar entre tres operaciones cognitivas.

La primera tiene que ver con el reconocimiento del objeto, por lo cual el aspecto de este debe mostrar claramente una serie de invariantes perceptivos relevantes que permitan reconocerlo. Este reconocimiento permitirá al sujeto acceder a las demás dimensiones del tipo cognitivo que le proveerán de información que le permitirá categorizarlo, o recurrir a un repertorio de usos, comportamientos o afectos que pueden ser de utilidad en la interacción. Este tipo de información es claro que no la genera el objeto inmediatamente en la interacción, sino que está determinada por la experiencia anterior del sujeto. Discursos como el publicitario, el instructivo o la convencionalización del objeto mediante otras prácticas tienden a ser las fuentes de la información que se estabilizan en los tipos cognitivos de los sujetos.

La segunda operación tiene que ver con las acciones motoras en la interacción con el objeto. Este tipo de interacción debe estar determinado por un propósito del sujeto, del cual dependerá que se quiera realizar con el objeto determinada acción motora. Esta acción motora depende entonces de la detección de *affordances* que le permitirá al sujeto adecuar su cuerpo al objeto en la acción. Es importante anotar que estas acciones motoras pueden estar en consonancia con cierta información narrativa en el tipo cognitivo. Un ejemplo es tomar un líquido de un vaso: en mi tipo cognitivo de 'vaso' aparece el uso «tomar»; sin embargo, la manera en que tomo efectivamente de un vaso concreto depende de mi adecuación corporal con el objeto (si lo tomo con toda la mano, si lo tomo solo con los dedos, la apertura de la mano y de los dedos, etc.) a partir de las *affordances* que detecto. Pero también, algunas acciones motoras pueden ser totalmente innovadoras, bien sea porque no conozco el objeto, pero en la interacción detecto algunas *affordances*, o bien porque lo conozco pero en la interacción eventual lo uso para un propósito no común.

La tercera operación cognitiva está relacionada con la asignación de valores simbólicos, indiciales o icónicos a ciertas cualidades perceptivas que el objeto

muestra en su aspecto. Aquí el objeto se ve cargado de valoraciones axiológicas que incluso pueden llegar al juicio estético.

Bibliografía

Barthes, R. (1964). "Semántica del objeto". En *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós. 1985. pp. 245-255.

Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI.

Eco, U. (1997). *Kant y el ornitorrinco*. Barcelona: Lumen. 1999.

Gibson, J. J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. New York: Cornell University. 1986.

Jannerod, M. (2006). *Motor Cognition: What Actions Tell the Self*. New York: Oxford University Press.

Moles, Abraham. (1972). *Teoría de los objetos*. Barcelona: Gustavo Gili. 1975.

Niño, D & Serventi, G. (2010). "Cognitive Type and Visual Metaphorical Expression". (Por publicar).

Serventi, G. (2008). "El universo semántico de las funciones icónicas". En: Niño, D. (ed.), *Ensayos semióticos*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Serventi, G. & Niño, D. (2009). *Modelo de semántica visual: la descripción del sentido de los mensajes visuales* (Informe de Investigación). Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano. (Sin publicar).

Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual

Natalia Carolina Pérez P.
Docente de tiempo completo,
Universidad de Boyacá.
Profesional en Diseño Gráfico,
Universidad de Boyacá. Magíster
en Semiótica, Universidad de
Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
natperez@uniboyaca.edu.co

Recibido: Abril 4 de 2011

Aprobado: Noviembre 11 de 2011

Resumen

Pensar la tipografía desde el diseño gráfico y la semiótica es un asunto del que si bien se han intentado establecer algunos parámetros, aún no es posible hablar con claridad de él, pues no existe una orientación semiótica clara que dé cuenta de cómo se genera la significación plástica en la tipografía. Esta ponencia pretende mostrar cómo la tipografía en su dimensión lingüística, particularmente en su dimensión visual, posee un alto valor comunicacional y, a través de la relación signifiicante-significado y ciertos códigos que la condicionan, permite identificar lo que se podría llamar una semiótica plástica tipográfica. Esto, considerando que la tipografía desde sus características visuales desarrolla una función comunicativa y estética que, además de permitir el proceso de lectura, puede generar significaciones que de cierta forma favorecen la interpretación de un texto.

Palabras clave: Diseño, significación, signo plástico, tipografía, visual.

Plastic signification of typography from the perspective of visual semiotics

Abstract

Think typography from graphic design and semiotics is something that, although some parameters have been established, is not possible yet to talk clearly about since there is not a clear semiotic orientation that explains how the plastic signification of typography is generated. This presentation aims to show how typography in its linguistic dimension, particularly from its visual dimension, has a high communicative value and through the signifier-signification relation and some codes that guide it, allow the identification of what could be called a typographic plastic semiotics. This, considering that typography, from its visual characteristics develops a communicative and aesthetics function, and that, besides allowing the reading process, it can generate significations that to a certain degree, can favor the interpretation of a text.

Key words: design, signification, plastic sign, typography visual.

270

Introducción

A lo largo de la historia de la comunicación visual la tipografía ha ocupado un lugar muy importante, pues como medio que permite representar el lenguaje facilita los procesos comunicativos. En este sentido, como la semiótica y el diseño gráfico enlazan sus planteamientos y dan cuenta de la manifestación plástica de la tipografía, sus características visuales, además de posibilitar la lectura, pueden generar estados emocionales, redundar el mensaje lingüístico e incluso ser consideradas como elementos significantes que generan significaciones y favorecen la interpretación del texto visual.

Partiendo de lo anterior, se debe considerar que los caracteres tipográficos además de ser significantes que guardan relación con un significado y corresponden a un sonido, cuentan con un alto poder discursivo y llevan inmersa en sí mismos la posibilidad de sobrepasar su dimensión lingüística. Así las cosas, para aprovechar dicha posibilidad, es necesario contar con una orientación semiótica que invite a explorar cómo se da la relación entre significante y significado tipográfico, sin olvidar que el contexto donde se manifiesten determina unos códigos que pueden modificar este último.

Metodología

Se establece una investigación que tiene como punto de partida una documentación que brinda los aportes necesarios en cuanto a antecedentes tipográficos que abordan la dimensión lingüística y visual de la misma, y continúa con la revisión de documentación de la perspectiva semiótica, la cual incluye la propuesta que en cuanto a signo plástico permite definir la manifestación visual de la tipografía.

Esta investigación centra su desarrollo en un trabajo de carácter documental y requiere acudir a gran variedad de referencias bibliográficas y de contacto profesional que apoyen y permitan construir una propuesta teórica: libros, capítulos de libro, revistas, artículos, entrevistas, elaboración de fichas bibliográficas, artículos y ponencias; y se apoya en una serie de teorías que podrían dar explicación al asunto de la significación plástica tipográfica, como parte del proceso investigativo que propone plantear una propuesta teórica sobre los fundamentos de la significación plástica tipográfica.

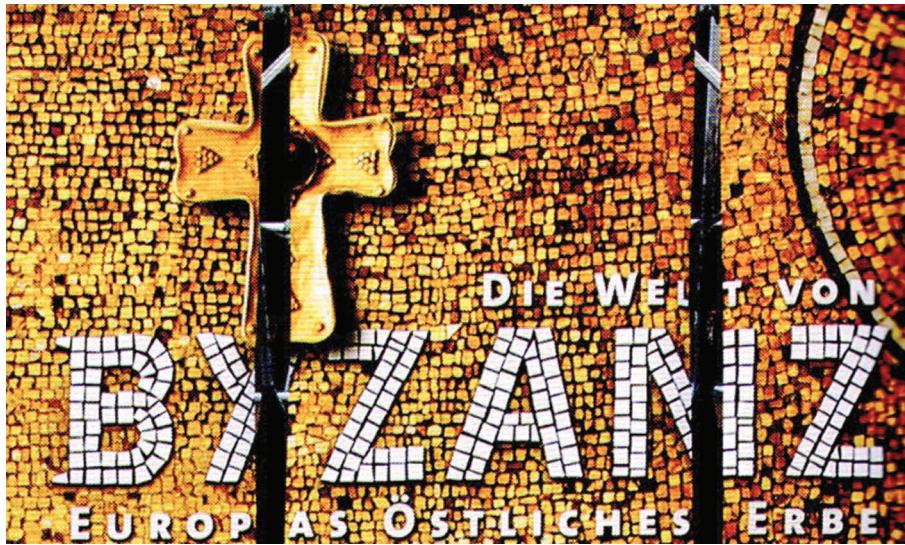
Elección y aplicación tipográfica

La elección de una fuente tipográfica implica un proceso cuidadoso en el que el tema, el contexto, el público hacia quien se dirige el mensaje, entre otros factores, son determinantes para lograr una elección acertada. Al involucrar la semiótica en la tipografía y considerar los factores mencionados anteriormente, es posible descubrir que los elementos que permiten la manifestación visual de la tipografía pueden provocar en el receptor una reacción diferente a la que se logra con una lectura desde la lingüística tradicional. Es decir, además de lograr la comprensión del mensaje en tanto elemento que posibilita el proceso de comunicación, la interacción con este tipo de comunicación visual rebasa la dimensión lingüística de la tipografía. Así, la forma de las letras, sus terminaciones, su dimensión, el contraste entre trazos y su modulación se convierten en elementos fundamentales que más allá de permitir la representación de la lengua, comunican y logran llevar al receptor por un camino de experiencias diferentes a las que se generan en la recepción de signo lingüístico.

Para dar cuenta de lo anterior, artistas, diseñadores tipográficos y poetas han abordado, aunque de manera tangencial, el tema semiótico en la tipografía. Por una parte, el poeta canadiense Robert Bringhurst (2008) menciona la relevancia de la relación entre fuente tipográfica, tema y propósito de la pieza visual. Afirma que el proceso de elección tipográfica no debe ser arbitrario e indica que dejarse llevar por una cualidad formal de los tipos no es lo correcto, pues aunque pueda tener relación con el tema, podría incumplir su propósito comunicativo al dificultar su lectura. Entre tanto, Gordon y Dodd (1994) indican que es posible imponerles características dinámicas a las fuentes o, a partir de sus cualidades plásticas, construir su personalidad, de manera que se logran intervenciones de estilo que apuntan a cumplir un fin comunicativo y estético. Por su parte, Jan Tschichold (2002), diseñador tipográfico de origen alemán, defiende una tipografía ideal y

Pérez P./Significación plástica de la tipografía desde la mirada de la semiótica visual

en *El abc de la buena tipografía* crítica su uso inadecuado, manifestando que el tratamiento apropiado debe ser completamente cuidadoso para evitar usos que no correspondan con el propósito de la pieza visual o de la fuente tipográfica. Para lograrlo, propone inculcar una cultura tipográfica que permita “obtener variedad y homogeneidad al mismo tiempo: muchas formas y tamaños, pero una sola cultura tipográfica” (Tschichold, 2002: 121).



Fuente: GGG BIZANZ diseñada por Gruppe Gut Gestaltung. Fuente-mosaico diseñada para una exposición temporal celebrada en la Colección Estatal de Arqueología de Bavaria en Múnich, 2004. Los caracteres se usaron en el recorrido en titulares, en carteles, en la cubierta del libro etc. Tomado de Guitton (2009: 148).

Así las cosas, Bringhurst, Gordon, Dodd y Tschichold, entre otros diseñadores interesados en el tema tipográfico, apuntan hacia la idea de que de acuerdo con el propósito, el mensaje lingüístico debe ser reforzado en su dimensión visual con la intervención de estilo y un tratamiento adecuado con las características

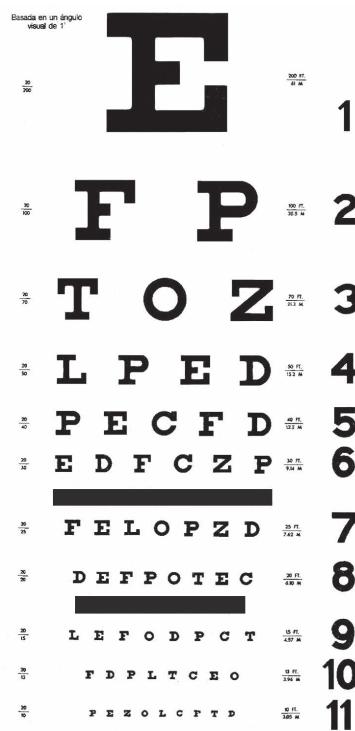
visuales de la tipografía; de esta manera, se logra una transformación plástica que corresponde con el contenido y cumple los propósitos de tipo comunicacional y estético que debe cumplir una pieza visual.

Naturaleza lingüística y visual de la tipografía

Ahora bien, en vista de que la tipografía se constituye en un elemento visual que manifiesta dos dimensiones, es necesario considerar a qué se refiere su dimensión lingüística y visual. Por una parte, desde la dimensión lingüística de la tipografía es posible considerar a Roman Jakobson (1975), quien en *Ensayos de lingüística general* describe dentro de las funciones del lenguaje la función poética o estética. Esta función si bien desde la perspectiva jakobsiana es considerada como un asunto meramente lingüístico, posteriormente con la propuesta de Jean-Marie Klinkenberg (2006) podrá plantearse desde una noción retórica, en la manera como se modela el mensaje. Para esto, en su *Manual de semiótica general* describe la función retórica o poética en la comunicación de la siguiente manera: “Se encuentra centrada en el mensaje mismo, llama la atención sobre la manera como el mensaje mismo ha sido modelado” (Klinkenberg, 2006: 66); modelado que está relacionado con el manejo que se dé a los elementos que permiten que el mensaje se visualice y que pueden contribuir con la interpretación del mismo; como sucede con un caligrama o una poesía.

Así las cosas, las condiciones bajo las cuales se puede explotar la función poética en un mensaje visual —para este caso en la tipografía— pueden darse en diferentes contextos y presentar resultados o usos completamente diversos, pero generados desde las cualidades visuales de cada fuente tipográfica, es decir, desde su forma, su color y su textura. Con relación a esto, Klinkenberg afirma que: “los colores, las formas y las texturas que pueden servir para la representación de las cosas [...] pueden liberarse de esta servidumbre y valer por ellas mismas” (2006: 66), con

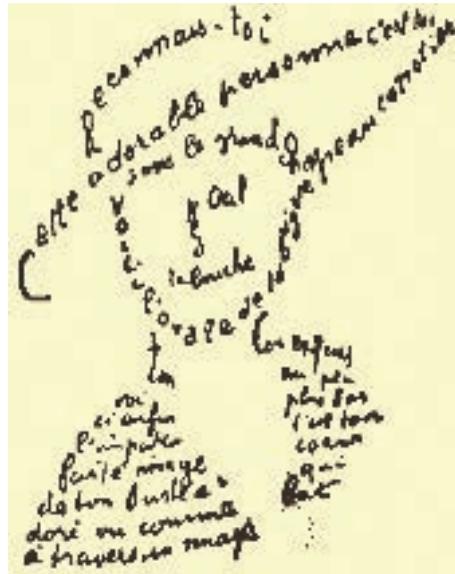
lo cual, estos tres elementos que permiten la manifestación visual de las letras podrían tomar un importante lugar en términos de la significación que generen y, además, hacer referencia a ello de acuerdo al contexto donde se manifiesten.



Test de Snellen. En este test de agudeza visual, la tipografía a partir de los elementos visuales que la componen cumple una función visual al permitir en el lector su reconocimiento. Sin embargo, no va mucho más allá de una lectura lingüística básica, pues simplemente busca que el lector identifique la letra al presentarla modificando su dimensión. Tomado de Cediell (1996: 112).

Klinkenberg dará mayor relevancia a este asunto al generar su propuesta de sistema pluricódigo, dentro del cual cabe la tipografía. En ella se estima tanto su

dimensión lingüística como su dimensión visual, es decir, la tipografía se constituye en sistema pluricódigo por cuanto los caracteres que la componen son identificados como signos lingüísticos y visuales a la vez y obligan a contemplar función y forma para comprender sus cualidades visuales y su significado. Por lo tanto, comprender la tipografía no implica considerar únicamente un código lingüístico, pues esta, como discurso pluricódigo, transmite de manera simultánea un mensaje lingüístico y visual, logrando con los dos cumplir propósitos de eficacia y belleza en la transmisión del mismo.



Mujer con sombrero. Caligrama de Guillaume Apollinaire. Poema 22, 9 de febrero de 1915. Los caligramas de Guillaume Apollinaire, Stéphane Mallarmé, Vicente Huidobro, entre otros, dan cuenta tanto de la dimensión visual como de la dimensión lingüística en la tipografía, al disponer los caracteres tipográficos de manera que formen aquellos elementos o situaciones a las que se refiere el texto.

Ahora bien, otra manera de abordar la tipografía es a través de lo que Klinkenberg denomina transcodificación. Para él “una transcodificación permite a un mismo significado transitar por diferentes sustancias de la expresión, por ejemplo, para la lengua, las sustancias sonora y gráfica” (2006: 211). En este sentido, la escritura como sistema lingüístico y visual da cuenta de dicho proceso; la escritura fonográfica codifica los aspectos del significante lingüístico como la entonación en el castellano, mientras que con la escritura ideográfica codifica el significado lingüístico, es decir, los morfemas, como sucede con los jeroglíficos egipcios. En su propuesta, Klinkenberg menciona unas funciones gramatológicas y grafemológicas que cumpliría la escritura. Las funciones gramatológicas no remiten al signo lingüístico mientras que las grafemológicas unen la lengua y la escritura y son intrínsecas a ella, pues la acción de la lengua no sería posible sin su representación. Esta somera presentación de la propuesta de Klinkenberg da cuenta de la relevancia de los elementos visuales en la tipografía, pues además de posibilitar su estructura formal pueden llevar inmerso un significado, un propósito.

Por su parte, desde de la variedad de posibilidades tipográficas Maggie Gordon y Eugenie Dodd ven en las letras formas abstractas con las que “las palabras asumen color y ritmo visual, el texto forma un dibujo lírico...” (1994: 6); además, a las cuales es posible otorgarles un valor a partir de sus características formales y cromáticas. Corroborando la idea de Klinkenberg, los autores invitan a mirar los caracteres tipográficos sin establecer relación con su significado lingüístico y reconocer que “la personalidad de una letra es forzada a asumir características casi humanas: lírica, dinámica, fuerte, impasible, violenta, autoritaria” (p. 16). Finalmente, otorgan a la textura un valor importante al establecer la relación entre diseño y textura tipográfica.

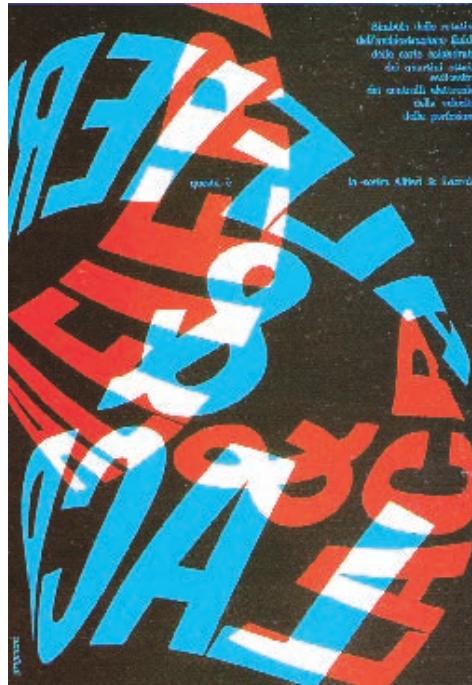
Estas consideraciones desde un punto de vista semiótico y de diseño, por una parte, fundamentan la idea de que color, forma y textura se articulan para manifestar la belleza tipográfica y la coherencia con el mensaje lingüístico; y por otra, permiten

que el receptor reconozca las letras e identifique la función comunicativa como función principal de la tipografía, sin restar importancia a la función poética o retórica centrada en el aspecto visual, pues es lo que permite que se tengan en cuenta sólidas bases semióticas que permiten ir más allá del carácter lingüístico de la tipografía.

Signo plástico

Lo expuesto anteriormente respecto al aspecto visual en cuanto forma, color, textura, fuerza, tamaño, expresividad y belleza tipográfica, conlleva a plantear la posición que asume Groupe μ (1992) respecto al signo plástico, en tanto se comprende desde las características visuales que ponen de manifiesto la tipografía —color, forma y textura—. Por esta razón, los factores que hacen identificable una fuente tipográfica y le imprimen personalidad pueden ser descritos a partir de la propuesta del grupo belga en su *Tratado del signo visual*.

En principio se debe decir que el signo plástico funciona prácticamente como un objeto. No tiene referente, no genera representación, pero sí tiene significación. Lo icónico representa, lo plástico se representa a sí mismo y en él no hay código estable, no hay sistematicidad. Para explicarlo, Groupe μ (1992) define forma, color y textura como los elementos que conforman el signo plástico y determina unos subelementos constitutivos para cada uno de ellos.



Anuncio de Franco Grignani, 1960, para los impresores italianos Alfieri y Lacroix, explora la flexibilidad de la película, para expresar, mediante el nombre del anunciante, la distorsión que sugiere la prensa rotatoria con la que se produce el tipo. Tomado de Blackwell (2004: 109).

Para comprender su propuesta, se debe considerar inicialmente un enunciado que está compuesto como mínimo de una forma que se desprende de un fondo. Esta forma puede ser descrita a partir de tres formemas: dimensión, posición y orientación, los cuales se identifican a partir de la comparación entre elementos del mismo enunciado o de enunciados diferentes, como sucedería en diferentes piezas visuales que involucren tipografía. De la posición se dice que es intrínseca a la forma dentro de un espacio y “según que la forma esté colocada en el centro

de un fondo o en otro lugar, surgen diferentes efectos de sentido” (Groupe μ , 1992: 193); es relativa respecto a un fondo, foco o lugar geométrico de la percepción. Groupe μ establece la oposición /vertical/ vs. /horizontal/ vs. /oblicuo/ y a partir de esta oposición se generan los ejes semióticos que pueden describir una forma. En cuanto al formema de posición, Groupe μ establece la oposición /centralidad/ vs. /marginalidad/, oposición que genera el eje semántico de la «repulsión» según la oposición /central/ vs. /periférico/: “El límite del fondo tiende a rechazar toda forma que se destaca sobre el fondo y, por consiguiente, a centrarla” (Groupe μ , 1992: 198), lo cual hace la forma «fuerte» y «estable» contrario a una posición periférica que sería «débil» e «inestable».

La dimensión, por su parte, se puede determinar desde la escala del observador o la dimensión del fondo. La oposición básica que propone Groupe μ es /grande/ vs. /pequeño/; sin embargo, si se presenta en el eje de la bidimensionalidad o la tridimensionalidad, surgen otras oposiciones significantes del tipo /largo/ vs. /corto/ o /ancho/ vs. /estrecho/, entre otras. Su eje semántico es la «dominancia»; un tamaño mayor será «dominante» frente a un menor tamaño que será «dominado».

Finalmente, para definir la orientación Groupe μ indica: “Añadiremos, simplemente, el rasgo de /dirección/: tendremos, así: /hacia arriba/ vs. /hacia abajo/, /central/ vs. /marginal/ volviéndose /centrípeto/ vs. /centrífugo/, según los movimientos proyectados” (1992: 196). La orientación es determinada por el equilibrio que establece la oposición «estabilidad» vs. «potencialidad de movimiento». Lo /vertical/ es «mínimamente equilibrado», lo /horizontal/ es «equilibrado» y lo /diagonal/ implica «alta potencialidad de movimiento». Estos elementos descritos en el signo plástico evidentemente se dan en manifestaciones tipográficas y claramente permiten describir desde un punto de vista semiótico una pieza visual que involucra tipografía.

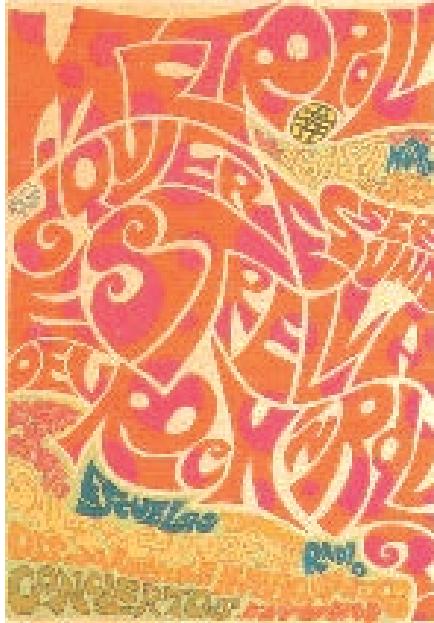


Diseño de Bechira Sorin. Fuente experimental usada sobre todo para carteles y títulos. Es una fuente dibujada a mano alzada que consigue un gran impacto gráfico. En esta fuente destaca la textura a partir de la tactilomotricidad y expresividad. Tomado de Guillon (2009: 48).

Respecto a la textura, Groupe μ afirma: “es su microtopografía, constituida por la repetición de elementos” (1992: 178). Se determina a partir de los elementos y la repetición de estos que se constituyen en los texturemas. Los elementos son de dimensión reducida y su repetición genera una operación de integración que permite percibirlos de manera global. El contenido del signo textural es determinado, en primer lugar, por la tridimensionalidad, pues la textura implica considerar la tercera dimensión; en segundo lugar, por la tactilomotricidad, ya que conlleva a experimentar un sensación casi táctil; y, finalmente, por la expresividad, por cuanto genera una ilusión cercana a la realidad.

En cuanto al color, Groupe μ lo define a partir de los cromemas saturación, dominancia y luminosidad. La oposición que rige la saturación se da al enfrentar los elementos significantes /saturado/ vs. /insaturado/ y puede ser comprendida a partir de la oposición de contenido «tónico» vs. «catatónico», esto quiere decir, algo cargado de energía frente a algo que no la posee. La dominancia implica la oposición de contenido «cálido» vs. «frío» dada por oposiciones de color de

tipo /naranja/ vs. /verde/. Y en la luminosidad o luminancia, se da la oposición /brillante/ vs. /opaco/ que permite en cuanto a contenido hablar de algo «tranquilizante» o «diurno» frente a algo «inquietante» o «nocturno».



282

Portada revista *Metrópoli* No. 365. “¿Quieres ser una estrella del rock?”. En esta aplicación tipográfica la disposición de las letras, su dimensión, posición, orientación, color y textura muestran la exploración y manipulación que se puede ejercer sobre ellas para lograr propósitos específicos. Tomado de Badius (2003: 178).

Esta manera de definir el signo plástico es una forma de comprender su manifestación en la tipografía y entender cómo manifiesta la belleza que poseen las letras escondiendo simultáneamente significaciones profundas que redundan el mensaje lingüístico y facilitan su comprensión; con mayor razón, cuando se es consciente de la relación entre lo lingüístico y lo que se manifiesta visualmente y se halla la coherencia entre el mensaje lingüístico y el que transmite lo visual

y, en este punto, lo plástico. Esto permite entender y aprovechar las cualidades tipográficas de la mejor manera y comprender el alto valor comunicacional, semiótico y de belleza que lleva inmersa la tipografía.

Sobre la emoción en la tipografía

Varios autores han intentado involucrar el factor emocional en sus estudios sobre tipografía. Gordon y Dodd (1994) definen la personalidad de las letras como un constructo que se identifica a partir de las cualidades particulares de cada una y sus familias. Por su parte, Bringhurst indica que "...las letras tienen carácter, espíritu y personalidad... las fuentes revelan muchas claves sobre la época y el temperamento de sus diseñadores, y hasta sobre sus nacionalidades y creencias religiosas" (2008: 118). Mientras que Marion March afirma respecto a los caracteres que "...todos ellos son obra de diseñadores que les han infundido personalidad para transmitir mensajes en tonos determinados" (1994: 32), reconociendo una posible manipulación en la plástica tipográfica que es la que define la personalidad de las letras. Estas nociones tipográficas y otros aspectos fuertemente relacionados con ella hacen evidente que la condición particular de quien elige, diseña o produce el mensaje visual involucrando tipografía, es un factor relevante para lograr el propósito comunicacional, e incluso estético y emocional, pues condiciona la manera como se emite y se recibe el mensaje.

Para continuar abordando el tema emocional se requiere pensar que existe un elemento más que permite que se den los procesos de reconocimiento de una fuente tipográfica, e incluso de lo que subyace en ella. La legibilidad, descrita por Eric Gill (2004) en términos de costumbre, puede ser entendida desde la semiótica peirceana y de Niño (2008) como hábito. Este hábito que permite hacer mención a Ch. Peirce implica hablar de la relación triádica entre objeto, representamen e interpretante, relación que involucra las categorías peirceanas:

primeridad, segundidad y terceridad, y que corresponden al representamen, objeto e interpretante.

Para describir el proceso de contacto con un mensaje visual que involucra tipografía, se podría decir que siendo la primeridad el momento en el que se perciben las cualidades inmediatas y entendiendo una cualidad como una posibilidad, en los caracteres tipográficos se trata de lo que podría transmitir una fuente tipográfica. En la segundidad al generarse un proceso de acción y reacción, el receptor recibe el mensaje visual y reacciona ante él. Mientras que en la terceridad hay una mediación del pensamiento, se producen expectativas y es posible pensar en sentido estricto qué significa lo que se está visualizando y arriesgarse a hacer suposiciones. En cada una de estas categorías se generan interpretantes y Peirce, según lo describe Short (2007), los organiza en dos clasificaciones. En la noción modal ubica el interpretante inmediato, dinámico o final si su efecto es posible, real o ideal, respectivamente. Mientras que la noción ontológica se basa en sensaciones, cualidades, hechos y hábitos para los que crea los interpretantes emocional, energético y lógico. En el tema tipográfico podría decirse que se da prioridad a la clasificación ontológica al considerar la emoción, sin embargo, no se descarta la noción modal.

284

Particularmente, en cuanto a la tipografía, es relevante estudiar el planteamiento de Niño (2008) acerca de la generación del interpretante emocional inmediato/dinámico/final, que para el caso se generaría al entrar en contacto con la tipografía o con el signo tipográfico en tanto se perciben unas características plásticas. Niño lo aborda de la siguiente manera: "Se dice que un signo ha de tener un Interpretante Emocional Inmediato/Dinámico/Final, con ello se querrá decir, entonces, que es posible que produzca sensaciones y emociones (alegría, tristeza, sorpresa, etc.), que de hecho produce sensaciones y emociones, y que lo máximo que puede aspirar a producir son sensaciones y emociones, respectivamente" (Niño, 2008: 39).

De ser así, es claro que la tipografía como elemento lingüístico y visual generaría en un primer momento un interpretante emocional por cuanto forma, color y textura como componentes del signo plástico ocasionarían en el receptor dicho estado y, además, formalizarían la categoría de la primeridad, pues obedecen a las cualidades inmediatas del mensaje tipográfico.

Finalmente, cuando se genera el interpretante lógico, se podría hablar de un hábito adquirido por la experiencia y con él se involucra el pragmatismo peirceano —que requiere una descripción más cuidadosa—, pero que para el caso se da al entrar en contacto real con el texto tipográfico.

Este breve recuento de lo que sucede en cuanto al tema emocional en el ser humano en relación con la tipografía, da razón a la creación del hábito que permite reconocer un mensaje tipográfico y que radica en el reconocimiento de los caracteres de manera independiente y en un contexto determinado, e incluso, en los significados y reacciones de tipo emocional que puedan surgir de sus elementos significantes.

Esta propuesta de los interpretantes contribuye en la construcción de una semiótica en la tipografía por cuanto el contacto con estos signos visuales establece la generación de un interpretante emocional inmediato/dinámico/final, sin limitarlo por supuesto a una cuestión emocional. Lo cual se confirmaría al entrar en contacto con la tipografía como signo visual, allí la reacción o respuesta inicial puede ser de carácter emocional para posteriormente generar otros interpretantes que involucran el pensamiento. Es decir, se involucra una condición plenamente racional para profundizar en el significado lingüístico y visual que transmite el mensaje.

Para concluir

En cuanto a la elección y manipulación tipográfica se debe considerar el planteamiento de Tschichold, Brinhurst, Gordon y Dodd, para quienes estos procesos implican bastante cuidado y permiten aprovechar las posibilidades formales, cromáticas y de textura tipográficas, llevando al receptor a experimentar un estado desde el que puede orientar su interpretación. Esto se logra considerando desde su función como signo lingüístico hasta su condición visual que implica su valor estético, manifestada en la armonía visual de los elementos que la componen y que encierra valores de fuerza simbólica fundamentados en cuestiones, sociales, culturales y personales.

Lo planteado anteriormente permite considerar casos en los que las características plásticas son el factor determinante para llamar la atención del receptor y modifican la manera como se percibe el mensaje, es decir, no se inicia una la lectura lingüística, sino que en primera instancia se identificaría el signo plástico y a partir de este se daría el proceso de lectura del mensaje. En este caso, sería el signo plástico el que orienta la lectura y provoca la generación del interpretante emocional, como lo indica Niño (2008). Así, si el primer interpretante que genera el ser humano al entrar en contacto con un signo es emocional, la manifestación tipográfica no es la excepción, pues como sistema visual a partir de sus cualidades plásticas logra generarlo.

286

A partir de la somera descripción de la propuesta de signo plástico de Groupe μ presentada anteriormente, se hace evidente que el estudio de una significación plástica en la tipografía aunque en principio puede darse de manera restringida, sí establece una base para codificar lo que manifestaría el signo plástico en este sistema visual. Para esto, el grupo belga permite a partir de su propuesta dar cuenta de los elementos significantes y significados que se pueden establecer en tipografía para seguir documentando esta propuesta semiótica que explique la significación plástica en la tipografía.

Bibliografía

- Apollinaire, G. (1987). *Caligramas*. Madrid: Cátedra.
- Balius, A. (2003). *Type at work*. Barcelona: Index book.
- Blackwell, L. (2004). *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bringhurst, R. (2008). *Los elementos del estilo tipográfico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cediel, R. (1996). *Semiología médica*. Bogotá: Editorial médica Celsus.
- Gill, E. (2004). *Un ensayo sobre tipografía*. Valencia: Campgràfic.
- Gordon, M. & Dodd, E. (1994). *Tipografía Decorativa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Guitton, P.(2009). *A homage to typography*. Barcelona: Index Book.
- Groupe μ . (1992). *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra.
- Jakobson, Roman. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
- Klinkenberg, J. M. (2006). *Manual de semiótica general*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- March, M. (1994). *Tipografía creativa*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Niño, D. (2008). *Ensayos semióticos*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Revista KEPES, Año 8 No. 7, enero-diciembre de 2011, págs. 269-288

Short, T. (2007). *Peirce's Theory of signs*. Cambridge University Press.

Tschichold, J. (2002). *El abc de la buena tipografía*. Valencia: Campgráfico.

Normas editoriales

La revista KEPES recibe artículos originales en forma de artículos y reseñas. La naturaleza de los artículos puede ser de investigación, de reflexión o de revisión. Todos los artículos serán sometidos a evaluación anónima y los autores serán notificados de la decisión de los árbitros en los 60 días siguientes a la recepción de sus propuestas. Sólo se publicarán los artículos que superen satisfactoriamente el proceso de evaluación y cumplan con los requisitos aquí expuestos.

La revista KEPES se reserva los derechos de impresión, reproducción total o parcial del material, así como el derecho de aceptarlo o rechazarlo y el de hacer cualquier modificación editorial que estime conveniente. En tal caso, el autor recibirá por escrito recomendaciones de los evaluadores. Si las acepta, deberá entregar el artículo con los ajustes sugeridos dentro de las fechas fijadas por la revista, con el fin de garantizar su publicación dentro del número programado.

Un artículo sometido a consideración del Comité Editorial no se debe haber publicado previamente, ni debe estar sometido a otra publicación. Si el artículo es aceptado, no deberá publicarse en otra revista.

Los artículos de esta revista se pueden reproducir total o parcialmente, citando la fuente y el autor. Las colaboraciones que aparecen aquí no reflejan necesariamente el pensamiento de la revista. Se publican bajo responsabilidad de los autores.

El autor que desee enviar artículos para consideración por parte del Comité Editorial de nuestra publicación deberá:

1. Entregar original y copia del artículo en la secretaría del Departamento de Diseño Visual de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas: calle 65 No. 26-10 , teléfono 8781500 ext. 12137, prefijos nacionales (68) e internacionales (57) (68), correo electrónico: @ucaldas.edu.co
2. Entregar el trabajo en soporte de papel y en CD-ROM, en formatos Word o RTF. Se debe incluir: título del artículo, autor o autores y dirección del contacto (correo electrónico y dirección postal). El texto debe estar digitado a espacio y medio, letra arial, tamaño 12.

3. Especificar en notas al pie: a) los datos centrales del curriculum vitae del autor o autores, el cual debe incluir los títulos universitarios, la filiación institucional y el correo electrónico; b) la naturaleza del artículo, es decir, si se trata de un artículo de investigación, de reflexión o de revisión, o si se trata de una reseña.
4. Escribir el artículo con una extensión máxima de 25 hojas (folios o cuartillas tamaño carta), el cual debe ir precedido de un breve resumen del trabajo en castellano y en inglés que no sobrepase las 250 palabras. Inmediatamente después de este resumen, se debe poner de cuatro a seis palabras clave para identificar las principales temáticas abordadas.
5. Redactar las críticas y reseñas de libros con una extensión máxima de 10 hojas (folios o cuartillas tamaño carta), la cual debe ir precedida de los nombres, apellidos y profesión de quien realiza la crítica o reseña, así como de los elementos bibliográficos completos: nombres y apellidos del autor, título completo del libro, número de edición, ciudad de publicación, editorial, año de publicación.
6. Entregar artículos inéditos, salvo que hayan sido publicados en el extranjero, en cuyo caso podrá considerarse su publicación. Si se trata de un artículo traducido se debe indicar con claridad las fuentes y procedencias del texto original.
7. Enviar los gráficos, mapas y fotografías en una resolución mínima de 300 dpi en formato jpg. Junto a los cuadros deben ir los anexos al artículo, indicando el lugar donde se pondrán dentro del texto. Todos estos recursos se deben enumerar consecutivamente e indicar con claridad la(s) fuente(s) correspondiente(s).
8. Citar las fuentes bibliográficas dentro del texto del siguiente modo: (autor, año: página). Ejemplo: (Maturana, 1997: 48).
9. Las notas al pie de página numeradas en orden consecutivo, se utilizarán para aclaraciones, comentarios, discusiones, envíos por parte del autor, y deben ir en su correspondiente página, con el fin de facilitar al lector el seguimiento de la lectura del texto.
10. Referenciar la bibliografía teniendo en cuenta las normas APA.

Libro:

Apellido, Nombre del autor. (Año). Título del libro. Lugar de publicación: Editorial.

Carballeda, Alfredo. (2005). La intervención en lo social. Exclusión e integración en los nuevos escenarios sociales. Buenos Aires: Paidós.

Capítulo de libro:

Apellido, Nombre del autor. (Año). "Título capítulo". En: Apellido, Nombre del editor o compilador. (Ed.) o (comp.). Título del libro. Lugar de publicación: Editorial.

Velásquez, Paula. (2001). "Territorialidades del y en el Quindío". En: Grupo de Investigación Territorialidades. Territorialidades reconstituidas a partir de un desastre natural Armenia-Quindío 1999-2001. Manizales: Universidad de Caldas.

Artículo revista:

Apellido, Nombre del autor. (Año). "Título artículo". En: Nombre de la revista, No., Vol./Año. Lugar de publicación: Editorial o Centro editorial.

Velásquez, Paula. (2005). "Itinerarios sin cosmos. Construcción y vivencias de la categoría de desplazado" "Teoría sociológica, conflicto y terrorismo" . En: Revista Nova et Vetera. No. 54. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.

Artículo de periódico:

Apellido, Nombre del autor. (Año, Fecha de circulación). "Título artículo". En: Nombre del periódico. Lugar de publicación. letra p. Número de la página consultada.

Martínez, Liliana. (2002, Diciembre 8). "Cuando el trópico llegó a Estocolmo". En: El Tiempo. Bogotá. p. 2-2.

Amaya, Leonidas. (2001, Mayo 6). "Vuelven los entierros". En: La Patria. Manizales. p. 5A.

Tesis de grado o postgrado:

Apellido, Nombre del autor. (Año). Título Tesis. Tesis de grado para optar al título de... Escuela o Departamento, Universidad. Ciudad, país.

Álamos, F. (1992). Maltrato infantil en la familia: tratamiento y prevención. Tesis de grado para optar al título de Psicólogo. Escuela de Psicología, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.

Venegas, P. (1993). Conflits socio cognitifs et changement de représentations en formation d'adultes: une étude de cas. Tesis de grado para optar al título de Doctor en Psicología. Faculté de Psychologie et des Sciences de L' Education, Université Catholique de Louvain. Louvain, Francia.

Internet:

Apellido, Nombre del autor. (Año –si lo tiene–). “Título artículo”. En: dirección electrónica [Fecha de consulta].

Biglan, A. & Smolkowski, K. (2002, Enero 15). “The role of the community psychologist in the 21st century”. En: <http://journals.apa.org/prevention/volu>

Author Guidelines

The KEPES Journal receives original articles and reviews. The nature of the articles can be of research, reflection or revision. All articles will undergo anonymous evaluation and the authors will be notified of the decision of the arbitrators within 60 days of receiving their proposals. Only the articles that successfully approve the evaluation process and comply with the requirements herein will be published.

The KEPES Journal reserves the right to print, a total or partial reproduction of the material, as well as the right to accept or reject it. In addition, it reserves the right to make any editorial changes it deems appropriate. In this case, the author will receive written recommendations of the evaluators. If the author decides to accept them, he/she must deliver the article with the suggested adjustments within the dates determined by the journal to ensure its publication within the scheduled issue.

An article submitted to the Editorial Committee should not have been published previously, nor should it be submitted to another publication. If the article is accepted, it should not be published in another journal.

The articles in this journal may be totally or partially reproduced, referencing the source and author. The collaborations that appear here do not necessarily reflect the thinking of the journal. They are published under the responsibility of the authors.

The authors wishing to submit articles for consideration by the Editorial Committee of our publication should:

1. Provide the original and a copy of the article in the secretariat of the Department of Visual Design the Faculty of Arts and Humanities Universidad de Caldas: Carrera 65 No. 26-10, tel 8781500 ext. 12137, area code (6) and international code (57) (6), e-mails:@ucaldas.edu.co
2. Hand—in the text in paper and on a CD-ROM, in Word or RTF formats. It should include: title of the article, author or authors and contact address (e-mail and postal address). The text should be 1.5 spaced and in Arial, font size 12.

3. Specify in footnotes: a) central data from the author's curriculum vitae, which should include academic qualifications, institutional affiliation and e-mail b) the nature of the article, that is, if it's a research, reflection or revision article, or if it's a review.
4. The article should not exceed the length of 25 pages (letter-sized), which must be preceded by a brief abstract of the work in Spanish and English, not exceeding 250 words. Immediately after this abstract, four to six key words should be included to identify the main themes addressed.
5. The criticisms and book reviews should have a maximum length of 10 pages (letter-sized), which must be preceded by the names and profession of whom writes the criticism or review, as well as the complete bibliographic elements: (Author's full name, book's full title, edition number, city of publication, publisher, year of publication).
6. Provide unpublished articles, unless they were published abroad, in which case they may be considered publication. If it is a translated article, the author should clearly state the source and origins of the original text.
7. Send graphs, maps and photographs at a minimum resolution of 300 dpi in jpg format. The tables must be attached to the article, indicating where they are located within the text. All these resources should be listed consecutively and the corresponding source(s) should be clearly indicated.
8. Cite bibliographical sources within the text as follows: (author, year: page). Example: (Maturana, 19976: 4830).
9. The footnotes numbered in sequential order, should be used for clarifications, comments, discussions, by the author and should go on the corresponding page, in order to facilitate the reader the flow of reading of the text.
10. Reference the Bibliography taking into account the APA rules.

Book:

Last name, Author's name. (Year). Book title. Place: Publisher.

Carballeda, Alfredo. (2005). The intervention in the social sphere. Exclusion and integration in the new social settings. Buenos Aires: Paidós.

Book Chapter:

Last name, Author's name. (Year). "Title of chapter" In: Last name, Publisher's or compiler's name. (Ed.) or (comp.). Book title. Place: Publisher.

Velásquez, Paula. (2001). "Territorialities of and in Quindío". In: Territorialidades Research Group. Territorialities reconstituted from a natural disaster-Armenia Quindío 1999-2001. Manizales: Universidad de Caldas.

Journal article:

Last name, Author's name. (Year). "Article Title." In: Journal name, No., Vol./Year. Place: Publisher or Editorial center.

Velasquez, Paula. (2005). "Itineraries without cosmos. Construction and experiences of the displaced person category" "Sociological theory, conflict and terrorism." In: Revista Nova et Vetera. No. 54. Bogota: Imprenta Nacional de Colombia.

Newspaper article:

Last name, Author's name. (Year, circulation date). "Article Title." In: Newspaper name. Place of publication. letter p. Number of the page consulted.

Martínez, Liliana. (2002, December 8). "When the Tropics came to Stockholm." In: El Tiempo. Bogota. P. 2-2.

Amaya, Leonidas. (2001, May 6). "The return of the burials." In: La Patria. Manizales. P. 5A.

Undergraduate or postgraduate thesis:

Last name, Author's name. (Year). Thesis title. Degree thesis to obtain the title of... School Department, University. City, country.

Álamos, F. (1992). Child abuse in the family: treatment and prevention. Degree thesis to obtain the title of psychologist. School of Psychology, Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.

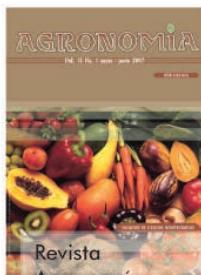
Venegas, P. (1993). Conflits socio cognitifs et changement de représentations en formation d'adultes: une étude de cas. Graduate thesis to obtain the title of Doctor in Psychology. Faculté de Psychologie des Sciences et de L'Education, Université Catholique de Louvain. Louvain, France.

Internet:

Last name, Author's name. (Year-if available-). "Article Title." In: web domain. [Consultation Date].

Biglan, A. & Smolkowski, K. (2002, January 15). "The role of the community psychologist in the 21st century". In: <http://journals.apa.org/prevention/volume5/pre0050002a.html> [January 31, 2002].

EDITORIAL COMMITTEE
KEPES JOURNAL



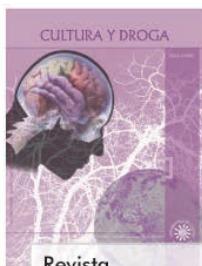
Revista
Agronomía



Revista
Biosalud
Indexada en:
Publindex Categoría B
Lilacs



Revista
Boletín Científico
Museo de Historia Natural
Indexada en:
Publindex Categoría A2



Revista
Cultura y Droga



Revista
Discusiones Filosóficas
Indexada en:
Publindex Categoría A2
Philosopher's Index



Revista
Hacia la promoción
de la Salud
Indexada en
Publindex Categoría A2
Lilacs



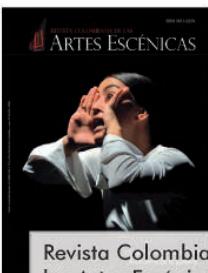
Revista Latinoamericana
de Estudios Educativos
Indexada en:
Publindex Categoría C



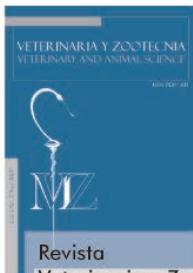
Revista
Luna Azul (On Line)
<http://lunazul.ucaldas.edu.co>
Indexada en:
Publindex Categoría B
Index Copernicus, DOAJ



Revista
Universidad de Caldas



Revista Colombiana de las Artes Escénicas



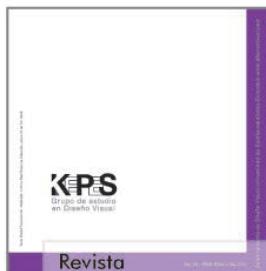
Revista Veterinaria y Zootecnia
Indexada en:
Publindex Categoría C



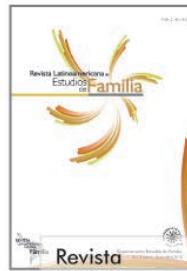
Revista Eleuthera
Indexada en:
Publindex Categoría C



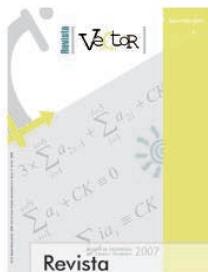
Revista JURÍDICAS
Indexada en:
Publindex Categoría C
DialNet



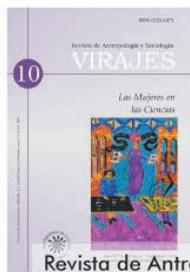
Revista KEPES
Indexada en:
Publindex Categoría C



Revista Latinoamericana de Estudios de Familia



Revista VECTOR
Indexada en:
Publindex Categoría C



Revista de Antropología y Sociología (VIRAJES)
Indexada en:
Publindex Categoría C



Ventas, suscripciones y canjes
Vicerrectoría de Investigaciones y
Postgrados
Universidad de Caldas
Sede Central
Calle 65 No. 26 - 10
A.A. 275
Teléfonos: (+6) 8781500
ext. 11222

e-mail: revistakepes@ucaldas.edu.co
revistascientificas@ucaldas.edu.co
Manizales - Colombia



LA RED POSTAL DE COLOMBIA

w w w . 4 - 7 2 . c o m . c o

➤ Línea de Atención al Cliente Nacional 01 8000 111210 ◀

Esta revista se terminó de imprimir en Capital Graphics en Abril de 2012. Se utilizó la fuente optima para el cuerpo de texto y la fuente helvetica neue regular para títulos. Papel propalcote de 115 gr.