

*hiers du Cinema*, ésta ampliaba sus fronteras cinéfilas al focalizarse en lo estos 'nuevos cines'.

Pero aparte de las semejanzas estéticas y de formato hay otro aspecto que no podemos dejar pasar por alto y es central para plantear cierta continuidad entre estos cines y los 'otros cines' contemporáneos. Me estoy refiriendo a la importancia del rodaje en la filmación, al hecho que una parte importante de la estética del film se decida en ese momento. Sino estas palabras de Jacques Rivette, primero crítico y luego mentor de la *nouvelle vague* a propósito de su película *L'Amour fou* (1967): "(...) quise hacer una película que no estuviera inspirada por Renoir: más bien lo que intentaba era que estuviera conforme con esa idea del cine encarnada por Renoir, es decir, un cine que no impone nada, en el que intentan sugerir las cosas, verlas aparecer, en el que hay, en primer lugar, un diálogo entre, en todos los niveles, con los actores, con la situación, con la gente con la que nos encontramos durante el rodaje, en el que el hecho de rodar la película forma parte de la película. Lo que me interesó sobre todo en este filme fue divertirme rodándolo. La película misma no es más que un residuo, en el que espero quede algo de todo eso".

Esta característica ha tenido su eco en la actualidad al punto que algunos de los realizadores no solo dignifican el momento del rodaje como central sino que en algunos casos, tal el de los argentinos Raúl Perrone o Lisandro Alonso, descreen de confeccionar un guión. Ahora bien, a diferencia de sus antecesores, éstos pueden trabajar en la post-producción, y a través de la tecnología digital, aspectos que no formaron parte del rodaje. Sumado a que, exceptuando el *Dogma '95*, no podemos hablar de movimientos ni el caso de Tailandia, ni de Corea del Sur, ni incluso la Argentina, por nombrar tres países con mucha presencia en el tema estos últimos años, y que tampoco podemos encontrar una correlación fuerte entre la teoría y la práctica fílmica o que si la hay, ésta se aparece borrosa por razones que más abajo retomaremos, concluimos en que estos 'otros' cines si bien tienen similitudes con sus antecesores presentan características que le son propias.

Ampliamos. Hoy podemos ver una gran obra de Mali, de Tailandia o de Filipinas, pero no podemos sostener que la misma sea eco de un movimiento fílmico, ni de una cultura fílmica organizada. Es más, como en muchos casos la financiación es transnacional, incluso puede ser que ni siquiera la exhibición de la película tenga lugar en el país

de origen. Por dar un ejemplo, *Tropical Malady* (2004, Apichatpong Weerasethakul) si bien fue galardonada en Cannes, no logró pasarse oportunamente en Tailandia. Por dar otro dato local, *Las mantenidas sin sueños* (2005 Fowgill, Desalvo) tuvo que esperar años para ser estrenada en nuestro país por los inconvenientes que tuvo con uno de los productores no-argentinos del *film*.

Al mismo tiempo cuando la película busca primero legitimación en un festival a través de galardones, suele crearse una suerte de patrón estético que a veces atenta contra la originalidad propia de este tipo de *films*: En el 2007, en el Festival de Cine Independiente de Buenos Aires, de una muestra de 11 películas argentinas, cinco en algún momento incluían una escena en un bosque, o una zona boscosa. ¿Estamos hablando de un canon de películas de festivales? No exactamente, aunque emerge la repetición.

Por otro lado, el hecho que el film pueda verse primero a través de medios alternativos (Internet, DVX) hace que sea más difícil precisar aspectos que hacen a la recepción del mismo. Y esto está en estrecha relación con lo que ha pasado con la actividad crítica y teórica: hoy es común que un analista de la Argentina se concentre en una producción hongkonesa y que su interpretación se incorpore al universo de análisis que rodean a esa película a través de la red. Es decir, como el hecho de hacer películas se ha atomizado, otro tanto podemos decir de la actividad crítica. Es cierto, esto pasó también en los '70. La diferencia es que en la actualidad, dada la velocidad tecnológica, el canon puede cambiar de un año para el otro y no necesariamente porque una revista le preste atención a determinada filmografía sino por otros factores como que personas, festivales o colectivos diseminados por el mundo se focalicen en la filmografía de tal o cual país.

Lo dicho insta a la duda a propósito de la continuidad del ritual de ir al cine para ver este tipo de *films*. En este sentido, y para concluir, me gustaría decir unas palabras a propósito de mi país y América Latina. Si queremos que los latinoamericanos veamos cine hecho en Latinoamérica en las salas de cine locales, y por jugar con la metáfora, vamos a tener que sembrar en la tierra. En primer lugar delimitar qué tipo de exhibición podrían tener estas películas y acompañarlas. Acompañarlas no solo desde lo económico sino a través de la educación formal y no formal, desde la escritura de cine. El objetivo de este taller es contribuir también este aspecto.

## Legibilidad y género discursivo

Carlos Carpintero

### Introducción

Este artículo procura reunir dos ejes. En primer lugar, la complejización de la idea de legibilidad, escapando a las opciones del funcionalismo. No cuestionamos la pertinencia de ciertos elementos de la óptica o la fisiología de la visión para pensar el problema de la legibili-

dad, pero los consideramos insuficientes para dar cuenta de la especificidad de un fenómeno donde prima lo psicológico antes que lo físico y lo sociocultural antes que lo natural. En segundo lugar, el concepto de género discursivo, desarrollado por el lingüista ruso M. Bajtin, y cuya pertinencia para pensar la práctica del diseño (en su definición más generosa) ha sido trabajada por la Dra. Leonor Arfuch (consultar "Diseño y Comunicación. Teorías y enfoques críticos", Paidós, 1997).

### ¿Qué es un género discursivo?

No hablamos con palabras y oraciones. Las palabras y oraciones son unidades de la Gramática. No tienen autor ni pueden ser respondidas. No tienen actualidad ni acontecen. Son lo que es la lengua: pura potencialidad. “Forma sin substancia” dice F. de Saussure en su célebre *Cours*. Pero en cambio, una palabra dicha por alguien en un momento determinado se convierte en un evento irrepetible. Es una palabra que cobra vida y se sitúa en un espacio analítico distinto: cuando hablamos de palabras vivas no estamos en el plano de los mensajes y los significados, sino en el plano de los enunciados y la lucha por el sentido de las cosas.

Ofrecemos tres definiciones del diccionario de la RAE (22<sup>o</sup> edición).

Héroe. m. Varón ilustre y famoso por sus hazañas o virtudes.

Nacer. intr. Dicho de un animal vivíparo: salir del vientre materno.

Gris. adj. Se dice del color que normalmente resulta de mezclar el blanco y el negro.

Y aquí, esas mismas palabras pero cobrando vida, en un enunciado de María X (en la obra *Biografía de una Esquizofrenia*):

“Estoy triste. Con una tristeza gris, sin nacimientos, sin heroísmos. Con esta sonrisa estereotipada y esta manera de ser impasible, yo muero de triste.”

Sugerimos considerar el pulso que presentan las palabras en el segundo ejemplo. Hacen que el listado del diccionario se vuelva hueco, vacío. A esto nos referimos con la idea de la potencialidad: las palabras son reales en tanto participan en enunciados. Allí es donde se realizan, donde acontecen como fenómenos plurívocos. Los géneros literarios nos predisponen de cierta manera frente a las palabras. Pero esta respuesta, que preparamos incluso antes de saber qué es lo que nos van a decir, es prototípica de la acción de todo enunciatario frente a un enunciado y no exclusiva de aquellos donde predomina la función poética. Todo lo dicho por alguien es un enunciado. Y todos los enunciados están inscriptos dentro de tipologías relativamente estables llamadas géneros discursivos. Cada práctica (cada “esfera de la actividad humana” dirá M. Bajtín) construye y reproduce sus tipos de enunciados. Es decir, hay tantos géneros como actividades realizadas por el hombre. Reglas para jugar juegos de palabras.

### ¿Por qué resulta pertinente considerar la legibilidad a través de los géneros discursivos?

Para echar luz sobre situaciones cotidianas que carecen de una formalización rigurosa, dificultando el avance en su estudio. La hipótesis que proponemos se expresa de la siguiente forma:

No existe la buena legibilidad como valor positivo. La legibilidad es una categoría relacional. No hay letras intrínsecamente más legibles que otras. Las letras serán afortunadas o desafortunadas según la recurrencia con la que se presenten asociadas a una determinada práctica. Los criterios de legibilidad se constituyen en las condiciones de producción del género discursivo, así

como la flexibilidad a la manifestación de estilos individuales. Si el género postula como regla de juego la primacía de lo geométrico, las letras que tiendan hacia lo geométrico serán consideradas más legibles. Porque son parte de lo esperable y no solo porque el ojo tarde menos tiempo en recorrerlas.

Esta idea se opone a toda visión esencialista de lo tipográfico, como la representada en esta expresión de Jan Tschichold (*Die neue Typographie*, 1928):

“La esencia de la nueva tipografía es la claridad. Esto la pone en deliberada oposición a la antigua tipografía cuyo objetivo era la ‘belleza’ y cuya claridad no tiene nada que ver con el alto nivel que se requiere hoy en día.

Contra lo que nos indica el sentido común, leer es una actividad que en un aspecto tiene poca relación con ver. Es por ello que proponemos escapar a las opciones que piensan la forma de la letra como un ejercicio óptico-geométrico, concluyendo en resultados universalistas equiparables a un “esperanto tipográfico”: el alfabeto planetario que nadie conoce. En los nealfabetos internacionales (ej: los desarrollos de Hrant Papazian) se evidencia esta dificultad. La forma de los tipos persigue una optimización de la legibilidad dejando de lado el pulso de las letras: su acontecer efectivo en el uso.

Lo que para una sociedad puede resultar una norma en apariencia natural, para otra es un desvío. El cientificismo no puede entender por qué lo que es bueno para unos no es bueno para todos. Por ello, en los enunciados verbales / visuales donde confluyen distintas lenguas se produce un interesante contraste, que denominaremos provisionalmente “legibilidad genérica”. La escritura de otras lenguas parece adolecer de una importante cantidad de defectos groseros si las pensamos desde nuestra localía con una pretensión internacionalista.

Lo que se lee en un texto verbal o visual no son formas puras o impuras, buenas o malas, sino propuestas de sentido cuya codificación se encuentra tan naturalizadas que parece ausente. Raramente nos sorprendemos en la visión de algo que nos resulta inclasificable porque el ojo reconoce lo que ya conoce. No conocemos lo que vemos en sí, sino lo que nuestro momento sociocultural nos dicta como visible.

La visión del hombre, en tanto sujeto social, es una visión signada. No vemos más que signos. Y los signos, cuando forman parte de enunciados, no escapan a los condicionantes temáticos, estilísticos y de producción, que en todo género se presentan interrelacionados. Cuando un enunciado visual no presenta las características esperables nos produce incomodidad. Nuestra mirada le demanda disciplina a las superficies donde se detiene y no deja pasar con facilidad los balbuceos ni las notas disonantes. Ciertos géneros son particularmente reacios a la aparición de manierismos o vetas estilísticas.

Los condicionantes genéricos están más allá de la voluntad discursiva individual. Las prácticas los han moldeado a lo largo del tiempo: son una construcción social que no puede ser soslayada por el individuo. El enunciatario no puede hacer borrón y cuenta nueva gratuitamente. El poder de coerción social de los géneros, que procuran mantener su estabilidad le hará saber que hay algo que no anda bien.

La fuente tipográfica Helvética no es intrínsecamente más legible que Futura ni DIN más legible que American Typewriter. Tampoco lo son las connotaciones asociadas a ellas. Helvética en los '50 fue sinónimo de Suiza. En los '70, el símbolo de los no-lugares. En los '90 fue un fiel representante de la música electrónica. Hoy, merced a las interminables vueltas del retro, nuevamente está en una curva ascendente de final imprevisible. Los tipos pueden considerarse más o menos afortunados de acuerdo a la presencia que tengan en la práctica que las está poniendo en escena. No se puede juzgar un juego a partir de las reglas de otro, porque lo que es esperable o incluso particularmente apreciado en una actividad puede ser sinónimo de crisis en otra.

En determinadas prácticas (como los *tags* de *graffitti* o el *stencil art*), la energía que las letras pueden exigir para su lectura son parte de una estrategia textual enfocada en el vínculo particular con ciertos destinatarios, o son símbolos de empatía y afinidad ideológica.

### Propuesta

Para progresar en el estudio de los problemas relacionados con legibilidad en situaciones reales y concretas, junto a los tradicionales condicionantes de la fisiología de la visión se encuentran aquellos determinados por el género discursivo.

## Diseñar marcas gráficas. 12 conceptos básicos

Fabián Carreras

Comunicarse y ser reconocido es una necesidad milenaria.

Inicialmente los símbolos lograron que las palabras tengan una forma definida dando el origen a la escritura.

Las empresas también necesitan de las marcas para poder destacarse y diferenciarse. Esencialmente es importante tener un nombre, ser de algún color y especialmente, poder ser identificado por la actividad que la empresa realiza.

Lograr claramente los tres objetivos es una tarea compleja.

Para cumplir estas premisas es fundamental, diseñar un plan, tener una marca, normalizar su uso a través de pautas básicas y programar estratégicamente las comunicaciones visuales.

Tener logo no es suficiente, hoy es necesario construir una identidad visual, cuidarla y actualizarla.

El oficio del diseño gráfico posee la virtud de conjugar los saberes, artísticos, técnicos y estratégicos para lograrlo. La contratación de servicios de diseño lograrán que las empresas puedan dejar huellas firmes en cada paso.

### Historia

Toda empresa necesita contar sus orígenes o historia.

Su pasado puede contener símbolos o emblemas que conforman el patrimonio marcario. Esta arqueología gráfica constituye los antecedentes para definir si es necesario rediseñar una marca o crear una nueva.

### Eufonía

A la hora de pensar un nombre para el proyecto, la denominación tiene que sonar bien. Ser amable a los oídos.

Las palabras breves y de simple pronunciación son más fáciles de ser recordadas. Si el nombre elegido es extenso seguramente en el futuro será abreviado por sus usuarios.

### Idea

Una vez relevados los datos de la empresa, se bocetan distintos conceptos visuales que identifiquen al proyecto. Se contemplan todas las alternativas creativas interactuando de forma espontánea razón y emoción.

Se evalúan los resultados. La marca elegida será la de mayor proyección identitaria.

### Tipografía

La tipografía con su poder evocador puede dotar de sentido al concepto elegido. Las variables tipográficas permiten acompañar a los programas de identidad corporativa encontrando en una familia tipográfica las distintas voces y entonaciones.

### Color

Inicialmente es mejor pensar las marcas en blanco y negro. Esta modalidad facilitará verificar su pregnancia y su posterior reproducción, contemplando los imprevistos usos monocromáticos.

El color es esencial y prioritario. Poder ser recordado por uno o dos colores acentúa la identidad visual.

### Metáfora

La retórica de un símbolo evoca un concepto.

El juego de las formas geométricas y la sustitución de un elemento en la composición visual pueden lograr el GAG, invitando al receptor a descubrirlo.

### Estilo

Para definir estilo es necesario recurrir a los movimientos artísticos del siglo XIX, XX, XXI. La síntesis formal estará delineada por la sutil elección de formas gráficas que registren algunos de estos períodos.

La articulación de las formas dará el estilo buscado.

### Mnemotecnia

Una marca memorable es recordada por su nombre y sus formas simples. La composición visual de la figura