

Diseño e identidad urbana: Antropología al Chile actual

Rodolfo Coronado, Gabriela Cancino y Alejandro Palma

Antropología al Chile Urbano Contaminado

Todos queremos la globalización, queremos tener a nuestro alcance lo que Otros ya tienen, queremos de alguna manera ser como estos Otros, queremos identificarnos con algunos estereotipos de estos Otros, queremos poseer íconos propios que estos Otros poseen. En la búsqueda por asemejarnos a estos Otros, caemos en imitarlos, caemos en disfrazarnos a la manera de estos Otros, caemos en perder nuestra esencia, caemos en olvidar nuestro origen, caemos en olvidar nuestro contexto, y bajo este escenario contaminado a la manera de estos Otros; hemos borrado inconscientemente nuestra propia identidad.

Nuestro escenario es el ámbito en el que a diario nos movilizamos, el dónde estoy, el por dónde paso, el hacia dónde voy, y el por dónde evito transitar. Son esos lugares que nos gustan y no nos gustan los que conforman nuestro propio escenario: nuestra identidad urbana de país. Nuestra huella, nuestro rastro, nuestro sello. Una pisada que levanta polvo, queramos o no. Una huella en la tierra, en la calle, la vereda o en el Paseo Ahumada. En el pueblo o la ciudad, en el Norte o en el Sur, en lo seco o en lo húmedo, en San Pedro de Atacama, en Santiago de Chile o la Isla de Chiloé.

Pero recordemos, todos queremos la globalización indistintamente que estemos en cualquiera de estos extremos geográficos. Queremos la globalización en un contexto centralizado y capitalizado, como dicen por ahí Santiago de Chile es Chile. Contexto centralizado que algunos hemos asumido y con ello tomado nuestras maletas para estar en ese Chile, ese "Chile que tranquilo te baña y te promete el futuro esplendor". Un Chile que ha protagonizado y generado la invasión de estos Otros. Un Chile ajetreado, atrasado, veloz, un Chile que producto de la velocidad a la que transita ha propiciado la pérdida de la identidad espontánea y popular.

Transitamos por nuestro escenario día a día, queriendo ser parte a la manera de Otros. Otros que tengan identidad con lo que queremos ser y olvidando quienes somos. Otros que sin querer y sin pedirlo terminaron configurando o desfigurando nuestros lugares, nuestras instancias y nuestras maneras. Pero aunque los evitemos, los escondamos, los cubramos y los hayamos olvidado por la contaminación que nosotros mismos hemos generado de estos Otros; aún están ahí, sobreviviendo a la invasión, resguardándose de nuestra propia flagelación y de nuestro olvido.

Entonces, ¿Chile tiene identidad? ¿Chile trabaja para una identidad de país? ¿Chile país tercer mundista? ¿Chile jaguar de Sudamérica? Efectivamente el diseño chileno está con las "pilas puestas" por establecer elementos estéticos, culturales e históricos como cimientos de una identidad de país. Una búsqueda de identidad por lo autóctono, por nuestros orígenes, por lo que nos hace distintos. Búsqueda que ha llevado y seguirá costándonos mucho tiempo y esfuerzos para alcanzarla.

¿Y la identidad actual qué? Frente a esto, decidimos salir a la calle tras nuestra identidad, identidad que se aleje del referente de estos Otros, identidad que se está eliminando, identidad que estamos disfrazando. Pero salimos atentos, salimos con los ojos abiertos en búsqueda de lo primero que se nos atravesara y que nos reflejara, que nos hace distintos, que es la imagen que esos Otros se llevan de nosotros. Salimos a la calle contaminada ambiental y visualmente, sintiéndonos en un zoológico y observando la mixtura que el contexto nos ofrecía. Salimos cargados de nuestro equipaje de registro, para capturar imágenes, movimientos, sonidos, y dejar un archivo y registro de lo que nuestra propia invasión de estos Otros va borrando y que quizás en una segunda salida a la ciudad tras la identidad actual; ya no estarán. El concepto "Antropología al Chile Actual", se plantea como una instancia de estudio en terreno asociado a la identidad artística de país. El concepto hace alusión a una temática que como diseñador e investigador he querido desarrollar desde algunos años. Una temática que busca reconocer y definir aspectos de identidad que nos son propio, aspectos que nos hacen distintos al resto y aspecto que pudieran establecer una imagen país; en nuestra manera de pensar y hacer creativo.

El concepto referente "al Chile actual", responde en gran medida a una intención personal y deseo por investigar acerca de las vanguardias en el mundo del arte y el diseño. Es una frase que delimita mi pensar y hacer en el mundo de las artes creativas, que si bien se restringe en lo actual, lo de hoy, lo que está de moda; se extiende y amplía a los diferentes ámbitos de hacer creativo: el arte visual, el diseño de objetos y ambientes, de vestuario y el teatro. Un hacer creativo integrado bajo una intención cultural, que incorpora a equipos multidisciplinares del acontecer creativo nacional, en un objetivo común por abordar temas globales desde una mirada local. Que pueda ser entendida por todos y pueda mostrarse a estos Otros, que tanto nos han mostrado y traído a los creativos chilenos.

De manera específica "Diseño e Identidad Urbana", nace de la misma intención como creativo del diseño y como una manera de integrarnos personas que somos parte de un mismo transitar en la docencia del diseño; colegas y alumnos de la Universidad Tecnológica de Chile. Intención que gracias a la aceptación y disposición bajo un todo en común, pudimos desarrollar en un tema como equipo de profesionales del diseño, con orientaciones variadas; como el hacer del diseño de vestuario de la diseñadora Gabriela Cancino y los conocimientos específicos de gráfica y visual de Alejandro Palma.

Por otra parte, con una intención por hacer eco de mis inquietudes en los futuros profesionales del diseño, en particular como una instancia de taller de alumnos del primer año de la Asignatura Plano, Expresión y Volumen, compuesta por alumnos de las diferentes especialidades del arte y el diseño; grupo que igualmente responde a mi intención de entender las expresiones creativas de manera multidisciplinarias.

El título *Antropología al Chile Urbano Contaminado*, aborda diferentes tópicos de la identidad urbana de país, que parte con la invitación a estudiantes de arte y

diseño de salir a la calle, tomando Santiago de Chile como espacio representativo de la mixtura visual del país. Como un primer acercamiento a reconocer y registrar aquellos elementos, lugares e instancias que a pesar de la invasión de estos Otros se mantienen débiles, pero están ahí para hacer conciencia frente a nuestros ojos. Registros que sirvieron de apoyo a una metodología visual que toma como referente la imagen para la configuración de un proyecto de creación, y en este caso, la identidad que cada uno quiso rescatar como referente visual desde su subjetividad de identidad urbana.

Posterior, a esta instancia de laboratorio andante, mis otros colegas establecerán tópicos referentes al rescate de la identidad autóctona de país, para el diseño de vestuarios y accesorios. Para así terminar esta primera instancia de acercamiento, reflexionando entorno a la pérdida de la identidad popular, vista desde el ojo de la gráfica espontánea y su aullido frente al consumo masivo e industrializado.

Pérdida de la identidad gráfico popular

La gráfica popular es un referente icónico del patrimonio visual, realizada con precariedad, de forma anónima y espontánea, esta muestra de la cultura urbana sirve de antesala a la práctica profesional del diseño gráfico, y sus soportes son realizados por lo general por personas que ejercen el oficio de pintores de letras.

El letrismo popular urbano como soporte de diseño gráfico, establece una relación directa entre el mensaje y el público al que esta expuesto, estos soportes generan expectativas y acciones ligadas a solucionar y dar por satisfechas necesidades básicas de consumo, tales como el transporte público, el comercio y la alimentación, con un diseño artesanal que imprime toda la intencionalidad y emotividad del producto ofrecido. La gráfica popular, y sus soportes, están ligadas a ciertos sectores sociales, particularmente a los de estratos socioeconómicos medios y bajos.

Entre los elementos de diseño que conforman este tipo de piezas gráficas nos encontramos con el uso de colores primarios, trazos sueltos hechos a mano, y tipografías informales, montados sobre un trozo de madera prensada, tela o pvc y pintada con pintura al óleo, además utilizan una serie de convenciones formales, creando de esta forma un lenguaje visual que se caracteriza por su fácil entendimiento y visualización como por ejemplo los letreros de las micros, cuyos códigos han logrado generar una impronta visual con leyes de diagramación, morfología e identidades gráficas propias, aún estando ubicadas en localidades muy distantes, realizadas en épocas diferentes o por otras personas, es decir que poseen una coherencia formal, una identidad propia. Este conjunto de elementos generan una semántica visual muy característica de estos soportes, que connotan Lo popular, concepto que nos sitúa en un espacio, donde convergen las distintas referencias culturales del ámbito local, y que son finalmente asimiladas por una sociedad o parte de ella. El concepto "popular" se refiere a lo masivo, con aquello distante a lo académico y lo formal, con lo mezclado, lo callejero y lo barato.

Pero dado el avance de la tecnología, con la incorporación de la computación en el campo de las artes gráficas, los maestros pintores han sido paulatinamente reemplazados por un sistema automatizado que amenaza con extinguir a la gráfica popular, en un tiempo relativamente corto. Junto con el abaratamiento de costos de producción de la gráfica digital, esta cultura se ha contaminado con los elementos formales del diseño gráfico, aplicando a éste reglas de diagramación, familias tipográficas, y recursos fotográficos. Siendo este nuevo tipo de soporte mas conveniente en cuanto al tiempo de elaboración, debido a que ya no es necesario tener en cuenta variables como la de comprar la madera, conseguir un pintor que las realice. Un acelerador en este proceso de pérdida uso de la gráfica popular es la publicidad, que aporta y pone en circulación gratuitamente pendones con formatos pre-establecidos carentes de identidad, que pretenden regular y homogeneizar la gráfica urbano popular con sus propias marcas y colores corporativos. Otro de los cambios que atentan contra un gran conjunto de expresiones populares incluidos entre ellos un soporte gráfico popular de gran importancia y quizás uno de los mas destacados del medio como son los carteles de las micros, es el nuevo plan maestro de transporte público llamado Transantiago, que junto a sus nuevos buses trae una estructuración totalmente distinta referente a la identificación de recorridos, ya no se utilizan letreros hechos a mano si no que grandes letreros luminosos animados que indican el origen destino y número de recorrido y paneles diseñados sobre acrílico, impresos mediante el uso de la gráfica digital. Dado este nivel de devastación de la gráfica popular, se han creado colectivos de diseñadores gráficos que se han preocupado de rescatar mediante el uso de la profesión y las herramientas que ella provee alguno de los aspectos que conforman este medio de expresión visual, como por ejemplo el sitio web www.tipografia.cl, donde Luis Rojas y José Soto elaboran un estudio para rescatar y preservar algunas familias tipográficas típicas de la letrística popular utilizadas en letreros callejeros de sectores populares de la ciudad y así dotarlas de funcionalidad, esto es, hacerlas capaces de funcionar como tipografías para computadores, por un lado da cuenta de la evolucionada calidad formal que ellas poseen, y al mismo tiempo, aportan un elemento nuevo al campo profesional del diseño en Chile.

En su estudio sobre "Rescate de tipografías urbano populares chilenas" postulan lo siguiente:

"El computador viene a reemplazar una manifestación popular, pretendemos demostrar que el computador también puede ser la herramienta que ayude a preservarla y a otorgarle nuevas facultades y nuevos valores, tal vez en otros lugares y con otras personas".

"El eje de nuestro trabajo se halla en la tensión que viene provocando la irrupción de la computación en la producción de elementos gráficos que históricamente venían siendo elaborados de manera artesanal y que conformaban lo que entendemos como gráfica popular urbana. Si la computación ha significado una alteración en el campo profesional de la producción de gráfica general, que ha generado nuevas soluciones pero también —y tal vez por ello— nuevos problemas, creemos

que en este otro lado, el no profesional, sus efectos son particularmente drásticos, ya que puede significar la anulación de la gráfica popular como manifestación auténtica, en el sentido de única y local.

Al poco tiempo de empezar a desarrollar la idea de incorporar tecnológicamente una manifestación esencialmente artesanal a un campo profesionalizado (letras populares convertidas en tipografías digitales), fuimos comprendiendo que el proyecto, más allá de sus implicaciones concretas, nos colocaba como problema fundamental el hecho de que la herramienta que nos permitiría extender significativamente el tiempo de vida de una letra nacida en la gráfica popular, así como ampliar de manera importante sus posibilidades de

aplicación, el computador; era al mismo tiempo, la mayor amenaza para que esta manifestación siguiera existiendo. Con la incorporación de la computación en el campo de las artes gráficas, los maestros pintores han sido paulatinamente reemplazados por un sistema automatizado que amenaza con extinguir a la gráfica popular –y con ella a su letrística–, en un tiempo relativamente corto”. (Rescate de tipografías urbano populares chilenas. Luis Rojas H. - José Soto B. enero 2001). Como resultado de la investigación se han desarrollado una serie de tipografías que son copias fieles a las que se pintan en los letreros de los locales comerciales y de la locomoción colectiva.

Videodesign e pós-modernidade: o universo de criação das vinhetas de televisão

Carla Cristina da Costa

A relação que as vinhetas televisivas possuem com o pós-moderno estaria associada ao ambiente de criação inerente ao videodesign. O profissional que atua nessa área do design gráfico, o videodesigner, dispõe de ferramentas de trabalho que o tornariam um profissional privilegiado em captar parte do universo simbólico pós-moderno. Com o uso do sistema “copy-cut-mix-edit” dos softwares de edição e manipulação de imagens, o videodesigner produziria objetos gráficos repletos de influências deste universo.

No começo do artigo, será exposta a origem da palavra vinheta e haverá um rápido resumo sobre a evolução da vinheta televisiva no Brasil. Este pequeno histórico irá ajudar a conhecer como se deu a passagem do estático para o dinâmico na vinheta voltada para a televisão. Porém, a relação que essa mudança possui com o pós-moderno, será estudada a partir do videodesign, que é a área do design responsável pela criação das vinhetas. As características estruturais e históricas do videodesign é que teriam proporcionado às vinhetas uma expressão privilegiada de parte dos aspectos atribuídos à cultura pós-moderna, como a fragmentação, a descontinuidade, a quebra da narrativa, o resgate do passado, o pastiche, dentre outros.

As vinhetas da MTV serão mencionadas como produtos legítimos gerados pelo videodesign e que exprimem várias características atreladas a esta cultura. A MTV assumiria também um lugar de destaque na reprodução das manifestações pós-modernas por fazer parte da indústria cultural, tendo como principal audiência o jovem, o que incentiva a emissora a estar sempre em conexão com as últimas tendências. Além disso, as vinhetas da MTV seriam reconhecidas pelo alto nível de experimentação, o que acaba também beneficiando a expressão de aspectos considerados pós-modernos. O artigo se baseia na análise bibliográfica de importantes autores da atualidade que tratam das diversas

manifestações pós-modernas e do design pós-moderno. Além disso, foram pesquisadas as obras de especialistas em vídeo, como Arlindo Machado, e mais especificamente em videodesign, como Denise Mizuguti. Esse material bibliográfico e o prévio estudo de vinhetas da atualidade, principalmente da MTV, possibilitaram as reflexões realizadas nesta pesquisa.

Vinhetas: da pequena vinha ao formato digital

Uma curiosidade que não deve ser muito incomum é sobre o uso do termo vinheta para designar essas peças gráficas audiovisuais de curta duração, que aparecem em diferentes momentos na programação de uma emissora. A palavra vinheta foi originada a partir do vocábulo francês “vignette”, que significa “pequena vinha”. No começo, as vinhetas tinham a forma de folhas e cachos de videira, que enfeitavam os livros manuscritos medievais, contornando suas ilustrações e as letras que iniciavam os capítulos (Aznar, 1997:37). Ao longo do tempo a vinheta assumiu novas formas gráficas, incluindo desenhos abstratos, mas não deixou de ter o mesmo caráter decorativo, com a função de tornar mais agradável a leitura de uma determinada obra.

“Com o advento da imprensa, em 1450, por Johan Gutenberg, o termo vinheta é amplamente utilizado, ficando evidenciada a sua característica específica - servir como moldura decorativa dos textos ou de suas primeiras letras, quando podemos constatar que é acrescentada a uma forma estabelecida e pronta. A vinheta vai ser uma das primeiras manifestações da programação visual, que, tendo raízes nas iluminuras, mostra que uma forma estilística é o reflexo de outras formas anteriores de arte já utilizadas” (Aznar, 1997:37). A vinheta de um impresso é diferente de uma ilustração, já que não visa traduzir visualmente as informações contidas em um texto como esta última. O caráter da vinheta impressa é meramente decorativo, sem haver nenhuma pretensão em produzir algum tipo de sentido ou adicionar alguma informação ao texto. “Ao desenhar uma vinheta, o vinhetista está realizando uma ação gráfica, que não se caracteriza em ato ilustrativo; portanto, tecnicamente, está realizando uma ação gráfica decorativa (Ornare)”, afirma Aznar (Aznar, 1997:32).