

holística y sensible hacia la experiencia del visitante y preparándolos para crear entornos enriquecedores.

### Referencias

- Barth, F., Giamperi, P. y Klein, H. (2012).  
Diseño de interiores: un manual. Gustavo Gili.  
Gutiérrez, L. (2017). Neuroarquitectura, creatividad y aprendizaje en el diseño arquitectónico.  
Holmes, R. (2020). La experiencia del espacio: Una aproximación desde la escultura. Pontificia Universidad Católica de Chile.  
Múzquiz, M. (2017). La experiencia sensorial de la arquitectura: Desde la supremacía de la visión hacia la experiencia corpórea y emocional.  
Arquetipos: ¿Quién eres en realidad? Random House  
Power, J. (2014). ¿Qué es el espacio interior? ¿Qué queremos decir realmente cuando utilizamos la palabra «espacio» en nuestros estudios de diseño? Elisava Temes de disseny, 30, 10-15. <https://www.raco.cat/index.php/Temes/article/download/286132/374020/>

## 38. Celi Paredes, Esteban

(Licenciado Cine y Video / Universidad San Francisco de Quito / Mg. en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional / Universidad de las Américas)

*Posmodernidad, apropiación y pastiche en la cartelística cinematográfica de James Verdesoto: un análisis crítico de su obra en el período comprendido entre 1990 y 2020 en el contexto del diseño gráfico y la cultura visual contemporánea.*

### Resumen

El presente resumen aborda los puntos clave de los resultados de estudio, metodología y conclusiones principales sobre el análisis que propone el título del mismo. El James Verdesoto reúne una obra cartelística de ingente valor cultural, muchas de sus obras han rebasado el ámbito del diseño y la publicidad para convertirse en íconos culturales. Sirva de ejemplo, el cartel de la película Pulp Fiction, que quizá sea el cartel cinematográfico más ubicuo en la actualidad.

### Conclusiones

El análisis crítico de la obra de James Verdesoto representa un aporte relevante para el estudio de la estética posmoderna en el diseño gráfico y la cultura visual. Además, su obra es una importante fuente de inspiración para los diseñadores gráficos y creativos en general, ya que demuestra cómo la apropiación y el pastiche pueden utilizarse para crear obras originales y sofisticadas.

El corpus analizado es un ejemplo de cómo la influencia del cine y la teoría posmoderna han dado forma y han influido en el desarrollo del diseño gráfico en la era digital, y cómo la experimentación y la innovación pueden llevar a nuevas formas de expresión y comunicación visual.

Con base en los hallazgos de este estudio, se realizan algunas recomendaciones para el campo del diseño gráfico y la cultura visual contemporánea. Es importante que los diseñadores gráficos y creativos se familiaricen con la estética posmoderna y su aplicación en el diseño gráfico y la cultura visual contemporánea, para comprender mejor las tendencias y estilos actuales y estar a la vanguardia del campo. Además, se recomienda que se realicen más estudios y análisis críticos sobre la obra de otros diseñadores gráficos y artistas visuales que hayan hecho uso de la apropiación y el pastiche en su trabajo, para poder tener una visión más amplia y completa de esta tendencia. Por último, se sugiere que se fomente la discusión y el debate sobre la estética posmoderna y su aplicación en el diseño gráfico y la cultura visual contemporánea, para poder comprender mejor sus implicaciones y consecuencias en el campo del diseño y la cultura visual.

Por otra parte, el marco temporal de esta investigación –basado en el tiempo de estudio de la tesis doctoral– queda corto dado el ritmo que la tecnología presupone sobre las bases del Diseño como disciplina; que a veces quiere confundirse en lo artístico. Como bien o diría Joan Costa “El Diseño no es Arte, pero se alimenta de sus estéticas” (2005); nosotros, en este estudio, determinamos que la función del objeto de diseño baila conjuntamente con el gusto basado en la experiencia estética del espectador –desde lo gráfico– de lo cinético. Asimismo, cuando hablamos de movimiento, recomendamos a futuros investigadores hacer un hincapié sobre nuevas formas de diseño gráfico que incorporan innovadoras herramientas tecnológicas y formatos para plasmar mensajes animados. Miguel Bohórquez Nates –estudioso del motion graphics– ha investigado los objetos de diseño desde la mirada técnica del Nonágono Semiótico, ambas dimensiones bien pueden enriquecer o multiplicar las lecturas que esta investigación conlleva –son recomendadas–; sin embargo, sobre la base de los pilares mismos de James Verdesoto y Saul Bass podemos concluir que palabras clave como mensaje, apropiación, pastiche, posmoderno, estética, cartel y fotografía son suficientes para comprender el valor del diseño en los carteles de cine en la obra de James Verdesoto y todo su entramado en la industria del Cine, arte que depende fundamentalmente del Diseño.

Miguel Bohórquez Nates en su acercamiento al cartel y posteriores estudios sobre lo cinético afirman la importancia de la forma misma su existencia y su valor de acuerdo al pensamiento peirceano (2019); han sido también demostrados por la presente investigación de acuerdo al postulado de los conceptos expuestos enmarcados teóricamente, apropiación y pastiche. Los filmes de Ocean’s eleven citados dentro del corpus –a lo largo de la historia– necesariamente han empujado a los diseñadores de cartel a cargo hacia la misma dirección, esto lo podemos revisar en nuestro análisis en torno a parámetros iluminación, paleta de color, fotografía y composición; es la idea argumental del film que es interpretada artísticamente y casi siempre comunicada publicitariamente a través del diseño, factores que también son demostrados por el presente estudio, dejando desde ya pilares para resolver un sin número de vacancias como la cinemagrafía y el cartel de cine, formatos para cartel de cine en video o animación, thumbnails en portales de televisión por demanda y streaming.

Queda abierto nuestro apetito posdoctoral para resolver las claves de la metamorfosis de un cartel de cine en tiempo real de acuerdo al buyer persona en portales de cine 4.0, es decir, ¿Cómo un diseñador de carteles entrega su obra a la industria digital para que esta

tenga varias alternativas de composición en función del segmento de mercado? Tenemos la seguridad que nuestro estudio, esta investigación, será uno de los puntos de partida para poder comenzar dicho estado de la cuestión.

### **Recorte temático**

Se ha seleccionado una muestra de doce carteles de la producción cartelística de James Verdesoto perteneciente al período comprendido entre la última década del siglo XX y las dos primeras del siglo XXI, con el objetivo de determinar algunas de las constantes que caracterizan una de las principales líneas de creación de este diseñador, precisamente la línea a la que pertenecen la mayoría de sus carteles más icónicos y premiados, la cual se caracteriza –en el periodo analizado– por su apelación a recursos expresivos posmodernos, como el pastiche, la apropiación, y la intertextualidad en general, y en buena medida por la autorreferencialidad.

Por otra parte, el análisis de este corpus ha permitido determinar que los carteles de cine de Verdesoto pertenecientes a la línea de creación analizada se caracterizan también por propiciar una singularidad (es decir, la capacidad de condensar en una sola imagen la esencia formal y de contenido de la producción cinematográfica que promociona) que, al mismo tiempo que le permite cumplir con su función publicitaria, propone una semiosis que la excede, es espectador de estos carteles puede sumergirse en más de un significado sobre el mismo cartel y la experiencia que tienen los públicos al verlo como lo describe John Dewey (2008).

Hablando de historia, el 28 de diciembre de 1895, los hermanos Lumière presentaron en el Salón Indio del Gran Café –hoy Hotel Scribe– del Boulevard des Capucines de París su primera proyección cinematográfica con carácter comercial: 10 películas a un franco la entrada. Esta no fue la primera exhibición pública de una producción cinematográfica; situando al cartel como una herramienta publicitaria de acuerdo al consenso de teóricos vistos en Constantine, M. & Fern (1974).

De la ingente producción cartelística de James Verdesoto hemos seleccionado una muestra de 12 carteles de cine que nos permiten comprobar las hipótesis de nuestra investigación. Hemos tenido en cuenta, no solo la calidad gráfica de estos carteles –es decir, su calidad como piezas publicitarias y de diseño–, sino también su calidad artística. Por otra parte, también se ha tomado en cuenta para la conformación de este corpus la repercusión que han tenido estos carteles, tanto por sus valores intrínsecos, entre los que se incluyen su representatividad de las producciones que han promocionado –todo lo cual les ha propiciado un amplio reconocimiento, incluso en diversos certámenes de diseño–, como por el hecho de ser carteles de producciones cinematográficas que han comportado un éxito relevante, ya sea de taquilla, de crítica, o de ambas.

Está claro también que, en el marco en el que analizamos los objetos de diseño del corpus de esta investigación; La posmodernidad se caracteriza, entre otra cosa, por una actitud irónica, la apropiación de elementos de la cultura popular, la mezcla de estilos y técnicas, y la subversión de las normas y convenciones establecidas (Jameson, 1984). De este modo, el posmodernismo se convirtió en un movimiento artístico y cultural que abarcó todas las disciplinas, incluyendo el diseño gráfico.

Los conceptos de apropiación y pastiche son dos de las características clave del posmodernismo en general y consecuentemente del diseño gráfico. James Verdesoto es un ejemplo claro de cómo las técnicas y estilos posmodernos se han utilizado en la creación de carteles cinematográficos. Por lo tanto, la realización de un análisis crítico de las tendencias posmodernas en el diseño gráfico contemporáneo a través de la obra de James Verdesoto en la era digital (1990-2020) sería un aporte significativo al estudio del diseño gráfico y la cultura posmoderna.

### **Pregunta Problema**

¿Qué factores determinan la ¿De qué manera las estrategias posmodernas de la apropiación y el pastiche determinan la producción de sentido, la experimentación visual y la innovación estética, y conforman una línea de creación en la cartelística cinematográfica de James Verdesoto entre 1990 y 2020?

¿Cuáles son las estrategias de apropiación y pastiche que utiliza James Verdesoto en su cartelística cinematográfica entre 1990 y 2020 y cómo influyen en la producción de sentido de sus carteles?

¿Cómo la obra de Verdesoto, al utilizar elementos preexistentes de la cultura popular y artística, logra generar nuevas conexiones y diálogos entre diferentes medios y formas de expresión artística, y de qué manera esto contribuye a la construcción de una narrativa visual más compleja?

¿Qué características presenta la línea de creación posmoderna de la cartelística cinematográfica de James Verdesoto, y de qué manera esta línea de creación puede distinguirse dentro del contexto del diseño gráfico y la cultura visual contemporánea?

### **Recorrido metodológico**

Para llevar a cabo este estudio, se estableció un recorrido metodológico que guio todo el proceso. En primer lugar, considerando la hipótesis sustantiva y las predicciones particulares que se derivaron de ella, se definió que el enfoque general de la investigación sería cualitativo.

Dentro de este enfoque, se utilizó una metodología de estudio de caso para analizar la obra de James Verdesoto en la cartelística cinematográfica durante el período comprendido entre 1990 y 2020. Se seleccionaron cuidadosamente varias de sus obras representativas para realizar un análisis crítico detallado y exhaustivo, utilizando herramientas de análisis de imagen y texto.

Además, se llevaron a cabo entrevistas con el propio Verdesoto para obtener una perspectiva más profunda sobre su proceso creativo y la forma en que utiliza las estrategias posmodernas en su trabajo. También se realizaron entrevistas con otros diseñadores gráficos reconocidos, como Joan Costa y Christopher Scott, para obtener diferentes perspectivas y enriquecer la comprensión del tema.

Las entrevistas realizadas a los dos especialistas fueron entrevistas estructuradas.

Para complementar estas entrevistas y el análisis de las obras seleccionadas, con el apoyo de teóricos como Moles, Lozano, Pérez y Costa; se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura pertinente sobre la teoría posmoderna en el diseño gráfico. Esta revisión permitió situar la obra de Verdesoto en un contexto teórico más amplio y analizar las

implicaciones de las estrategias posmodernas en el diseño gráfico y la cultura visual contemporánea.

El marco teórico ha sido fundamental en esta metodología, ya que ha permitido fundamentar la investigación en las teorías posmodernas y en el diseño gráfico contemporáneo. Así mismo, la revisión de la literatura pertinente permitió analizar en profundidad conceptos teóricos clave, como la apropiación, el pastiche y la cultura visual posmoderna aplicados a partir de lo dicho por Jameson, F. (1991). Estos conceptos fueron cruciales para analizar la obra de Verdesoto y su relación con las teorías posmodernas en el diseño gráfico.

Abordamos, siempre como instrumento, el análisis retórico de la imagen, ya que, como señala Joly (2009a, p. 95), “el inventario y la clasificación [de las figuras retóricas en la imagen publicitaria] deben ser sólo auxiliares al servicio de un proyecto analítico, sin el cual pierden todo interés”.

La utilización de una matriz de análisis basada en variables simétricas es común en estudios de investigación en ciencias sociales, ya que permite comprender la relación y la importancia de las variables en el fenómeno analizado, como señalan Sautu et al. (2006). En este estudio, la variable de imagen fotográfica se utilizó para evaluar la representación del objeto o persona en la fotografía, así como los valores de plano y la presencia de ilustraciones concéntricas o retoques fotográficos. Esto es relevante porque, según Baudrillard (1981), la imagen fotográfica no solo representa la realidad, sino que también crea una realidad propia que puede ser manipulada. Por otro lado, la variable de contenido permitió analizar cómo los elementos visuales del cartel, como las formas vectoriales, los elementos tipográficos y la superposición de imágenes, transmiten el mensaje y crean significados complejos y profundos, como afirman Kress y van Leeuwen (2006). En resumen, la matriz de análisis basada en variables simétricas fue fundamental para examinar detalladamente las variables más relevantes en la obra de Verdesoto y su relación con las teorías posmodernas en el diseño gráfico y la cultura visual contemporánea.

### **Desarrollo de la investigación**

Se estableció una reflexión sobre la importancia y la influencia de estas tendencias posmodernas en el diseño gráfico contemporáneo y cómo se relacionan con el arte y la cultura visual actual a partir de una muestra de 12 carteles seleccionados para esta investigación con vistas a determinar algunas de las constantes que revelan la marca de autor de este diseñador.

A partir de la matriz de análisis buscamos identificar cómo la obra de Verdesoto ha sido influenciada por una amplia gama de estilos y tendencias, lo que demuestra la habilidad del artista para incorporar elementos de diferentes épocas y géneros en su trabajo. Además, el enfoque en la apropiación y el pastiche le ha permitido crear obras originales y sofisticadas, que a menudo desafían las convenciones tradicionales del diseño gráfico.

Para estos resultados hemos aproximado en cada cartel seleccionado a partir del análisis de los aspectos textuales, los aspectos icónicos, los aspectos cromáticos, la iluminación y el ángulo fotográfico, el análisis del equilibrio y la estética, y de la comprensión de la categoría fílmica de la obra mediante los elementos utilizados para la composición del cartel de cine.

Por otra parte, la teoría de Mukarovsky (1971) nos ayudó a comprender las funciones y normas que rigen los valores estéticos como hechos sociales, lo que nos permite definir el papel de los aspectos icónicos en los carteles de Verdesoto. En este estudio, se aborda la función estética como un elemento clave en la composición de cada cartel, lo que afecta a su capacidad para llegar a distintos estratos sociales.

### **Marco teórico**

El marco teórico se enfoca en tres conceptos clave: posmodernidad, apropiación y pastiche, y cómo estos conceptos se relacionan con la cartelística cinematográfica de James Verdesoto.

La posmodernidad es un término ampliamente utilizado en las ciencias sociales y humanas, y se refiere a un período histórico y cultural que sucedió después de la modernidad. Según Jameson (1991), “la posmodernidad se caracteriza por una crisis de la temporalidad y la historicidad” (p. 10), así como por la diversidad, la fragmentación y la falta de una gran narrativa o verdad universal. En términos de diseño gráfico y cultura visual, la posmodernidad se manifiesta en la apropiación de elementos visuales de diferentes épocas y estilos, y la mezcla de estos elementos para crear algo nuevo.

La teoría de la postmodernidad destaca el papel de la cultura de masas y la intertextualidad en la producción de significados y la creación de nuevas obras. La apropiación y el pastiche en los carteles de cine son técnicas que se ajustan a esta teoría al tomar elementos de diferentes obras y combinarlos para crear nuevas obras que pueden generar múltiples interpretaciones y significados.

Para Nelson (2003) la apropiación es un proceso creativo en el cual se toma un elemento existente y se utiliza de una manera diferente a su uso original. En el contexto del diseño gráfico y la cultura visual contemporánea, la apropiación es una práctica común para crear nuevas obras de arte, incluyendo carteles cinematográficos. La apropiación puede ser una forma de crítica o comentario sobre la cultura de la que se toma el elemento, o simplemente una forma de crear algo nuevo y original.

Finalmente, Hall (2018) dice que el pastiche se refiere a la combinación de elementos de diferentes estilos y épocas para crear una obra nueva que imita y parodia los estilos y convenciones de la época original. En el contexto de la cartelística cinematográfica de James Verdesoto, el pastiche es una técnica común utilizada para crear carteles que evocan la nostalgia y la estética de diferentes épocas y estilos cinematográficos.

En resumen, el marco teórico propuesto para esta investigación se enfoca en la posmodernidad, la apropiación en cuanto a lo mencionado por Márquez en “la cultura remix” (2020) y el pastiche como conceptos clave para entender la cartelística cinematográfica de James Verdesoto en el contexto del diseño gráfico y la cultura visual contemporánea. Al utilizar estos conceptos como base teórica, se espera que se puedan identificar patrones y tendencias en la obra de Verdesoto y establecer una interpretación crítica de su trabajo en relación con la cultura visual contemporánea.

### **Aportes al campo del conocimiento**

Esta investigación cumple con tomar la posta de una serie de estudios previamente realizados que han constituido la curiosidad de muchos investigadores en Diseño desde hace

décadas, sin embargo, la vacancia aprobada para este recorrido investigativo ha quedado demostrada con singulares postulados en los que se apoya la obra de James Verdesoto con la implementación de la apropiación y el pastiche en el marco de las libertades y la autonomía que postula el pensar posmoderno. Deja una pauta y camino definido para futuras investigaciones en materia de diseño con un énfasis en lo cinético visto el contexto actual posterior al recorte de este estudio

Todo esto lo recorrimos a partir de un modelo de tipo analítico y teórico, se ha seleccionado una muestra de doce carteles de la producción cartelística de James Verdesoto perteneciente al período comprendido entre la última década del siglo XX y las dos primeras del siglo XXI, con el objetivo de determinar algunas de las constantes que caracterizan una de las principales líneas de creación de este diseñador, precisamente la línea a la que pertenecen la mayoría de sus carteles más icónicos y premiados, la cual se caracteriza –en el periodo analizado– por su apelación a recursos expresivos posmodernos, como el pastiche, la apropiación, y la intertextualidad en general, y en buena medida por la autorreferencialidad.

De la ingente producción cartelística de James Verdesoto hemos desmantelado a través de la matriz de análisis una muestra de 12 carteles de cine que nos permiten comprobar las hipótesis de nuestra investigación.

Está claro también que, en el marco en el que analizamos los objetos de diseño del corpus de esta investigación; La posmodernidad se caracteriza, entre otra cosa, por una actitud irónica, la apropiación de elementos de la cultura popular, la mezcla de estilos y técnicas, y la subversión de las normas y convenciones establecidas (Jameson, 1984).

## Referencias

- Constantine, M. & Fern, A. (1974). *Revolutionary Soviet Film Posters*. The Johns Hopkins University Press.
- Costa, J. (2005, April 14). ¿El diseño es arte? FOROALFA. <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-es-arte>
- Dewey, J. (2008). *El arte como experiencia*. Paidós.
- Jameson, F. (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Paidós.
- Jameson, F. (1985). *Posmodernismo y sociedad de consumo*. En H. Foster (Ed.), *La posmodernidad* (pp. 165-186). Editorial Kairós.
- Joly, M. (2009a). *Introducción al análisis de la imagen*. la marca editora.
- Joly, M. (2009b). *La imagen fija*. la marca editora.
- Márquez, I. (2020). El cartel de cine en la cultura remix. *Historia y comunicación social*, 25(1), 161-169. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/69234>
- Moles, A. (1976). *El afiche en la sociedad urbana*. Paidós.
- Nates, M. B. (2019, August 22). *Nonágono semiótico UN Modelo Operativo para la investigación ...* - UNAV. <https://www.unav.es/gep/GuerriVIIIJornadasPeirceArgentina.pdf>.
- Nelson, R. S. (2003). *Appropriation*. En R. S. Nelson y Richard Shiff (Eds.), *Critical terms for art history* (pp. 160-173). The University of Chicago Press.
- Pérez, J. P. (2010). *El cartel de cine hoy*. *Pensar la Publicidad*, IV(2), 71-88.
- Pérez, M. (12 de noviembre del 2017). *Sombras y clics modernos*. Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/75188-sombras-y-clics-modernos>



Rodríguez, P. (2020). James Verdesoto explica cómo ideó sus carteles de cine más famosos. Signo editores Numen. <https://www.signoeditoresnumen.es/james-verdesoto-explica-como-ideo-sus-carteles-de-cine-mas-famosos/>  
Sautu, R.; Boniolo, P.; Dalle, P. y Elbert, R. (2006). Manual de Metodología. Campus Virtual.

### **37. Varela Sojo, Xinia Isabel**

(Diseñadora Industrial / Tecnológico de Costa Rica / Mg. cum laude in Strategic Design: design of the value offering)

*Concepciones proyectuales. Hacia una conceptualización del proceso proyectual y el rol del diseñador en empresas de diseño industrial costarricense, fundadas entre los años del 2008 y el 2018.*

#### **Resumen**

La presente investigación se enmarca en el tema de la economía creativa y se concentra, en particular, en indagar las concepciones que tienen los diseñadores industriales empresarios costarricenses referentes al proceso proyectual y el rol del diseñador. Planteada desde un enfoque cualitativo, esta tesis estudia las nociones de los diseñadores industriales sobre los conceptos mencionados y considera su entorno corporativo y su experiencia como empresarios creativos en territorio costarricense.

#### **Conclusiones**

La hipótesis general de partida que se planteó en este estudio señala que la práctica proyectual en las empresas creativas de diseño industrial costarricense (fundadas entre los años 2008 y 2018) se describe como un proceso que ajusta su estructuración según el problema por abordar. Ante esto el rol del diseñador se debe conjugar entre la gestión empresarial y la participación en los procesos de diseño ejecutados en su propio negocio, como lo afirman Leiro (2006), De Pietro y Hamra (2010) y Piazza (2018).

Según los resultados de la investigación, queda en evidencia que los diseñadores industriales empresarios cumplen un rol en el cual se debaten entre la gestión de la empresa y su participación en el proceso creativo. Sin embargo, tanto en los casos de la tipología de productos como en los de servicios, predomina el rol de gestor sobre la práctica operativa del proceso creativo.

El diseñador industrial adquiere, en el entorno de la economía creativa, un rol que pasa de ser operativo enfocado en el desarrollo de una solución, a ser un gestor que integra diferentes variables. Estas le permiten salir a flote no solo con el proyecto de diseño, sino que también le permiten continuar con la rentabilidad de la empresa e ir adaptando su forma de actuar a las distintas variables que interfieren en su proceso proyectual.

El diseñador industrial maneja una complejidad que se extiende más allá del proceso proyectual, ya que tiene que resolver temas inherentes a su empresa. En el proceso proyectual intervienen factores internos y externos en la empresa creativa, los cuales modifican la forma como se aborda éste según el problema o necesidad por resolver. La mayoría de los