

La intervención del Diseño en la representación de la información cultural: Análisis de la gráfica de los suplementos culturales de los diarios.

Noemí Galanternik*

Resumen/ La intervención del Diseño en la representación de la información cultural: Análisis de la gráfica de los suplementos culturales de los diarios.

A través del relevamiento de los suplementos culturales de los principales diarios de Buenos Aires, la investigación aborda la problemática de la relación entre el Diseño y la cultura. Las noticias de los hechos culturales en forma de información –reportajes, entrevistas, crónicas, críticas, guía de actividades, trabajos de creación literaria- constituyen secciones que ampliadas con la incorporación de los suplementos de cultura joven representan en su conjunto la información cultural. El objetivo del proyecto es determinar las modalidades de representación gráfica que adquiere en el diario la información cultural desde las variables simbólicas, temáticas y de representación.

El trabajo de investigación ha sido realizado en el marco del Programa de Becas de Posgrado del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Palabras clave

Cultura - cultura de los jóvenes - diarios - Diseño - Diseño Gráfico - suplementos culturales.

Summary / The intervention of Design in the cultural information press: Analysis of graphic design in newspaper cultural supplements.

Through the research of cultural supplements of the main newspapers of Buenos Aires the investigation undertakes the problematic relation between the Design and culture. The cultural news –reports, interviews, chronic, critics, activities guide ,literature - form sections, now expanded with youth culture supplements gathering the cultural information. The objective of this project is to determine the graphic representation modalities udes by the newspapers on the cultural information, differents thematics, symbolism and representation.

The research work presented has been done within the framework of the Postgraduate Scholarship Program of the Design and Communication Studies Centre of the School of Design and Communication, Universidad de Palermo.

Keywords

Cultural supplements - culture - Design - Graphic Design - newspaper - young culture.

Resumo / A intervenção do Design na representação da informação cultural: Análises da gráfica dos suplementos culturais dos jornais.

Através do relevamento dos suplementos culturais dos principais jornais de Buenos Aires, a pesquisa aborda a problemática da relação entre o Design e a cultura. As notícias culturais em forma de informação –reportagens, entrevistas, crônicas, críticas, guia de atividades, trabalhos de criação literária- constituem seções que, ampliadas com a incorporação dos suplementos de cultura jovem, representam no seu conjunto a informação cultural. O objetivo do projeto é determinar as modalidades de representação gráfica que consegue no jornal a informação cultural desde as variáveis simbólicas, temáticas e de representação.

O trabalho de pesquisa que se apresenta têm sido realizado no marco do Programa de Becas de Pós- graduação do Centro de Estudos de Design e Comunicação da Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo.

Palabras chave

Cultura - cultura jovem - Design - Design Gráfica - jornais - representação - suplementos culturais.

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos], Nº 22 (2006). pp 53-71. ISSN 1668-0227

*Noemí Galanternik. Diseñadora Gráfica (UBA) Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo (en curso) Becaria del Programa de Becas de Investigación de Posgrado Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
infocedyc@palermo.edu

El trabajo de investigación ha sido realizado en el marco del Programa de Becas de Posgrado del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

El Diseño, a través de la historia, fue utilizado política y económicamente para el desarrollo de algunas naciones e ideologías. Según el período histórico, es mayor o menor el rol que cumple, ya sea a favor o en contra del poder. En ciertos momentos, quizás de forma poco evidente, cumple igualmente un papel legitimador de modelos y poderes económicos. El “estilo” es una consecuencia de factores económicos, sociales, políticos o filosóficos.

El Diseño refleja la cultura, por un lado en su representación en piezas gráficas y por el otro interviene en la construcción de la misma. Mientras la mayoría de la gente lee el diario, no percibe la manera en la cual la presentación de la información, a través de las fotografías, ilustraciones y puesta en página, los va “formando”. El Diseño tiene la posibilidad de influir en el contenido de la pieza.

Los suplementos culturales conforman un espacio destinado por los diarios para interpretar, difundir, criticar y comentar los sucesos culturales. Dentro de los suplementos culturales se pueden encontrar noticias de hechos culturales en forma de información, reportajes, entrevistas, crónicas, comentarios, críticas, guías de actividades, también pueden contener trabajos de creación literaria, como cuentos o ensayos. Estas secciones se van ampliando con la incorporación de los suplementos de cultura “joven” y en relación a sus versiones.

La diferenciación del público joven nace en la década del '60, en la cual asume características que lo diferencian del público “adulto” e incluso se oponen a él. Esta situación aumenta en los años '80 en la cual los grupos son cada vez más exclusivos y diferenciados y se ve reflejado en el lanzamiento de los suplementos de cultura joven de los diarios argentinos en los '90. Los suplementos culturales de la prensa se sitúan en un lugar complejo en el cual se plantea la situación de intermediar entre la especialización de los contenidos que se manejan y la circulación masiva del medio en el cual se inscriben.

El objetivo del trabajo es determinar cómo está representada gráficamente en el diario la información cultural y de qué forma el diario representa a la “cultura” a través de sus suplementos. A qué valores responde, cuáles son los temas que incluye y de qué forma son tratados gráficamente.

Línea histórica

- Relevamiento de los suplementos culturales de los principales diarios.

Aparición de los suplementos dedicados a la cultura joven en los grandes diarios: El *Sí* de *Clarín*, el *No* de *Página/12*, y *Vía Libre* de *La Nación*. Relación con el contexto en el que se generan.

El suplemento cultural de *La Nación*, fue dirigido en diferentes momentos por Arturo Cancela, Enrique Méndez Calzada y Eduardo Mallea. El primer suplemento fue lanzado en 1902 y se caracterizaba por ser un suplemento ilustrado.

El primer suplemento cultural de *Página/12* se llamó *Primer plano*. Se lanzó en el año 1987, contando como editor con Tomás Eloy Martínez, y se transformó en *Radar* en el '96.

Primer plano fue un espacio en el cual confluyeron pensadores y escritores que volvían al país con la democracia. La temática principal del suplemento se relacionaba con la literatura.

El contenido y el diseño de *Radar* son un poco más “arrevistados”. La temática de las notas se amplía, otorgándole jerarquías similares en distintos momentos al cine, la música, el teatro y las artes plásticas. Sin embargo, la literatura mantiene un lugar privilegiado, ya que *Página/12* cuenta también con un suplemento literario llamado *Radar libros*.

En los años '90 nacen los suplementos jóvenes de los diarios, el *Sí*, el *No* y *Vía Libre*, que primero se llamó *La Nación Rock*.

- Análisis del desarrollo de la tipografía para diarios a través de la historia.

Éste se realizó para establecer, a partir de él, las características que debe tener una fuente para diarios impresos actualmente.

La tipografía para texto que se utiliza en los diarios impresos tiene su origen en los aspectos técnicos del soporte y la impresión. El desarrollo del diseño tipográfico y los avances de las máquinas de impresión y composición se vieron influenciados por la necesidad de velocidad en la producción. Otra característica de este medio es la necesidad de economizar espacio y lograr legibilidad en fuentes con cierto grado de condensación y en cuerpos pequeños.

Los historiadores tipográficos tendieron a despreciar las tipografías para diarios, fueron prácticamente dejadas de lado en la historia. Desde que la inspiración del período expansionista de la post guerra civil norteamericana estaba puesta en la mecánica, la estética del Diseño de fuentes era muy poco considerada. Por lo tanto, la mayoría de las tipografías para libros y diarios parecían tener características iguales, difícilmente mejorando la herencia de las letras clásicas. Antes de la utilización de la máquina de Ottmar Mergenthaler, que industrializó la composición en 1884, la mayoría de los diarios del Siglo XIX estaban compuestos en tipografías que pueden encuadrarse en el término *modern romans*.

Con la introducción de la prensa rotativa, los ojos de las letras se empastaban, por lo cual Linotype buscó una fuente que resistiera y comenzó a utilizar en 1925 el tipo lónico de 1840.

En los años '20 y '30 se produjeron grandes avances en relación a la velocidad, ventaja que a su vez generó algunos defectos, como empastes en determinadas zonas de las letras. En 1931, Griffiths realizó una investigación para Linotype que dió como resultado el *Excelsior*, diseñado específicamente para su utilización en periódicos.

Los diseñadores de fuentes para diarios a través de la historia, se encontraron con necesidades técnicas que fueron generalmente incompatibles con la estética tipográfica. Cada innovación a nivel tecnológico generó problemas a resolver para el diseño de fuentes.

Se desarrolló un catálogo de las fuentes diseñadas especialmente para diarios a través de la historia y los avances tecnológicos. Se realizó una descripción de sus características con el objetivo de proporcionar categorías aplicables en el análisis de las fuentes en estos casos.

- Análisis de las ilustraciones y caricaturas.

Principales ilustradores que influyeron en la identidad del suplemento. Comparación con las utilizadas en el resto del diario y demás suplementos.

Los avances tecnológicos permitieron en el siglo XX, sobre todo a partir de los años '20, que los suplementos incorporaran la ilustración y la fotografía. En los últimos años surgió la posibilidad de utilizar el color y una mayor calidad en la reproducción de las imágenes. En 1902, cuando el diario *La Nación* lanzó el suplemento ilustrado de los jueves, podía leerse: "La nota ilustrada correrá a la par de la palabra impresa, dando las artes gráficas forma nueva y más perfecta a la acción del periodismo, en su constante batallar por la difusión de las ideas y las informaciones."

Las revistas habían incorporado las ilustraciones y fotografías con anterioridad. Ya en la década de 1880, se podían encontrar en publicaciones como *El mosquito* y *Don Quijote* dobles páginas con caricaturas. *Caras y caretas* fue lanzada en 1898, a un precio muy accesible, y contaba con fotografías e ilustraciones en un nivel de lectura paralela al texto.

Según Rivera (1995), los pintores y dibujantes que colaboran en un suplemento definen una "estética" propia que genera una identidad determinada. Las ilustraciones conforman un registro de la "atmósfera" y los estilos artísticos de la época y a la vez, tienen la capacidad de sugerir una segunda lectura desde la perspectiva de su autor. "El doble circuito visual de lo plástico y lo fotográfico convirtió a los suplementos en una suerte de auténtico museo cotidiano, en el que pueden rastrearse simultáneamente la producción de talentosos artistas e ilustradores -y en este sentido constituyen una impensada *summa artis* que es a la vez una historia de la ilustración y de las propias artes plásticas- junto con un gigantesco archivo iconográfico -casi imposible de pensar como un proyecto editorial unitario- que registra las huellas de décadas y décadas de actividad cultural."

El suplemento *Cultura y Nación* de *Clarín* contó con las ilustraciones características de Hermenegildo Sábat. Además de este suplemento, Sábat dibujó para las secciones *Política y Política Internacional* de este diario desde 1973. Participó, desde su llegada a Buenos Aires desde Montevideo, en *Primera Plana*, en el suplemento *La Opinión Cultural* y en *Crisis*. Según Rivera (1995), Sábat se distingue por su capacidad de plantear a la ilustración como "periodismo", otorgando al lector simultáneamente información y opinión.

En los inicios del *No*, igual que ahora, se encontraba la tira FMérides truchas de Daniel Paz y en la última página, *Clara de Noche*.

Las temáticas de la tira de Paz se relacionan generalmente con el rock, con guiños dirigidos a un lector más o menos "entendido". *Clara de Noche* está protagonizada por una prostituta.

También contaba con las *Postales* de REP, que no aparecieron exclusivamente en este suplemento, también lo hicieron en la última página del diario *Página/12*, en la revista *Página/30* y en otras publicaciones no relacionadas con el diario como *Fierro*, *Cain* y *Humor*. De todas formas, las tiras y las ilustraciones de REP, se relacionan directamente con *Página/12*, aunque no únicamente con el *No* y *Radar*.

La Nación Rock comenzó con una tira titulada *Punk y circo*. *Vía Libre* estuvo durante un período relacionado con las ilustraciones y collages característicos de Martín Kovensky. En los ochenta, Kovensky participó en la llamada movida underground de la época, y publicó sus dibujos en medios como *El Porteño*, *Crisis y Cerdos & Peces*. Del '92 al '95 diseñó la revista *Página/30* donde investigó la generación de imágenes utilizando el soporte digital. En 1998 comenzó a publicar sus dibujos en *La Nación*.

Selección de los diarios y suplementos

- Construcción del Corpus.

Selección de los tres principales diarios de Capital Federal: *Clarín*, *La Nación* y *Página/12*.

Se seleccionaron para el análisis los suplementos donde se vuelca la información cultural.

Clarín: La Revista de cultura *Ñ* y el Suplemento Joven *Si*.
La Nación: El Suplemento *Cultura*, el Suplemento *Enfoques* y *Vía Libre*.

Página/12: *Radar*, *Radar Libros* y el Suplemento *No*.

Estos ocho suplementos serán relevados durante dos meses. Calculando que los suplementos son semanales, se contaría con un total de 64 ediciones en este período.

El objetivo será comparar y analizar estos suplementos. Tomando ese período de tiempo, se abordaron diferentes temas, tratando de abarcar distintas áreas de la cultura:

1. Festival de cine independiente de Buenos Aires
2. Festival de cine de Mar del Plata
3. 20 años de la muerte de Cortázar
4. 10 años de la muerte de Cobain
5. Dada y surrealismo, colección Schwarz, Malba

Estos temas son abordados por los suplementos desde diferentes perspectivas, otorgándoles mayor o menor importancia, incluyéndolos en determinado suplemento del diario.

Análisis de la gráfica impresa

Una decisión con respecto a cómo se presenta la información, ya sea en textos, infografías, cuadros, ilustraciones o fotografías, interviene en el contenido del suplemento.

El lector ya no lee ordenadamente todos los párrafos sino que escanea y elige qué leer. El punto de entrada de cada página es la fotografía con su epígrafe y luego el título.

Se establecerá cuál es la "jerarquía" propuesta por el diario para sus suplementos.

Clarín presenta un Suplemento de *Cultura Joven* como el *Si* y una Revista de Cultura como *Ñ*. Mientras que *La Nación* cuenta con *Enfoques del País* y del *Mundo*, *Cultura* que trata libros, autores y tendencias, y por último *Vía Libre*. *Página/12*, publica los suplementos *Radar*, *Radar Libros* y el *No*.

A partir del análisis comparativo de los suplementos,

se verá cómo es tratado gráficamente determinado tema y en cuál de los suplementos del mismo diario es incluido. Análisis de los casos más destacados.

Antecedentes

- Diferenciación entre el carácter de “sección” y el de “suplemento”.

Los suplementos están integrados al cuerpo principal del diario en cuanto a la distribución, y pueden estarlo en mayor o menor medida con respecto al formato y la diagramación. Los contenidos son más específicos, en general tienen un equipo y un editor propio y una línea editorial que puede estar más o menos cercana a la del diario.

Según la mayoría de los investigadores, la revolución en la diagramación de los diarios se debe principalmente a la introducción de nuevas tecnologías, pero también a la competencia por parte de otros medios. Pero la realidad es que los periódicos en general fueron lentos en incorporar nuevas tecnologías. También tardaron en responder a la competencia generada por otros medios. Las revistas utilizaron la fotografía mucho antes que los diarios, la televisión color era común veinte años antes que el color apareciera en las páginas del diario.

Harold Evans, editor del *Sunday Times*, realizó un relevamiento de diferentes y significativos diarios en el Siglo XX: *The Washington Post*, *Daily Express*, *Daily Mirror*, *New York Daily News* y *The Times*. Los cambios en el diseño de los periódicos son un reflejo de las transformaciones en la sociedad. Según Evans, los archivos demuestran cómo “las innovaciones se transforman en tendencias y cómo las tendencias llegan a ser convenciones.”

En ese relevamiento, demuestra la influencia de las guerras en las tendencias del diseño. La identidad de los periódicos norteamericanos comenzó a hacerse fuerte a partir de la guerra con México y la fiebre del oro y de la Guerra Civil, a través de titulares mayores e ilustraciones. Por ejemplo, el *Washington Post* colocó un titular en bandera, de tres líneas, cuando los bolcheviques rusos se apoderaron de Petrogrado en 1917.

Presenta el caso del *Daily Mirror*, que fue el primero en explotar las ilustraciones en grandes tamaños y la doble página central para fotografías. El periódico fue revolucionario ya que dirigió su estrategia hacia las clases obreras, a través de artículos cortos, titulares grandes y mayor cantidad de fotografías. La utilización de un lenguaje directo se ve reflejado en el diseño, a través de titulares grandes en tipografía sans serif.

Un estudio realizado por Barnhurst y Nerone sobre el cambio de las portadas de los diarios norteamericanos entre los años 1885 y 1985 reveló que las portadas a través de ese siglo se ordenaron y se volvieron menos densas. Una portada promedio actual posee menos temas y más blanco, lo cual resalta la importancia de cada tema. Las notas que figuran en la portada generalmente continúan a través de saltos a otras páginas. Otro resultado que se obtuvo de este trabajo fue el número de palabras por página, que refleja una gran caída en los últimos años.

Históricamente los cambios en el diseño de los periódicos fueron paulatinos, pero en los últimos años se ace-

leraron a tal punto que se puede hablar de una revolución. La mayoría de los periódicos adoptaron todas las características del estilo “moderno”: Menor cantidad de columnas, ilustraciones prominentes, diagramación horizontal, menos historias, tipografía para titulares simplificada, incorporación de infografías y fotografías de gran tamaño en la portada.

Las tipografías utilizadas por los periódicos fueron cambiando no sólo debido a los avances tecnológicos y a las nuevas posibilidades que éstos generaban sino también según las tendencias. Hubo un incremento en los cuerpos utilizados para el texto.

Según Mario García, los diarios se volvieron menos diversos, con un diseño más uniforme. Las diferencias entre las fotografías seleccionadas es superficial. En definitiva, la coincidencia de estilo entre la mayoría de los diarios refleja posturas ideológicas similares.

En este desarrollo, no se produjo un quiebre notorio a raíz de la introducción de nuevas tecnologías, incluso en algunos casos, los cambios en el diseño antecedieron a los tecnológicos. No depende de la tecnología haber reducido la cantidad de columnas ni utilizar más ilustraciones, ya que esto era posible desde los orígenes.

Sin embargo, la introducción de nuevas tecnologías fue siempre un incentivo para los cambios en los diarios. Un ejemplo de esto podría ser el rediseño del *Wall Street Journal*. En sus inicios, en 1889, estaba compuesto de cuatro páginas de texto en cuatro columnas en las cuales en pocas oportunidades aparecían imágenes. A pesar de haber crecido en contenidos y en nuevas secciones, de haberse convertido en el segundo diario de Estados Unidos y líder en la comunidad financiera, su línea general de diseño no cambió.

En el año 2000, el diario comenzó a realizar mejoras a nivel tecnológico. Renovaron sus prensas lo cual, además de agilizar la producción, generaba nuevas posibilidades como la mayor utilización del color, secciones adicionales y páginas un poco más pequeñas.

Los cambios a nivel mecánico o tecnológico generaron la oportunidad de un rediseño del diario. Se contrató a Mario García como consultor, quien describió el proyecto como *WED (Writing, Editing, and Design)* concepto para definir el entendimiento y la integración de las disciplinas periodísticas. El proceso de rediseño involucró a periodistas, editores, diseñadores y artistas, que participaron en las discusiones que dieron dirección al rediseño, con la posibilidad de realizar comentarios y críticas en la etapa de los prototipos.

En general, la introducción de nuevas tecnologías se utilizó casi como una excusa, pero no fue la causa principal del cambio.

Otro elemento que influyó fue la competencia. A partir de los años '40 los editores notaron que los lectores eran atraídos por la radio, las revistas de noticias y posteriormente la televisión. Así como la radio reorientó su estrategia hacia la especialización en música, los diarios decidieron imitar a su competencia, abriéndose hacia los cambios en el diseño.

La influencia de las revistas no fue siempre bien adaptada por los diseñadores de periódicos, como en el caso de la diagramación modular. Este tipo de diagramación consiste, en las revistas, en mantener la misma unidad de medida, ya sea un cuadrado o un rectángulo, que

determina la escala y la ubicación de cada elemento de la página. En el caso de los diarios, no existe ese módulo, por lo cual termina siendo simplemente una rectificación del formato tradicional.

El diseño de los periódicos reflejan la tendencia en un nivel mayor del paso del estilo victoriano al estilo moderno. El diseño del siglo XX en general siguió al triunfo del estilo moderno, y en particular el diseño de periódicos siguió también esta tendencia. En los medios impresos, el estilo moderno impactó en primer lugar en la publicidad y en las revistas, luego lo hizo en los diarios. La mayoría de los diseñadores e investigadores, invocando los cambios tecnológicos y la competencia de otros medios, desarrollaron una racionalización de lo que realmente fueron decisiones de estilo.

Se produjo además una profesionalización, esto implicó una autoridad del experto o profesional para delinear el mundo para los lectores, para trazar un recorrido por la realidad. El titular moderno le dice al lector el punto importante de la nota, los artículos son digeridos y organizados para el lector. La presentación de las noticias demanda orden, jerarquías y usabilidad. La tendencia en el diseño de un periódico responde en mayor medida a un estilo y a una ideología que a los avances tecnológicos y la competencia. El diseño legitima estilísticamente las tendencias culturales.

Análisis de la relación del suplemento con el cuerpo del diario.

La cantidad de páginas de las ediciones diarias aumentó, tendencia que responde a la necesidad de aumentar los espacios publicitarios y hacer frente a la competencia de otros diarios.

Se agregaron secciones y suplementos especializados, los cuales a su vez poseen portadas propias.

Con el objetivo de ampliar el número de lectores, la estrategia de los diarios se basa en dividir la información en secciones dirigidas puntualmente a diferentes tipos de público.

Al comprar el diario, el lector paga por todas las secciones, aunque no sean de su interés. Ante esta situación, *Clarín* amplió y dividió sus suplementos hasta llegar a una especialización tal que se convirtieron en diarios independientes o suplementos opcionales pagos. El primer caso fue el diario deportivo *Olé*. El año pasado se lanzó la revista de cultura *Ñ*, y este año la revista *PyME* y el diario de arquitectura *arq*.

Comparación de categorías que se mantienen o son modificadas: el formato, la grilla, ancho de columnas, cuerpos tipográficos y titulares, tipo de papel.

El formato juega también un rol importante en la definición de la identidad. En algunos países los tabloides son aún un sinónimo de prensa amarilla, en otros de prensa regional. Es importante que el formato pueda adecuarse a los contenidos y necesidades del suplemento. En los tabloides como *Clarín*, existe el problema de la cantidad de páginas y la separación de los suplementos del cuerpo principal. Se hace más difícil saber dónde empieza cada suplemento. Generalmente tienen el mismo formato el diario y los suplementos y sus páginas son más numerosas.

Página/12 es un tabloide grande, pero sucede lo mismo en relación a los suplementos, aunque en este caso no

cuenta con tanta cantidad de páginas.

El formato sábana, como el de *La Nación*, permite agrupar las noticias con mayor coherencia, los suplementos se separan fácilmente pero es menos cómodo en su despliegue, según la situación. Existe la posibilidad de que el suplemento sea en diferente formato, como el tabloide o demás alternativas menores que combinan con el sábana. El suplemento *Via Libre* está diagramado en formato tabloide, por lo que presenta diferencias en la diagramación con respecto al cuerpo principal del diario y a los suplementos que mantienen el formato. En la tapa de *Ñ*, así como en la de *Cultura*, *Enfoques*, *Via Libre*, el *No* y el *Sí*, figura el logotipo de cada diario, pero en *Radar* y *Radar Libros*, no. Éste último cuenta con la leyenda "suplemento literario de *Página/12*".

Los suplementos culturales

En el caso de *Via Libre*, así como en el *Sí* y el *No*, existe mayor libertad con respecto a la estructura que plantea la grilla. Las páginas no están siempre adecuadas a la modulación de la grilla editorial, teniendo en algunos casos bloques de texto en diagonal, en vertical o con alguna forma determinada. El texto se relaciona con las imágenes de otra manera.

Esto se evidencia incluso en las portadas, en las cuales el logotipo del suplemento no se encuentra siempre en la misma ubicación, ni los titulares con la misma tipografía. En ocasiones, hasta el logo y el titular forman parte de una imagen general o se transforman adquiriendo un estilo que se relaciona con la temática tratada. Los casos de *Cultura* y *Enfoques* de *La Nación* reflejan un sistema un poco más cerrado en cuanto a las constantes que los relacionan con el cuerpo principal del diario y algunos de los demás suplementos.

Los suplementos de cultura joven manejan notas más cortas, y en general las páginas se encuentran fraccionadas con cuadros, destacados o información a modo de fichas. En el caso de *Ñ*, las notas son más largas pero se encuentran igualmente interrumpidas por columnas y fichas. Generalmente cuentan con una ficha que presenta al personaje de la nota y alguna opinión.

- Logotipo propio del suplemento. Marca y diseño del logotipo.

Análisis de la denominación del suplemento y su relación con el diario, ya que la denominación influye en la lectura del mensaje.

La letra elegida para denominar la revista de cultura de *Clarín* representa en cierta forma al idioma español, ya que es propia de él y es polémica porque se encuentra en discusión su eliminación del alfabeto. *Ñ* surgió en un contexto en el cual se revaloriza lo latino y lo argentino. El suplemento joven se llama *Sí*, lo cual en una primera lectura refleja una actitud de aceptación, positiva.

Los suplementos *Radar* y *Radar Libros* responden a la misma idea de un detector, de la situación de estar alerta a lo que sucede en relación a la cultura. El *No* marca una situación de rebeldía, relacionada a la edad y actitud de sus lectores, y respondiendo al estereotipo del *rock*. El suplemento *Cultura* de *La Nación* refleja la tradición y continuidad que le da su prestigio, y responde a la idea de cierta formalidad o solemnidad. *Enfoques* representa el concepto de distintos puntos de vista, de opinión y

debate. *Via Libre*, responde a una idea similar a la del *Si*. Los logotipos para diarios y revistas poseen diferentes requerimientos que la marca de una empresa, institución o incluso otros productos. En el caso de los suplementos, es aún más específico, ya que como la portada, el logotipo no va a competir visualmente en un kiosco con otros diarios y revistas, ya que es incluido como parte del diario.

La evaluación de la calidad gráfica va más allá de la pertinencia del símbolo para ese caso particular, requiere del desarrollo de una cultura gráfica y tiene relación con la pureza estilística del lenguaje gráfico escogido. Es importante la buena definición del tipo o tipos de signo necesita, si es un logotipo, un símbolo, ambos, si lleva color, si es una sigla o el nombre completo.

El logotipo debe inscribirse dentro del paradigma estilístico del sector o institución, o al ser una transgresión debe poder institucionalizarse.

- Portada o tapa.

Título dominante e imagen dominante, pueden coincidir en su temática o no, aunque por lo general se presenta una nota principal con una sola imagen en la tapa. A diferencia de una revista o de la portada general del diario, los suplementos no compiten en un kiosco independientemente, sino que forman parte del diario. Con excepción del caso de *N*, cuya compra es optativa. En la mayoría de los suplementos analizados la portada funciona como tapa, presentando a través de una imagen, un titular y una bajada, la nota principal que luego se desarrolla en el interior. Las excepciones son *Cultura y Enfoques*, que también son los únicos en formato sábana. En estos dos casos el texto de las notas comienza en la portada, como sucede en el cuerpo principal del diario. No sucede lo mismo en *Via Libre*, ya que cambia el formato.

Cultura, Enfoques, el Si, N, Radar y Radar Libros poseen un sumario del contenido del suplemento, el *Si* y *Enfoques* incluso cuentan con pequeñas imágenes de las notas.

Según Rodrigo Sánchez, director de arte del suplemento *Metrópoli* del diario *El Mundo* de Madrid, lo principal a la hora de resolver una portada es la idea. Con “la idea” se refiere a cómo hacer algo de una manera y no de otra. La idea es un color, una estructura de elementos, letras e imágenes.

“Debemos hacer que el lector le dedique más de cuatro segundos a la contemplación de la cubierta. Si es necesario démosle cuatro minutos. Y, si es posible, démosle toda una vida para pensar en ello y que trate de averiguar que es lo tratamos de contarle.”

Las portadas de los suplementos de cultura joven están dirigidos a ese público específico y manejan determinados códigos y guiños con ese lector. El tratamiento de las imágenes y la tipografía está menos estructurado. También reflejan con mayor claridad el paso de las “modas” gráficas.

- Relación texto e imagen.

Tipo de imagen predominante: Ilustración, fotografía o infografía y su tratamiento. Relación de las distintas técnicas utilizadas y el contenido de las notas.

En el caso de la fotografía, se realizará un análisis del

encuadre y el punto de vista. Definición del fotoperiodismo o fotografía documental, como subgénero. Diferencias con las imágenes de la TV e Internet. Influye también en el análisis la iluminación y el tipo de impresión. Análisis de las fotografías de los personajes entrevistados, y su “pose”, cual es el entorno que lo rodea. No es muy común el uso de infografías en los suplementos culturales. Si aparecen técnicas mixtas, collages o fotomontajes.

Las ilustraciones en general están firmadas por artistas reconocidos. En algunos casos todos los números están realizados por el mismo ilustrador, lo cual genera la identidad del suplemento.

La fotografía de prensa es un mensaje, el cual está constituido por una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor. La fuente emisora es el equipo técnico de la redacción, los que hacen las fotos, las eligen por determinados motivos, la componen, la tratan, la titulan, le ponen un pie y la comentan. La fotografía en general tiene una función “ilustrativa” en relación a la noticia, pero es a la vez un certificado de veracidad.

Según Lorenzo Vilches, la fotografía que aparece como género informativo en un diario no lo hace en forma unívoca y su grado de información exige diversos niveles de interpretación por parte del lector y su competencia. Ya en el hecho de la elección del encuadre y la edición se está interviniendo en la supuesta “objetividad” de la mirada. La lectura de la fotografía siempre es histórica, está influenciada por la “cultura” de la época y tiene relación con los saberes del lector. La fotografía de prensa se apoya en los saberes culturales, mostrando la mayor cantidad posible de signos.

Según Bourdieu (1991), los hechos, personas u objetos que se consideran “fotografiables” revelan qué es importante para determinado grupo social. En este caso, son fotografías que serán publicadas en relación a los contenidos del suplemento, aunque éste puede incluir a la fotografía como expresión en sí misma, incluyendo algún tipo de galería o exposición.

La fotografía mantiene una relación muy estrecha con la estructura del texto, ya sea el titular, el epigrafe o la nota, entre estas dos estructuras diferentes soportan la totalidad de la información.

Desde el punto de vista de Barthes (1964), la fotografía es un mensaje sin código, ya que para pasar de un objeto real a su imagen fotográfica no es necesario, como lo es en la lengua, segmentarlo en unidades y constituir signos sustancialmente diferentes al objeto. Es decir que para leer la fotografía no es necesario un código, aunque sí un aprendizaje. Es el *analogon* perfecto de la realidad, a pesar de haber sufrido transformaciones de proporción, perspectiva y color.

Se diferencia de la ilustración, aunque se podría decir que en algunos casos también es una reproducción analógica, ya que es más evidente el “estilo” del ilustrador. La fotografía de prensa busca no estar influenciada por un estilo, como la fotografía artística. El estilo sería un “tratamiento de la imagen bajo la acción del creador y cuyo significado, estético o ideológico, remite a determinada cultura de la sociedad que recibe el mensaje.” La fotografía es una reproducción mecánica de la realidad, sería “la única estructura de la

información que estaría exclusivamente constituida y colmada por un mensaje denotado, que la llenaría por completo." Pero la realidad es que ese mensaje fotográfico está compuesto, elegido, trabajado a través de criterios ideológicos, que son factores de connotación. Los lectores del periódico no solamente perciben la fotografía sino que la leen, la remiten a "una reserva tradicional de signos" y esto supone un código.

Tradicionalmente, el escritor es fotografiado con su biblioteca de fondo, el artista en su taller o con alguna de sus obras, etc. Los objetos que pueden aparecer en el entorno de un personaje, son inductores de asociaciones de ideas.

Se relaciona determinadas actitudes, colores o gestos con elementos significativos existentes que provienen de la "cultura", de áreas como la pintura, el cine, las metáforas. En estos casos puede llegar a leerse como denotado un mensaje con una fuerte carga connotada. El texto, en el caso de los epígrafes, está destinado a un lugar secundario, para racionalizar la imagen. A diferencia de las puestas en página en las cuales la ilustración acompaña al texto para contribuir en su comprensión, este texto produce una "amplificación" de la imagen, le agrega fuerza a través de apreciaciones culturales. Por lo tanto, se lee ese mensaje supuestamente denotado y se produce una "naturalización de lo cultural".

En el caso de los titulares y del texto de la nota existe una distancia que hace más evidente su connotación, en cambio el epígrafe parece ser parte del mensaje "denotado" de la fotografía. El texto generalmente refuerza connotaciones que ya existen en la foto, pero en ocasiones puede otorgarle significados nuevos que se proyectan en la imagen y parecen incluidos en ésta. La imagen puede leerse y comprenderse por sí sola, la función del texto es contextualizadora. Según Vilches existen diferentes tipos de epígrafes o leyendas: a) enigma, b) miniensayo, c) amplificadora, d) narrativa, e) aditiva. La leyenda enigma no tiene relación con el texto principal de la nota. La miniensayo forma un todo autónomo con la fotografía, se encuentran frecuentemente en determinadas secciones. La amplificadora plantea un nuevo punto de vista, que no se encuentra individualmente en el texto ni en la foto, sino en la relación entre ellos. Esta categoría podría también llamarse retórica. La leyenda narrativa es redactada en conjunto por el redactor y el fotógrafo. La aditiva está conformada por textos existentes con anterioridad, ya sean frases literarias o versos, que funciona con la fotografía como una unidad. En este caso, los dos textos autónomos se funden en uno nuevo con doble expresión, literaria y fotográfica. En la imagen pueden encontrarse también indicativos de tipo deícticos, como los que se encuentran en el texto. Los deícticos contribuyen a situar el enunciado en el momento, a conectarlo con los actores o personajes y con el lugar. El tiempo es, en la fotografía periodística impresa, siempre pasado. El lugar está representado a través de la perspectiva, la escala, tipo de plano -por ejemplo primer plano o plano general- y con el campo o plano visible y el fuera de campo.

El comportamiento de las personas está codificado según convenciones sociales. Los gestos, la expresión del cuerpo y el rostro son indicadores pragmáticos, revelan información sobre el personaje y el entorno, pero

en el caso de la fotografía de prensa también revelan la relación que el enunciador -fotógrafo, editor, redactor- establece con los actores, revelan su "punto de vista".

- Tipografía.

Contribuye de una forma muy fuerte a generar la identidad de la publicación.

Los diarios son actualmente uno de los principales generadores de fuentes especiales, tanto para texto como para títulos.

En la opinión de Jean François Porchez, diseñador de la tipografía *Le Monde* para el diario francés, el diseño de una tipografía para diario tiene implicancias sociales. No es como el caso de revistas dirigidas a sectores de público determinados, como la *Ray Gun* o la *Emigre*, que pudieron experimentar casi sin límites ya que sus lectores las siguen tanto por su contenido específico como por su estética, y las leen de todas maneras. Un diario está dirigido a un público mucho más amplio y la lectura debe ser lo más clara posible. "Si una tipografía puede hacer la información más accesible, está procurando un servicio al público".

En el diseño de una tipografía para el texto de un diario es importante lograr un equilibrio entre economía de espacio y legibilidad.

Los caracteres basados en el estilo antiguo y que por lo tanto presentan modulación oblicua, no son fáciles de comprimir lateralmente. Es posible mezclar los dos tipos de modulación y beneficiarse tanto de la claridad que proporciona la vertical como de la distinción de la oblicua. Según Harry Carter, el ojo solamente lee las características distintivas de las letras, y por eso éstas deben ser realzadas en proporción a la dificultad de la lectura. Esto es esencialmente un problema de legibilidad, pero cuando diseña tipografías económicas se puede llegar a situaciones extremas y es importante que las características distintivas no se pierdan en el proceso.

La economía y la legibilidad pueden parecer conceptos opuestos. Pero es posible que algunas técnicas utilizadas para mejorar la legibilidad, como el uso de formas anchas, pueden fomentar la economía permitiendo utilizar cuerpos más pequeños. Por ejemplo, la decisión sobre el largo de los descendentes debe tener en cuenta que las letras no pierdan su forma y su capacidad de ser reconocidas. Si los descendentes son más cortos, se podrán componer el texto con un interlineado menor, pero esto puede generar un color muy oscuro.

- Uso del color.

Color o colores identificadores del suplemento y cómo se relacionan con el logotipo.

La historia del color en los diarios es aún reciente. En los suplementos culturales, debido a la importancia de las imágenes, al presentar obras, convocar a ilustradores y fotógrafos de renombre y al relacionarse directamente con la estética, el uso del color es intenso.

Los colores identitarios de *Ñ* son el rojo, el negro y una gama de grises a los que se les suma un poco de rojo. *Radar Libros* se imprime a dos colores, negro y magenta, que se van manejando con distintas intensidades. El logo de *Via Libre* es bordeaux y negro, que luego se repiten en el interior para identificar las secciones.

El *No, Cultura y Enfoques* no utilizan un color específico que sirva para identificar determinadas secciones o titulares.

- Tendencias, en relación a los nuevos medios.

Los diarios tomaron muchas características del diseño de las revistas, comenzaron a utilizar más fotografías en dimensiones mayores y portadas con grandes ilustraciones. Esto fue posible gracias a los adelantos tecnológicos que produjeron la composición en frío y el *offset*. El periódico norteamericano *USA Today* apareció por primera vez en el año 1982, y su lanzamiento fue muy revolucionario y discutido. El diario está estructurado en cuatro cuadernillos, con avisos en tres de las contraportadas, que podrían ser comparados con las tandas publicitarias de la TV. Incluso, el diseño de los expendedores en las calles eran similares morfológicamente a monitores de televisión. La tendencia en el formato de las imágenes es horizontal y conservan las proporciones de la pantalla. En el diario predomina la imagen por sobre el texto, utilización fuerte de infografías y gráficos. Posee incluso una sección fija con infografías, las cuales, según estudios realizados, son una de las entradas a la lectura preferidas por los lectores.

Los noticieros en la TV y posteriormente Internet generaron cambios en los hábitos de lectura, que influenciaron en la gráfica de los suplementos culturales del diario y del diario en general.

Una de las mayores preocupaciones de los editores de periódicos es captar al público "joven", a una franja entre 18 y 34 años, los cuales son tomados en cuenta como lectores de la era de Internet y la TV, y que además son considerados por la publicidad como la franja de mayor consumo.

El año pasado, en Chicago se crearon dos diarios, el *Red Eyes* que se desprende del *Chicago Tribune* y el *Red Streak*, del *Chicago Sun Times*, orientados a lectores de esa edad. La idea de estos proyectos es la de captar a un público que no posee hábito de lectura, por lo tanto las grandes noticias son resumidas hasta el punto de reducirse a una página.

Según Leonor (1997) la cultura de la imagen, plantea el "ser joven", no ya como recepción pasiva de modas, tendencias y tiranías mediáticas sino como una interacción compleja entre la complacencia y la crítica. El uso de la imagen como una práctica cultural capaz de producir representaciones colectivas.

La cultura genera un marco en el cual nos acostumbramos a pensar, a dar sentido, a comprender y a predecir. Nos permite organizar y estructurar nuestras experiencias y entender el lugar en el cual nos ubicamos dentro de la sociedad. La identidad se formaría a través de una "posicionalidad", lo cual va definiendo la relación entre el individuo y la sociedad.

A pesar de la existencia de grandes cadenas de noticias que mantienen actualizado a todo el mundo a nivel global, existen en los diarios los suplementos zonales en los cuales el lector encuentra información más cercana, sobre lo que lo rodea.

Existe una lectura del predominio del texto y de la sutileza de recursos gráficos como una señal de "veracidad" o de validación de la información cultural. La gráfica del

diario debe ser acorde con el tipo de lector al cual apunta. Por ejemplo, *La Opinión* contaba con un diseño muy cuidado a nivel del texto y no poseía imágenes, con excepción de algunas ilustraciones de Sabat.

Comparación con la gráfica digital

- Suplementos.

Determinar cuáles son los elementos de identidad de los suplementos culturales en los diarios digitales. Muchas de las características que definen la identidad de una publicación impresa no aparecen en la versión en soporte digital. Por ejemplo, un elemento muy fuerte es el tipo de papel. El traspaso de soporte plantea limitaciones propias y genera nuevas posibilidades. A su vez, los suplementos forman parte de un sistema en conjunto con el cuerpo principal del diario, pero cada uno cuenta con un nivel de identificación propio.

- Definir las constantes y variables en relación al diseño del suplemento impreso.

En la gráfica actual de los diarios impresos se verifica una tendencia a utilizar códigos propios de la web. Los diarios en general se fueron transformando hacia un formato más arrevistado. Se dividen cada vez más en suplementos en los cuales hay un predominio de lo "visual" por sobre lo "textual", aunque esta relación es más equilibrada o incluso se invierte en los suplementos de "cultura" más tradicionales. Se observa también un mayor uso del color, de fotografías e ilustraciones, de gráficos e infografías. De esta forma, la prensa impresa intenta competir con los medios audiovisuales.

En los años '80 se intentó atraer a los lectores jóvenes ofreciéndoles una variedad de suplementos, nuevos espacios y textos más breves. En los '90, con el crecimiento de Internet, se buscó que se acercaran ya sea al impreso o al sitio. Según pronósticos de distintos investigadores, el diario electrónico no va a sustituir al impreso sino que será un complemento.

Internet está cambiando, de alguna manera, la idea de lo que significa publicar. Esta democratización o esta facilidad de acceso juega en contra en relación a la credibilidad o la seriedad de determinadas publicaciones en la red. Aún así, la tendencia es cada vez mayor hacia la intervención de los lectores en los mensajes, hacia la participación activa.

Una de las ventajas de leer un determinado artículo en la red es la posibilidad de ampliar la información a través de hipertextos y enlaces.

A su vez, el impreso y la web se relacionan a través de referencias en relación al contenido, sobre todo en los suplementos de cultura joven. Algunos *e-mails* enviados se publican, lo que podría compararse a lo que tradicionalmente fueron las cartas de lectores. En el suplemento *Sí*, bajo las firmas aparecen las direcciones de *e-mail*, generando una relación más directa con el autor. En el *Vía Libre* existe una sección llamada "Atrapados en la red2 con recomendaciones de sitios.

- Familias tipográficas utilizadas actualmente en los suplementos seleccionados y comparación con las utilizadas en su versión digital.

El mismo medio condiciona la elección de la familia a utilizar, reduciéndola a las fuentes disponibles en los sistemas operativos de las computadoras. Por lo tanto, al no ser las mismas fuentes en los dos soportes, se debilita la identidad, y se dificulta la relación entre uno y otro. La lectura en pantalla demanda necesidades diferentes a las que son planteadas para una fuente que es utilizada en un diario impreso.

El proceso de lectura en Internet, por lo general no se realiza de forma lineal sino que se eligen algunas palabras o frases. Para la mayoría de los usuarios de Internet lo importante no es la rapidez para leer un texto sino la precisión y la agilidad para elegir términos claves relativos a lo que están buscando sin necesidad de leer la página completa. Como resultado, las páginas *Web* deberían utilizar textos que puedan ser leídos de esa manera, empleando palabras clave resaltadas, subtítulos significativos, listas, una idea por párrafo, síntesis en las frases, entre otros recursos.

Al diseñar para Internet existen limitaciones en relación a la tipografía. La información tiene que viajar, y lo más rápido posible. Por lo tanto, en gran cantidad de casos, se utilizan fuentes que los sistemas operativos ya tienen incorporadas. La interface debe poder verse desde soportes diferentes en cuanto al tamaño de los monitores, las tipografías activas en el sistema del usuario receptor, el sistema operativo y el programa que se utilice para navegar.

En el caso de utilizarse tipografías que están embebidas en el sistema no tienen que viajar cuando se abre una página, por lo tanto el resultado es más rápido e imperceptible. Además la mayoría de las tipografías no optimizadas para la pantalla empiezan a experimentar problemas de legibilidad en cuerpos inferiores a diez puntos.

Un texto en un *sitio web* no se estructura de la misma forma que en el impreso, los tiempos de lectura son diferentes. La mayoría de las secciones de los suplementos son transcritos literalmente a sus sitios, sin tener en cuenta estas características.

- Formato.

El formato es otra de las propiedades que aporta a la identidad del suplemento y del diario en general. Si el diario es sábana o tabloide y si el suplemento mantiene el mismo o cambia, no se traduce de forma lineal a la pantalla de un *sitio web*.

- Uso del color.

Si el suplemento cuenta con un color o colores que lo identifican, y cómo se ve reflejado en la pantalla, si se mantiene con respecto al papel o incorpora nuevos.

Determinar:

- Si se incluye la animación, el video o el sonido, que son propias de los medios audiovisuales.
- Si toda la información del impreso es volcada en la versión web.
- Si se mantienen las secciones. Si se agregan nuevas.
- Cómo es tratada la información, en relación a la longitud de las notas.

Los suplementos en general, y los culturales en particular manejan tiempos diferentes a los del cuerpo principal del diario. En su mayoría son semanales, por lo tanto, la diagramación y la producción en su totalidad tienen otro cuidado.

Para el lector también se plantea un tiempo de lectura particular. Generalmente el suplemento cultural no es leído por completo en su mismo día de aparición, no se desactualiza tan rápidamente, e implica una lectura más relajada. A su vez, Internet no es un medio muy propicio para este tipo de lectura.

El diario en Internet posibilitaría dos instancias opuestas. Por un lado ofrece las noticias con una actualización mucho más periódica que el impreso y la personalización evita que el lector "pierda tiempo" en temas que no le interesan.

Por otro lado permite la profundización de los contenidos, a través de acceso a notas más desarrolladas que en el impreso, a veces inéditas, con hipertextos y enlaces, con la opción de imprimirlos en distintos formatos o bajarlos a las computadoras personales. El lector puede también realizar búsquedas por temática e incluso consultar números anteriores.

Se intentará establecer cómo se relaciona con el impreso, si el suplemento *on line* es un complemento del impreso o apunta a un lector distinto. La actividad de la "lectura", y más en el caso de los suplementos culturales se hace desde el papel, las pantallas no son todavía un soporte adecuado. Los tiempos que se manejan en relación al cuerpo principal del diario son otros.

Se establecerán categorías que definan los criterios de evaluación de la calidad de esta sección dentro del sitio web de los diarios. Las categorías se disponen en base a criterios para la evaluación de los sitios del diario, si éstas se cumplen en el suplemento en espacial y si tiene sentido que se cumplan:

- Actualización constante
- Interactividad: Correo electrónico que permitiese a los lectores ponerse en contacto con los redactores. Avisos clasificados. Conexión a otros sitios relacionados con la nota. Acceso a ediciones anteriores (con buscadores temáticos) Foros de discusión.
- Animación y sonido.
- Personalización: Que el lector reciba información personalizada la cual pueda ser leída de la pantalla o impresa, acceder a base de datos.

Los sitios correspondientes a los diarios son los siguientes: *Página/12*: www.pagina12.com.ar - *Clarín*: www.clarin.com - *La Nación*: www.lanacionline.com.ar

- El diario *Página/12* cuenta con la posibilidad de consultar números anteriores, con lo cual se puede acceder a los números pasados de *Radar*, *Radar Libros* y el *No*. La búsqueda puede realizarse por fecha, a través de un calendario o por temática, con la opción de indicar en qué suplemento o sección. También ofrece un servicio de suscripción a los titulares del diario, aunque no de los suplementos.

La primera aproximación al suplemento *Radar* en su versión *on line* es una imagen de la tapa de la versión impresa y un índice de las notas. A través de un menú en el lateral se puede acceder a las secciones fijas y al suplemento *Radar Libros*, que en el diario impreso se ubica en su interior. El índice de las notas solamente cuenta con la información de los títulos, sin aclarar la temática, la firma del autor o la bajada de la nota, y en general a través de los títulos resulta difícil orientarse. La diagramación de las notas es en general la misma, presenta una imagen inicial, a su derecha el título y la bajada, luego la firma y el texto en negro en una columna. En algunas ocasiones las notas cuentan con mayor cantidad de imágenes intercaladas en el texto. La agenda no posee imágenes, aunque está volcada la misma información y no cuenta con actualizaciones posteriores al día de salida del suplemento. No presenta video, animaciones ni sonido. En la sección *Yo me pregunto* plantea una pregunta para el número próximo que se puede contestar y enviar. *Radar Libros* mantiene el color característico asignado al impreso. Lo que en la versión en papel influye en los costos de impresión, en la *web* es sólo una forma de mantener la identidad del suplemento. En líneas generales la diagramación es la misma que en *Radar* versión *on line* y que en el *No*. En el suplemento *No on line* tampoco hay actualización de la agenda. Las características gráficas del suplemento impreso y sus colores no se ven reflejados.

- El diario *Clarín* también ofrece la posibilidad de consultar números anteriores del diario *on line*.

El suplemento *Sí* presenta una imagen que es la misma de la portada del impreso, pero en algunos casos cuenta con animaciones sencillas. Por ejemplo, el número correspondiente al viernes 20 de febrero del 2004, muestra en la tapa una imagen de Catarina Spinetta parodiando a la diosa Shiva y en la versión *on line* la imagen se va formando a través de una animación en la cual se le van sumando brazos.

Además figura también una imagen de la portada del impreso, con la posibilidad de ampliarla.

La diagramación de las notas cuenta solamente con texto negro, pero contiene algunas características que el diario incluye en todas las notas, como el tiempo estimado de lectura, la posibilidad de cambiar el tamaño o el mail del autor de la nota. Las imágenes se encuentran en el lateral derecho y el lector cuenta con la posibilidad de ampliarlas. La agenda no es actualizada.

En relación a la interactividad presenta tres secciones: *Participá*, *videochats* y *alta voz*. Ofrece la posibilidad de contestar a una encuesta a través del *e-mail* y ver infografías de algunos resultados. *Videochats* contiene música y entrevistas en vivo y la posibilidad de ver y dejar comentarios. *Alta voz* es un espacio para la opinión a través de *e-mails* que se pueden consultar en la *web* y una selección de ellos se publican en el impreso.

El caso de la revista *Ñ* es particular debido a que su compra es opcional. La versión en Internet posee sólo algunos contenidos y ofrece la posibilidad de una suscripción. Sólo se encuentra la nota de tapa y un índice. Cuenta también con información sobre el premio *Clarín*,

un foro de discusión y una encuesta. Mantiene los colores identificatorios del impreso.

- Para acceder a los contenidos de los suplementos del diario *La Nación on line* es necesario registrarse como usuario. El usuario tiene la opción de recibir por *e-mail* los titulares del diario o la información del suplemento que él seleccione, en formato html o txt.

El suplemento *Cultura* presenta la tapa del impreso, el título y la bajada de la nota principal, y un índice de las notas, que cuentan también con una bajada, la posibilidad de ver las fotos, la ubicación en el impreso y el número de palabras del texto. Cuando se accede a ver las fotografías se encuentra la información del autor, el epígrafe y a qué nota pertenece.

La diagramación de las notas se basa en una columna de texto y en el lateral derecho las fotografías con posibilidad de ampliarlas.

Una de las opciones del menú se llama multimedia, y como submenú se encuentran las opciones: Fotos, audio, videos e infografías.

En cuanto a la diagramación, se mantiene igual para *Enfoques* y *Vía Libre*. Entre *Cultura* y *Enfoques*, esta similitud resulta coherente con la relación que existe a nivel gráfico también entre los dos suplementos en la versión impresa. Pero en el caso de *Vía Libre* resulta difícil identificar el impreso con el suplemento *on line*.

Se realizó un análisis del sitio desde el punto de vista de la interactividad y el nivel de participación de los lectores, secciones, novedades y servicios que ofrece. De los casos analizados, el que hace un mayor uso de las posibilidades de Internet es el suplemento *Sí*, lo cual responde a los intereses de sus lectores. De todas formas, una de las características más interesantes en los suplementos con este tipo de contenidos es la posibilidad de ampliar la información a través de enlaces y de consulta a números anteriores.

Análisis de los casos seleccionados

• Festival de cine independiente de Buenos Aires

El festival fue nota de tapa de *Vía Libre* del día 9 de abril de 2004, ocupó una doble página en *Ñ* n°28 del día 10 de abril de 2004 y en *Radar* n°399 del día 11 de abril de 2004. El suplemento de espectáculos de *Clarín* del día 14 de abril de 2004 se dedicó por completo a la temática del festival.

La imagen de tapa de *Vía Libre* juega con el carácter de independiente del festival y el club de fútbol que lleva ese nombre. La indumentaria de los jugadores de ese equipo es de color rojo y se los relaciona con diablos. La tapa muestra un personaje disfrazado de diablo, con un traje rojo, en una actitud de festejo con una tribuna de fondo en blanco y negro. Toda la imagen tiene un efecto como de foto "quemada", con mucho contraste.

En una columna se lee en un primer nivel el titular que dice: *Se larga el 6° festival de cine independiente*. Esta última palabra está resaltada y atraviesa todo la página. Intercalado en la columna de texto está la bajada.

En la doble página central, se repite la imagen del personaje disfrazado de diablo en una escala mucho menor y formando parte de un *collage* de imágenes

que parecen ser fotogramas de películas que se proyectan en el festival. El titular vuelve a hacer referencia al diablo diciendo: *Buenos Aires poseída*.

Dentro de esta doble página central, además de la nota principal, hay dos notas periféricas y un cuadro que se titula: *guía práctica para el cinéfilo disciplinado*.

Además de la característica de “independiente”, y la suposición de que el público de este tipo de cine alternativo es joven, que hacen que el diario trate este tema en *Vía Libre*, la bajada de la nota dice que el festival incluirá “*blues, punk, rock* y música experimental.”

Las dos páginas que ocupan esta nota están divididas en cuatro. Además de la nota principal, está compuesta por una pequeña nota sobre cine nacional, con una foto también pequeña de una de las películas que se proyectarán y por otra nota con un poco más de jerarquía sobre Kiyoshi Kurosawa. Esta nota está encabezada por un retrato del director en primer plano, con una actitud seria, sin mirar a cámara. No se llega a distinguir el contexto en el que se encuentra, sólo que por detrás parece haber una fachada de un edificio y cielo, ya que la foto es un ligero contrapicado.

En el *collage* central conviven varias fotos en formato rectangular, algunas superpuestas y con distintos niveles de transparencia. La que más se destaca, y primero se ve, es una imagen de Janis Joplin, un personaje conocido y un icono del *rock* y del *blues*, con una mítica muerte a los 27 años. El resto de las imágenes muestran escenas que claramente no se verían en el cine comercial, se reconocen actores orientales y un samurai con letras japonesas. La guía da concejos prácticos para los interesados en asistir a las funciones y ofrece un enlace a un sitio web para consultar la programación del festival.

Un aviso en *Ñ* del día 10 de abril anticipa que *Clarín Espectáculos* y *Ñ* “acompañan” al VI Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente, y que el 15 de abril saldría un suplemento especial del festival.

En ese mismo n.º, *Ñ* dedica a este tema una doble página, casi al final de la revista. La imagen que abre la nota es potente y extraña. Lo que se intenta mostrar a través de ella es el carácter de alternativo del festival, ya que es difícil de encontrar en el cine convencional, y además, esta imagen es de una película que forma parte de un grupo sobre los derechos humanos.

La fotografía pertenece a la película austriaca *Struggle*, como indica el epígrafe. El *film* trata sobre el trabajo a destajo que realiza la protagonista, una inmigrante polaca. En la fotografía se la ve casi de espaldas, pero la toma permite que el lector vea su rostro y el trabajo que está realizando, eviscerando un pollo. Detrás de ella se ven varias aves colgadas de las patas. El sector del fotograma que muestra las manos y la sangre del animal no se visualizan claramente debido al movimiento.

El titular dice: *¡Mundo a la vista!*. La bajada indica que la nota trata sobre los catorce *films* sobre derechos humanos que competirán en el Bafici, “retrato de un mundo en sombras.”

El titular y la bajada hacen referencia a un tipo de cine que muestra una realidad que no se ve habitualmente en las películas de carácter comercial y además a que el festival reúne películas de orígenes no muy conocidos por el público general.

Además del texto principal, presenta una “ficha” con información sobre los horarios y las salas que proyectarán las catorce películas a las cuales la nota se refiere. Una banda en la parte inferior presenta diez películas recomendadas por *Ñ*, con algunas fotografías. De cada una de ellas figura el título, el director, el origen y el año de realización, con una muy breve reseña. Los datos sobre el origen son importantes, al igual que el titular y la bajada, porque en el festival se exhiben *films* que no llegan generalmente a las salas comerciales y participan países con formas de vida muy diferentes. El dato del director también ya que marca una impronta fuerte en la película, como una firma.

La columna llamada “el especialista” se titula en este caso *El autor, ¿Es un buen director?* El texto plantea la diferencia entre el cine de Hollywood de los “años dorados”, en los cuales los directores pasaban inadvertidos, “eran invisibles y mágicos”, con el cine de autor, que habría comenzado con André Bazin y siguió con la *Nouvelle Vague*. Plantea una crítica a los directores jóvenes del cine argentino, mostrándolos como preenciosos de querer reinventar el cine, sin conocer realmente el cine nacional anterior.

El suplemento *Radar* le dedica una doble página que se divide claramente en seis partes. La primera página presenta en la parte superior una nota general sobre el festival sin imágenes y con un fondo de color cyan. En tipografía roja se lee el titular: *Ojos bien abiertos*, haciendo referencia a la película de Kubrick y resaltando en la bajada *Festival de Cine Independiente de Buenos Aires*. También en la bajada se plantea como novedad del festival, además de las actividades que se realizaron en las ediciones anteriores “*veladas dance* en pleno Abasto”. Ofrece un “mapa básico” para “orientarse y aprovechar.” Presenta tres miradas, la del programador del bafici, la del programador adjunto y la tercera es de otro programador.

La nota que comparte esta página se titula *El efecto K* y la bajada dice *¿Cómo se corrompe un género? Pregúntele al otro Kurosawa*. Presenta al mismo director que se destaca en la nota de *Vía Libre*.

Las imágenes que se muestran están en blanco y negro, como las del resto de la nota y sin epígrafes, ya que algunas hojas del suplemento *Radarse* imprimen a dos colores. En una de las imágenes se ve un joven japonés de perfil, observando una pecera con cara de asombro y una curita en el rostro. En la pecera hay una medusa y desde ella viene una luz hacia la cara de él, como si el resto de la escena estuviera oscura. En la otra imagen se muestra a dos jóvenes, vistiendo abrigos, frente a una ventana con las persianas bajas. Aún así, uno de ellos mira hacia ella sentado en una silla y el otro, parado, lee de un libro.

La otra página está dividida en cuatro partes casi iguales. El hombre que no duerme, dedicada a Raúl Ruiz, director chileno, muestra una escena extraña, en la que dos mujeres se encuentran sentadas en una situación de interior, pero en lo que pareciera ser un paisaje bastante hostil, en el que hay viento. Una de ellas está de espaldas, en una silla de madera de estilo, y la otra se encuentra en frente, mirando hacia ella con dificultad. Alrededor de ellas hay un espejo con un marco trabajado y un mueble con estantes en los que se encuentran botellas,

jarras y demás objetos.

La segunda se titula *Todo Rejtman*, dedicada a la retrospectiva de este director argentino. La imagen refleja una escena familiar típicamente argentina, en una reunión en una casa, con globos, comida y un perro.

Al final de la nota, en color cyan se destaca el texto con la información sobre los horarios y salas de la proyección de las películas de Rejtman.

La tercera se titula *La otra Mekas del cine, y en la bajada se lee: Un homenaje al pionero del cine experimental norteamericano*. La nota se trata de una retrospectiva del director John Mekas. La fotografía parece ser de él mismo, mirando a la cámara con un fondo con poca definición que pareciera ser una mesada de una cocina o una barra de un bar. Los directores de cine más establecidos en general son fotografiados en un *set* de filmación, o en un estudio, o se les realiza una sesión de fotos con otras características. La nota hace un pantallazo sobre la biografía del director.

La última se titula *Los sospechosos de siempre* y está destacada con un fondo de color cyan. La bajada dice: *Algunos títulos nuevos de maestros no tan nuevos*. La fotografía es la misma que una de las que conforman el collage de *Vía Libre*, en la que se reconoce a Clint Eastwood. Presenta un listado de *films* de directores conocidos que también formarán parte del festival.

• Festival de cine de Mar del Plata

El festival fue nota de tapa de Ñ n°23 del día 6 de marzo de 2004 y ocupó un lugar secundario en el *No* del 11 de marzo y del 18 de marzo de 2004 y en la contratapa de *Vía Libre* del día 19 de marzo de 2004. Enfoques presentó para la fecha 14 de marzo de 2004, cercana al festival una nota que se centra en un análisis económico sobre la situación del cine nacional y los subsidios.

Radar n°395 del día 14 de marzo de 2004 incluye una nota sobre el documental de Pino Solanas titulado *Memoria del saqueo* que se proyectó en el festival, pero no se hace referencia a él. La nota se titula *Contra la era del vacío* y plantea en una entrevista a Solanas, su postura política y cómo se refleja en este *film*.

La tapa de Ñ presenta una fotografía en la cual se ven en primer plano tres personas, dos chicos y un adulto. Los dos chicos miran a la cámara y el que parece ser el mayor hace un gesto con la mano como queriendo cubrirla o diciéndole al camarógrafo que pare de filmar. El adulto está de espaldas cargando en sus brazos el chico menor, aunque no es un niño pequeño. Este niño tiene una mirada asustada y apoya su cabeza en el hombro del adulto. Los chicos están vestidos con una tipología de indumentaria que refleja la clase social baja, con gorros y capuchas. De la vestimenta del adulto sólo se llega a ver una campera.

El titular dice *Cine como la gente* y la bajada hace referencia a la nueva edición del "festival de cine más importante del país". La expresión de "algo como la gente", se refiere a algo que está bien hecho, por lo que el titular plantea una doble lectura entre la buena calidad de los *films* que se presentan en el festival y el carácter social.

La fotografía apaisada posee unas bandas negras por arriba y por abajo y unos dibujos que simulan las caladuras que tiene el rollo de película cinematográfica.

El epígrafe dice en tipografía bold *Memoria del saqueo* y aclara que se refiere al documental de Pino Solanas, director y político.

En el interior, el tema ocupa catorce páginas de la revista, que se encuentran divididas en siete notas y una doble página con la programación del festival.

La primera de las notas se titula *La única estrella es la película*, y la bajada hace referencia nuevamente al carácter social y latinoamericano, diciendo que el festival intenta dejar atrás la frivolidad que tuvo en los años menemistas. En la página siguiente se muestran tres fotografías que ocupan casi toda la página de tres películas: *El abrazo partido*, de Burman, *Carandirú*, de Babenco y *Los soñadores*, de Bertolucci.

La nota, que escribe Pablo Schanton, presenta una breve historia del festival relacionada al contexto político y se refiere al cambio en relación a la temática de las películas que se exhiben y a los jurados. Termina con la siguiente conclusión: "Parece que el cine ya no puede estar fuera de su contexto social. Una semana antes del festival, en la misma ciudad, se celebra un congreso piquetero."

La nota siguiente se titula *Un cine por la tolerancia*, y está dedicada al director Héctor Babenco. En la parte superior de las dos páginas aparece una serie de fotografías, de las cuales la primera es un retrato del director, en blanco y negro. Está de perfil, al lado de una cámara, con una actitud de concentración y en el fondo se ven otras personas, lo cual sugiere un momento de rodaje de una película.

Bajo esta imagen, el epígrafe dice: Babenco (resaltado en bold) y su trilogía carcelaria: "*Pixote* (80), *El beso de la mujer araña* (85) y *Carandirú* (03)." Las tres imágenes siguientes pertenecen a estas tres películas, siendo la más fuerte la primera, en la que se ven chicos en lo que en combinación con el epígrafe se entiende como una cárcel, en distintas actitudes de pelea.

La nota muestra un perfil del director y se refiere a la trilogía presentada, haciendo hincapié en la mirada humana y social. Incluye dos columnas, *Babenco básico*, que es una biografía del personaje y *Me parece*, la opinión de un crítico.

Comenzando en esta página, y en las seis siguientes, una línea histórica recorre la parte inferior. Desde el año 1954 hasta el 2003, las distintas ediciones del festival se van sucediendo a través de breves reseñas y algunas imágenes. Las imágenes que presentan este archivo son en general partes de *films* ganadores o actores y directores extranjeros que vinieron para esa ocasión, aunque la primera muestra al presidente Perón, que asistió a la inauguración del festival. Esta línea de tiempo se interrumpe en entre el año '70 y el '96, años en que no se realizó el festival.

La nota *El regreso del viejo maestro* comienza con un retrato, con una toma contrapicada, de Fernando Birri. En la fotografía se ve de frente al director, con la mirada hacia adelante pero no exactamente hacia la cámara, los ojos entrecerrados por el sol. Detrás de él, el cielo celeste con algunas nubes. Birri está vestido con un traje oscuro y corbata, con un sombrero y tiene barba blanca y larga. Posa para la foto con los brazos cruzados. En la otra página se muestra una fotografía que pertenece a la película *Tire Dié*, que según el epígrafe es una de las películas emblemáticas de Birri.

La mayor parte de la nota es un reportaje y también cuenta con las columnas *Birri básico*, y *Me parece*.

La nota siguiente se titula *Treinta años, dos homenajes*, y trata sobre los homenajes que se realizarán en el festival a las películas *La Patagonia rebelde* y *La tregua*. La parte superior de las dos páginas muestra una fotografía de cada uno de los films, un breve testimonio de los dos directores, Olivera y Renán, con su fotografía y una ficha técnica de la película.

La nota hace referencia a la temática política y polémica de la primera y al carácter apolítico de la segunda, y realiza un comentario sobre el compromiso político del actor protagonista que tuvo que quedarse en el exilio tras haber acompañado la película a San Sebastián.

La nota dedicada a Pino Solanas se titula *Crónica de una tragedia*, y explica en la bajada que la película a la cual se hace referencia en la portada de la revista es un documental sobre “los sucesos de diciembre de 2001”. Presenta un retrato del director, de perfil, mirando hacia abajo, con un gorro con visera y bufanda. La actitud de Solanas es seria, hasta apesadumbrada y en el fondo se distingue un exterior de noche. La nota también incluye la columna *Me parece* y una reseña de la película definiéndola como “uno de los acontecimientos culturales del año”.

La página siguiente contiene una nota con el título *Los demonios de Ken Russell*, y refleja una entrevista realizada a este director inglés. Una de las imágenes que la acompañan es un fotograma de la película “El novio”, como indica el epígrafe. La otra es una fotografía del director, en la cual se lo ve de cuerpo completo, sentado sobre un barril, en un jardín que, según el epígrafe, es en su casa londinense. En el fondo se ve la casa entre los árboles. Delante del barril, sobre el pasto hay una cabeza de león de peluche que parece ser parte de un disfraz, que hace referencia al título de un libro de críticas que publicó en 1993, *El león ruge*.

Russell está haciendo un gesto con las manos como si estuviera explicando algo, mirando hacia la cámara. Viste una camisa colorida, pantalón blanco y un saco abierto con líneas de colores más oscuros.

Compartiendo la doble página, y con menos jerarquía, figura una nota al director Bob Rafelson, bajo el título *Un luchador del cine independiente*. En la bajada y en la nota se hace referencia a su “lucha contra el sistema de Hollywood”. La nota incluye el Rafelson básico igual que la anterior el Russell básico.

La fotografía lo muestra dando indicaciones a Jack Nicholson en, como indica el epígrafe, una remake de *El cartero llama dos veces*.

La última doble página dedicada al festival en este número de la revista es la programación, presentada día por día con el detalle de horario y lugar y algunas imágenes.

El conjunto de las notas y las imágenes que tratan este tema en la revista busca resaltar el carácter social y comprometido del festival, en un intento de cambiar su imagen y en lo cual *Ñ* contribuye, en algunos casos en forma forzada.

El *No* presenta en dos números distintos y consecutivos notas relacionadas al festival. En el primero, se anuncia el comienzo del festival, y bajo el titular *¿Qué vemos?* presenta recomendaciones y reseñas de las películas que

el público puede ir a ver. Las dos notas cuentan con dos fotografías sin epígrafes que son fotogramas de algunas de las películas a las que se refiere.

En el segundo, presenta tres notas cortas bajo el copete *Ecos del festival de cine*. La nota *After Olmedo*, con el copete *Rejuvenecer, esa es la cuestión*, la nota hace referencia al cambio de imagen del festival y su relación con el *rock* y la música electrónica. Define a la “atmósfera con restos de peronismo de los ‘50 y olmedismo” y plantea el encanto de esa mezcla con la incorporación de bandas de música alternativa. La imagen es un fotomontaje de una cara de frente en contrapicado, como si estuviera en una butaca frente a la pantalla, repetida y en algunas se agregan los lentes “retro” para mirar cine 3d. Al final de la nota figura una agenda de los eventos y fiestas.

La nota siguiente Casi obligatorias realiza una serie de recomendaciones, y al final presenta en qué fecha, horario y lugar se presentan las películas recomendadas. La imagen virada hacia el magenta, que no tiene epígrafe, muestra el rostro de un hombre mirando por encima de su hombro.

La última se titula *Por afuera de todo*, y el copete anticipa *En vitrina argentina asoma lo nuevo*. La imagen que acompaña es una mujer joven, vestida de negro y con sus labios pintados también de negro, apuntando un arma que queda en primer plano. De fondo se ven manchas sobre una pared.

La nota comienza presentando la sección de producción audiovisual argentina del festival y criticando la exclusión del catálogo oficial.

La contratapa de *Via Libre* se divide en tres partes con jerarquías diferentes. La nota principal se refiere a la película, dirigida por Leonardo Di Casare. El titular dice *Un cuento de la era del delivery*, y la fotografía es un retrato del director tomada desde abajo. De fondo se ve el cielo y la luz viene por detrás. El personaje sonríe y tiene sus manos en los bolsillos.

La columna titulada *Hasta el amanecer*, con el copete *También hubo música*, muestra una imagen de dos músicos, un guitarrista y el otro tocando el citar. La nota se refiere al hecho de que el festival incluyó los eventos nocturnos de música, presentando los nombres de las bandas y las fechas de presentación.

Abajo, una franja destacada por un fondo de color, que se titula Entre insultos, *fans* y caras cortadas, presenta tres pastillas con anécdotas de esta edición del festival, con una foto pequeña de Birri.

La nota, que comienza en la portada de *Enfoques* y continúa en la página cuatro, presenta una imagen genérica que representa al cine. Un fondo celeste que representa una pantalla, y la parte inferior negra, la parte oscura de la sala. Se muestra un número uno encerrado en un círculo, que representa el conteo anterior al comienzo de un film, y una imagen quemada, casi icónica de un rollo de película cinematográfica. En uno de los laterales, con poco contraste, se muestra una secuencia que se reconoce de la película *Nueve reinas*, uno de los éxitos nacionales de los últimos años.

En la parte inferior se lee el titular *El cine nacional tiene precio*. En la bajada se anticipa que la nota es un análisis los gastos y los subsidios recibidos por la “industria cinematográfica argentina”, y una investigación sobre

“los costos y beneficios de esta política pública que lleva al Estado a gastar 158 pesos por cada asistente a las salas.” En el interior, la nota continúa con el titular *El precio del cine nacional*, costos y beneficios, y la imagen muestra a los espectadores de un cine casi lleno mirando a la pantalla. Un destacado en el texto dice “No habría riesgos para la promoción del cine ya que los cuestionamientos son vistos por la gestión Kirchner como un pasado al que no se desea regresar.”

La nota, de carácter económico y político, plantea una crítica a la poca rentabilidad de la inversión que realiza el estado en la producción de cine nacional, y plantea que esta política debe estar acompañada por otras acciones que promocionen el cine argentino.

• 20 años de la muerte de Cortázar

El aniversario de la muerte de Cortázar fue nota de tapa de *Ñ* n° 19 del día 7 de febrero de 2004, de *Radar Libros* n° 327 del día 8 de febrero de 2004 y de *Cultura* del día 8 de febrero de 2004.

Todas las fotografías de Cortázar utilizadas en los tres casos son en blanco y negro, las únicas imágenes en color son las ilustraciones.

La tapa y cuatro páginas interiores conforman la nota que rememora el aniversario de la muerte de Cortázar en la revista *Ñ*. La tapa muestra una foto de Cortázar, la cual es el elemento predominante de la composición y la primera aproximación a la lectura. El titular dice: *Gracias por el juego*, haciendo un cruce entre nombres de libros de Mario Benedetti y de Cortázar y una bajada que concluye con la frase: “...el personaje Cortázar, en perspectiva.”

La fotografía lo muestra de perfil, en una actitud reflexiva, ajeno a la situación de la foto, mirando fuera de cuadro como si tuviera un interlocutor que no entró en el encuadre. El retrato muestra a Cortázar en una edad madura, con lentes y barba. La posición de su mano se encuentra en un gesto como tratando de explicar algo. El fondo es neutro, el encuadre no dejar ver elementos que otorguen alguna referencia sobre el lugar en el que se encuentra.

La apertura de la nota se compone de una foto de página completa. La foto tiene un epígrafe, en el que se lee una especie de reclamo, que dice: “Ausencias. Luego de 10 años, Cortázar recién visitó la Argentina en diciembre de 1983, casi dos meses antes de su muerte el 12 de febrero de 1984.” El retrato es un primerísimo primer plano, que muestra su cara completa, con barba, en un tamaño mayor que el natural. Su actitud es serena. No se distingue ningún contexto ni fondo por el tipo de encuadre. En este caso, él forma parte de la toma, está posando para la cámara y mirando hacia ella. La mirada establece con el lector una relación directa y personal, dirigiéndose a él frontalmente.

El título de la nota es *Todos los juegos, el juego*, haciendo otra vez un juego de palabras con títulos de su obra y haciendo referencia a el carácter lúdico característico de parte de su trabajo.

Las demás fotografías que continúan la nota forman una secuencia cronológica, una serie que lo describe. Las fotos son como un archivo de tipo documental, la serie incluye una foto de niño, una de la adolescencia que pertenece al documento de identidad, una foto de

joven y una de edad madura. La imagen de Cortázar joven es una foto muy conocida, en la cual interactúa con el fotógrafo a través de un gesto lúdico que realiza con las manos, presumiblemente un golpe de karate, que le oculta el rostro con excepción de la mirada. Por último, aparece una foto de edad madura, en una calle de Buenos Aires, integrado al paisaje urbano, en una actitud ajena a la cámara con una pose natural e intelectual.

El texto principal de la nota es acompañado por una breve biografía, que es una columna habitual en *Ñ* y se llama *Cortázar básico*. También por unas columnas de opinión, sección que se denomina *Me parece* y por fragmentos de Rayuela. Éste es uno de los libros más famosos de Cortázar y uno de los dos fragmentos es el más popular de la novela. También se ofrecen al lector datos para ampliar el tema en *Otras fuentes*, que divide la información entre libros, Internet y cine.

La nota que presenta *Ñ* tiene el carácter de un informe, otorgando datos biográficos y fotografías de archivo a modo de expediente.

El suplemento *Cultura* de *La Nación* comienza la nota en la portada, como es característico del formato sábana, y continúa en la página 2. Un titular grande para lo habitual en este suplemento dice *Julio Cortázar* y es acompañado por una foto también grande. El retrato lo muestra de perfil pero ligeramente escorzado, con la mirada fuera de cuadro, con barba y fumando un “pucho”, un cigarrillo muy consumido. En la imagen también puede verse un poco del humo del cigarrillo y unas sombras en el fondo que no permiten identificar el lugar o algún otro personaje.

La bajada se refiere a el como un gran escritor argentino y hace hincapié en las firmas de la dos notas que tratan el tema: *El vigía de lo desconocido y sus temibles hallazgos* y *Tras el último sueño, con pánico y a carcajadas*.

Las fotos que se encuentran en la página dos y acompañan la continuación de las notas tienen un tamaño proporcionalmente grande dentro de la página. La primera muestra a Cortázar joven, casi de cuerpo completo, con campera de cuero y bufanda. Ligeramente apoyado en un árbol, con un fondo borroso, mira hacia la cámara. La bajada de esta nota dice: *Lo interesante fue su manera de cuestionarse a fondo a través de las dos revoluciones a las que adhirió: La surrealista y la socialista*. La segunda foto lo muestra un poco mayor, con barba y un atuendo particular. En sus manos sostiene unos binoculares, usa un gorro de lana y mira hacia el “horizonte”. Los epígrafes, en los dos casos, no agregan información sobre la foto en particular sino que se refieren al tema en forma general, casi como un destacado del texto principal.

El texto y las imágenes que propone *Cultura* sitúan a Cortázar en relación al contexto intelectual de la época, a otros escritores, a su postura en relación a su obra y a la política.

El suplemento *Radar Libros* está compuesto habitualmente por ocho páginas, las cuales estuvieron en su totalidad dedicadas al escritor, excepto un texto corto dedicado a Jung. Además, el tema fue tapa de *Página/12* el día específico del aniversario, el jueves 12 de febrero de 2004, ocupando las primeras cuatro páginas del diario

y la tira de Rep de la contratapa. Rep fue también el autor de la ilustración de la portada del diario y de la de *Radar Libros*.

La ilustración de la tapa del diario muestra a Cortázar de cuerpo entero, con barba y fumando, destacando sus ojos y su mirada particular. El titular es *Un tal Julio*, haciendo referencia a *Un Tal Lucas* de Cortázar. La bajada lo define como un intelectual comprometido, que dejó su marca no sólo en la literatura sino en toda la compleja trama social del siglo pasado. Se incluyen textos de Juan Gelman, Osvaldo Soriano, Gabriel García Márquez, entre otros y del mismo Cortázar. Presenta una cronología y comentarios de Borges, Saramago, Benedetti, entre otros. La primera imagen que presenta *Radar Libros* en la portada es la caricatura realizada por Rep. Lo muestra con el peinado característico de su juventud, destaca sus ojos y su mirada y el cigarrillo. En el encuadre que realiza Rep no aparece representada la boca. La imagen tiene un marco propio ovalado, irregular, que difiere del formato del soporte.

El titular que acompaña a la ilustración, *Queremos tanto a Julio*, hace referencia al título de un texto de Cortázar. El cuento se refiere a un club secreto de admiradores de la actriz Glenda, que en su adoración están dispuestos hasta a modificar y sustituir escenas en las que ella no realizó un buen trabajo, para mejorar su imagen.

En el sumario de la tapa figuran las demás notas referidas al tema, ya que el recorte del suplemento es casi temático, y sus autores. En la parte inferior de la portada figura otra ilustración más pequeña, que representa una máquina diseñada por Juan Esteban Fassio, llamada *Rayuel-o-matic* que a través de gavetas y una botonera permite la lectura de *Rayuela*.

En el interior figuran cuatro retratos de Cortázar. El primero muestra un recorte de un primer plano en el que se puede ver la mitad inferior del rostro, sobre todo la barba que se funde con el fondo y la boca. La nota se titula, como un libro del escritor, *El perseguidor*.

La nota siguiente se llama *Imágenes de Julio* y presenta tres textos de autores latinoamericanos, dos del año '68 y uno del '75 que se relacionan con Cortázar. Incluye también un fragmento de una carta escrita por Cortázar en el año '67, dirigida a Fernández Retamar, en la cual reflexiona sobre los conceptos "intelectual" y "latinoamericano".

A diferencia de la elección que realizó *Ñ* de un fragmento conocido de la novela más famosa de Cortázar, *Radar Libros* publica un texto en el cual quedan planteadas algunas ideas políticas y posturas en cuanto a su obra literaria y al hecho de no haber vivido en la Argentina. La imagen es la misma que muestra *Ñ*, de Cortázar joven con sus manos en primer plano.

En la doble página central, bajo el título *La vuelta a Cortázar*, seis escritores explican la influencia y el significado de Cortázar en ellos. Está acompañada por una fotografía pequeña, un retrato con el fondo recordado, de Cortázar no tan joven, sin barba, con saco y corbata y el cigarrillo en la boca. Mira a cámara con el ceño ligeramente fruncido.

La siguiente fotografía lo muestra sentado, cerca de una mesa con una taza de café, un libro abierto entre otras cosas. En el fondo se distingue una chimenea, una biblioteca, una escultura. Él está con los ojos cerrados,

apoyando la frente en la mano, como cansado y pensativo.

En la bajada de la nota *Modelo para amar* puede leerse: *Progresivamente, Cortázar abandona la imagen de artista puro para adoptar la piel del intelectual comprometido en los debates de su tiempo.*

La contratapa presenta una entrevista al editor Francisco Porrúa, realizada por Rodrigo Fresán, titulada, *Instrucciones para recordar a Cortázar*, haciendo referencia a obras de Cortázar, como casi todos los demás títulos. La imagen que ilustra esta nota es un dibujo lineal de la rayuela, con anotaciones, que forma parte del *Cuaderno de bitácora de Rayuela*. Tanto esta ilustración como la imagen secundaria de la tapa cuentan con epígrafes, ni las fotografías ni la ilustración de Rep poseen.

El suplemento *Radar Libros* realiza un "homenaje" al escritor, al dedicarle casi la totalidad del número. Esta lectura además puede hacerse del titular de la portada, que hace referencia a ese texto en particular, y de la ilustración, que marca un carácter mucho más personal que las fotografías utilizadas en los otros dos suplementos. Se diferencia del carácter de "biografía" o "informe" de la nota de *Ñ* y de la aproximación más distante que realiza el suplemento de *Cultura de La Nación*.

• 10 años de la muerte de Kurt Cobain

Este aniversario contó con una nota en *Radar* n°398 del día 4 de abril de 2004 y una en *Vía Libre* del día 2 de abril de 2004. Ambas notas fueron cortas.

La imagen de la nota de *Radar* es más grande que el espacio que ocupa el texto. El titular, en vertical y a un costado de la imagen, dice *La vida breve*. La fotografía es un retrato del músico, y está en blanco y negro. El encuadre presenta la cabeza de Cobain entre cabezas de muñecos en una estantería. La imagen es potente, uno de las cabezas de muñeco a su lado no tiene ojos. Él está posando con los ojos muy abiertos, una expresión seria, mirando fijamente a la cámara y simulando ser uno más. Cobain, líder de Nirvana, murió a los 27 años, y pasó a formar parte de una lista de músicos de rock, íconos de un estilo de vida, que fallecieron a la misma edad, entre los que figuran Janis Joplin, Jimi Hendrix y Brian Jones. Su muerte dio lugar a distintos mitos y conjeturas ya que ocurrió en un momento en que su carrera estaba en pleno crecimiento.

La nota plantea el interrogante de cómo sería Cobain hoy, y termina diciendo: "Apenas queda la historia de un grupo que se convirtió en el más importante del mundo en cinco años, grabó tres discos, revolucionó la cultura del pop, y se acabó."

La nota de *Vía Libre* se titula *Diez años sin Cobain* y el copete dice *Mitos, conspiraciones, tributos y negocio*. La fotografía es un retrato de Cobain en un escenario, cantando con una actitud furiosa característica, con los ojos cerrados, el pelo en la cara, tocando la guitarra con la mano izquierda, ya que era zurdo. Está vestido con un estilo que se popularizó en ese momento como grunge, que consistía en cierta dejadez, un par de talles más grande del correcto, y con mucho uso, es decir "gastada". La nota es una especie de punteo de items en los que se plantea un año a partir del '94 -año en que Cobain se suicidó -hasta el 2004, un suceso relacionado a él, y un tema *Cobain del año*.

• **Dada y surrealismo, colección Schwarz, Malba.**

La muestra ocupó una doble página de *Radar* n°397 del día 28 de marzo de 2004, de *N* n°24 del día 13 de marzo de 2004 y una nota de media página del formato sábana de *Cultura* del día 28 de marzo de 2004.

La nota de *Radar* presenta en un tamaño considerable seis imágenes color, con sus epígrafes, de obras que forman parte de esta colección que se muestra en el Malba. Son las siguientes, en orden: *Mujeres y pájaros* de Joan Miró, *Tickets* de Francis Picabia, *L.H.O.O.Q.* de Marcel Duchamp, *Los ingenieros* de Hausmann, *Regalo* de Man Ray y otra obra de Duchamp, *Rueda de bicicleta*. El titular dice *Las luces del siglo*, y en la bajada se destaca el nombre de la muestra *Soñando con los ojos abiertos*. La autora de esta nota hace una extraña reflexión. En su opinión, solamente el dadaísmo y el surrealismo “instaron a una revolución que más que estética fue cultural”, y atribuye esta característica al hecho de que estos movimientos hayan sido creados por poetas y no por “pintores”.

La nota plantea una breve explicación sobre el nacimiento y significado de estos movimientos de vanguardia y una pequeña biografía del coleccionista que reúne a todas estas obras.

Al final de la nota, destacada en color, se encuentra la información sobre la muestra, indicando lugar y fechas. La apertura de la nota de *N* ocupa la primera de las dos páginas dedicadas al tema. Está formada por tres imágenes, que son tres de las seis obras que muestra *Radar*. Con mayor jerarquía se encuentra la obra *Tickets* de Picabia, y los epígrafes ofrecen más información, es este caso agrega los datos de la técnica utilizada y el año de la obra. Más pequeñas se encuentran las fotografías de los ready mades de Duchamp y Man Ray, *Rueda de bicicleta* y *Regalo*.

El titular dice *La gran colección Schwarz*, otorgando de esta manera gran relevancia al coleccionista. La nota también le dedica gran parte del texto a la biografía de Arturo Schwarz y su relación con los artistas dadaístas y surrealistas. El resto de la nota se refiere en especial a la muestra, a las obras que la componen y a la intención de la colección.

Al finalizar presenta una ficha con los datos del lugar, fechas, horarios y el valor de la entrada.

El suplemento *Cultura* titula a la nota *Las fuerzas de lo oculto* y anuncia en la bajada que la muestra exhibe “las rupturas de Dadá y el surrealismo”. La imagen reproduce un collage de Lászlo Moholy-Nagy, que forma claramente parte de estos movimientos pero que no es una de las obras más famosas y conocidas de ellos. La nota cuenta también los orígenes del dadaísmo y del surrealismo y muy brevemente, quién es el coleccionista. Muestra menor entusiasmo ante el hecho de que esta colección esté en Buenos Aires y aclara que parte de las obras son reproducciones.

En la opinión del autor de esta nota, estas obras ya no cuentan con el espíritu revolucionario que las caracterizaba a principios de siglo. Dice: “Los datos históricos hacen más comprensible el clima que rodeó el nacimiento y el desarrollo de Dadá y el surrealismo.” Pero esto no evita que las obras que se exhiben en el Museo de Arte Latinoamericano, Colección Constantini, posean hoy una apariencia mansa, anacrónica y adaptada al

museo -todo lo que rechazaban los artistas-.

En el final también se ofrecen los datos de lugar y la fecha de la exposición.

Definición del alcance del diseño en la construcción del concepto de cultura

Conclusiones

1. En base a diferentes definiciones del concepto de cultura, se determinará qué se entiende en la actualidad por información cultural en los diarios y qué aspectos incluye.

El significado de la palabra “cultura”, de la forma en que es utilizada cotidianamente, se refiere a los aspectos más elevados de la mente, como el Arte, la Literatura o la Música, se refiere a las “Bellas Artes” y las “Bellas Letras”. Este argumento divide a la sociedad entre los “entendidos” o “cultos” y aquellos que no.

Según Anibal Ford (1985), el concepto burgués de la cultura, como bien universal al margen de la historia, posiciona a la cultura de una clase como la cultura universal, única, la civilización. Este concepto tiene dos vertientes, la elitista con un carácter diferenciador, y la reformista de carácter distributivo. La idea de distribución comienza a través de la necesidad de reproducir el sistema. Esta postura otorga a las clases populares un rol pasivo, no creador, carente de iniciativa.

A su vez, una definición más amplia de cultura, la cual es utilizada por la antropología y la sociología, incluye estos aspectos pero agrega otros. Se refiere a los modos de vida de los miembros de una sociedad, que considera también las costumbres, la indumentaria, la conformación de la familia y la pareja, el trabajo, las ceremonias y pasatiempos. Las expresiones de la cultura, como el cine, la literatura y el arte, modelan los valores y las costumbres.

El término cultura tiene su origen en un proceso, la cultura o cultivo de granos o la cría de animales y se extiende a el cultivo de la mente humana. A fines del Siglo XVIII, especialmente en alemán y en inglés, el término se utiliza para designar a una “configuración del espíritu” que conformaba “todo el modo de vida” de un pueblo en particular.

Según Williams (1989), la ideología es la conexión entre las creencias formales y conscientes de una clase social y la producción cultural propia. Esta conexión se basa en las relaciones, perspectivas y valores. La ideología es también analizable en la relación entre los sistemas de creencias y las formas artísticas, lo cual subyace en un posicionamiento en el mundo.

No se debe omitir el conjunto de procesos reales y complejos a través de los cuales una “cultura” o una “ideología” son en sí mismas producidas. Lo que un sociólogo o un historiador de la cultura estudian son las prácticas sociales y las relaciones sociales que producen aquellos estados y obras dinámicas dentro de las cuales existen tensiones, conflictos, innovaciones y cambios.

La distinción contemporánea entre “alta cultura” y “cultura de masas” es inabarcable sin considerar las estructuras cambiantes de las clases sociales. Las asociaciones sociales de estos términos provienen de categorizaciones confusas como el arte de la corte y el campesino, o el aristocrático y el popular. Para Williams

(1989), existen procesos sociales de los que puede decirse que preceden a algunos sentidos de la sociología. Esto sucede especialmente en el área de los agrupamientos, selecciones y énfasis culturales que pasan por órdenes sociales diferentes, aunque se encuentran afectados por ellos. La organización social de la cultura, como sistema significativo, está inserta en una gama de actividades, relaciones e instituciones, de las que sólo algunas son manifiestamente “culturales”.

Pierre Bourdieu (1991), concluye que “el acceso a las obras culturales es privilegio de la clase cultivada”, debido a que, entre otros prácticas, la asistencia a los museos aumenta a medida que ascendemos de nivel económico. Las clases se diferencian, igual que para Marx, por su relación con la producción y por la propiedad, pero también por la forma de uso de los bienes de consumo que se transforman en signos. Los mismos bienes pueden ser consumidos por diferentes clases, por lo tanto la diferencia se encuentra en su modo de utilizarlos, de apropiarse de ellos.

La clase dominante puede imponerse y reproducir esa dominación si además de ser hegemónica en el plano económico, lo es también a nivel cultural.

En su teoría de los campos, define al campo cultural como un sistema con leyes propias. Los grupos que intervienen en cada campo luchan por la apropiación del capital específico. Existen dos posiciones, quienes poseen el capital, ya sea de conocimiento o creencias, y quienes aspiran a poseerlo. Se puede detectar la existencia de un campo en el sentido que una obra no es comprensible si no conocemos las características del campo en el cual fue producida. Hay que situar al artista y a la obra en el sistema de relaciones vinculados con su producción y comunicación.

En base a esta teoría, Beatriz Sarlo (1988) señala que el posicionamiento de un artista dentro del campo y el tipo de participación en el “capital cultural” lo definen como un artista “oficial” o de “vanguardia”, escritor “marginal” o “integrado”. Los campos cuentan con una estructura y un sistema de valores propios, pero no es independiente de los demás campos. Esta relación se manifiesta en distintos periodos de forma diferente.

El concepto de cultura atraviesa transversalmente a otros ámbitos como el trabajo, las instituciones, las ciudades, por lo que se podría realizar una lectura de diferentes “culturas” específicas, como la cultura política, la económica, etc. En ese sentido, podrían incluirse otras áreas como la Televisión y el Diseño en sí mismo. Con el desarrollo de la burguesía se forma un mercado específico para los objetos culturales y nacen los museos y las galerías, se crean “instancias específicas de selección y consagración”.

Bourdieu (1991), divide a los públicos de la producción cultural en “burguesía, clases medias y populares”, con el criterio de la subordinación de las populares. La diferencia en el consumo entre el la clase popular y la burguesía estaría marcada por su la incapacidad de la primera de discernir lo estético de lo práctico.

Sergio Miceli realizó un estudio en Brasil basado en este análisis y concluyó que no existe una estructura de clase unificada, y tampoco de una hegemónica al nivel de imponerse ante las demás, sino más bien un “campo simbólico fragmentado”.

Según Canclini (1989), es necesario en latinoamérica reformular los conceptos de Bourdieu (1991), (1991), incluyendo los productos culturales nacidos de los sectores populares y la resemantización que generan en base a los provenientes de la cultura dominante. “En una cultura industrializada, que necesita expandir constantemente el consumo, es menor la posibilidad de reservar repertorios exclusivos para minorías. No obstante, se renuevan los mecanismos diferenciales cuando diversos sujetos se apropian de las novedades.” En la opinión de Anibal Ford (1985), el “campo cultural” en nuestro país no tiene límites precisos. El periodismo cultural se define por una especial forma de ver las prácticas sociales y no se limita a un campo específico como en el caso del periodismo especializado en cine, literatura o artes plásticas.

Según Rivera (1995), un sector del periodismo cultural ejerce real influencia en la configuración de las ideas y del gusto de una época, mientras que el otro se limita a reproducir sus modos sin aportar elementos genuinamente originales o contradictorios.

Algunas revistas culturales expresan de manera excluyente la ideología o la estética de un grupo, como ocurrió en general con las publicaciones de la vanguardia. Otros medios, se asocian más eclécticamente a la difusión del “espíritu de la época”. La mayoría de los suplementos tienen una voluntad “vulgarizadora” o divulgatoria.

Los cambios culturales que se producen a nivel mundial, figuran en los diarios en las secciones de información relacionadas a política o economía y en general pasan a los suplementos culturales cuando se ven reflejados a través de algún área de expresión artística como el cine o la pintura y de esa manera forman parte de lo que se entiende como “cultura”. Un ejemplo de esta situación podría ser la nota de tapa de la revista de cultura *Ñ* número 37, del día 12 de junio del 2004, titulada “El arte de la crisis”.

La nota trata sobre una muestra que se estaba llevando a cabo en esos días, relacionada con “acciones” de “activistas visuales” en la Casa de la Cultura, motivo también de la visita a Buenos Aires y a la Facultad de Arquitectura de David Tartakover, diseñador y artista israelí relacionado a temáticas socio-políticas. La muestra tuvo su espacio también en el *Sí* del 14 de mayo.

Se realizó también en mayo de ese año la muestra “Ex Argentina” en Alemania que reunía “acciones” de grupos argentinos, junto con textos y datos económicos que explicaban la situación actual del país.

La nota de *Ñ* incluye un apartado de León Ferrari con el título “Arte y poder” y otro de la artista Cristina Schiavi en el cual plantea la imposibilidad del arte de no relacionarse con el contexto político y social aún sin ser de forma explícita.

En nuestro país, a partir de la crisis del año 2001 surgieron movimientos y algunos artistas se acercaron a una temática “social”. Para León Ferrari, en la actualidad, el arte político se hace más “en la calle”, en las fábricas, en las marchas, aunque hay en este “resurgimiento” algo de moda. A diferencia de lo que sucedía en los ‘60, el arte político actual está fuera de los circuitos de las galerías, diarios, críticos y coleccionistas, que son los que definen qué es arte y qué no para el mercado.

En los '60 los artistas que realizaban este tipo de obras eran reconocidos por la crítica.

León Ferrari denuncia una complicidad entre las elites productoras de dinero y las productoras de cultura estética para limitar el significado de la palabra cultura a sus propias prácticas. La obra de Ferrari plantea un acercamiento al receptor enfatizando el significado por sobre el estilo. Las obras de arte contemporáneo son en general inaccesibles no sólo por una cuestión económica, sino porque resultan incomprensibles para la mayoría.

Hlito se refiere a un contexto no artístico en el cual está inserta la obra. A partir del impresionismo se dejó de considerar a la obra como expresión de consumo, "como dato del gusto de una época. Comenzaron a vincularse con «otras formas de respuesta que integran la cultura de una época, no como registro pasivo de sus transformaciones sino como denominador sensible de ellas.» La obra de arte puede participar de forma activa en la definición de la cultura.

2. Rivera (1995) marca una distinción que entre dos tipos de periodismo cultural:

- Hegemonía de un modelo de cultura especializada, erudita y homogénea, destinada a un núcleo de conocedores más o menos calificados.
- Vulgarización, heterogeneidad y cultura general.

En el diseño también se refleja esta distinción. En el caso de las vanguardias artísticas de principios del siglo XX, la disciplina estaba involucrada en el desarrollo del movimiento, contribuyendo a generar "un hombre nuevo". Sus publicaciones estaban generando nuevas ideas también a través de la forma en que éstas estaban representadas. Se puede establecer una relación entre el origen de los contenidos y las novedades o los cambios de estilo en el diseño, que surgen desde las publicaciones que Rivera (1995) señala en el primer caso y luego se trasladan con un espíritu divulgador a las del segundo, convirtiéndose en el standard.

Esto sucede incluso con las tendencias o modas, como en el caso de la gráfica característica de determinado grupo lector de las revistas *Beach culture* y *Ray gun* diseñadas por David Carson en los '90, que luego se extendió hasta llegar al suplemento *Sí* del diario *Clarín*. Según Rivera (1995), "la gama de incumbencias del periodismo cultural es variada y heterogénea, pero puede decirse que la amplitud o restricción del concepto de cultura al que adhiera una publicación limitará o expandirá considerablemente su campo de intereses y consecuentemente las posibilidades de elección temática de sus colaboradores."

3. Análisis de las variables que entran en juego en relación con el Diseño.

Eliseo Verón (1985), define a la prensa escrita como uno de los espacios donde se diseñan los discursos. Es un sector de la producción cultural sometido a las leyes de la competencia.

Toda producción de sentido depende necesariamente de las condiciones sociales de producción. Esta idea es inseparable al concepto de discurso. Los "discursos sociales" circulan entre las "condiciones de producción" y las "condiciones de reconocimiento o recepción".

Una pieza de diseño, un texto, una fotografía o ilustración, son manifestaciones de la producción de sentido que se generan bajo determinadas condiciones de producción, es decir, en un contexto social, histórico y económico y que producen efectos bajo ciertas condiciones de reconocimiento. Las prácticas discursivas reflejan la ideología y los valores de la cultura de determinado momento histórico.

Los suplementos culturales, si bien no son el único factor sino que forman parte de un conjunto, determinan valores. A través de la opinión, de firmas prestigiosas, designando espacios para determinados temas y jerarquizando, definen qué textos son susceptibles de ser leídos. No se trata simplemente de transmitir una noticia o de difundir un hecho, sino de participar en la construcción de la cultura de determinada sociedad.

Leonor Arfuch (1997) critica en su artículo "El diseño como trama cultural" la equiparación de los términos "diseño" y "comunicación", en el sentido de la transmisión de un mensaje unívoco, sin "problematizar la irreducibilidad del sentido", sin "asumir la divergencia de la recepción".

El diseño forma parte de la "trama semiótica" que es la cultura. Según Arfuch (1997) no se debería hacer mención al diseño y la cultura en forma autónoma sino referirse al diseño "como trama cultural". En un artículo en la revista *Tipográfica*, Franco Baggiani define al diseño gráfico como "una actividad destinada a generar productos gráficos, para ser reproducidos en escala industrial, con un objetivo explícito predeterminado, pero cuya función simbólica implícita es la de otorgar identidad y, por lo tanto, "realidad" y legitimidad a las instituciones". Esta es, según Baggiani la función social del Diseño. A través de la historia, pueden encontrarse símbolos que representan a las instituciones y por lo tanto las legitiman. El diseñador gráfico trae al plano perceptual las organizaciones y comportamientos sociales.

En la lectura de una pieza de diseño resulta imposible separar las características del "lenguaje" gráfico y el significado. Citando nuevamente a Arfuch (1997): "Los enunciados llevan siempre la marca de su enunciación". El diseñador gráfico es responsable de la cultura visual de una sociedad. El Diseño interactúa con el contexto, forma parte de una realidad social.

El Diseño puede crear nuevos significados aunque deben estar relacionados con los ya existentes. El Diseño tiene la capacidad de conducir a cambios en la cultura iniciando cambios de sentido.

Bibliografía

- Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas. *Prohibido para mayores*. Noticiario de la Prensa Argentina n°212. Buenos Aires: adepa- Enero-marzo 2003.
- Adorno, Theodor W (1989) *Crítica cultural y sociedad*. Barcelona: Ariel.
- Arfuch, Leonor (1997) *Problemáticas de la identidad y culturas contemporáneas. Introducción de La cultura en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural*. Buenos Aires: UBA.
- (1994) *El diseño como trama cultural*. Buenos Aires: Documento de trabajo. FADU. 1994.
- Baggiani, Franco. *La función social del Diseño*. Buenos Aires: tpG n°16.
- Barbero Jesús Martín (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barthes, Roland (1964) *Lo obvio y lo obtuso. Retórica de la imagen*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Bourdieu Pierre. (1997) *Sociología de la cultura*. México: Grijalbo.
- (1995) *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- (1988) *Campo intelectual y proyecto creador* VVAA.
- (1983) *Campo de poder y campo intelectual*. Buenos Aires: Folios.
- (1972) *Elementos para una teoría sociológica de la percepción artística*. VVAA.
- (1972) *Sociología del arte*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Carter, Mathew (2001) *El diseño para diarios y revistas*. Buenos Aires: Conferencia tpG. Buenos Aires: 2001.
- Chaves, Norberto (1988) *La imagen corporativa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Debray, Régis (1992) *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente*. Barcelona: Paidós.
- De Lorenzi, Miguel. *Hoy, los diseñadores de la prensa escrita*. Buenos Aires: tpG n°31.
- Evans, Harold (1984) *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ford (1985), Anibal; Rivera (1995) Jorge; Romano, Eduardo. *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires: Editorial Legasa.
- García Canclini Néstor (1989) *Culturas híbridas*. México: Grijalbo.
- (1989), Nestor. *Ideología, cultura y poder*. Buenos Aires: Secretaría de Extensión Universitaria Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. 1995.
- Gramsci, Antonio (1960) *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires: Lautaro.
- Gutierrez Palacio, Juan (1984) *Periodismo de opinión*. Madrid: Paraninfo. 1984.
- Landi, Oscar (1987) *Medios, transformación cultural y política*. Buenos Aires: Legasa.
- Lawson, Alexander (1990) *Anatomy of a typeface*. News paper types. Inglaterra: Penguin Books.
- Licko, Zuzana y Vanderlans, Rudy. Émigré (1993) *Graphic Design in the Digital Realm*. Nueva York: Van Nostrand Rienhold.
- Menke, Chritoph *La soberanía del arte. La experiencia estética según Adorno y Derrida*. Madrid: Visor.
- Rivera (1995), Jorge. *El Periodismo Cultural*. Buenos Aires: Editorial Paidós. 1995.
- Sarlo, Beatriz; Barbero Martín (1987). *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Gustavo Gili.
- Verón (1985), Eliseo. *La semiótica social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. España: Gedisa.
- Vilches, Lorenzo (1986) *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós.
- (1986) *Lectura de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós.
- Williams), Raymond (1989) *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona: Paidós.
- (1989) *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós.