

definidores de identidad, la respuesta a un plan estructural o modular y el grado de precisión en la información.

- Reconocer y clasificar distintos sistemas de materialización de soporte y el uso de nuevas tecnologías

Metodología propuesta

Se ha propuesto a diferentes grupos de alumnos, concurrir a distintos espacios con intensa movilidad social tales como: Jardín Zoológico Ciudad de Buenos Aires • Zoológico Temaikén, Escobar • Jardín Botánico Ciudad de Buenos Aires • Jardín Japonés Ciudad de Buenos Aires • Shopping Abasco, Alto Palermo, Easy, Paseo Alcorta y otros • Museo Malba • Museo Enrique Sívori • Museo Xul Solar • Museo Ferroviario de Buenos Aires • Terminal de Ómnibus, La Plata • Aeroparque Jorge Newbery • Clubes y Gimnasios • Centro de Salud Mental Ameguiño • Clínicas Privadas • Oficinas (Seguros Alba Caución), con el objetivo de observar y registrar los distintos elementos señalizadores.

Asimismo se les ha sugerido para el mencionado registro de los elementos, la utilización de diferentes técnicas, tales como: la fotografía, croquis a mano alzada, el dibujo perspectívico, filmaciones, elaboración de listados, de manera tal que sirvan de soporte y respaldo de sus descripciones de reconocimiento, análisis, diferenciación y categorización de los diferentes elementos señalizadores detectados y registrados.

La metodología descripta se ha considerado motivadora para que los alumnos logren hacer algunas inferencias referidas a Señalética, a partir de sus pequeñas observaciones de exploración, valorando su sentido e importancia en la comunicación social

Se considera que ha quedado pendiente por ser demasiado ambicioso, el objetivo de que los alumnos logren además hacer alguna inferencia vinculada a la percepción, interpretación, dinámica, actitud y comportamiento de los individuos y grupos de individuos (de diferentes características socioculturales) frente a los elementos señalizadores.

Introducción a la crítica del «Lenguaje Visual».

Gustavo Valdés de León

I. Introducción

Uno de los síntomas que denuncian la precariedad de las “teorías” que aún circulan –incluso en los ámbitos universitarios– sobre el Diseño y el Diseño “Gráfico”, es la ambigüedad y la polisemia de los términos habitualmente utilizados en los discursos que pretenden dar cuenta de dichas disciplinas, de su enseñanza y de su práctica.

Sin una terminología precisa y consensuada, científicamente fundada desde la experiencia y las leyes de la lógica, los discursos “teóricos” no llegan a trascender el horizonte de la opinión, el subjetivismo estrecho, cuando no el de la inercia conceptual o la pura banalidad. Piénsese, a este respecto, en las diversas acepciones –algunas francamente contradictorias– que se otorgan al término “pregnancia”, según la personal interpretación del sujeto –docente o alumno– que la utiliza. Algo similar ocurre con términos clave tales como “código”, “imagen” y aún “gráfico”.

El vocabulario “profesional” abunda en palabras “comodines” que siempre vienen bien para enmascarar el desconocimiento: en tanto esta “balkanización” terminológica persista no podemos hablar, propiamente, de una teoría del diseño.

II. ¿Existe el lenguaje visual?

Uno de los términos más socorridos en el discurso universitario es el de “lenguaje visual” que, a fuerza de ser repetido, ha adquirido una entidad tal que lo ha convertido en uno de los núcleos conceptuales fundantes de la formación profesional. Ahora bien, ¿en qué consiste, exactamente, dicho “lenguaje”?

¿Designa a un sistema de signos autónomo que puede ser utilizado para comunicar –o, como suele decirse, “transmitir”– mensajes, con prescindencia del Lenguaje, que es verbal por definición? Si esto fuera cierto, ¿Cuál es la estructura del signo visual que garantiza su autonomía respecto del signo lingüístico?

¿No será el “lenguaje visual” nada más que una expresión degradada y empobrecida del Lenguaje, un simple y bastante torpe subrogante de éste, un “lenguajito” de segundo orden –o de segundo grado– que emerge por necesidad operativa allí donde por motivos puramente empíricos la comunicación mediante el Lenguaje resulta impracticable?

Por lo demás, la experiencia cotidiana nos ofrece el “espectáculo” de prácticas comunicacionales heterogéneas basadas en los más diversos “lenguajes” visuales y, en este sentido, cabe preguntarse: ¿qué tienen en común, en tanto “lenguajes visuales” prácticas tan disímiles como el “lenguaje de señas” de los hipoacústicos, los sistemas de escritura (alfabéticos o ideográficos), los rituales, ceremonias y saludos del comportamiento social, las insignias y uniformes (militares, sacerdotes, médicos y barrenderos), la Cartografía, los sistemas de identidad visual corporativa y los afiches de vía pública –que no sea otra cosa que todos los fenómenos mencionados y muchos más, son percibidos en forma exclusiva por un único sentido, el sentido de la vista?

En una primera instancia resulta forzado pretender incluir prácticas comunicacionales tan diferentes dentro de una categoría única, el “lenguaje visual” –cuando en realidad se trata de prácticas comunicacionales radicalmente distintas y hasta opuestas en orden a su materialidad, relaciones espacio-temporales, presencia o ausencia física de los interlocutores, modalidades de uso, grados de complejidad semántica y sintáctica, competencia exigida a los usuarios, condiciones específicas de producción y consumo, etcétera.

En síntesis, ¿existe, en la realidad práctica de la comunicación, un “lenguaje visual”, en tanto paradigma válido o estamos frente a una entelequia, en la más pura tradición nominalista, que sobrevive merced al hábito, la inercia intelectual y la compulsión a la repetición? ¿no será que coexisten múltiples “lenguajes visuales” que resulta imprescindible discriminar?

III. Acercando el sintagma

El sintagma “lenguaje visual” –mas allá de su incongruencia semántica que hace colisionar referentes anatómicos (lengua, vista) incompatibles y registros conceptuales que se excluyen recíprocamente– exige ser analizado en cada uno de sus términos, que además, refieren a un paradigma –como tal, ausente– del cual extraen su sentido: la comunicación. En efecto, el lenguaje (con mayúscula y sin aditamentos), lo “visual” (como modalidad de percepción y construcción de

“imágenes” por medio del sentido de la vista) y la Comunicación (como proceso complejo de interacciones, producto y condición de la vida en sociedad) configuran un denso sistema de relaciones mutuas, un núcleo problemático que deberemos despejar, - como condición previa a la de-construcción e inteligencia del sintagma.

1. Acerca del lenguaje

Abordaremos la cuestión del lenguaje desde lecturas diferentes, pero no excluyentes.

En primer lugar consideramos al Lenguaje como la particular capacidad humana de simbolizar, esto es, la capacidad de poder representarnos la “realidad” – y poder “representarla” a los otros - por mediación de un sistema de signos acústicos, signos cuya relación con las “cosas”, fenómenos y conceptos a los cuales se refiere, es arbitraria. Esta condición de “arbitrariedad” de los signos lingüísticos es de particular importancia, en especial cuando dichos signos refieren a “relaciones” –no perceptibles experimentalmente- entre “cosas”, fenómenos y conceptos. (Nos referimos al conjunto de las “leyes” científicas). Por lo demás el carácter arbitrario del signo lingüístico entrará con contradicción con el carácter analógico de muchos signos visuales.

El lenguaje, desde esta perspectiva, puede ser entendido como una “capacidad innata” del sujeto (Noam Chomsky), pura potencialidad que se “materializa” en la Lengua. Esta es, pues, una construcción social, condición y efecto del surgimiento, la existencia y la reproducción de las sociedades humanas –en el interior de un modo de producción determinado, fundado en el trabajo y en las relaciones productivas existentes (Karl Marx).

La lengua es un producto que, como todo lo humano, se sostiene en el artificio, la convención y la coerción (Michel Foucault), que se va modificando y transformando en función de los cambios históricos de la dinámica social –de cuyo seno surge y a la cual sirve -, en la dimensión temporal que de Saussure denominará diacronía.

En el interior del sistema de la Lengua cada sujeto se irá apropiando del “tesoro del Significante” (Jacques Lacan) de acuerdo a su particular –y no intercambiable en absoluto- circunstancia psico-social, configurando un Habla personal que contribuye a la construcción de la ilusión imaginaria del “Yo” en tanto significante. En este proceso el sujeto se constituye como tal, como “hablante”, y va edificando, sintomáticamente, su periplo vital como “relato”.

Si el lenguaje es pura potencialidad, la instancia lengua/habla dispone de una materialidad fáctica exclusivamente acústica: en última instancia son instancias invisibles.

La lengua, para devenir Habla, debe ser aprendida, proceso interminable que se inicia en el interior de la relación erótica de la pareja madre/hijo (Sigmund Freud) como “lengua materna” y es continuada por los sistemas de la educación formal y la práctica cotidiana en la escena social. Esto excluye absolutamente la existencia de “lenguajes naturales”, incluso en el mundo de la “Naturaleza”- ámbito en el cual el término “Lenguaje” resulta impropio cuando no estúpido- puesto que se trata de un universo exento de volición, regido por estrictas determinaciones físicas, biológicas e instintivas, radicalmente diferente al universo de la Cultura y la comunicación.

De esta concepción del lenguaje se deriva una determinada teoría del signo, en su doble vertiente dinámica – no topológica - de significante/significado, categorías bien precisadas que

por su carnadura acústica no pueden –lícitamente-. Ni siquiera por analogía, aplicarse a manifiestos visuales.

Esta errónea transpolación, por desgracia muy generalizada, se pone en evidencia en los “gráficos” con los cuales se supone “ilustrar” el algoritmo saussuriano: el Significante se “representa” en general con el término “árbol” (arbre) mediante el recurso visual de la tipografía y el Significado (debajo de la barra de separación) mediante el ícono de un árbol cualquiera.

Mediante este procedimiento supuestamente “pedagógico” se desvirtúa groseramente la conceptualización de Saussure. En primer lugar, al introducir un ícono en el lugar del Significado éste ha sido sustituido por otro signo de carácter visual, con lo cual el concepto se degrada puesto que el Significado no es el signo, sino un momento de éste. En segundo lugar, el Significado –los significados lingüísticos en general- no son pasibles de ser representados visualmente puesto que en tanto concepto genérico y universal, que el Significante evoca, incluye a todos los “individuos” que comparten el género (“árbol” como paradigma) y no un árbol en particular el “representado” por el ícono. Por lo demás, como luego se verá. Los íconos, en tanto un tipo específico de signo visual poseen otra catadura material y deben ser analizados desde una perspectiva diferente a la de los signos lingüísticos.

2. Acerca del lenguaje como ley

Pero el Lenguaje también puede ser entendido como una estructura abstracta que opera como ley inmutable, reglando los intercambios simbólicos entre los hombres en sociedad (N. Rabinovich). En este sentido, el Lenguaje opera como “ley de leyes”, puesto que cualquier intento de ordenamiento de la realidad, física o social, debe transitar, necesariamente, por el “desfiladero” del Significante; “ley” a la cual queda sujeta la misma Divinidad (Las Tablas de la Ley: Exodo: XX: 1 a 17; XXXI: 10 ;XXXII: 15, 16).

Lo mismo ocurre con las leyes que pretenden imponer un orden al universo físico –de Galileo o Newton hasta Einstein-) o imponer el poder del Estado y el control social mediante “ordenamientos” jurídicos (Constitución, Código civil, Comercial; Penal, etc.), esto es así desde el código de Hammurabi hasta los Reglamentos de la A.F.A.

Que el lenguaje es ley, que la ley es palabra, se percibe en la propia terminología jurídica y política: “diktat”, dictador, edicto (“he dicho”), lex, lexis, legislación, etc.

3. Acerca de la secundariedad

En un aspecto mas técnico, el Lenguaje tiene determinadas características que lo distinguen cualitativamente y lo diferencian del resto de los conjuntos de signos: una de tales características es la denominada Secundariedad (Oswald Ducrot, Tzvetan Todorov).

Esta cualidad paradójica que, al mismo tiempo que define al Lenguaje se constituye como obstáculo para su conocimiento, consiste en que la única forma que tenemos para hablar del lenguaje y operar sobre él, es utilizando al propio Lenguaje, de otra manera, para hablar de las palabras (esto es, del Lenguaje) no tenemos otro recurso que usar las mismas palabras –que lo constituyen.

Además del obstáculo epistemológico que implica la indiferenciación que se establece entre sujeto cognoscente (el hablante), objeto de conocimiento (el Lenguaje) e instrumento cognitivo (las palabras del Lenguaje), la Secundariedad acarrea otras consecuencias.

En primer término, la imposibilidad-lógica pero también empírica, operativa- de la existencia de algún “metalenguaje”, del lenguaje. En efecto, si el acto de pensamiento es un encadenamiento, necesariamente ordenado, de Significantes, esto es, de enunciados lingüísticos, no tenemos a nuestra disposición instancia alguna situada “fuera” del Lenguaje desde la cual poder operar sobre él.

“Fuera” de lo lingüístico, que es lo mismo que decir, “fuera” de lo simbólico, sólo podemos entre-ver la instancia opaca e inerte de lo real, de la cosa en sí (Das Ding), que permanecerá inaccesible a nuestro intento de apropiación – cognitiva y pragmática- en tanto que no podemos de-signarlo con palabras, simbolizarlo, “representarlo” mediante algún signo, en definitiva, significarlo.

Esta particular cualidad del Lenguaje pone en cuestión, entre otras teorizaciones, la función metalingüística relacionada con el código (Roman Jakobson) y algunas vertientes de la filosofía del lenguaje, en especial aquellas que proponen la hipótesis de un supuesto “lenguaje del pensamiento”, anterior al Lenguaje como tal.

De todo esto derivamos otra consecuencia importante para nuestro propósito: en la medida en que no hay un “mas allá” del Lenguaje, éste se asume, con total legitimidad, en Metalenguaje del resto de los sistemas de signos –visuales o de cualquier otra índole, con la excepción apuntada- que son pasibles de ser, analizados y valorizados discursivamente, trátense de “lenguajes” técnicos o artísticos, en la medida en que tales “lenguajes” no son, en realidad otra cosa que la manifestación – especializada en relación a un “sentido”, el de la vista, en general- de un enunciado verbal que los precede y determina.

De aquí surge una insalvable asimetría jerárquica, teórica y operativa, entre el lenguaje y los “lenguajes” a él subordinados –incluyendo al “lenguaje visual” cuya “falta de ser” sólo puede resolverse, vicariamente, en su relación de dependencia con el lenguaje. Dicho de otra manera, si el Lenguaje “está en representación” de la realidad, objetiva, y, subjetiva, en una relación de secundariedad, el resto de los “lenguajes” “estarían en representación del lenguaje”, en una inevitable y necesaria relación de “terceridad”.

4. Acerca de la doble articulación

Otro aspecto técnico a analizar, también específico del Lenguaje, es el de la doble articulación: en su “materialización” pragmática -el acto del habla- el lenguaje opera articulando en el tiempo, uniendo operativamente en función significacional, dos tipos de elementos de diferente carácter. En primer lugar, dispone de unidades mínimas portadora de sentido (morfemas o monemas), “términos” que van siendo combinados por el hablante con el auxilio de articuladores o “shifters” (pronombre, prefijos, conjunciones) en un proceso sintáctico que discurre -transcurre, ocurre- en el tiempo real. La secuencia de morfemas, o sintagma, determina el valor y el significado preciso de cada “término” -acotando su radical polisemia- y construyendo el sentido del enunciado: cada palabra que el hablante -o el escribiente- incorpora al sintagma va modificando la significación de las palabras precedentes y la última puede trastocar el sentido definitivo del enunciado –efecto “après coup”.

Pero además, y en segundo lugar, el lenguaje opera, en una segunda articulación, con unidades aún menores que carecen de sentido, elementos de carácter puramente fónico –los fonemas- cuya combinatoria según las normas particulares

de cada lengua, posibilita la formación de los morfemas de la primera articulación. Nos referimos, por supuesto, a las “letras” (vocales y consonantes) de la lengua, cuya adjunción silábica da como resultado las palabras.

Mediante esta ingenioso artificio, a partir de un modesto “capital” fónico de -apenas- 26 sonidos (luego “caracteres”) nos resulta posible articular mas de 100.000 términos –de los cuales, por desgracia, utilizamos una mínima parte.

Los intentos de transponer la dialéctica de la doble articulación a otros “lenguajes” no han tenido éxito: Pier Paolo Pasolini, en relación con el “lenguaje” cinematográfico (Victorino Zecchetto). El reduccionismo formalista instaurado en la Bauhaus en alguna de sus etapas (Valdés de León, G. A.: “Bauhaus, crítica de un discurso autoritario”) quiso imponer la tríada “círculo/triángulo/cuadrado” –y los colores primarios “correspondientes” a cada una de esas figuras- como las “unidades mínimas” de un supuesto “lenguaje visual universal”, con los lamentables resultados que todos conocemos (el alfabeto “Universal” de Herbert Bayer y el no menos ilegible alfabeto “stencil” de Josef Albers).

La ausencia del sistema de la doble articulación en los “lenguajes” subordinados torna inviables las pretensiones de fundar una –imposible e innecesaria- “alfabetidad visual” (D.A. Dondis) y pone en cuestión la pertinencia del empleo de categorías técnicas (semántica, sintaxis, significante, gramática y otras) propias del lenguaje a los sistemas de signos no-lingüísticos. Si queremos ser rigurosos, pero no rígidos, deberemos reconocer que en el acto del habla, matriz del proceso comunicacional, intervienen –y a veces de manera decisiva- factores extralingüísticos, acústicos y visuales. Por este sesgo nos aproximaremos a la cuestión de “lo visual”, segundo término del sintagma que estamos estudiando.

IV. Lenguaje y para-lenguaje, introducción de lo “visual”

Las teorías de la comunicación abordaron tardíamente los aspectos contextuales que condicionan los intercambios simbólicos. Primero fue necesario superar la teoría matemática de la información (C. Shannon, W. Weaver, 1949) –aunque en su tosca reducción “emisor/canal/receptor”, dicha teoría todavía sobrevuela, como un espectro que se niega a aceptar que está muerto, en nuestras aulas, alimentado por discursos académicos fosilizados.

También fue necesario superar el esquematismo abstracto, universalista y formalista de Roman Jakobson –que todavía sobrevive como repetición acrítica y canónica. Recién en los '70 aquellas conceptualizaciones mecanicistas de la comunicación empiezan a desaparecer del horizonte teórico ante visiones mas consecuentes y mas apegadas a la realidad pragmática del acto comunicacional.

En esa dirección ubicamos al modelo S.P.E.A.K.I.N.G. de D. Hymes y J.J. Gumperz (1962/1971) que, a pesar de sus incongruencias, enfatiza, por primera vez, la importancia de los contextos; así como el modelo psico-social (D. Anzieu y Martin, 1971) que incorpora el concepto de “campo de conciencia”, describe la existencia de “filtros”, tanto en el hablante como en la escucha del hablado y describe diferentes modalidades de “respuestas” o feedback- término técnico importado de la cibernética- sin olvidar los aportes críticos de M. Bajtin. Este proceso ha conducido a una comprensión de la comunicación como interacción total, que incluye los gestos y expresiones corporales – y su percepción visual por los interactuantes- como factor complementario de la oralidad. En efecto, las investigaciones de D. Rimé, Paul Watzlawick

y otros, relacionados con la llamada Escuela de Palo Alto, demostraron que el acto comunicacional no se agota en sus aspectos puramente lingüísticos, incorporando las categorías analógico/digital. No nos estamos refiriendo a banalidades tales como “lenguaje del cuerpo”- que se agotan en el síntoma y la “semiología médica –sino a la contextura del proceso comunicacional intersubjetivo cuya complejidad se acrecienta al incluir nuevos factores –la enunciación, los movimientos y actitudes corporales, las relaciones espaciales entre los interlocutores- así como el contexto material y social en cuyo interior se produce la interacción (Edmond Marc, Dominique Picard.)

El tono de la voz, en el amplio registro que va del soprano al bajo, el ritmo y sus alteraciones, el volumen, los silencios, son recursos fónicos capaces de acentuar el valor emotivo y el sentido de lo que se dice – y que ofrecen serias dificultades a su “representación” visual, mas allá del tosco recurso de manipular el cuerpo y las variables tipográficas o el empleo de puntos suspensivos y otros signos no-alfabéticos.- en virtud del carácter específicamente acústico del fenómeno enunciativo.

Contrariamente, los gestos, la mímica, la actitud corporal, la dirección de la mirada, los alejamientos y aproximaciones de los interlocutores –fenómenos estudiados por la kinética y la proxémica- al ser de carácter visual constituyen la materialidad de determinados “lenguajes visuales”, como luego se verá.

Hemos tratado hasta aquí de describir la complejidad del lenguaje, como sistema de signos que hace posible la comunicación entre sujetos individuales y sociales, enfatizando el carácter acústico de su práctica y de su materialidad. Nos resta, ahora, indagar sobre las relaciones, armoniosas o conflictivas, que se establecen entre el Lenguaje y los denominados “lenguajes visuales”.

V. Los lenguajes visuales objetos, imágenes e imágenes de imágenes

Para empezar sostenemos la existencia empírica de diferentes “lenguajes visuales” que comparten una única condición: son percibidos exclusivamente mediante el sentido de la vista. Las condiciones (físicas, biológicas, psíquicas e histórico-sociales) en que se produce la percepción visual, ya han sido tratadas en extenso en otro lugar (Valdés de León, G. A.: “Contribución a una epistemología del “Diseño Gráfico”) por lo que no será expuesta aquí.

Más importante nos parece intentar acotar la polisemia de los términos “imagen” e “imagen visual”, utilizados de manera sumamente imprecisa, tanto en el habla ordinaria como en el discurso académico.

En una primera aproximación la “imagen” se nos presenta como una modalidad específicamente humana de conocer, aprehender y apropiarse de la realidad material –y operar sobre ella. En efecto, el “mundo” se nos “presenta”, en principio o en el principio, como un conjunto mas o menos caótico de estímulos sensoriales de la más diversa índole, placenteros y displacenteros, que el Yo organiza como “imágenes” mas o menos coherentes, bajo la primacía indiscutible del sentido de la vista: mediante la mirada activa del sujeto el caos absoluto del principio deviene en un cierto cosmos –aún cuando éste se mantenga en situación de equilibrio inestable. Es en este sentido que sostenemos, en coincidencia con algunos de los principios de la teoría de la Gestalt –no con todos- que la mirada del sujeto “construye” el objeto que

mira, en tanto que, además de “ubicarlo” toponómicamente en un espacio y una temporalidad “interiores”-ajenas por completo a la opacidad inescrutable del objeto- lo instala en un orden subjetivo e intersubjetivo, social, pre-existente: al designarlo mediante el lenguaje el sujeto le otorga algún sentido al no-sentido radical del objeto en sí.

El problema -fuente de innumerables conflictos subjetivos y políticos- se presenta en la medida en que el sujeto, al entrar en contacto con el “mundo” se encuentra, colisiona, con objetos, “naturales” y artificiales, que se le presentan con su evidente materialidad física en tanto tales, pero también se encuentra con “imágenes”, es decir, con “imágenes” de objetos, con “representaciones”, generalmente visuales, de objetos ausentes en su materialidad física, “presentes” tan sólo como pura virtualidad, apariencia o efecto visual; “imágenes” que ocupan, por sustitución, el lugar de un “objeto” que alguna vez estuvo –o que quizá nunca estuvo.

Es por esta razón –la diversa índole de lo “real” percibido- que el campo de pertinencia del término “imagen visual” -y de los “lenguajes” que sobre ellas se edifican- debe bifurcarse –y eventualmente, trifurcarse.

Sin duda se coincidirá en que una “cosa” es presenciar en el estadio como el árbitro extrae y muestra una tarjeta roja al jugador sancionado: “imagen” visual directa e inmediata del hecho “real” y de los objetos involucrados –árbitro, jugador, tarjeta- con su fugaz contemporaneidad, su carga emotiva y el compromiso corporal que implica -y otra “cosa” es ver la misma escena en la “transmisión” del partido por televisión, aunque ésta sea “en vivo y en directo” o, peor aún, ver en el diario del lunes la fotografía de aquella escena: “imagen visual” indirecta, mediatizada, simulacro técnico de un instante irrepitible. En el página impresa no está el “objeto” –ni puede estar lo -, en su lugar lo que vemos es una “imagen” icónica, analógica, virtual formada por la superposición de puntos ordenadamente dispuestos por el artificio del offset: donde el objeto estuvo (en la “realidad”) vemos ahora una “imagen” que lo “representa” –siempre ex post facto (por no decir post mortem). Si, para colmo, la impresión es en blanco y negro, el “rojo” de la tarjeta es una pura construcción imaginaria.

Esta “pérdida de realidad” que la “imagen visual” este tipo de “imagen visual”- soporta y que la acompaña desde su origen rupestre pero que se acentúa a partir de la popularización del invento de Gutenberg, es compensada por su difusión masiva: el partido habrá sido presenciado por 10.000 personas, en tanto que su “transmisión” por TV y las fotografías del Suplemento deportivo serán vistas por millones de personas.

Tendremos que lidiar entonces con dos tipos de “imágenes visuales” –y sus “lenguajes” respectivos: a) “imágenes” de objetos que percibimos en forma directa, en su presencia y actualidad, imágenes, por decirlo así, de 1er grado y, b) imágenes de imágenes (de 2do grado) que evocan (en el caso de la escritura) o representan (en el caso de los íconos) objetos ausentes –en muchos casos, definitivamente perdidos.

Tendremos entonces, por lo menos, dos tipos también diferentes de “lenguajes visuales”, unos conformados por objetos –y cuyo- “discurso” se desplegará fundamentalmente en la dimensión temporal -. Otro, conformado por “imágenes visuales”, en sentido estricto –y cuyo “discurso” se desplegará, principalmente, en la dimensión espacial.

El problema, en realidad, es aún mas complejo, puesto que, como es sabido, los objetos per se no comunican nada: su

significación, siempre precaria, les ha sido otorgada desde “afuera” de ellos, por consenso social: si un objeto deviene signo –y cualquier objeto puede llegar a “servir” como signo– será, siempre, por designio del sujeto social, quien le otorga determinada significación.

Pero, además, no todas las imágenes visuales han sido producidas con la deliberada intención de comunicar significados lingüísticos precisos –pensamos en los diversos ejercicios formales de la llamada pintura “pura”, que no necesariamente es “no figurativa” pero si necesariamente “no discursiva”. Por último, no podemos desconocer la existencia de sistemas de imágenes visuales, con valor de “signo”, fuertemente codificados, que desde su origen no pretendieron comunicar significados lingüísticos; nos referimos al sistema de notación musical (pentagrama, claves, cambios morfológicos de las “notas” que indican su duración relativa, silencios, compases, etc.) que al ser “interpretados” por el músico se realizan como pura sucesión de sonidos en el tiempo, en una estructura formal de melodía, armonía y ritmo, exenta de toda intención discursiva o informativa (escúchese, como ilustración de este aserto Las Variaciones Goldberg, BWV 988, o las Suites para violoncello sólo, S.1007-12, de Juan Sebastián Bach.). La ópera, y en general, el teatro musical, se producen y ejecutan en un territorio ambiguo en el cual lo discursivo y lo puramente musical se interrelacionan y conviven, no siempre de manera armoniosa: Richard Wagner.

VI. Los “Lenguajes visuales”: una tipología posible

En orden a lo explicado en los puntos anteriores, en el heterogéneo campo de los “lenguajes visuales” podemos discernir diversos tipos, que describiremos a continuación.

1. Lenguajes visuales gestuales: el “gesto-signo”.

En este tipo el cuerpo, o partes de éste, es utilizado por el “hablante” para comunicar a su interlocutor enunciados verbales, en una situación interactiva “cara a cara”. Se recurre a este “lenguaje” cuando la distancia física entre los participantes imposibilita la comunicación verbal, cuando ésta es impracticable en un contexto ruidoso, por motivos de urgencia o economía expresiva o, en el extremo, cuando por razones de discapacidad auditiva no resulta factible la comunicación verbal.

El gesto-signo se despliega en el tiempo, lo efímero es su manera y condición de ser: dura lo que el interlocutor demore en percibirlo, comprenderlo y actuar en consecuencia. Los gestos o movimientos implican una acción corporal y son, en general, analógicos respecto a los referentes que el enunciado –no dicho– representa: “pulgar hacia abajo”, equivale a golpear hacia abajo, con el arma, al vencido –en el circo romano; mostrar al mozo del bar el pulgar y el índice con una cierta separación entre sí, remeda la forma y proporción del pocillo de café que se demanda.

El conjunto empírico de los gesto-signo es sumamente variado. Es él discernimos gestos aislados, no sistémicos, como el de levantar el brazo derecho, en el lugar correspondiente y con un ángulo determinado, para que el autobus se detenga – nótese que nadie confundiría este gesto con el saludo fascista; nótese que para detener un taxi el ángulo del brazo respecto del cuerpo es mas agudo. Pero también contiene sistemas de signos muy codificados, como el erróneamente denominado “lenguaje de señas” de los hipoacústicos. Existen gestos-signo cuyo significado está restringido a espacios

culturales acotados (“pedir la cuenta” en un restaurante mirando la acción de firmar), o que son utilizados, en ámbitos específicos, de manera casi clandestina a guisa de “contra-seña”: el sutil “cabeceo” del galán para invitar a una mujer a bailar – con la intención de que el resto de los participantes no se percataran del gesto y del eventual desaire. Y también existen otros signos cuyo uso y comprensión es –o casi es– “universal”: los gestos de asentimiento o de negación. Y, la inclinación de la cabeza, y a veces también de la espalda, ante un superior jerárquico o ante una persona de mérito intelectual o artístico superior: levantar el brazo para llamar la atención del otro, etc.

En las, borrosas, fronteras del “lenguaje” de los gestos, encontramos expresiones artísticas que intentan comunicar enunciados mas complejos a un público mediante gestos ritualizados que implican el conocimiento previo de los “códigos” utilizados: teatro tradicional japonés, posición y movimiento de las manos y brazos en algunas danzas orientales. En el teatro occidental, por el contrario, encontramos expresiones artísticas mas próximas a la representación analógica de sentimientos y emociones en función narrativa no-lingüística, en especial en el difícil arte del mimo, que alcanzara nivel de excelencia en la figura de Marcel Marceau.

2. Lenguajes visuales objetuales: el objeto-signo.

A diferencia del anterior, en este tipo la comunicación intersubjetiva y entre sujetos sociales –puesto que aquí aparecen interlocutores institucionales– se establece por intermedio de objetos físicos, materiales, a los cuales, por convención, se les han otorgado significados lingüísticos puntuales.

También es diferente la relación con la temporalidad: mientras que el gesto-signo se consume en el acto mismo de su producción, el objeto-signo perdura en el tiempo, en función de la durabilidad del material con el cual ha sido construido.

En algunos casos la presencia física, actual, del interpelado es imprescindible (expulsión del jugador de fútbol, ya comentada) mientras que en otros el interpelante, un interlocutor institucional, está, necesariamente, ausente, sustituido por el objeto-signo. Tal el caso del semáforo, algunos de los cuales, inclusive, han sido programados para “actuar” con autonomía relativa: merced a la inclusión de sensores cibernéticos están en condiciones de modificar la duración de sus señales en función de la intensidad del tránsito vehicular. En otros, en cambio, resulta necesaria la interacción entre sujetos –aunque éstos no entren en contacto visual: las “señales” lumínicas (y sonoras) mediante las cuales los camioneros intercambian información útil en las rutas mientras circulan por carriles opuestos –, aunque acá estamos ante un caso especial, por su instantaneidad.

En algunos de los “lenguajes” agrupados en esta tipología, el cuerpo de los sujetos funciona como mero soporte del objeto-signo: es el caso de los uniformes –militares, eclesiásticos y civiles– que, en la práctica de la comunicación social, cumplen una doble función, por un lado señalan al portador, indicando su pertenencia orgánica a determinada institución y su diferencia respecto a los demás, cumpliendo las mismas funciones que una marca: por el otro, señalan el grado y jerarquía que ostentan dentro de la corporación a la que pertenecen. Indumentaria, colores, jinetas, charreteras, insignias, utensilios específicos (armas, anillos, báculos, gorras, birretes, kipás, mitras, etc.) contribuyen a hacer evi-

dente la pertenencia y la posición del uniformado en la administración del poder. Es por ello que la utilización de uniformes y atributos esta rígidamente reglamentada en las Fuerzas Armadas y de Seguridad y en la Iglesia Católica.

En las actividades civiles también es habitual el uso de objetos-signo para señalar la pertenencia del usuario a corporaciones profesionales y ocupacionales (médicos, para -médicos, recolectores de basura, carteros, etc.) o educativas (guardapolvo blanco de la educación pública, uniformes en los colegios privados).

Funciones similares de identificación por medio de objetos-signo cumplen las camisetas deportivas con los colores de los clubes a los que adhieren los usuarios. En ocasión de los campeonatos mundiales de fútbol ya es tradicional el uso masivo de casacas con los colores de la selección. Resulta oportuno agregar que, en el pasado reciente -primera mitad del siglo XX- en Europa, pero también en la Argentina, el color de los uniformes -formales e informales- de los militantes indicaba su filiación política e ideológica: negro, pardo o azul representaban a la extrema derecha y el rojo a los activistas de la izquierda revolucionaria. (Un antecedente histórico de la utilización del color como signo partidario: la "divisa" rojo punzó -que tanto irritaba al joven Sarmiento ("Facundo")- de las masas rosistas). La utilización ritual y coreográfica del cuerpo -como "masa" disciplinada- y de objetos-signo alcanzaría su máxima expresión en las ceremonias, nocturnas y multitudinarias del NSDAP (Partido nazi) durante el III Reich. C. Leni Rietensthal: "El triunfo de la voluntad".

También se observa la presencia de objetos-signo en las ceremonias sociales de "pasaje": "primera" comunión, bar y bat -mitzvah, fiesta de 15, "recibimientos", bodas y velatorios; en fiestas y eventos sociales ("rígurosa etiqueta", "elegante sport") y en un sentido mas general pero también codificado, en el "Sistema de la moda" (Roland Barthes) cuyos cíclicos cambios se despliegan en el inter juego tradición / transgresión.

Dentro de esta tipología tendríamos que incluir a los pabellones nacionales, de alto valor simbólico, y de organizaciones internacionales y, en otro registro, a los sistemas de comunicación a distancia mediante "señales" con banderas -transcripción a signos visuales objetuales de los signos lingüísticos, en la línea del "telégrafo óptico" (Claude Chiappe, 1793), desarrollado, como tantas otras innovaciones tecnológicas al servicio de la comunicación, con fines bélicos.

Finalmente, ya en la frontera con los "lenguajes visuales" mediados por "imágenes", encontramos la aplicación de señales visuales en el rostro del sujeto, en especial en los ojos y los labios: los cosméticos, utilizados mayoritariamente -pero no en forma exclusiva- por un público femenino, además de cumplir funciones "estéticas" -al compás de los vaivenes de la moda- juegan un rol comunicacional, sea de pertenencia generacional, de "modernidad" o de disponibilidad sexual. Habría que agregar aquí el uso generalizado, entre los mas jóvenes, del piercing y los tatuajes, despojados ya de su arcaica función simbólica y ritualista, cuando no mágica, fagocitada por el imperio de la moda y el consumo -cuyo antecedente literario rastreamos en Ray Bradbury ("El hombre ilustrado").

La Argentina tuvo el triste privilegio de alumbrar un objetos-signo, surgido espontáneamente en la lucha por la aparición de familiares desaparecidos por el Terrorismo de Estado, que ha recorrido el mundo: los pañuelos blancos de las Madres y

Abuelas de Plaza de Mayo. ("Las locas de la Plaza").

"Lenguajes visuales" mediados por "imágenes".

Describiremos a continuación aquellos "lenguajes" cuya materia prima, cuya materialidad, está constituida por "imágenes visuales" de manera excluyente. La diferente índole de tales "imágenes", en torno del eje Analogía o Arbitrariedad, nos obliga a tratarlos en forma separada.

3. Lenguajes visuales "artísticos": la imagen como simulacro

Éste género comprende un vasto y heterogéneo conjunto de objeto-artístico objetos imagen y de imágenes visuales cuya inclusión simultánea en las esferas, no necesariamente complementarias, de la comunicación y de la estética -o, lo que es lo mismo, de la información y de la "expresión"- da como resultado un género ambiguo y problemático -de allí el entrecomillado. Su descripción dinámica se confunde con la "Historia del Arte" -en rigor de verdad, historia de las artes "plásticas" o "visuales"- y disfruta de un considerable prestigio social que, en ocasiones, linda con la sacralidad: el arte como objeto "sublime", producto del "genio" del artista "creador" -en oposición a las tesis freudianas del "arte" como producto material de la sublimación de pulsiones libidinales. En éste tipo incluimos el espectro total de las artes plásticas cualquiera sea el material, los soportes, las técnicas, los instrumentos y las temáticas, siempre y cuando las "imágenes" -dentro de una amplia gama de grados de inonicidad- estén al servicio de un discurso previo, cumplan, por lo tanto, una función narrativa o descriptiva tal que las "imágenes" pueden reconducir a un enunciado o enunciados lingüísticos "anteriores" a la "obra": en tanto dicho enunciado esté cabalmente "representado" en el "cuadro" -o su reproducción, como luego veremos- suscitará en el público una lectura acorde con el enunciado inicial ("El nacimiento de Venus", Sandro Boticelli).

Esta, primordial, función lingüística no excluye, primero, que la obra proponga o provoque lecturas connotativas disímiles, fronterizas a la polisemia y la multivocidad, en tanto el núcleo informativo básico se sostenga. Y, segundo, tampoco excluye que alguna crítica privilegie el valor "estético" de una obra o un estilo por sobre sus contenidos "objetivos", cognitivos o testimoniales.

Nuestra delimitación descarta todas las expresiones plásticas no-narrativas, de carácter exclusivamente formal, en cuya génesis no percibimos enunciados lingüísticos ni propósitos comunicacionales, limitándose a la presentación directa de relaciones -en armonía o tensión- entre formas (puntos, líneas, planos -geométricos u orgánicos), colores, texturas, materiales -en sí mismas in-significantes- en el plano o en el espacio real. Esto incluye tanto las tendencias "racionalistas", Malevich, - aunque no siempre, véase su "Caballería Roja"- y Mondrian, entre otros, como a las tendencias "expresionistas": Jackson Pollock; no podemos, en rigor, hablar de lenguaje cuando no hay discurso.

La, delgada, línea divisoria no se establece, por lo tanto, entre un arte "figurativo" en oposición a otro "no-figurativo" -dicotomía que debería ser revisada- ya que tanto las formas de construcción geométrica como las "gestuales" -u orgánicas- también son percibidas como "figura". Tampoco consideramos válidos términos tan imprecisos como el de arte "abstracto", dado que toda "representación" pictórica, por "realista" que se pretenda se nos presenta como una abstracción de la "realidad": la elemental y necesaria reduc-

ción del espacio real, tridimensional, a los límites inexorables del plano ya constituye una inevitable maniobra de “abstractización” de un “real” que es sustituido por su representación como pura virtualidad.

En definitiva, en este apartado describiremos aquellas expresiones plásticas que la historia y las sociedades han convenido en considerarlas “artísticas”, en las cuales –o “detrás” de las cuales– podemos intuir un propósito y un enunciado lingüísticos, sea éste de carácter narrativo, pedagógico –gran parte del arte sacro cristiano, en especial desde la contrarreforma: La Capilla Sixtina-, propagandístico, ideológico o meramente descriptivo –mas allá de las pretensiones “estéticas” que sustente –legítimas o no.

En el vasto campo de los lenguajes visuales “artísticos”, por razones de carácter histórico, técnicas y modalidades de producción y consumo que luego detallaremos, distinguimos dos niveles diferentes que, a partir del siglo XIX coexisten y se determinan mutuamente.

3.a. Lenguajes visuales “artísticos” tradicionales.

Comprende a los “géneros” más antiguos, canónicos y canonizados: la escultura y la pintura –tanto la de caballete, de visión y apropiación privada o, vía museos, semi-privada, como la muralista, de visión pública y propiedad social -, el grabado –de limitada reproductibilidad- y el dibujo “artístico” –con exclusión del dibujo técnico, al servicio de intereses pragmáticos y de la ilustración, con finalidades publicitarias o periodísticas, en ambos casos, “extra-artísticas”.

Define a este subconjunto la condición compartida de la pieza única –el “original”- de elevado valor de mercado – con la excepción del arte mural, desde los frescos renacentistas al muralismo del México revolucionario-. Esta característica o “halo” (Walter Benjamin) de pieza única ha ido desapareciendo al ritmo del perfeccionamiento de la fotografía y las técnicas de reproducción gráfica –en un proceso que va de la socialización o “democratización” del consumo de la obra –¿quién no ha visto alguna vez una reproducción de “La Gioconda”?- a su banalización y degradación consumista, snob o “kistch” (versión en yeso de la “Venus” de Boticelli). No obstante lo anterior, el carácter de pieza única sigue siendo el núcleo del prestigio del subgénero y del status social de sus practicantes –aún en nuestra “digitalizada” actualidad.

Dentro de este subgénero las historias del “Arte” incluyen, por lo general a la Arquitectura como una más –a veces, la más importante- de las “Bellas Artes”, pero, y en tanto esta disciplina no tiene como propósito representar un discurso o producir un efecto lingüístico no resulta pertinente incluirla en el campo de los “lenguajes visuales”: como antes se dijo, no hay lenguaje allí donde no hay nada que comunicar. Los arquitectos, al igual que los ingenieros y los maestros mayores de obras diseñan, planifican y construyen “cosas” que cumplen una función práctica (edificios, puentes, diques, máquinas) mientras que la Comunicación –como hemos intentado demostrar en otro lugar- no es una “cosa”.

Argumentar, como se ha hecho, que un hospital –valga como ejemplo- “comunica”, con el “lenguaje de la forma”, que es eso, un hospital y no un salón de baile o una pista de patinaje, resulta tan falaz como sostener que un automóvil “comunica” que es un automóvil y no un ornotorrico: las características “formales” –en última instancia, constructivas, materiales- que diferencian al hospital –y al automóvil- del resto de los objetos, es la consecuencia necesaria e inevitable de la función que cumplen en la práctica cotidiana. Los obje-

tos, ya lo hemos dicho, carecen en absoluto de la capacidad de comunicar, per se, “mensaje” alguno: su significación, siempre vicaria, le es atribuida por la sociedad, en función de su función.

3.b. Lenguajes visuales “Artísticos” no tradicionales.

Durante la primera mitad del siglo XIX, con propósito originalmente extra-artísticos, William H. Fox Talbot (1833), Nicéforo Niepce (1826) y Louis J. Daguerre (1839) en Gran Bretaña y Francia, investigan y desarrollan una nueva técnica de registro y representación “mecánica” del mundo material, la fotografía, aprovechando las propiedades químicas de ciertas sales metálicas que modifican su estructura molecular al ser activadas por la luz solar, así como el perfeccionamiento de los artificios ópticos.

La fotografía –cuyos recursos técnicos en orden a emulsiones sensibles y soportes se fueron mejorando, disminuyendo los tiempos de exposición- sentó las bases que posibilitaron, hacia el final del siglo, la invención del cinematógrafo (August y Louis Lumière, 1895) como técnica de registración y, posterior, proyección en una pantalla plana de imágenes visual en movimiento –cualidad y condición de existencia del mundo de la “realidad” objetiva que, hasta ese momento, los géneros visuales tradicionales sólo habían podido sugerir. Intentos posteriores de “representar” el movimiento “real” en el plano bidimensional (“Desnudo descendiendo una escalera”, Marcel Duchamp) resultan anacrónicos y no van mas allá de una tosca imitación del hecho cinematográfico. El tiempo “real” en la toma, y la secuencia de escenas son categorías necesarias para la representación virtual del movimiento que el cine ofrece como una ilusión verosímil, gracias al fenómeno neuronal de la persistencia retiniana – la “imagen” que el cristalino forma sobre la retina permanece activa durante 1/10 de segundo.

La incorporación del sonido (“El cantor de Jazz, 1927) marca la desaparición del cine mudo, pura imagen icónica, complementada con escuetos títulos tipográficos, e inaugura un género nuevo basado en un sui-géneris “lenguaje” audiovisual ajeno al campo de la pura visualidad que estamos analizando aquí.

La fotografía exhibe desde su nacimiento una marcada vocación periodística de registro de la actualidad, razón por la cual las primeras fotografías documentan los acontecimientos de la época: la Guerra de Crimea (1854-56) y la Guerra Civil norteamericana (1861-1865). En ésta última, intuyendo el valor político y publicitario del nuevo “medio”. El alto mando del ejército de la unión a instancias de Abraham Lincoln incorpora un cuerpo oficial de fotógrafos (Mathew Brady, A. Gardner, Th. O’Sullivan y muchos más).

Tanto la Fotografía como el cine mudo nacen como meras técnicas que, con el tiempo irán deviniendo en “artes”, en “lenguajes visuales” específicos, a tono con las sociedades tecnológicas de las cuales emergen. Los primeros films de los hermanos Lumière (“El desayuno del bebe”, “Entrada del tren a la estación”) no son otra cosa –al margen de la formidable innovación técnica- que toscos documentales de aficionado. De “La salida de los obreros de la fábrica” a “El Acorazado Potemkine” el cine alcanza su madurez como arte, no sólo por la incorporación del recurso del montaje (montaje de atracciones en los términos de Eissenstein) sino por la inclusión del nuevo “género” en la tradición realista y narrativa -ideológica en el caso del film soviético- y la apertura, con Meliés, al mundo de lo fantástico mediante la uti-

lización de “efectos especiales”.

El desarrollo y perfeccionamiento de los medios impresos de comunicación y la existencia de un “público” masivo hacen posible el surgimiento, hacia fines del siglo XIX de un nuevo “lenguaje visual”: El comic o historieta, que se inaugura en los Estados Unidos en 1886 con la aparición en *The New York World* de “The Yellow Kid” (Richard Felton Outcault) personaje que inicia un rico historial que desde “Los sobrinos del capitán” se prolonga hasta las “mangas” contemporáneas, pasando por “super-héroes”, animales antropomorfizados, gánsters, figuras mitológicas e históricas, etc. Se trata de un género narrativo por excelencia –al extremo de haber sido alguna vez designado como “literatura dibujada”- que se realiza en la secuencia de viñetas, diálogos –con el recurso del “globo” y textos.- aunque a veces prescindía de éstos.

La fotografía, tanto periodística como “artística”, el cine mudo y el comic o historieta configuran el espacio no-tradicional de los lenguajes visuales “artísticos”. Se caracterizan por la ausencia de “originales” puesto que se producen para un público masivo que consume “copias” (impresas o fotografiadas) idénticas entre sí). Su carácter discursivo se pone de manifiesto en la práctica de su producción que se inicia, ineludiblemente, con la escritura de un guión.

4. Lenguajes visuales escriturales

Están formados por complejos sistemas de “signos” visuales no analógicos, aunque en su remoto origen –en el caso de nuestro alfabeto, el alíptico fenicio- tuvieron ése carácter: los “signos” son interpretados, tras un proceso de aprendizaje, como la transcripción visual de los sonidos de la lengua.

Ya no se trata de objetos devenidos signo, sino de imágenes visuales, “abstractas”, artificialmente diseñadas con el propósito deliberado de comunicar sentido. La escritura. (cualquiera sea su tipo) es siempre un producto social que garantiza la permanencia –siempre relativa- en el tiempo, de los enunciados lingüísticos –ya caracterizados antes por su intrínseca fungibilidad.

Es por ello que desde sus orígenes la escritura estuvo vinculada al ejercicio del poder-económico, religioso y político -: las primeras inscripciones (Uruk, 2500 A.N.E.) consisten en registraciones contables, los primeros textos son de orden religioso y legislativo (“código” de Hammurabi siglo XVIII A.N.E.). En sus inicios la “facultad” de escribir y reproducir verbalmente lo escrito era patrimonio –literalmente- de una élite sacerdotal, adquiriendo la escritura, desde entonces, un carácter “sagrado”, cuyos residuos aún perduran. No es ocioso recordar que para los creyentes los textos fundacionales de las religiones monoteístas (El Pentateuco o Torá, El Antiguo Testamento, El Corán) fueron dictados por Dios a sus profetas –o directamente escritos por él. Dicha sacralidad y el uso restringido de la escritura recién será erosionada, a mediados del siglo XV, por el invento de Gutenberg –y la democratización de la lectura que promovió el libro impreso.

La escritura posibilita y promueve la comunicación a distancia, in absentia, de los interlocutores, que pueden ser individuales o institucionales; su práctica, el acto de escribir y de leer, se despliega en el espacio físico del soporte bidimensional (tablillas de arcilla, papiro, pergamino, papel), quebrando la linealidad unidireccional del habla, puesto que el que escribe puede “corregir” y aún borrar lo escrito y el que lee puede “volver atrás” en lo ya leído. Exige, además, una competencia específica –saber leer- que el sistema

alfabético, la invención de Gutenberg y la educación pública han generalizado.

Al interior de los sistemas de escritura podemos diferenciar tres niveles.

4.a. Escrituras de primer grado.

Son las que en general se asocian al concepto de “escritura” antes definido, pero implican diferentes modalidades. Una, las escrituras ideogramáticas, están compuestas por signos visuales analógicos que representan objetos o conceptos puntuales –por mas que por un proceso de estilización los signos hayan perdido su primitiva iconicidad. En cambio, las escrituras alfabéticas (o fonográficas) están compuestas por “signos” visuales cuya relación con los sonidos que “representan” es de carácter arbitrario. Existen, además, sistemas mixtos, icono-alfabéticos.

Conviene puntualizar que las “letras” del alfabeto, en un estricto sentido semiológico, no son propiamente “signos”, en la medida que no reconducen a significado (o “imagen mental”) alguno: la función lingüística de la “letra” es mas modesta aunque no por ello menos importante: en vez de representar un concepto, representa un sonido.

Como se observará, este lenguaje visual escritural se corresponde con la categoría de Símbolo de Charles S. Peirce, por su carácter convencional.

4.b Escrituras de segundo grado.

En estos sistemas los signos alfa-numéricos no son utilizados por su valor fonéticos o lingüístico, sino como términos operativos dotados de significados lógicos, atribuidos por convención y rigurosamente reglamentados.

Conocida y utilizada por las disciplinas pre-científicas –la Alquimia en particular- y por la Geometría clásica, la notación alfa-numérica no-lingüística es esencial para representar términos abstractos y relaciones lógicas o topológicas en diferentes ciencias y disciplinas modernas, tanto fácticas como formales: matemática, física, química, simbolización lógica, etc.

4.c. Escrituras no-lingüísticas.

Existe, por último, un sistema de “signos” visuales escriturales, radicalmente extra-lingüístico, cuya función es transcribir, según determinadas convenciones, la altura, el timbre, la duración y la intensidad de los sonidos “puros”, no alfabéticos, que el “intérprete” transforma en términos de melodía, armonía y ritmo, es decir, en “música”. Se trata, pues, de la música “escrita”, cuyo texto, la partitura, carece en absoluto de significados lingüísticos. Al igual que las “letras”, éstos “signos” –claves, notas, sostenidos, bemoles, etc.- al carecer de “significados”, quedan fuera del campo del signo.

En rigor, habrá que agregar que la notación musical no puede prescindir de términos lingüísticos de primer grado para indicar el tempo de la obra: acotaciones del tipo “Moderato Cantabile” o “Allegro con fuoco”. De cualquier manera, podemos llegar a la conclusión de que cuando un sistema complejo de signos utiliza términos que carecen de significado, no estamos ante un “lenguaje” sino ante un “código” o “sistema de obligaciones”.

Más allá del caso puntual de la notación musical, la cuestión del “código” no va a quedar despejada en forma definitiva mientras subsista la confusión entre “código” como “red de relaciones lógicas” que vincula entre si y gobierna a la

totalidad de los términos de un sistema –acepción de uso legítimo en el campo lingüístico- y “código” como “clave” cuyo conocimiento por parte del sujeto le permite descifrar (“decodificar”) un “mensaje” previamente encriptado (“codificado”) para evitar que su contenido, supuestamente reservado, se haga público –recurso habitualmente usado por las Fuerzas Armadas y las cancillerías.

Desde el punto de vista científico resulta inadmisibles la utilización de código como “clave” para analizar los fenómenos de la comunicación y el lenguaje –aunque así es utilizado con demasiada frecuencia como efecto de lecturas de segunda mano de la teoría matemática de la comunicación de C.E. Shannon, quien, en efecto, además de ingeniero de Bell había servido al ejército norteamericano como cripto-grafo, en la Segunda Guerra.

5. Lenguaje Visual Gráfico

La Comunicación intersubjetiva y social por intermedio de “imágenes visuales” –de alguno de los tipos que luego estudiaremos- es tan antigua como la especie humana, configurando el amplio universo de la Comunicación visual. Pero es a partir del invento de Gutenberg cuando aquella experimenta una transformación revolucionaria que funda un nuevo lenguaje visual, cuya función es, desde entonces, exclusivamente comunicacional y cuyas características diferenciales intentaremos definir.

Cabe aquí una observación de orden metodológico: para construir una teoría del lenguaje visual gráfico deberemos proceder, en primer lugar, a una revisión radical del concepto de “imagen”, precisando con claridad sus diferentes estratos “geológicos” y gnoseológicos: la imagen, sin aditamentos; la “Imagen acústica” –estrato exclusivamente lingüístico, mas aún, Saussuriano; la imagen mental –producido subjetivo complejo como efecto de percepciones sensoriales exógenas y endógenas, teñido de afectividad -y, por último, la imagen visual– que es la que ahora nos ocupará. (En nuestro trabajo “La Marca. Conceptos fundamentales” hemos iniciado esta tarea.)

El término “imagen visual” no designa a un fenómeno único y homogéneo: por el contrario podemos diferenciar tres tipos de imágenes visuales que operan simultáneamente en la práctica del Lenguaje visual Gráfico.

5.a. Primariedad: imágenes icónicas.

Se trata de imágenes visuales que tienen un correlato inmediato y directo con la “realidad” material, objetiva y subjetiva; son “representaciones” icónicas (o analógicas y memáticas) de objetos “reales” –o imaginarios- y registrados por un sujeto, con cualquier técnica, sobre un soporte físico que garantice cierta perdurabilidad, para que aquel objeto pueda ser visto en su virtualidad por otros sujetos – en un tiempo “otro” y en un espacio diferente.

La relación de este tipo de imágenes con su referente, el objeto, es de semejanza formal o estructural, implica la ausencia radical del objeto en su “representación” y, también en general, la ausencia física, en el acto de percepción de la “imagen”, del sujeto que la produjo. Su descripción se corresponde casi con exactitud, con el concepto de icono de Pierce.

Este tipo de imágenes, en vez de evocar en el observador un concepto genérico –el significado- como sucede ante la imagen acústica (locución: “el árbol”) “muestra” de manera contundente la imagen de un objeto determinado: “éste árbol” – y ningún otro. Es por ésta –y por otras- razones que los tér-

minos Significante / Significado son inaplicables, por no decir impertinentes, al lenguaje visual gráfico.

No vamos a discutir aquí la cuestión de la Iconicidad, que nos obligaría a un recorrido crítico de las posiciones de Ch. Pierce, Ch. Morris, H. Eco, Ch. Metz, R. Barthes y Grupo Mu, entre otros, que excedería los límites de esta comunicación. Solo diremos que las relaciones de “analogía” y “semejanza” que se suponen entre el objeto y su imagen, implican términos que todavía siguen siendo problemáticos.

Las imágenes icónicas se hacen presentes en el lenguaje visual gráfico mediante la utilización de fotografías, ilustraciones, grabados, pinturas, dibujos, viñetas, grafismos, etc. que ofrecen distintos grados de iconicidad.

5.b. Secundariedad: imágenes concretas

Se trata de imágenes visuales que carecen en absoluto de correlato empírico: su etiología es puramente racional, son construcciones formales de orden matemático que no están en “representación” de objetos sino que se representan a sí mismas, razón por la cual las designamos como “concretas”, por su excluyente autoreferencialidad –el término “abstracto” nos resulta totalmente inadecuado en tanto designa, por definición, a entes que carecen de forma y, por lo tanto, imposibles de ser representados en términos visuales.

Las figuras de la Geometría, si bien han coexistido desde su origen con las imágenes primarias (pinturas e inscripciones rupestres) van a ser formalizadas por Pitágoras, Eudoro y, en especial, por Euclides en la antigüedad clásica y atraviesan todo el “arte” occidental en particular desde el Renacimiento (“De Divina Proportione”: Luca Paccioli).

En el lenguaje visual gráfico este tipo de imágenes están presentes, bien en forma directa, por círculos, cuadrados, rectángulos, polígonos regulares y sólidos virtuales, bien como “estructura” o grilla constructiva no visible, que organiza y jerarquiza los elementos de la composición. Por lo demás, los soportes físicos de los productos “gráficos” (afiches, libros, señales, etc.) muestran una configuración geométrica determinada- mayoritariamente de orden rectangular. Este tipo de imágenes no fueron consideradas por Pierce, su inclusión en la categoría de los Iconos sería errónea.

Es preocupante que el estudio de las formas geométricas y sus relaciones matemáticas no ocupe un mayor espacio en la formación de los diseñadores gráficos: El desconocimiento de cuestiones básicas tales como la construcción de rectángulos dinámicos de razón raíz cuadrada de 2 –que configuran los formatos de papel de la serie “A”-, es generalizado, así como las propiedades matemáticas y estéticas de la “Sección áurea” y del número “phi” y su relación con la serie de Fibonacci (1220).

5.c. Terceriedad: imágenes arbitrarias.

A este tipo de imágenes ya nos hemos referido en algún detenimiento en el apartado VI.4.a aquí solo mencionaremos que la palabra escrita en su contextura visual –en tanto ostentan representación de sonidos que representan conceptos- ostentan la ambigua condición de ser una “representación de representaciones” o “imagen de imágenes”. Por otra parte, si a esto, agregamos que, en su contextura acústica – como ya fue dicho- la palabra en tanto Significante sostiene con su Significado una relación signada por la arbitrariedad, y como la “forma” de las letras también tiene una génesis de la misma índole, tendremos que la palabra escrita entraña una doble arbitrariedad o, si se prefiere una arbitrariedad de

segundo grado.

En tales condiciones pretender que la palabra escrita, mediante determinadas “operaciones” formales, se “parezca” al objeto que designa, es una empresa disparatada. Tales ejercicios –a los que se designa con el impropio barbarismo de “semantización” o “refuerzo semántico”- solo tiene un éxito relativo en la exploración de las posibles asociaciones connotativas que la palabra escrita propone o sugiere, en orden a la selección del alfabeto a utilizar, las variables morfológicas y espaciales implementadas y la realización de operaciones retóricas –en tanto no se produzcan incrustaciones icónicas-.

Este tipo de imágenes, las palabras escritas, a diferencia de la imágenes analógicas son imprescindibles en el manifiesto gráfico en el cual se presentan como texto impreso, cualquiera sea su modalidad –manuscrita, caligráfica, tipográfica. No puede faltar puesto que ellas expresan discursivamente los enunciados que el interlocutor institucional se propone comunicar a su público. En su mínima expresión, la palabra escrita estará presente como la “firma”, esta es, la marca, del comunicador.

Con alguna reserva, dada su complejidad, podríamos coincidir en que estas imágenes -signo se corresponden, también, con el símbolo pierciano.

VII. Hacia una teoría del lenguaje visual gráfico

Con este variado repertorio de imágenes visuales se diseñan los complejos signos que constituyen el lenguaje visual gráfico –núcleo de nuestra disciplina -. Corresponde, ahora, describir las características conceptuales y formales de este lenguaje.

1. Propósito comunicacional

Su razón de ser consiste en mediar en la interacción comunicacional entre sujetos sociales –instituciones, empresas y sus públicos -, reconociendo su función lingüística, discursiva: sin postular vanas pretensiones “estéticas”, “expresivas” o formalistas; es sin embargo permeable al horizonte estético de su época, a cuya formación contribuye. En este sentido, se asume como “subrogante” del lenguaje, entendiendo dicho término (subrogar, de subrogatio) en su sentido jurídico de “sustituir o poner una persona o cosa en lugar de otra” con los mismos derechos y obligaciones. En este contexto, el lenguaje es subrogado por el lenguaje visual gráfico con el compromiso expreso de comunicar fielmente, por otros medios, sus enunciados.

2. Utilidad práctica

Reconoce su condición utilitaria, pragmática, en la medida de que “responde” a legítimas demandas de comunicación de los actores económicos y políticos de la sociedad capitalista. Esta condición lo diferencia del “arte” –que se define por su “inutilidad” práctica- y lo aleja de veleidades “vanguardistas” y “experimentales” –lo que no implica resignar la búsqueda de propuesta innovadoras.

3. Metodología cartesiana

Se define por su carácter de “artificio” –evidente cuando en su producción se recurre a operaciones retóricas-; su proceso “creativo” es consciente y deliberado, en tanto actividad profesional que demanda una metodología racional, programada y un abordaje sistémico: sin rehusarse por ello a la azarosa emergencia de formaciones inconscientes –¿la tan

cacareada “creatividad”?- se apoya mas en la racionalidad que en la impredecibilidad de lo intuitivo.

4. Eficacia y objetividad

Admite su carácter “objetivo”, en función de lograr la mayor eficacia posible en la transferencia de los enunciados verbales del comunicador institucional a la enunciación visual que el público percibe e interpreta. La eficacia del trámite transferencial puede ser mensurada estadísticamente – en línea con el pragmatismo del paradigma de Lasswell. Este rasgo tiende a excluir, en la formulación de los signos gráficos la tentación subjetivista, “artística” o “estetizante”.

5. Contextualidad

El sistema de las comunicaciones sociales es particularmente sensible a los contextos políticos y económicos en cuyo interior se desenvuelve su práctica: el lenguaje gráfico, en consecuencia, se desarrolla sosteniendo una tensa relación dialéctica con los procesos de cambio históricos y sociales, de los cuales es su expresión visual más acabada –al tiempo que como instrumento operativo contribuye a la conformación de la conciencia social y a acelerar los procesos de cambio- o a mantener el “statu quo” promoviendo las industrias culturales, que perpetúan la alienación (T. Adorno, W. Horkheimer).

6. Pulsión totalizadora

Se arroga, legítimamente, el derecho de utilizar, para sus propios fines, la totalidad de los productos visuales elaborados por las sociedades desde su origen; estas imágenes – inventariadas por las historias del arte- o, mejor, las reproducciones de tales imágenes, despojadas de su sacralidad, son convertidas en meros insumos para la producción de manifiestos gráficos.

Todos los lenguajes visuales aquí enumerados, sin excepción, son posibles de ser reciclados a título de “materia prima” al servicio de la comunicación visual.

Para completar nuestra descripción del lenguaje visual gráfico, se hace necesario precisar determinadas cualidades materiales y formales que lo definen, así como sus modalidades sociales de producción, consumo y uso.

7a. Soporte material.

El producto gráfico se presenta sobre un soporte material mas o menos estable que le garantiza una determinada durabilidad, según sea la modalidad de su consumo, que será muy diferente para un afiche, una marca o un sistema señalético. Sobre dicho soporte, la imagen visual gráfica es estática y silente.

b. Bidimensionalidad.

La imagen-signo gráfica es bidimensional y ocupa la superficie del plano –con las leyes compositivas específicas que el plano implica -, aunque en ciertos sub-géneros- (“gráfica” de envases, “packaging”, señalética- la imagen se tensa hacia el volumen real y la tridimensionalidad.

c. Impresión y transferencia.

En la superficie del plano, o en la articulación real o virtual de planos, las imágenes se hacen visibles en virtud de algún sistema de impresión o transferencia –mecánico, químico, o electrónico-.

Por mucho, quizá demasiado, tiempo este rasgo meramente

técnico ha sido utilizado para definir “lo gráfico” y para designar a una disciplina –el Diseño “gráfico”- condenándola a la miseria teórica que exhibe (Ver: Vadés de León G.A.: “Miseria de la Teoría”). Es claro que la complejidad del Diseño “gráfico” no puede ser reducida a la banalidad de un recurso técnico –con lo cual se promueve la exclusión, para nada banal, de su razón de ser: su función comunicacional.

d. Reproductibilidad.

Los productos materiales del Lenguaje visual Gráfico exigen como condición necesaria la reproductibilidad, la producción en serie de miles –o cientos de miles- de copias idénticas, a partir de un “original” –cada vez mas virtual- que en si mismo carece de “valor”.

e. “Obra” y “Autor”.

La in-existencia de “originales”, pone en cuestión la figura del “autor” y de la “obra” –resabios de las Bellas Artes y de la Arquitectura. La fungibilidad intrínseca del producto gráfico es condición de su existencia, su “vida útil” es inevitablemente efímera, como fue la conyuntura social y comunicacional a la cual sirvió. En un contexto en permanente cambio la perdurabilidad en el tiempo de una “pieza” gráfica es cuestión de la historia de la comunicación visual o de la museología.

f. Innovación y tecnologías.

El lenguaje gráfico, en un continuo movimiento expansivo, avanza con ímpetu sobre nuevos territorios –animación, títulos de películas, páginas web, tridimensionalidad- al compás del desarrollo tecnológico, incluyendo los medios electrónicos en los cuales el soporte material vá dejando su lugar a soportes virtuales- y las herramientas convencionales al ordenador.

VII: Algunas conclusiones

Construir una respuesta razonada y razonable a la pregunta acerca de la existencia de un Lenguaje Visual, nos condujo a determinar las características conceptuales y fácticas de lo que hemos denominado lenguaje visual gráfico, como herramienta de la comunicación.

En el recorrido realizado nos autorizamos a revisar críticamente conceptos usuales en nuestra disciplina y a formular conceptos nuevos –con el objetivo de acotar la polisemia vigente.

Corresponde ahora formular algunas conclusiones generales.

1. Hemos probado que en la práctica de la comunicación no existe uno sino distintos lenguajes visuales, que se diferencian:

- por la materialidad de los instrumentos que utilizan (objetos, imágenes de objetos, imágenes de imágenes);
- por la diferente relación que establecen con el tiempo y el espacio;
- por sus modalidades de producción y de consumo;
- por el tipo de competencia que exigen de los usuarios;
- por los variados niveles de complejidad semántica y sintáctica que ostentan.

Lo único que dichos “lenguajes” tienen en común es que todos son percibidos, de manera excluyente, por el sentido de la vista –esto es, por una circunstancia puramente biológica, pre-cultural.

2. Ninguno de los Lenguajes visuales empíricamente existentes disfruta de autonomía respecto del Lenguaje. No se

verifica la existencia de algún “lenguaje de la forma”: El lenguaje no “sigue” a la forma, por el contrario, las “formas –las imágenes visuales- cualquiera que sean, si se asumen como “lenguajes” serán subrogantes del lenguaje.

3. El conocimiento –en sus vertientes teóricas y prácticas- del conjunto de los lenguajes visuales, tal como los hemos definido, es fundamental en la formación del futuro profesional de la comunicación visual. Sostenemos que sólo desde este contexto se podrá abordar y profundizar el estudio y experimentación del lenguaje visual gráfico –que constituye su incumbencia profesional específica, en el marco de la dialéctica “conocedor / experto” que propone Siegfried Maser, 1971 (B. Burdek).

4. Cada vez se hace mas evidente que la comunicación –y la Comunicación visual- son fenómenos sociales que no pueden ser comprendidos fuera de su contextura histórica y pragmática. El lenguaje visual gráfico, por lo tanto, no puede ser reducido a una elemental “morfología”, así como el análisis de la comunicación no se agota en esquemas abstractos (R. Jakobson) ni en apresuradas simplificaciones (Emisor-Receptor). Nuestro compromiso docente nos exige una actualización constante –que no es sólo bibliográfica-, una actitud de apertura mental ante una realidad en la cual lo único permanente es el cambio.

5. Nuestra disciplina alcanzará la contextura teórica que su práctica reclama en la medida que sostengamos una mirada crítica y no conformista sobre la profesión y su enseñanza.

6. Sostenemos, por último, que a despecho de la extensa bibliografía disponible, la construcción de una teoría general de la comunicación visual –y del lenguaje gráfico en particular es todavía un “por-hacer”.

Entre la ciencia, el arte, la filosofía y la comunicación entrevemos relaciones que aún no han sido exploradas. Percibimos una suerte de contigüidad metonímica –no una “sucesión” ni menos una “evolución”-, un hilo conductor que enlaza obras e ideas solo en apariencia “ajenas” entre sí. Estas conexiones –que conducen, de un modo u otro, a la Comunicación y su formulación visual-, esta “hoja de ruta” nos conduce de Euclides, M.A. Vitruvio, L. Paccioli y Leonardo a M.C. Escher y A. Einstein, y también a Aby Warburg y Carlo Ginzburg y, en fin, de S. Freud y K. Marx a de Seassure, J. Lacan, W. Benjamin y N. Chomsky. Por este itinerario circulan ideas y reverberaciones que aún no han sido relevadas, un potencial –no exclusivamente “teórico”- que todavía no ha sido “puesto en obra”.

Como se ve, tenemos mucho trabajo por delante.

(Los conceptos vertidos en este texto integran los contenidos programáticos de la asignatura “Introducción al Lenguaje Visual” que estamos dictando en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.)

¿La caída de la Publicidad y el auge de las Relaciones Públicas?

Roberto Vilariño

A la hora de hablar de marketing, Al Ries es, sin lugar a duda, uno de los grandes referentes. Junto con Jack Trout, fue el creador del concepto “posicionamiento”: