

El cine como sistema semiótico

Las teorías de análisis e interpretación cinematográfica han constituido un gran desarrollo al aplicar los modelos de la lingüística al cine, entonces cada uno de los elementos constitutivos es susceptible de observarse como un signo portador de uno o más significados. ¿Porqué este tipo de análisis no ha funcionado con la música? creo que la diferencia está en la narratividad. Probablemente si el cine no contara historias, el modelo semiótico no se aplicaría, de hecho para aquel cine llamado «arte» el sistema no alcanza, son muchos más aquellos elementos que no adhieren a significados verbales, mayormente comparables casi en su grado de no significación con los sonidos.

¿Qué queda cuando despejamos al cine de la narratividad? signos que se refieren a lo cinematográfico, a una metáfora de su propio discurso, a la materia constitutiva de la semia en la que habla el cine. Signos que no se refieren a significados lingüísticos sino que autoreferencian su status estético. Lo narrativo presente en cualquier soporte audiovisual conduce la percepción, ocupa el devenir de la conciencia y, cuando está ausente, o cuando su presencia es menor deja abierto el interrogante de qué estado asumir frente a las obras: como el de abandono de la conciencia en pos de las sensaciones, o el de la búsqueda de lo conceptual o tal vez un estado perceptivo que bascula entre ambas.

Internet y la posibilidad de una mirada semiótica.

Elsa Daniela Chiappe

Este proyecto es realizado en el marco del Programa de Investigación de Posgrado del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, de la Facultad de Diseño y Comunicación Dentro de un contexto de investigación en el que se nos planteó abordar las temáticas del diseño y la comunicación como ejes centrales del proyecto, nos propusimos analizar el contrato de lectura que en Internet establecen determinados medios de comunicación relacionados con el E-Commerce, más precisamente, medios que se presentan como complementadores de este proceso. La elección no es azarosa y está vinculada con la extraña lógica que hoy caracteriza a Internet. Evidentemente muy distante de los objetivos que le dieron origen y que perfilaban a la red con posibilidades comunitarias a través de lo que hoy conocemos como interactividad, nos encontramos en la actualidad con un escenario que, muy lejos de conservar el formato de sus inicios, se presenta como un «medio» que crece a expensas de las posibilidades comerciales que se van afianzando a pasos agigantados. Es esta la razón que justifica nuestro interés y temática de investigación, que no pretende establecer un juicio de valor sobre el objeto de estudio, sino simplemente un acercamiento a una realidad que, nos guste o no, convive cotidianamente con nosotros.

En este contexto de análisis en donde nos propusimos la interacción de tres ejes temáticos (comunicación, diseño e Internet) nos hemos encontrado con dos problemáticas que han condicionado nuestro proyecto: Por un lado el problema del abordaje filosófico de los tres ejes enunciados y por el otro lado, la dificultad de analizar el contrato de lectura en el contexto de un «medio» tan ambiguo en cuanto a su lógica y definición.

En este sentido, consideramos que nos encontramos ante un importante desafío, no sólo por lo novedoso (aunque también parcial que podrá resultar un proyecto de esta naturaleza), sino también por las precauciones con las que nos vamos a tener que ir moviendo dentro de este terreno, para poder generar algo concreto a partir de un trabajo con ejes temáticos tan confusos.

Vayamos al primer punto. Evidentemente, en el intento de explicar ciertos fenómenos, estructuras o disciplinas, nos vemos en la necesidad previa de poder no sólo conocer, sino también y como punto fundamental, definir qué entendemos por cada una de estas unidades de análisis; es precisamente acá donde nos encontramos con el primer obstáculo. Deberíamos en primera instancia poder definir y conocer, aunque más no sea en forma básica los tres ejes temáticos que servirán de guía para abordar este trabajo. Lo que debemos preguntarnos es, ¿Podemos dar una definición acertada de cada uno de estos objetos macro de análisis? No nos animamos a decir que si.

En materia de diseño, no podemos aún hablar de el certeramente, sí podemos decir que suele asociárselo a diversas disciplinas con las que se encuentra en permanente interacción, entre ellas la comunicación, eje temático también de nuestro análisis y en relación a la cual podemos adentrarnos un poco y encontrar aunque más no sea algunas teorías al respecto. Sin embargo, la forma en que ambas disciplinas atraviesan transversalmente cualquier objeto de estudio, hace difícil delimitar la aproximación al mismo objeto.

Es común, cuando nos acercamos a estos dos campos, caer en determinaciones clásicas como «todo comunica» y «todo es producto del diseño», pero qué entendemos por comunicación y qué entendemos por diseño. Por el momento, sólo diremos que, por la expresión «todo comunica» podríamos entender que «todo genera sentido» y por «todo es producto del diseño», podríamos entender que «todo fue producido con la intención de generar sentido», es decir de comunicar algo. Es posible que en este juego de relaciones estemos pecando de simplicidad, pero nos servirá como aproximación para entender las razones que nos llevaron a la elección de la propuesta de análisis realizada, a saber semiótica.

Efectivamente, la semiótica nos servirá para abordar la problemática específica del diseño y la comunicación que, es conveniente aclarar, son evidentemente tomados acá como campos separados pero, muy estrechamente relacionados el uno con el otro y que serán encarados, siempre dentro del contexto de este proyecto bajo la misma mirada de análisis. La semiótica (y dentro de este gran campo), el análisis específico del contrato de lectura, nos permitirá acercarnos enfatizando en una propuesta enunciativa y abordando las unidades de análisis concretas en tanto discursos (entendiendo estos últimos como la configuración espacio-temporal del sentido).

Internet, se nos presenta también como un eje conflictivo. No haremos acá un detalle exhaustivo de las razones que nos dificultan la definición de Internet que, por otro lado cuenta con diferentes alcances en relación al abordaje que se haga de este objeto. En función de nuestro trabajo e interés, nos basta con decir que todavía no se ha podido definir si Internet es o no un medio de comunicación de masas. Incluso, dentro del ámbito académico, existen opiniones totalmente contrapuestas que postulan como obvio tanto la condición de medio de comunicación masivo, como la posición opuesta. Sin entrar en detalles y, como ya lo dijimos, sin querer hacer juicios de

valor, vamos a partir de la base de que Internet no es un medio de comunicación de masas (pensemos simplemente en la ausencia de público, Internet no tiene público, tiene usuarios), ya que evidentemente debemos asumir una postura en pos de realizar nuestra propuesta de análisis.

En este sentido nos encontramos ante un punto fundamental, sobre todo por el abordaje que estamos proponiendo. Efectivamente, los análisis realizados en relación al contrato de lectura, fueron realizados dentro del contexto de los mass media bajo un precepto fundamental que postula que es el propio medio el que propone el contrato. Cómo debemos entonces abordar la problemática de Internet, quién realiza la propuesta contractual y por otro lado también, cómo la realiza. Dentro de una propuesta de circulación abierta como la que propone Internet y que en varios aspectos se contraponen con los medios de comunicación de masas, bajo qué parámetros se propone el contrato. Evidentemente un desafío en nuestro intento de análisis.

Levemente nos hemos introducido en el segundo punto de nuestra problemática e intentaremos acercarnos más a esta condición ambigua de nuestro objeto de estudio.

La hipótesis de la cual partimos en esta investigación es que el contrato que se establece a través de estos medios desarrollados en Internet, es un contrato ambiguo, determinado por la misma lógica de imprecisión que rige la comunicación de Internet.

Lo que en definitiva planteamos es, si nos es difícil definir Internet, si nos es difícil definir su lógica de funcionamiento, qué posibilidades concretas tendremos de realizar nuestro abordaje semiótico en función de adentrarnos en el contrato de lectura.

Este será evidentemente nuestro desafío y aporte, una mirada y un intento más por acercarnos a un objeto de estudio difícil, complicado, que hasta la misma categoría de «objeto» de estudio resulta paradójica si nos posicionamos en la condición virtual del mismo.

Pautas para la presentación de trabajos prácticos.

Alicia del Carril

Año tras año, abordamos el trabajo práctico como una presentación que el alumno –de cualquier año y futuro profesional de la carrera que cursa- realiza ante una compañía, interesada en su producto y/o servicio. Este proyecto escrito, a veces en conjunto con una presentación oral, será el instrumento que determinará básicamente si la mencionada compañía contrata los servicios del profesional, o si la competencia se apodera de ese lugar.

La imagen, además del contenido, toma el primer lugar. Las formas deben cuidarse. Ya no se trata de un alumno conocido que presenta una resolución de consignas a un profesor conocido, con toda la subjetividad que de aquí se desprende. Sino un cuadro objetivo, dentro del cual hay que tomar un lugar. Preciso. Certero. ¿Posicionarse tal vez?

El primer día de clase, entregamos a los alumnos un conjunto de «Pautas para la presentación de trabajos prácticos». Destinamos un tiempo considerable a la explicación y justificación de las mismas, desde la importancia de conocer las elementales reglas de ortografía, hasta la utilidad de saber posicionarse en un mercado.

Mientras... estos alumnos teóricamente interesados en la imagen y en la comunicación... (entre otras cosas)... parados sobre una extensa playa ... (el aula), ... y cada uno bajo su sombrilla ... (el escritorio), nos miran a los profesores, lejos ... allá en el horizonte ... (el pizarrón), ... como si estuviéramos a semejante distancia, ... intentando explicar algo así como ... la inmortalidad del cangrejo.

- ¿Enloqueció? – es la pregunta codo a codo.

- No, se equivocó de facultad – es la respuesta.

A partir de ese momento, todos los trabajos prácticos, necesariamente deberán presentarse con las siguientes partes: portada, índice, objetivos del grupo, presentación del trabajo, desarrollo de las consignas, conclusión y firma de los alumnos, bibliografía utilizada y anexos.

Recordamos, como al pasar, que deberán ser presentados tipeados en procesador de texto, espiralados, con las hojas numeradas, y sin faltas de ortografía.

-¿Todo eso? – vuelve la pregunta.

- Pero, eso es imposible – se contestan a si mismos.

Los profesores no perdemos la esperanza. Insistimos...

- El trabajo está muy bien, pero le faltan las pau...

- Si, ya sabemos. Las pautas de trabajos prácticos que nos dio el primer día de clase.

- ¿Y por qué nos las puso?

- ¿?

¡Bravo! Es probable que la próxima vez estén. Bravo por nosotros. Tal vez cantemos victoria dentro de poco.

La evaluación de estos trabajos, que también considera la relevancia de estos aspectos, se realiza en dos órdenes: presentación y contenido.

La evaluación de la presentación está directamente relacionada con el cumplimiento de las pautas entregadas, la estética del trabajo y la creatividad desarrollada en su presentación.

El contenido, por su parte, con el desarrollo de las consignas entregadas oportunamente, la aplicación de los conceptos aprendidos en las horas de clase, la lectura de la bibliografía complementaria, y la comprensión integral de los temas.

A lo largo del cuatrimestre, y a partir del segundo trabajo práctico, el abismo entre la playa y el horizonte comienza a achicarse. Parece que las olas han ido provocando, despacio, el acercamiento. Comienza a advertirse un crecimiento de la autoexigencia a la hora de las entregas. La competencia es, en primera instancia, consigo mismos.

El Trabajo Práctico Final es la coronación de este esfuerzo.

- ¡Bravo! – volvemos a decir los profesores. - ¡Lo conseguimos!

- ¡Por fin! ¡Aprobamos! – exclaman los alumnos.

Y el círculo volverá a comenzar con la llegada de una nueva comisión...

(¿Gracias por seguir participando?)

Diseño Industrial: Efectos de la crisis político-socioeconómica en Argentina.

Laura Denegri

Introducción a la Investigación es una asignatura que se dicta en todas las carreras pertenecientes a la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Corresponde