

manifestaciones gráficas cotidianas: la cadena de significados que logra desprenderse de estos mensajes.

Según Kerbrat Orecchioni, la comunicación no se funda sobre la existencia de un código común, sino de dos idiolectos. Por lo tanto, el mensaje se desdobra, al menos en lo que respecta a su significado. Las reglas de correspondencia significante-significado, varían de un idiolecto a otro, y dado que el significante de un mensaje permanezca invariable, el sentido sufre muchos avatares. Incluso a veces, nos encontramos en presencia de manifestaciones íntimas (para una persona determinada o para un grupo de personas que responden a características similares). Sin embargo, existen lugares comunes en estos mensajes que hacen que al leerlos se pongan en juego mecanismos, emociones, relaciones, que nos trasladan, que nos conducen, que nos invitan a sumergirnos en determinadas historias, contextos o situaciones. Despiertan nuestra imaginación (a veces mucho más que algunos mensajes publicitarios de gran inversión) y activan estas redes de significados que logran motivarnos y despiertan en la audiencia ocasionalmente sensaciones conocidas con las que logran identificarse. Estas redes pueden desencadenarse entre otras causas por analogía o por oposición, pero también existen mecanismos ocultos que el texto, en su función referencial, expresiva, apelativa y poética, y el diseño, con todas sus variables desplegadas, generan en la audiencia.

Tomemos como ejemplo, solamente la variable del soporte: paredes de ladrillos, despintadas, recién pintadas, cortinas de enrollar, monumentos históricos, comercios, asfalto, cemento fresco, veredas, baldosas rotas, cerámicos nuevos, cemento alisado, chapas, trapos, sábanas viejas, pancartas, hojas de cuaderno, pizarrones de verdulería, afiches sobre impresos, etc. Cada una de estas variables conjugadas en tiempo y espacio logran hacernos sentir determinados olores, reconstruir relatos perdidos, vivir romances olvidados, visitar nuestra infancia, en definitiva, revivir nuestras historias. Ejercitar redes de significados comunes que nos motiven a pensar e imaginar, antes que a concluir, enriquece nuestros mensajes, nos aleja de lo obvio, de lo dicho, de lo procesado. Hoy en día, la contaminación visual urbana nos rodea y nos invade. A los diseñadores se nos hace difícil que nuestros mensajes se destaquen. Sin embargo, existe una gráfica cotidiana y urbana tremendamente eficaz a nivel comunicacional a la que quizás tengamos que empezar a reconocerle al menos algunas características, que en nuestros diseños no siempre se verifican.

El proyecto y sus diferentes expresiones. Experiencia en el aula.

Estela Reca

Todo proyectista que elabora un diseño, conoce las diferentes formas de representación y/o expresión que le permiten comunicar su nuevo producto. La realidad nos muestra que con el paso de los años, si bien cada una de las herramientas cumplen una función diferente, no es menos cierto que los diseñadores van adaptando estilos y elementos distintos según el caso o según su saber y entender. Es decir, más allá de las posibilidades aprendidas nos familiarizamos más con unas herramientas que con otras. Para los históricos era el lápiz, la carbonilla o el tiralíneas, para los de nuestra

generación, el lápiz no perdió vigencia, pero se sumaron los crayones, los lápices acuarelables, las fibras, el papel reciclado en todas sus variantes abandonado así el tradicional «calco», llevándonos a expresiones muchísimo más plásticas y menos técnicas. Hoy la informática con su innumerable cantidad de programas (Auto CAD, 3 D, Photo Shop, Imaging, etc.) permite una nueva opción. Cualquiera de las formas que se trate, tal como sabemos, tienen como premisa la práctica, la destreza; lo que implica, la dedicación de horas en el ejercicio de la disciplina para adquirir la comunicación que nuestro diseño requiera. Cualquiera de las herramientas antes mencionadas, no tienen acción súbita sobre la mano ni sobre la mente del diseñador, requieren del aprendizaje y la práctica constante.

Ahora bien, al alumno de los primeros años de la materia Diseño, ingresa con toda la inquietud y la ansiedad propia de quien se enfrenta a lo desconocido, por lo tanto se encuentra expectante ante un tema comprendido en un marco teórico, para poder dar una respuesta propia, que cumpla con las exigencias del tema, pero que además se aleje de la acción intuitiva para incluirse en el marco conceptual solicitado por el docente. Si bien su fin último es el «hacer», el punto es el «cómo» y el «cómo lo muestro».

Gran desmoralización siente el ingresante en más de una oportunidad, cuando por falta de tiempo, destreza o asincronía en la incorporación de los contenidos de otras disciplinas, advierte que no puede expresar sus intenciones de proyecto. El lamento recurrente es: «no sé dibujar, no puedo mostrar mi propuesta».

Cierto es que la falta de la gráfica, resulta altamente frustrante para aquel que no alcanza a plasmar su idea. La realidad es que a la hora de volcar la creatividad, si no se cuenta con el dibujo, lo que para ellos representa un nuevo lenguaje de comunicación, ya que es importantísimo poder mostrar al comitente, las ideas creativas alojadas en el pensamiento (dado que hasta el momento se considera la única respuesta a la expresión), el alumno sufre una especie de frustración o desencanto interior.

Pero en la búsqueda de los diferentes medios, la maqueta ha resultado una herramienta interesantísima tanto o más valiosa que otras, a la hora de mostrar el proyecto del alumno.

Generalmente la bidimensionalidad de la planta y los cortes-vistas no son las gráficas que alcanzan, para que el alumno pueda percibir por sí mismo la tridimensionalidad. Por tal, la elaboración de la misma resulta un desafío abordable y más aún, control y constatación de sus propias intenciones, pues la inclusión de la figura humana en la maqueta le permite ajustar dimensiones, formas, tipos de límites, etc., con el fin de mejorar su calidad en el diseño. Por supuesto que también esto requiere de un tiempo de aprendizaje, pero es muchísimo más abordable, tiene diferentes instancias en su incorporación, que el alumno rápidamente internaliza. Es decir comenzando por la maqueta de estudios hasta llegar a la maqueta definitiva; la que muestra el proyecto luego de los ajustes necesarios con sus colores y texturas. Es importante aclarar que la maqueta no es propuesta desde la miniatura, es decir, justamente lo más importante es que el equipamiento pasa a ser secundario y en muchas oportunidades ni se realiza. Lo valioso de esta herramienta es que comiencen a trabajar con el espacio en sí, con la caja muraria, con el volumen del vacío como forma. De esta manera hay una inclusión en el alumno de los planos, que pasan a ser los protagonistas de la maqueta y por tal, este olvido

recurrente de trabajar con el cielorraso o con el solado, los que tienen mucha presencia en la vida real, pero que el alumno generalmente en la bidimensionalidad no los trata con toda la importancia que tienen, hace que sean incluidos en su proyecto desde una mirada diferente. Ciertamente es que en la vida real el hombre advierte más la presencia de los planos verticales que la de los planos horizontales, pero en este caso más allá del marco de referencia, surge como emergente la maqueta como fuente de posibilidad de representación. Por otra parte lejos de caer en la frustración del «no puedo representarlo», si bien al principio resulta todo un desafío (¿Por dónde empiezo?, ¿Cómo se hace?, ¿Qué materiales utilizo?, ¿Cómo le otorgo rigidez?, ¿De qué forma logro las texturas?, etc.) termina siendo un elemento más de diseño. Por qué? Pues bien, el alumno además de realizar la maqueta, deberá transportar a escala cada uno de los elementos que componen ese espacio. Y una vez más no estamos hablando del equipamiento, la intención no es que generen ese tipo de elementos a modo de «casita Barbie», sino hay una recreación en la representación de una pared de ladrillos vistos, un tabique de corcho, un límite virtual, el estampado de una tela o un papel, etc.

Es decir, la confección de la maqueta para el alumno, además de mostrar las intenciones de su proyecto, las dimensiones del mismo y la respuesta generada, es además un elemento que le obliga a realizar una segunda etapa creativa para poder mostrar cada una de las resoluciones tomadas en el proyecto, apropiadas en el contexto a escala.

Esta ejercitación, además de distender al alumno y alejarlo de aquel «no sé cómo mostrar mis ideas» puesto que halla una respuesta inmediata, le genera un proceso de búsqueda de resolución de materiales, colores, iluminación, texturas, soportes, etc. El otro emergente interesante de la maqueta, es la inclusión de la figura humana, tantas como fueran necesarias. Es una forma más de tomar real dimensión del hombre y su desplazamiento en el espacio frente al diseño. Personalmente considero que debieran incluirse tantas figuras humanas como locales hubiere. De esta forma el alumno logra visualizar mejor las relaciones de alturas, distancias, situaciones de recorridos, etc. La ventaja de cambiar los colores, simplemente con el aporte o la superposición de papeles, de cambiar de formas recortando y volviendo a pegar, de cambiar de volúmenes, tomando las piezas en sus manos y ajustándolas a su diseño. Estas posibilidades de «sacar y poner», de observar como va cambiando la propuesta con cada uno de los ajustes realizados, los estimula y les otorga una soltura, que muchas veces por la magra representación, se sienten cohibidos, faltos de estímulos, desanimados, desconcertados. No pueden, por un dibujo mal realizado, alcanzar a ver si realmente era o no buena la intención.

Por lo tanto, en los primeros cuatrimestres, cuando los alumnos se sienten carentes de herramientas gráficas o informáticas para mostrar su proyecto, la maqueta pasa a ser una muy buena respuesta al tema, sobre todo si se trata de espacios continuos, espacios de simple complejidad o ejercicios de morfología.

Además es importante ver como el alumno toma una actitud dinámica, deja de enfrentarse al papel en blanco para trasladarse al «hacer» que si bien dista de la realidad, genera una participación en el proyecto a partir del desarrollo de la maqueta donde plasma nuevas ideas a su propuesta de diseño.

Lecturas al azar: Cómo enseñar una historieta sin pasado.

Federico Reggiani

«Ticonderoga», un clásico de la historieta argentina y obra mayor de dos de los más grandes autores que ha dado el medio en su historia —Hugo Pratt y Héctor Germán Oesterheld— fue recopilada en libro por primera vez —desde su creación en 1957— en el año 2004, en una edición muy deficiente y dirigida al destino fugaz del kiosko. «El Eternauta», del propio Oesterheld y Francisco Solano López, centro del canon de la historieta seria argentina, no conoce hasta hoy una edición que dé cuenta de sus variantes textuales y su historia editorial. Estos ejemplos no se limitan a la Argentina y a una historia de crisis económica y políticas culturales inexistentes. Enormes porciones de los clásicos de la historieta norteamericana para prensa duermen en las colecciones de los diarios que las publicaron por primera vez. Y buena parte de las más importantes historietas de la historia no han sido traducidas al castellano o no han circulado más que azarosamente en nuestro país.

La historieta moderna estuvo ligada desde sus inicios a desarrollos tecnológicos en las técnicas de imprenta y a la explosión de la industria editorial. La conformación de la historieta moderna es contemporánea de varios fenómenos revolucionarios en la historia de la lectura: la alfabetización generalizada, la explosión en el volumen de la industria editorial, la correlativa posición central de la escritura en los modos de comunicación —se ha dicho que la primera generación masivamente alfabetizada fue también la última que no vio competir a la lectura con otros medios: el cine y la radio primero, la televisión después— y la aparición de los niños y los obreros como nuevos lectores. Y a los niños y a los obreros se dirigían sobre todo las revistas y los diarios que en Estados Unidos y en Europa hospedaban al nuevo lenguaje de la historieta.

Hay marcas de nacimiento que nos acompañan toda la vida. El carácter masivo de la historieta —aunque no es una condición necesaria para su producción, como lo es para el cine— condicionó desde el principio los modos de creación y circulación del medio. De ese nacimiento obtuvo la historieta, durante un siglo, parte de su poder —su carácter popular, su independencia respecto de las censuras y automatismos de la alta cultura— pero a un costo que, cuando ese carácter masivo se desdibuja, empieza a pagarse. La cultura de masas se basa en una combinación de repetición y variación, de redundancia y olvido. La historieta nació marcada por un carácter efímero y quedó en algunos mercados —particularmente el argentino— condenada a sobrevivir en la memoria de los lectores a fuerza de la repetición de personajes, de tramas, de grafismos, pero sin posibilidad de acceder a los mecanismos editoriales e institucionales que aseguran la permanencia de otras formas de la producción cultural: las reediciones (en especial, la edición en libro), la crítica, la reflexión académica, las bibliotecas y los archivos. Esta condición del medio, de la cual son parte los fenómenos editoriales que citaba al principio, tiene consecuencias problemáticas a la hora de organizar un saber transmisible sobre la historieta tanto como en la propia formación de los autores.

Las consecuencias pedagógicas son evidentes. Es, en principio, muy difícil construir un corpus mínimo de obras que pueda de algún modo funcionar como un modelo del