

- Herrera Morillas, J. L. (2000) "Exposiciones: cómo mostrar los contenidos". *Actas I Congreso Universitario de Ciencias de la Documentación. Teoría, Historia y Metodología de la Documentación en España*, pp. 555-568.
- Montero, J. (2007) "Sotaiart: prácticas críticas en los intersticios de un museo". *Revista Arte, Individuo y Sociedad*, vol 19, pp.95-116.
- Perkins, D. (1989). *Conocimiento como Diseño*. Bogotá: Publicaciones Universidad Javeriana.
- Rosenberg, A. (2001) "Open Space. El arte de mostrar el arte". *Revista Summa+*, 52, pp. 84-87.
- Schnaidt, N. (1989) "Espacio pensado, espacio figurado, espacio vivido". *Temas de Disseny*, 3. <http://tdd.elisava.net/coleccion/la-cultura-arquitectonica-el-discurs-del-disseny-el-disseny-i-la-seva-historia/schnaidt>
- Schon, D. (1992) *La formación de profesionales reflexivos: hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones*. Barcelona: Paidós. 2a Ed.
- Tishman, Sh., Perkins, D. y Jay, E. (1995), *The Thinking classroom. Learning and teaching in a culture of thinking*, New York: Allyn & Bacon.
- Valdés Sagués, M.C. (1999). *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Gijón: Trea.
- Vygotsky, L. S. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica.
- Arcos-Palma, R. (2007) "De la muerte del autor a la muerte del artista. Reflexión crítica para un debate en torno a la figura del curador". *Calle 14. Revista de investigación en el campo del arte*, n1, pp. 34-44.

Abstract: The didactic possibilities appear for the higher education of the resource to the design of exhibitions, valuing the creative aspects and of investigation that he carries. This resource can generate situations into which the contents to teaching turn in necessarily and significantly knowledge and, at the same time, the production of knowledge is favored.

Key words: art – design – exhibitions – didactics - higher education – workshop - constructivism

Resumo: Propõem-se as possibilidades didáticas para o ensino superior do recurso ao design de exposições, valorizando os aspectos criativos e de investigação que implica. Este recurso pode gerar situações nas quais os conteúdos a ensinar se convertam em saberes necessários e significativos e, ao mesmo tempo, se favoreça a produção de conhecimento.

Palavras chave: arte – design – exposições – didáctica – ensino – superior – workshop – construtivismo.

^(*) **Patricia Andrea Dosio.** Egresada con Diploma de Honor de la Licenciatura en Artes de la Universidad de Buenos Aires. Realizó estudios de Posgrado en Educación en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Fotolectos: la imagen es el espacio

Gabriela Gómez del Río ^(*)

Fecha de recepción: agosto 2011
Fecha de aceptación: octubre 2011
Versión final: diciembre 2011

Resumen: En este texto se expone el análisis sobre el modo en el que las publicaciones de moda representan aquello que se entiende como "las modas". Por su continuidad en el mercado local, se tomó como parámetro de análisis, un corpus conformado por una serie de números de la publicación *Para Ti* y *Para ti Colecciones*.

Palabras clave: alfabetización múltiple – pedagogía perpetua – lectoconsumidores – bits.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 126]

En el año 2000, la irrupción del internet comienza a proyectar una imagen híbrida que se suma a relación que ya había consumado la imagen fija de la gráfica, la imagen móvil del cine, y la imagen electrónica de la televisión. (Sexe, 2007) Toda inclusión de un nuevo medio exige la ampliación del marco de referencia que se tenía hasta el momento de su aparición, como señala Huergo (1997) los medios sumados a las nuevas tecnologías estarían provocando una alfabetización múltiple, que se compone de dos fases: leer medios y producirlos. A estas nuevas modalidades las ha denominado alfabetizaciones posmodernas, que producen en relación a la

estructuración de la percepción, una suerte de dislexia –concepto que retoma de McLuhan frente a la crisis de la lógica escritural– o incapacidad de adoptar un único y fijo punto de vista con respecto a la realidad. El análisis presenta bajo la conceptualización "posmoderno" que como señala Sloterdijk (2003) remite a un concepto poco claro, que podría indicar una confusión, al menos, teórica. "La expresión 'posmoderno' me parece estéril, señala exclusivamente una zona donde termina el estado de alerta intelectual: 'Atención, aquí empieza una zona libre de análisis'" (p. 168). Este vacío de argumentación sobre conceptualización que surge del contexto

que se cristaliza ante las características del mismo, dándole desde el análisis también un relato fragmentado.

Los lectores en esta época se ven intervenidos por varios soportes que emiten información a los que acceden al mismo tiempo, y en los que ellos también pueden generar información al mismo tiempo. Como señala Deleuze (1990) la forma de dominación ha variado porque actualmente ésta se basa en las nuevas tecnologías propias de las sociedades de control, que continuaron a las sociedades disciplinarias tradicionales.

En este texto se expone el análisis sobre el modo en el que las publicaciones de moda representan aquello que se entiende como “las modas”. Por su continuidad en el mercado local, se tomó como parámetro de análisis, un corpus conformado por una serie de números de la publicación *Para Ti* y *Para ti Colecciones*.

Más bits, menos palabras

Tanto los medios como las nuevas tecnologías provocarían nuevas formas de conocimiento a la manera de una pedagogía perpetua, que implicaría estar no recordada, ni organizada y controlada por la escuela. (Huerdo 1997) La era digital estallaría la linealidad de lectura que hasta entonces se poseía, no sólo expandiendo sus límites sino exigiendo nuevos hábitos, porque como señala Sibilia (2008) “nacieron nuevas formas novedosas de ser y estar en el mundo” (p.33). Se expone al cuerpo ante una nueva relación con el espacio que le exige replantearse la manera de entenderse, comunicarse, construirse y reproducirse.

En el número del 8 de septiembre del año 2000, en la producción de modas titulada “Nuevo Chic”, que presenta dos imágenes en pleno, la cantidad de palabras que se utilizan para describir los modelos son sólo 45. Un 13% menos que los número analizados entre los años cincuentas y sesentas. Siete años de por medio, En el número de *Para ti Colecciones* del 13 de Abril del año 2007, en la producción titulada “24quilates,” la cantidad de palabras, sobre dos imágenes en pleno, son sólo 22. Es decir que, *Para Ti* logra, incluyendo una publicación nueva mediante, despojarse de casi el 94% de palabras para describir las modas a sus lectoras, acotando así la traducción que entre ambos conjuntos la lectora debía generar ante el relato de la moda que la publicación presenta en su espacio. Este porcentaje permite observar la modificación que hubo con respecto al contenido de la enseñanza que la publicación reproduce como legítimo. En el número del año 2000 aparecen como relevantes “Clarisa: camisa de gasa con cintas que ajustan los puños (\$70, Anna Spinello) con pollera recta de gabardina (\$ 35, Las Pepas) (*Para Ti*, 8 de septiembre 2000, p. 77). La descripción sobre lo que era moda ya no sólo incluía la marca del producto, o el nombre de creador, sino que también incluye como dato relevante el precio que éste tiene en el mercado.

De lectores a lectoconsumidores

Sibilia (2005) postula que a partir de 1980 se exacerbaba un fenómeno que implica al campo biotecnológico en donde un número significativo de empresas en crecimiento dominan un mercado global que implican millones de dólares. Las empresas responden a las in-

vestigaciones de mercado quienes dictan sus producciones, esto genera una fuerte dependencia a lo que se denominó tecnociencia. Esto implicó que: “las nuevas tecnologías de formateo de cuerpos y almas ya no apuntan de forma exclusiva o prioritaria a los ciudadanos de los Estados. El foco de esas estrategias está compuesta por consumidores, ya no distribuidos en poblaciones nacionales o censos demográficos, sino segmentados en términos estrictamente mercadotécnicos.” (p. 227)

La relación enseñanza-aprendizaje que planteó en primer momento *Para Ti* ha sido intervenida entonces por la supremacía que fue obteniendo el mercado (el Soberano, como lo denomina Bauman, 2008) durante el periodo señalado en el análisis. Es decir que, la lectora de esta publicación pareciera haber pasado a ser concebida primero como consumidora y luego como lectora/alumna. El contenido imprescindible entonces a saber para la lectora, ya no es la modalidad en la que se confecciona la prenda o el modo en el que debe llevarla sino su marca y, ahora, su costo; porque desde su carácter de consumidor actualmente son estos los datos necesarios que completan el circuito. En ese momento, las publicaciones especializadas habrían comprendido que (y si se permite la digresión) su público objetivo entendido como lectores se había transformado en lectoconsumidores oriundos del proceso de alfabetizaciones múltiples. El contrato de lectura planteado sigue intacto, porque si bien puede haber variado la metodología didáctica con la que enseña el contenido en sí, el objetivo sigue siendo el mismo: enseñar a sus lectoras eso que ellas están deseosas de saber.

Como se observó ante el análisis de las décadas 50 y 60 la imagen como relato sobre aquello que es moda fue avanzando por sobre el texto que la describe. Aunque la disminución del texto aún así connota recortadamente las características principales de la moda del momento, y la relación que mantiene con la lectora.

La inclusión de nuevas tecnologías exige una ampliación del marco de referencia en el ámbito social, es decir, que esta irrupción invade la vida en sí de sus usuarios. Ortopediza y coacciona cada una de las acciones que se realizan en la vida cotidiana, y por ende reedita el modo en el que el cuerpo aprende y se desplaza por el espacio que hasta la inclusión de nueva tecnología transitaba. La escuela como institución de la reproducción de la cultura dominante, y por ende legítima, tiene un rol fundamental ante el modo en el que se reproduce el conocimiento nuevo, aunque sea por oposición a éste. Lo que se enseña en la escuela no tiene una razón de ser propia, es decir, no es independiente de lo que sucede en otras dimensiones sociales relevantes de la vida social, porque lo que se enseña en las instituciones escolares tiene un sentido fuera de las escuelas, es decir, en la sociedad como un todo. (Tenti Fanfani, 2001) El espacio que impone la publicación y el modo en el que elige construir el relato de la moda no puede estar por fuera de la red social en la que se encuentra inmersa la lectora que habita la publicación.

Tema: la imagen

La predominancia de la imagen acarrea un cambio significativo, porque como señala Sibilia (2008) coloca al

cuerpo ante una nueva forma de ser y estar en el mundo. La ampliación del marco de referencia ante la introducción de nuevos modelos audiovisuales y tecnologías digitales como el internet produce más que un movimiento un descentramiento, es decir que, produce un conjunto de procesos y experiencias que testimonian la expandida circulación por fuera del libro de saberes socialmente valiosos, como señala Barbero (2000), desubican y des-centran el saber que hasta su aparición reinaba entre el espacio escuela y el tiempo del aprendizaje escolar. La linealidad que se había planteado desde la invención de la imprenta sufre una mutación con la aparición del texto en bits. Este texto no vendría a reemplazar al libro sino a descentrar la cultura occidental de su eje letrado, con el texto electrónico, se modifica la disposición ordenada de saberes que la estructura del libro había impuesto, es decir que su secuencialidad de izquierda a derecha y de arriba abajo se vería intervenida. Este movimiento fragmenta la modalidad de lectura exigiendo nuevas competencias que deberá poseer su lector. Porque, la inclusión de la nueva tecnología y modelos audiovisuales no poseen la novedad en los aparatos que los portan sino en la exigencia que le propinan a sus usuarios haciendo que éstos deban variar su percepción y lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras. Este fenómeno que implica un descentramiento de hábitos arraigados por más de cinco siglos, implicaría pensar, señala Barbero (2000), en un nuevo paradigma. El cambio más desconcertante para el racionalismo, con el se identificó la primera modernidad, es el que introduce el nuevo estatuto cognitivo de la imagen. Este cambio que implica la revaloración cognitiva de la imagen se ubica paradójicamente por la crisis de la representación que examinó Foucault en su obra *Las palabras y las cosas*. Barbero (2003) señala justamente, ese análisis como el punto en donde se produce el cruce de los dispositivos señalados por Foucault (1978/1979), a saber: la economía discursiva y la operatividad lógica, donde se ubicaría la nueva discursividad constitutiva de la visibilidad y la nueva identidad lógico-numérica de la imagen. Al estar frente a otra figura de razón, Barbero (2003), promueve la necesidad de pensar la imagen desde una nueva configuración sociotécnica, porque los nuevos dispositivos como la computadora no sería sencillamente un instrumento con el que se reproducen objetos sino que implicaría un nuevo tipo de técnica que posibilita el procedimiento de informaciones, y cuya materia prima son abstracciones y símbolos. Poder analizarlo desde esta otra perspectiva inaugura una nueva aleación de cerebro e información que sustituye a la relación exterior del cuerpo con la máquina.

Un nuevo orden

Este nuevo paradigma de pensamiento estaría rehaciendo las relaciones que se dan entre el orden de lo discursivo (la lógica) y de lo visible (la forma), de la inteligibilidad y sensibilidad respectivamente. Barbero (2003) asevera, entonces, que este nuevo estatuto cognitivo de la imagen, que implicaría pensar en un nuevo paradigma, se produce a partir de su informatización. En este periodo con el avance de la tecnología, y como se describió anteriormente, la imagen cobra relevancia

en relación al resto de las modalidades discursivas. Los espacios públicos comenzaron a estar plagados de pantallas en donde podía verse algo que por lo general no escuchaba. La imagen en movimiento en diferentes soportes comenzó formaba parte del estilo que en el interior de esos espacios se construía para quienes concuerrieran. Por ejemplo, en los bares las pantallas ornamentan su interior pero en general no tienen volumen, o si lo tienen en general no concuerda con la imagen que se emite en la pantalla. Las pantallas comenzaron a estar en todos lados y su implantación fue variando según las necesidades del lugar en relación al rubro. Los años noventa se podrían marcar como el momento de explosión de las pantallas en los lugares públicos. Urresti (1997) señala a este fenómeno como pantallización, y si bien el autor lo relaciona con la llegada de las pantallas a los lugares bailables, describe cómo la monotonía de la rutina de los espacios deja lugar para la introducción de las pantallas que aportaban a su público la posibilidad de estar de frente a ésta incluso cuando el relato que emite la misma sea incomprendible por fuera de ese contexto. Entiende que éste proceso sería una especie de continuación del cine en donde se invierte la situación que algunas películas como *Blackboard jungle* mostraban como la gente que estaba el cine salía a bailar, ahora la inclusión de la pantalla en el lugar bailable presenta una situación inversa. Aunque propia del periodo, porque aunque pareciera que se invierte, en realidad se estaría conformando como los relatos propios del periodo en donde la no continuidad, vaguedad y no-linealidad son premisas para comenzar a querer contar algo. El cuerpo comienza a visualizarse en diferentes soportes evocando diferentes sentidos sin seguir la linealidad propia de la sociedad tradicional. A esta distorsión o nueva comprensión de este fenómeno se suma la noción de virtualidad. “Una parte cada vez más numerosa de la humanidad vive su tiempo fuera de unas coordenadas espacio-temporales territorializadas, inmersa en grados distintos de virtualización efectiva” (Alberich i Pascual, 2004, p.p. 59) La virtualidad comienza a comprenderse como un lugar posible que designa entidades desvinculadas de una única actualización, admitiendo manifestaciones en múltiples formas gracias a su capacidad de actualizarse en cualquier nodo del espacio informático dotado de conectividad. (Klein, 2007) El cuerpo comienza a pensarse bajo esta lógica, por ende se comienza a entender con características posibles de actuar en espacios desterritorizados que no exigen linealidad alguna. Por lo tanto, si el cuerpo se construye en relación al espacio, bajo este paradigma podría prescindirse de éste bajo las características que posee “en la realidad”, y constituirse virtualmente. La incorporación del bit, posibilita que el cuerpo se vea intervenido de diferentes maneras: se compone, se fragmenta, se arma y desarma: obtiene animosidad a través de la interface informática. La escena ciber contiene y nutre a un cuerpo virtual. Entonces, si bien las pantallas parecieran ser las mismas, el bit, como unidad de información ha permitido la digitalización y por ende manipulación de las imágenes que éstas se proyecten. Fragmentación del cuerpo, reestructuración de su relato El modo en el que se manipula el cuerpo en la virtua-

lidad expande el marco de referencia exigiéndole a soportes como los gráficos manipular el cuerpo de la misma forma, de decir que se arma y desarma e incluso, en la relación indivisible de cuerpo-indumentaria, se prescinde de éste. Alberich i Pascual (2004) explica sobre este fenómeno que: “Las imágenes de naturaleza electrónica y digital, la distancia entre el referente real comunicativo difundido, se desvanece progresivamente. La realidad por el filtro de los medios de comunicación, se convierte cada vez más en un mundo escenificado, dominado por una lógica de la simulación prácticamente transparente, que no (re) conocemos aún suficiente.” (pp. 56-57)

La fragmentación, armado y desarmado del cuerpo en la gráfica producto de esta lógica sobre la manipulación del el cuerpo en las imágenes digitalizadas permite que se puedan en gráfica prendas sin cuerpo, como puede verse en *Para Ti Colecciones*, en la sección [pt imprescindibles] dentro del grupo de productos que conforman el estilo que se presenta, como se mencionó, también muestras sobre modelos o los típicos armazones en forma de cuerpo humano, que se usa para probar, arreglar o exhibir prendas de ropa; sino que se muestran las prendas que parecieran estar sobre el cuerpo u maniquí, es decir que la prenda muestra volumen, pero el cuerpo es invisible se simula su presencia real, es decir que es un cuerpo que se ve pero que no está, la prenda se expone sobre el cuerpo virtual.

Pero, en esta contemporaneidad en donde el escenario dominado por la lógica de la simulación exacerbada por el *bit* que agiliza la imagen de la virtualidad, la publicación consigue captar el sentido último de una prenda, que es cuando esta está anclada en el cuerpo a través de una estrategia que remite a las modalidades pedagógicas que las alfabetizaciones posmodernas exigen en este periodo.

El relato de las modas en gráfica durante este periodo exige la incorporación del procedimiento que se aplica para la manipulación que sufre la imagen en el internet. Soporte éste que modifica el modo en el que se percibe no solo el relato que se presenta a través del mismo, sino en el modo el que se percibe el mundo. La lógica de la imagen digital impera en el relato que expresa la moda, y exige la unidad del mismo a partir de su fragmentación.

Referencias bibliográficas

- Alberich i Pascual, J. (2004) El efecto Moebius (Del despliegue y torsiones en la cultura digital) En Sánchez Navarro, J. (2004, ed.) Realidad Virtual: visiones sobre el ciberespacio. España: Sitges.

- Barbero, J. M. (2000) Ensanchando territorios en comunicación/educación. En Valderrama, C. E. (ed.), Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías. Bogotá: DIUC-Siglo del Hombre.

- Barbero, J. M. (2003) Reconfiguraciones comunicativas del saber y del narrar. En La educación desde la comunicación. Bogotá: Norma.

- Barreiro, A. M. (1998) El concepto de moda. En La moda en las sociedades modernas. Madrid: Tecnos.

- Barthes, R. (1986) Retórica de la imagen. En lo obvio y lo obtuso. Buenos Aires: Paidós. En Marro, M. Roland

Barthes. En Seis semiólogos en busca de un lector. Zecchetto, V. (Coord.) Buenos Aires: La cruzía ediciones.

- Barthes, R. (1993) Semántica del objeto. En La Aventura Semiológica. Buenos Aires: Paidós.

- Barthes, R. (2003) El sistema de la moda y otros escritos. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

- Bauman, Z. (2008) Introducción. En Vida de consumo. (1ra reimpresión) Bs. As: Fondo de Cultura Económica.

- Bourdieu, P. (1991) Estructuras, hábitos, prácticas. La creencia del cuerpo. En El sentido Práctico. Madrid: Taurus Humanidades.

- Bourdieu P. y Passeron J.C. (1981) Fundamentos de una teoría de la violencia simbólica. En La reproducción: Elementos para una teoría del sistema de enseñanza. Barcelona: Laia.

- Bourdieu, P. (1979) La elección de la necesario, en La distinción. Madrid: Taurus. Comunicación/Educación: ámbitos, prácticas y perspectivas. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

- Deleuze, G. (1990) Conversaciones 1972-1990. Pretextos: Valencia. En Tenti Fanfani, E. (2001) Sociología de la Educación. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

- Escolano Benito, A. (2000) La arquitectura como programa. En Tiempos y espacios para la escuela. Ensayos históricos. Madrid: Biblioteca Nueva.

- Fernández Galiano, L. (1990) El espacio privado. Cinco siglos en veinte palabras (catálogo). Ministerio de Cultura: Madrid. En Escolano Benito, A. (2000) La arquitectura como programa. En Tiempos y espacios para la escuela. Ensayos históricos. Madrid: Biblioteca Nueva.

- Foucault, M (1978-1979) Nacimiento de biopolítica. En Zahar, J. (1997) Resumen de cursos do Collège de France (1970-1982). En Sibilia, P. (2005) Biopoder: la privatización de las biopolíticas. En El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- García Canclini, N. (1999) El consumo cultural: una propuesta teórica. En Sunkel, G. (1999, coord.) El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación. Bogotá: Convenio de Andrés Bello.

- Hall, S. (2003) Introducción. ¿Quién necesita identidad?. En Hall, Stuart y du Gay, Paul (comps) Cuestiones de identidad cultural. Amorrortu: Buenos Aires.

- Huergo, J. A. (1997) Los modos de relacionar comunicación/educación. En Klein, N. (2007) No logo. Buenos Aires: Paidós.

- Le Breton, D. (2002) Antropología del cuerpo y Modernidad. Buenos Aires: Nueva Visión.

- Lowe, D. M. (1986) Historia de la percepción burguesa. F.C.E.: México. En Margulis, M y otros (1997) La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires. Biblos: Buenos Aires.

- Norbert, E. (1989) El proceso de civilización. México: Fondo de cultura Económica. En Sibilia, P. (2005) El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Sarlo, B. (2003) La pasión y la excepción. En Eva, Borges y el asesino de Aramburu, Buenos Aires, Siglo XXI. En Sexe, N. (2007) Casos de comunicación y cosas de

diseño. Buenos Aires: Ediciones Paidós: estudios de comunicación.

- Savransky, C. F. (1999) Introducción: la práctica y representación. El pensamiento como anticipo concepción que anticipa la obra. Programa de trabajo para un nuevo diseño. En Para una teoría de la Práctica. Ensayo Sobre La Poética de la obra. (1 ed.) Buenos Aires.

- Sexe, N. (2007) El vestido en el mundo de la comunicación masiva. En Casos de comunicación y cosas de diseño. Bs As: Ediciones Paidós: estudios de comunicación.

- Sibilia, P. (2005) Biopoder: la privatización de las biopolíticas. En El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Bs As: Fondo de Cultura Económica.

- Sibilia, P. (2008) El show del Yo. En La intimidad como espectáculos. Bs As: Fondo de Cultura Económica.

- Simone, R (2001) Intercambiar y recordar conocimientos. En La tercera fase: formas de dase que estamos perdiendo. Madrid: Grupos Santillana.

- Sloterdijk, P. (2003) Teoría de los medios de comunicación o: por qué decimos algo y no más bien nada. En Experimentos con uno mismo: Una conversación con Carlos Oliveira. Valencia: Pre-textos.

- Tenti Fanfani, E. (2001) El conocimiento escolar. En Sociología de la Educación. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

- Urresti, M. (1997) La discoteca como sistema de exclusión. En Margulis, M y otros (1997) La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires.

- Verón, E. (1997) De la imagen semiológica a las dis-

cursividades. El tiempo de una fotografía. En Veyrat-Masson, I. y Dayan, D. (1997) Espacios públicos en imágenes. Barcelona: Gedisa.

- Verón, E. (2004) "Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: Producción, recepción, regulación", en Fragmentos de un tejido. Barcelona: Gedisa.

Abstract: In this text the analysis is exposed on the way the fashionable publications represent what it is understood as "the fashion". Because of its continuity on the local market, a corpus shaped by a series of numbers of the *Para Ti* publication and *Para Ti Collections* was taken as a parameter of analysis.

Key words: multiple literacy – perpetual pedagogy – reader consumers – bits.

Resumo: Neste texto expõe-se a análise da maneira no que as publicações de moda representam aquilo que se entende como "as modas". Por sua continuidade no mercado local, tomou-se como parâmetro de análise, um corpus conformado por uma série de números da publicação *Para Ti* e *Para ti Coleções*.

Palavras chave: alfabetização múltiplas – pedagogia perpétua – bits.

(*) **Gabriela Gómez del Río.** Licenciada en Ciencias de Comunicación (UBA) Especialización en procesos educativos. Diseño de modas, especialización en moldería (Donato Delego). Docente en la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación.

La tecnología y su incidencia en la nueva comunicación publicitaria

Ariel Khalil (*)

Fecha de recepción: agosto 2011

Fecha de aceptación: octubre 2011

Versión final: diciembre 2011

Resumen: Lejos estamos de aquellos momentos en que una campaña publicitaria de determinada marca se resolvía con algunos comerciales en TV, un cartel en ruta y un aviso en la principal revista de interés general existente. Hoy la tecnología incide indudablemente en la nueva comunicación publicitaria.

Palabras clave: *planners* – tecnologías – digitalización – crecimiento.

[Resúmenes en inglés y portugués en la páginas 127 y 128]

Los *planners* publicitarios no existían o tenían poca actividad, no había que optimizar grandes presupuestos en un intrincado, vasto y hasta casi infinito mapa de medios y nuevos canales de comunicación, a los que todavía se agrega, una serie de acciones de nuevas modalidades o formas de promocionar una marca como lo hay hoy en día.

Antes las cosas eran más sencillas, pero lo que me interesa destacar no es el pasado sino como fue creciendo y como se fue dando este nuevo panorama de multiplici-

dad de acciones y nuevas formas de comunicar.

Más precisamente, hubieron algunas pocas razones, pero una de las más importantes ha sido el empuje tecnológico que posibilitó que nuevas capacidades y nuevas formas de canalizar mensajes estuvieran más al alcance de la mano de los comunicadores.

En diversos campos como la Producción Gráfica, Producción Audiovisual, Acciones Promocionales, BTL, Comunicación Visual en el Punto de Venta y Medios de Vía Pública, el avance tecnológico ha sido un factor