

tades que son ajenas al campo del diseño gráfico como disciplina. Las trabas impuestas por el comitente y la falta de decisión de parte de nosotros (los diseñadores) hacen que las publicaciones sufran determinadas inoperancias y así dejar pasar las oportunidades para generar materiales donde poder hallar discursos acordes a cada necesidad. El receptor de este tipo de mensajes no emite opinión crítica (a favor o en contra), o si quisiera hacerla no encuentra la forma, de esa manera, tanto emisor como receptor se acomodan relajados en sus lugares y dejan que las oportunidades se desvanescan. La obligación como comunicadores recae en salir de los símbolos establecidos por actores que sin darse cuenta y apelando a su ingenio proponen una alternativa para llenar sus necesidades. Cómo podemos establecer un parámetro visual y estilístico si no podemos interiorizarnos e intervenir en el mensaje discursivo. Cómo podemos generar y romper los símbolos si no nos embarramos con las necesidades. Cómo podemos quedarnos con las decisiones de una sola persona, si somos nosotros los encargados de comunicar y para eso nos contratan. Desde la enseñanza nos afirman que dependemos del empleador y que este es el que nos dice que tenemos qué hacer y qué no. Y si la cosa se invirtiera y fuéramos nosotros los que propongamos. Los mejores trabajos siempre son aquellos donde cada integrante es parte de un engranaje para arribar a un resultado lo más acabado posible. Tanto los directivos de las empresas como los diseñadores en comunicación deberían trabajar en el armado general de cada uno de los números, desde el principio seleccionando las notas, hasta qué gramaje debería ser el soporte al cual van a ser impresas las publicaciones. Cada decisión debería estar tomada en conjunto y ser analizada por cada uno de los integrantes del grupo de trabajo. Si nosotros como actores de la disciplina no sabemos cuál es nuestra función, es difícil esperar que nos valoren como tal o pretender que nuestro trabajo sea único e irremplazable. Sólo es posible llegar a ese punto si ponemos nuestro esfuerzo y dedicación en cada proyecto de índole comunicacional.

Referencias bibliográficas

- Belluccia, Raúl. (2007) *El diseño y su enseñanza*. Buenos Aires. Editorial Paidós, Estudios de comunicación.

- Bourdieu, Pierre. (2003) *Creencia artística y bienes simbólicos*. Buenos Aires. Editorial Aurelia Rivera
- Bringhurst, Robert. (2008) *Los elementos del estilo tipográfico*. México DF. Editorial Fondo de la Cultura Económica.
- Carpintero, Carlos. (2009) *Dictadura del Diseño. Notas para estudiantes molestos*. Buenos Aires. Wolkowicz Editores.
- Cassisi, Luciano. (2005) *El diseño y los géneros discursivos*. Buenos Aires Revista tipoGráfica, N° 66.
- de Buen Unna, Jorge. (2000) *Manual de diseño editorial*. México, Ed. Santillana.
- Dondis A. Dondis. (2004) *La sintaxis de la imagen*. Barcelona. Editorial GG.
- Ledesma, María. (2003) *El diseño gráfico una voz pública*. Buenos Aires Ed. Argonauta.
- Ruder, Emil (1983) *Manual de diseño tipográfico*. Barcelona, Ed. GG
- Tschicholo, Jan (1995) *The New Typography*. Berkeley, University of California Press
- Taute, Michelle (2009) *Claves del diseño*, Barcelona. Ed GG.

Abstract: This test reports the evolution of the communication in its different graphical expressions, how to agree between some and others the coordination that must have the image and identity of an organization, to take pleasure to the majority, to describe the contents, and of the diagramming of a visual communication.

Key words: Visual communication - contents - designer.

Resumo: Este ensaio relata a evolução da comunicação em suas várias expressões gráficas, do como lembrar entre uns e outros a coordenação que deve ter a imagem e identidade de uma organização, com prazer à maioria, fala dos conteúdos, e layout de uma comunicação visual.

Palavras chave: Comunicação visual - conteúdos - designer.

(*) **Mariano Girondín:** Licenciado en Diseño de Comunicación Visual por la Universidad Nacional de Rosario. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño Visual de la Facultad de Diseño y Comunicación.

De la experiencia práctica a la conceptualización

Marina Pérez Mauco (*)

Resumen: Una vez que hemos logrado plantear el tema de una investigación, pasamos a formular el problema, preguntas, objetivos y justificación de la relevancia de lo que nos hemos propuesto investigar. Aquí, nuevamente ponemos a prueba la solidez de la idea, le vamos dando forma como el escultor, vamos perfilando hacia dónde queremos dirigirnos.

Palabras clave: Práctica - investigación - conceptualización.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 89]

Fecha de recepción: agosto 2012

Fecha de aceptación: octubre 2012

Versión final: diciembre 2012

Voy a comenzar con una infidencia: cuando me propusieron participar de estas Jornadas de Reflexión Académica me pidieron un título o tema. Pensé unos segundos y el tema apareció clarísimo en mi mente: “de la experiencia práctica a la conceptualización” le dije a mi interlocutora. ¡Guau! Dijimos las dos, y al minuto de haber finalizado la conversación admito que pensé que me había metido en un lío tremendo.

Este lío del que estoy hablando tiene que ver con una larga tradición en ciencias sociales que ha marcado la cancha entre lo que se puede denominar experiencia práctica y la elaboración de conceptos. Hablar de experiencia denota contacto con el mundo, con la realidad. El ser humano en contacto con aquello que lo rodea y en ese ir y venir se va constituyendo lo que denominamos experiencia práctica: nuestro hacer en el mundo. Experiencia que es histórica, social y cultural.

Los estudiantes que cursan Introducción a la investigación acaban de ingresar a alguna carrera de la facultad, lo que muchas veces redundando en el desconcierto y aridez que les provoca la consigna con que los recibimos: el producto final del curso es una investigación académica con rigor científico sobre un tema de su interés amparado en el paraguas de las “Tendencias emergentes”. Los docentes solemos ver el signo de interrogación en las caras de los estudiantes y tratamos de contrarrestar la ansiedad que eso les provoca comentando que durante el curso iremos aprendiendo cómo se elabora una investigación científica, aprendiendo el método específico para ello. En este sentido, Floreal Forni explica que los conceptos recortan y seleccionan la realidad que queremos estudiar, mientras los métodos o técnicas son procesos de trabajo que producen un conocimiento necesariamente limitado.

De alguna manera se trata de poner en palabras y procesos concretos lo que suele ser una intuición. Es decir, ideas tenemos todos los días, pero en el curso aprendemos a darle forma científica. Creo que en este punto nos encontramos con una de las principales dificultades: operacionalizar una idea, darle forma a un contenido que se resiste y es problemático.

Una vez que hemos logrado plantear el tema de una investigación, pasamos a formular el problema, preguntas, objetivos y justificación de la relevancia de lo que nos hemos propuesto investigar. Aquí, nuevamente ponemos a prueba la solidez de la idea, le vamos dando forma como el escultor, vamos perfilando hacia dónde queremos dirigirnos.

La conformación del marco teórico se relaciona íntimamente con el tema y el problema. Esta instancia trae consigo nuevos interrogantes y problemas porque en general es una actividad novedosa. Ir a la biblioteca se convierte en un desafío, porque deben consultar libros, revistas especializadas y páginas web. Realizar entrevistas a informantes clave, es una tarea titánica. Aquí espero que los estudiantes hayan comprendido lo fundamental que resulta recolectar datos confiables de sitios confiables, porque la tentación de wikipedia está a flor de piel a la hora de armar el marco teórico de la investigación.

Si tomé estas instancias del proceso de investigación científica es porque me interesa problematizar lo que va

sucedendo detrás de estas formas que se pueden percibir como rígidas. La idea, el problema, el marco teórico y el diseño de una investigación no son pasos tabicados, si se me permite la expresión, son procesos dinámicos, donde se trata de aplicar el método y el rigor propio de la actividad científica y académica a ideas originales y creativas.

Yo trabajo mucho con un concepto que me facilitaron desde el mundo de la dramaturgia: la bisociación. Se trata de unir dos imágenes (ideas) nunca antes unidas y producir una tercera imagen nunca antes vista. Si asociar es unir dos conceptos que tienen relación (hora y reloj); si disociar es separar un concepto de otro (extraer dos componentes de una misma sustancia), bisociar es unir dos conceptos antes no unidos y producir un tercero nunca visto (perro y ropero que podrían dar como resultado una narración -un hecho creativo, nuevo - en donde un perro dormía en un ropero y jugaba a vestirse como sus dueños).

El proceso lo usan los dramaturgos, pero tengo entendido que, concientes o no de ello, lo hacen todos los escritores. Pero además, ellos, en el proceso creativo en el que han partido de una imagen (o mejor dicho de esta mezcla de dos imágenes nunca antes unidas), se dejan llevar por ella como de las narices porque, aseguran, nunca se sabe cuándo un personaje, una situación, un conflicto, nos llevará para lados que al inicio del relato no sospechábamos. Es sorprendente enterarse de que el reconocido autor especialista en suspenso y terror, Stephen King, desconoce en la página 100, quién es el asesino que nosotros descubriremos recién al final del libro, en la página 400. Cualquiera hubiera pensado que lo tenía todo planificado antes de escribir las primeras 10 páginas o al menos minutos después de haber escrito tal crimen.

Creo que este concepto puede aplicarse y de hecho se aplica en el campo de las investigaciones que hacen nuestros estudiantes, ya que unen, asocian novedosamente conceptos no habituales en la práctica científica donde el producto de esa unión es una investigación original sobre temas poco ortodoxos para el quehacer de la ciencia, como pueden serlo las tendencias emergentes en el mundo de la moda, el diseño y las artes; una suerte de *cool hunters* académicos. Nuestros estudiantes parten de lo visual, de la visualización de un fenómeno latente y a partir de ahí comienzan a recorrer el camino que propone el método científico. Combinando estos dos elementos, el resultado no puede ser menos que original porque, como dijimos recién, nunca se sabe cuándo una idea, una situación, un conflicto, nos llevará para lados que al inicio del relato no sospechábamos. Un autor que me parece que es pertinente citar en relación a lo que vengo comentando es Alfred Schütz. La obra de Schütz se inscribe en la tradición comprensivista de las ciencias sociales. La ciencia social es una comprensión de segundo grado sobre el sentido común. Este autor sostiene que la interpretación existe a nivel de la vida cotidiana, pues es una forma de la experiencia mediante la cual tomamos conocimiento del mundo social cultural. No es un asunto privado del observador, se orienta al mundo social para entenderse con él. Con esta afirmación nos anoticia de que los hechos sociales no

están desprovistos de sentido, son significativos puesto que hay interpretación, comprensión del sujeto en ellos, es decir, la realidad social es una realidad interpretada por los agentes en su vida cotidiana. Lo que introduce la interesante cuestión, desde el punto de vista del científico, de que cuando se estudia un hecho o fenómeno, estamos estudiando las distintas interpretaciones del mundo social, mundo social que es interpretado por los sujetos que lo hacen y viven. No se puede soslayar como dato de la realidad que los sujetos tienen sus interpretaciones que les sirven para actuar, para tomar decisiones de mayor o menor impacto social. Los agentes tienen la capacidad de incidir en la realidad social, produciendo cambios. Los sujetos son agentes, activos participantes de la realidad social y pueden, con sus acciones u omisiones, producir cambios en la sociedad. Esos cambios suponen una interpretación de los agentes, los agentes interpretan el mundo de determinada manera y por eso actúan.

Otro elemento fundamental del pensamiento de Schütz es que la conciencia de los sujetos se forma socialmente. El comprender es parte de la experiencia vital. A pesar de ello, en algún sentido Schütz no logra resolver el problema de la dimensión psicológica, de perspectivismo de los estados de conciencia: de la privacidad de los estados mentales. En relación a lo cual, el aporte realizado por Winch, de acuerdo con Schuster, fue significativo. Dice Schuster:

(...) un elemento importante que introduce Winch es la noción de comprensión como comprensión de reglas. (...) Por eso asocia inmediatamente la ciencia social a la filosofía, porque las reglas están en dimensiones del lenguaje, entonces inmediatamente asocia que la idea de la ciencia social es reconstruir lo que Wittgenstein llamaba un juego de lenguaje. El juego de lenguaje para dicho autor es una totalidad de reglas que dan sentido a cada una de las afirmaciones. Una afirmación, una proposición cualquiera tiene sentido no solamente por aquello que nombra, por aquello de lo que habla, sino también por el uso de una comunidad, allí adquiere sentido, y usa la palabra juego. (Schuster: 1995).

Para esta perspectiva el lenguaje es social, se construye socialmente y los actores se mueven dentro del lenguaje. Así, el problema de las conciencias privadas se diluye, pues somos formados como sujetos en el interior del lenguaje, de un mismo juego del lenguaje. Comprender al otro, para Winch de acuerdo con Schuster, no es reconstruir algo previo al lenguaje, sino que “es reconstruir enunciados accesibles inmediatamente a través del lenguaje” (Schuster: 1995). Se fisura la noción de que el conocimiento es la representación del mundo mediante ideas, el mundo es interacción y la manera que tienen los agentes de hablar de las cosas.

Schütz se pregunta cómo es posible, a partir de estructuras subjetivas de sentido elaborar conceptos objetivos, teorías objetivamente verificables. Sostiene que los “conceptos elaborados por el científico social son construcciones de las construcciones elaboradas en el pensamiento de sentido común por los actores de la escena

social” (Schütz: 1974). Las construcciones científicas, son pues, de segundo nivel, elaboradas a partir de los ingredientes aportados por el pensamiento de sentido común que es construido y circula en la sociedad. Pero advierte que estas elaboraciones en el segundo nivel han de abreviar en las reglas procedimentales comunes válidas para todas las ciencias empíricas puesto que son construcciones objetivas de tipos ideales que deben superar aquellas producidas en el primer nivel. Los tipos ideales construidos en el primer nivel del pensamiento de sentido común no suponen una teoría. Los tipos ideales elaborados por el científico social son de una textura diferente.

Interesante planteo que sugiere una suerte de ida y vuelta entre los distintos niveles de comprensión - interpretación. Como señalara Agnes Heller en su *Sociología de la Vida Cotidiana*, la ciencia produce conceptos que luego son tomados por la vida cotidiana adaptándolos a su medio específico. A su vez el pensamiento de sentido común, la *doxa*, propio del espacio de la vida cotidiana provee de insumos a la *episteme* o pensamiento científico.

La idea de que la realidad es realidad interpretada es un elemento común a la tradición comprensivista. En este planteo, el mundo social se compone de la totalidad de las perspectivas. La realidad que tomamos como un hecho o fenómeno de investigación ya es realidad interpretada, una interpretación de primer grado anclada en el quehacer cotidiano. Lo que hacemos cuando hacemos ciencia, con el trabajo científico, es interpretar ese hecho de otra manera, elaborando conceptos que son construcciones de las construcciones desarrolladas en el pensamiento de sentido común.

Me he permitido esta digresión teórica porque creo que tanto en Schütz como en Heller hay una clave para comprender el proceso que lleva a los estudiantes de una idea más o menos asentada en su experiencia práctica y por qué no cotidiana a dar el salto y, a partir de ella construir una investigación académica con la rigurosidad que implica seguir el método científico. Parten de una realidad que ya es interpretada: cuando estudian el caso de un joven diseñador, o cineasta, o de una nueva tendencia en moda o diseño, para saltar a otro nivel de interpretación: la investigación científica.

Referencias bibliográficas

- Heller, Agnes, *Sociología de la Vida Cotidiana*, Barcelona, Península, 1977.
- Schuster, Federico, *Exposición: hermenéutica y ciencias sociales*, en Schuster, F.L. y otros, *El oficio de investigador*, Rosario, Homo Sapiens, 1995.
- Schütz, Alfred, *Formación de conceptos y teorías en ciencias sociales*, en *El problema de la realidad social*, Buenos Aires, Amorrortu, 1974.

Abstract: As soon as we have managed to raise the topic of an investigation, we happen to formulate the problem, questions, aims and justification of the relevancy of what we have proposed to investigate. Here, again we test the solidity of the idea, are giving him form as the sculptor, are outlining towards where we want to go.

Key words: Practice - researcher - conceptualization.

Palavras chave: Prática - investigação - conceitualização.

Resumo: Uma vez que conseguimos propor o tema de uma pesquisa, passamos a formular o problema, perguntas, objetivos e justificativa da relevância do que nos propusemos pesquisar. Aqui, novamente pomos a prova a solidez da ideia, vamos-lhe dando forma como o escultor, vamos planejando onde nos dirigir.

(*) **Marina Pérez Mauco:** Licenciada en Sociología por la Universidad de Buenos Aires. Maestranda de la Maestría en Ciencias Políticas y Sociología, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Expresión de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Tics y política en América Latina: El desafío de las próximas generaciones

Fecha de recepción: agosto 2012
Fecha de aceptación: octubre 2012
Versión final: diciembre 2012

Constanza Mazzina (*)

Resumen: En la actualidad, las tecnologías de la información y la comunicación (TICs)¹ constituyen parte fundamental de la caja de herramientas de los diferentes partidos políticos en cualquier parte del mundo. En este sentido, América Latina no es una excepción a esta regla general.

Palabras clave: Tecnología de información - Web 2.0 - Internet - comunicación política.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 93]

Los números indican una creciente tendencia en el uso de Internet en América Latina. Actualmente hay más de 160 millones de usuarios de Internet en la región, representando una penetración poblacional de 30 por ciento de aproximadamente 560 millones de personas. Se espera que el uso regional de Internet crezca en un 60 por ciento cada año hasta el 2012, coincidiendo con la nueva ola de elecciones que comienza este año. La región encabeza las tasas mundiales de crecimiento de acceso a Internet de banda ancha con un aumento del 7.5 por ciento, sobre el 6.2 por ciento en Europa Occidental. Al mismo tiempo, el 71 por ciento de los 160 millones de usuarios de Internet en la región usan sitios de comunidad social como el método primario de comunicación. Brasil tiene el número más alto de usuarios de Internet que cualquier otro país latinoamericano, seguido por México, Argentina, Colombia, y Chile. Pero cuando se compara el número de usuarios de Internet en cada país con relación a sus poblaciones, Chile se ubica en el primer lugar, seguido por Argentina, Colombia, Costa Rica, y Brasil. Dado el creciente número de usuarios en estos países, no sorprende que los medios cada vez reporten más sobre el papel que jugará el Internet en las elecciones recientes o por venir de cada país².

Esto resulta de suma importancia en el contexto electoral, teniendo presente que pareciera ser que la Internet está poniendo a disposición del ciudadano una nueva cultura política, basada en la participación multidimensional a través de la red. En el horizonte, una nueva forma de pensar la política está comenzando a gestarse. Lejos de los viejos rituales de la plaza y el café, los ciudadanos parecen estar recuperando el ágora perdida. La representación política, como forma de intermediación entre el ciudadano y los asuntos públicos, supone que aquél delega en sus representantes la tarea que, por di-

versas razones, no puede atender. En los últimos años, voces que aclamaban por un regreso del republicanismo cívico han comenzado a hacerse oír. La mentalidad republicana está hecha de cercanía, de experimentar lo público como propio y de saber que el destino de la polis y del ciudadano están indefinidamente unidos.

La resignificación de la política a partir del uso de instrumentos Web 2.0 se manifiesta en los efectos exponenciales respecto de modos más tradicionales de hacer campaña y recaudar fondos para estos fines. La clave de la Web 2.0 es la habilidad de construir redes que conectan individuos y organizaciones en una comunidad donde la información es compartida, adaptada y actualizada por todos sus miembros, quienes eligen o no participar. Ciertamente, se trata de un fenómeno que democratiza la información desde cualquier punto de vista que se analice. Ya no se trata de acceder a información suministrada de manera unilateral, sino que a partir de ahora, cualquiera que se lo proponga, es generador de información. Esta horizontalidad resulta completamente novedosa si pensamos la tradicional forma de impartir conocimiento, de manera verticalista desde arriba hacia abajo. En este marco, quienes decidan participar de estos espacios pueden optar con quién y cuándo hacerlo, pueden crear redes y grupos sobre la base de los criterios más variados, y presentarse como quieran ser percibidos por el resto de los receptores.

En los últimos años la inclusión de Internet como nuevo medio de comunicación electoral ha ocasionado muchos cambios en la forma de llevar a cabo las campañas. Las campañas postmodernas (Bimber y Davis, 2003) además de la televisión, incluyen las páginas web y el mail en las estrategias de comunicación. Internet ofrece algunas ventajas en la forma de hacer campaña, pues en primer lugar el costo para difundir información por