

TRADICIÓN Y ACONTECIMIENTO MEDIÁTICO EN EL DISEÑO GRÁFICO

MARTHA TAPPAN VELÁZQUEZ*

...
la reorientación, el alejamiento y la perspectiva –insustituibles métodos de conocimiento todos ellos– son [...] necesarios para comprender aquello que nos rodea tan de cerca que es difícil vislumbrarlo con claridad. [...] Frente a lo actual, el pasado confiere perspectiva.

Fernand Braudel¹

Actualmente existe un desdibujamiento en la enseñanza y profesión de lo que en términos generales se reconoce como *diseño gráfico*, frente a la aparición de los nuevos medios electrónicos y el surgimiento de una nueva disciplina llamada *multimedia*, término confuso cuyo esclarecimiento ayudará a explicar el divorcio entre la forma y el contenido que caracteriza a buen porcentaje de la producción de mensajes en los medios masivos de comunicación.

Con esa finalidad, en este ensayo recurrimos a la perspectiva histórica de George Kubler que ayuda a explicar la natura-

leza irreflexiva encubierta en el binomio “diseño y creatividad”; y la necesidad de erradicar la abstracción de expresiones asociadas como “solución de problemas” o “innovación” anclándolas a puntos de referencia concretos que se encuentran en la tradición que dio origen al diseño, en su sentido amplio, y a sus disciplinas específicas, como el diseño editorial, caso que se analiza en la segunda parte de este ensayo.

I

La sociedad contemporánea se reconoce como “la era de la información”. Si esta denominación resulta acertada en muchos sentidos (por ejemplo, para comprender las nuevas formas de poder), también lo es el reconocimiento de que esta era es un periodo de transición en donde un caos informativo ha surgido, paradójicamente, de las ciencias de la informática cuya naturaleza es sistemática y estratégica.

La era de la información desata una explosión de estímulos visuales y sonoros. A los canales tradicionales de la difusión del pensamiento, se han sumado

* Maestría en Diseño de la Información, Universidad Anáhuac México Norte

¹ Fernand Braudel (1988) *Historia y Ciencias Sociales*, p. 80.

los nuevos medios y la tecnología digital que ha puesto, al alcance de un gran número de usuarios, herramientas que en el pasado sólo pertenecían al saber de oficios específicos. Esto ha traído un desdibujamiento del ámbito de acción de la disciplina del diseñador gráfico, en donde el adjetivo, *gráfico*, adquiere hoy un tinte anacrónico frente al término que cada vez se oye más: *multimedia*.

¿Cuál es, entonces, en el México contemporáneo, el campo de acción del diseñador gráfico? ¿Hacia dónde debe proyectar sus esfuerzos? Estas preguntas dan pie a una reflexión dirigida a lograr la perspectiva histórica, como nos invita el historiador Fernand Braudel. Si el diseño gráfico, como disciplina, se pregunta hacia dónde debe dirigir su acción, antes debe preguntarse de dónde viene, así como la naturaleza de su especificidad frente a otras disciplinas; cuestión que, como se verá, resulta muy problemática.

El diseño se reconoce como una actividad práctica y creativa. Es práctica porque parte de una necesidad y su quehacer se desarrolla a través de la acción sobre materiales que son transformados para configurar objetos que solucionan esa necesidad; y es creativa porque tiene la consigna de innovar y transformar las soluciones presentes en otras nuevas que funcionen mejor. Las nociones de innovar y transformar implican un cambio en el tiempo: un antes y un después que se presume ser mejor.

Esta presunción de mejoramiento implícita en la innovación tiene un valor relativo al momento histórico en el que surgió la necesidad y su solución. A este respecto, se pueden distinguir dos registros del tiempo histórico. El primero de ellos es el del acontecer cotidiano,

en el cual el registro del tiempo histórico pasa desapercibido, oculto tras la linealidad de la repetición de día a día. En este sentido, se puede decir que hacemos historia en el acontecer diario sin que nos percatemos de ello. El segundo es el registro de la historia como memoria del pasado, el que brinda la perspectiva necesaria para reconocer tradiciones y acontecimientos que resultan importantes para reconocer hitos fundacionales y/o virajes que anuncian épocas, generaciones, estilos y corrientes.

La innovación, por lo tanto, requiere de perspectiva histórica. ¿Cómo abordar la empresa de dar forma al tiempo, a la reconstrucción histórica de la tradición y la innovación en el diseño?

George Kubler en su obra *La configuración del tiempo*² delimita el campo de estudio de la siguiente manera. Cada una de las esferas de la realidad fenomenológica que el hombre registra tiene su propio tiempo: existe el tiempo de la materia, el tiempo biológico, el tiempo del hombre y el tiempo de las cosas hechas por el hombre. La acción del diseño se desarrolla en esta última.

Las cosas hechas por el hombre, según Kubler, son testimonios del deseo humano: el deseo, traducido en una necesidad que se manifiesta en una serie de soluciones que, a su vez, se materializan en una serie de objetos. La necesidad trasciende el tiempo pero, en una aparente paradoja, se actualiza en él a través de las soluciones que continuamente motiva. Dice Kubler:

Solamente conocemos el tiempo indirectamente por lo que sucede en él,

² V. George Kubler, *La configuración del tiempo*.

por la observación del cambio y lo que permanece, por el señalamiento de la sucesión de acontecimientos entre marcos estables e indicando el contraste de varias clases de cambios.³

Lo que permanece es la tradición, el cambio es la innovación. El cambio puede darse de manera gradual o súbita.

El tiempo de los objetos hechos por el hombre se percibe a través de sus cambios formales, el cambio gradual de repeticiones y diferencias. La forma de un objeto es la materialización de una solución y el concepto implícito en la forma revela la problemática abordada. De esta manera, en un sistema de objetos, se actualizan los contenidos de dos grandes marcos de referencia, el marco material/formal y el marco conceptual/simbólico.

Estos conceptos son útiles para esclarecer el momento histórico de la definición y práctica del diseño gráfico, que ahora está en crisis justamente por el advenimiento de cambios en lo material/formal. Los términos *desk-top publishing* y *multimedia* sintetizan la compleja red de procesos innovadores que constituyen una ruptura y anuncian el inicio de una nueva etapa que ahora está desdibujada. El desdibujamiento se debe a que hay elementos en estos marcos que han cambiado drásticamente, pero otros elementos que persisten, constituyendo un excelente ejemplo de lo que Kubler identifica como la convivencia de dos temporalidades: el instante del incendio forestal y la eternidad del glaciar. Esta intrusión abrupta de lo material/formal en el diseño gráfico, visto con la lupa de Kubler, permite lograr una nitidez don-

de antes existía solamente una desdibujada neblina.

La multimedia, gracias a la homologación de la "materia" digital, permite la unión de una gama de medios (y profesiones) claramente diferenciados, como son los impresos, el filme, la gráfica, la fotografía, la ilustración y la animación, en un mismo espacio.

Hoy, frente a esta gran novedad –la multimedia, el incendio forestal– hay tradiciones –los glaciares– que viven una lenta transformación. Por ejemplo, el paradigma de la página, que responde a la necesidad de brindar un vehículo material para la expresión y conservación del conocimiento. El registro de la gradación de cambios formales que hay entre un incunable y una página electrónica revela más coincidencias que diferencias, porque la esencia del oficio se mantiene; el problema sigue siendo el mismo: ¿cómo desplegar en un espacio bidimensional acotado por bordes establecidos, un cuerpo de gráficas e imágenes?

La coexistencia de estos dos momentos es fuente de confusiones. Por ejemplo, el perfil profesional que se forma en las universidades y que exige el medio profesional ignorante, donde se reduce la tradicional disciplina del diseño gráfico, y la nueva modalidad profesional, la multimedia, a la operación de *softwares* y *hardwares*, sin reflexionar sobre las tradiciones tecnológicas, formales, conceptuales y humanistas de la disciplina. La mirada se centra en el incendio forestal y no ve el majestuoso glaciar.

Frente a estas confusiones, debemos preguntarnos: ¿a qué necesidades responde la multimedia? ¿cómo la multimedia soluciona esas necesidades? ¿cuáles son las tradiciones que confluyen

³ Kubler, *La configuración del tiempo*, p. 71.

en la multimedia? ¿cómo se sitúan las tradiciones del diseño gráfico frente a la multimedia?⁴

Estas preguntas apuntan hacia el esclarecimiento del marco conceptual/simbólico, es decir, a las formas simbólicas que adquieren los deseos y las necesidades. Al rastrear las necesidades que dan pie al diseño gráfico o a la multimedia, nos enfrentamos a un ámbito amorfo. En ambos casos, más allá de la necesidad de “comunicar”, resulta difícil precisar el cómo comunicar. El contenido léxico de los dos términos *gráfico* y *multimedia* hace referencia explícita al medio o canales a través de los cuales un mensaje puede adquirir forma. En ese sentido, señalan efectivamente hacia una solución, mas no la precisan. ¿Qué medios o canales abarca el término *gráfico*, cuáles el término *multimedia*? El problema es que no hay posibilidad de descubrir lo esencial de cada uno porque en ambos casos los términos implican la reunión de una serie de especificidades, las de los oficios y saberes que ahí confluyen. Lo que hay es multidisciplinaria y por lo tanto la intersección de distintas tradiciones.

II

En la base del diseño gráfico y de la multimedia hay dos tradiciones fundamentales, la escritura y la lectura, que los nuevos medios están transformando

⁴ Este énfasis en torno a la multimedia surge de la reciente y creciente aparición de nuevos programas de licenciatura, diplomados y especialidades en multimedia que coexisten con las tradicionales licenciaturas en diseño gráfico en las universidades mexicanas.

sin que sepamos con claridad las orientaciones que están tomando, por lo menos en el ámbito educativo y profesional en nuestro país. Tanto en la esfera de acción del diseño gráfico, como en la de la multimedia, el diseño editorial es una disciplina que permite de manera más acotada abordar esta problemática.

Si bien ha quedado establecida la imposibilidad de hablar de una especificidad del diseño gráfico o de la multimedia, sí se puede proponer una definición de la especificidad del diseño como disciplina. Gui Bonsiepe define la acción del diseño como diseño de interfaces. En este contexto debe entenderse el término *interface* como la parte del objeto implicada en la interacción entre un objeto y su usuario.⁵ En el caso del diseño de textos en tanto objetos de lectura, la interface se materializa en elementos que configuran el *sistema no verbal* que ayuda a hacer más legible un texto, a saber, la composición general de la página en columnas, espacios blancos, texto, variantes tipográficas, etcétera.

Saul Wurman define la acción del diseño en un ámbito más demarcado: el problema de convertir datos en información, es decir, las acciones de diseño que están comprometidas con el proceso de comprensión de un texto.⁶

La comprensión de un texto remite a las entidades involucradas en este proceso: el autor, el texto y el lector; así como a las acciones de interpretar y representar.

En la introducción de la antología que compendia, *Historia de la lectura*, Roger Chartier reflexiona sobre su objeto de

⁵ Gui Bonsiepe, *Las siete columnas del diseño*, p. 6.

⁶ Saul Wurman, *Information Anxiety*, pp. 51-57.

estudio, “la materialidad de los textos, la práctica de sus lecturas”;⁷ a partir de la premisa hermenéutica del filósofo Paul Ricoeur: el encuentro entre el mundo del texto y el mundo del lector. Dice Chartier:

[...] una historia de largo alcance de las lecturas y los lectores ha de ser la de la historicidad de los modos de utilización, de comprensión y de apropiación de los textos. [Una historia de largo alcance] Considera al ‘mundo del texto’ como un mundo de objetos, formas y ritos cuyas convenciones y disposiciones sirven de soporte y obligan a la construcción del sentido. Por otro lado, considera asimismo que el ‘mundo del lector’ está constituido por ‘comunidades de interpretación’ [...] a las que pertenecen los lectores/as singulares.⁸

Desde este planteamiento cabe hacerse la pregunta, ¿cuál es el papel que el diseñador tiene en este proceso en el que confluyen el mundo del texto y el mundo del lector?

Roger Chartier también analiza el problema de la autoría de un texto entendida como la recuperación del sentido que quiso comunicar el autor de un texto. Al revisar la historia de los procesos de producción y materialización que otorgan vida pública a los textos, Chartier hace evidente lo difícil que resulta asociar la autoría de un texto a una sola persona, el escritor del texto. A lo largo de la historia de los textos se puede ver cómo diversas instancias imprimen sus propios sentidos al texto original. Chartier habla del

papel que ha tenido en ello la acción de censores, comentaristas, editores y traductores. Si se piensa en las condiciones de producción de textos de nuestro presente, en esta lista debería incluirse a los diseñadores.

Hoy en día, el diseñador tiene acción directa sobre los objetos de lectura en tanto creador de las formas que los materializan de manera definitiva en el espacio público de lectura. ¿Cómo participa el diseñador en esta construcción del sentido de los textos? La reflexión de Mauricio Beuchot⁹ sobre la labor del traductor ayudan en la reflexión que invita a hacer dicha pregunta.

Mauricio Beuchot, al igual que Chartier, está involucrado, como traductor, con el estudio de textos antiguos.¹⁰ Trabajar con objetos del pasado, es decir, ajenos a los usos y costumbres de nuestra contemporaneidad, pone en relieve una serie de situaciones sumamente pertinentes en la labor de escribir, traducir, editar y diseñar que resultan tan evidentes que pasan desapercibidas. Por ejemplo, reflexionar sobre nuestras prácticas de lectura, sobre los soportes de lectura y sobre las tendencias en el diseño de textos. En ese mismo sentido, establecer analogías entre la acción de traducir textos y diseñarlos, ayuda a recuperar algunos aspectos de la extensa reflexión teórica y metodológica de la traducción para reflexionar la labor del diseño editorial.

Para Mauricio Beuchot traducir implica acercar culturas, sobre todo cuando se trabaja con textos antiguos; esto conlleva

⁷ Roger Chartier, *Historia de la lectura en el mundo occidental*, p. 18.

⁸ Roger Chartier, *Historia de la lectura*, p. 17.

⁹ Mauricio Beuchot, “Acerca de la traducción. Hermenéutica y Pragmática”, pp. 43-57.

¹⁰ Mauricio Beuchot ha traducido textos latinos de filosofía escolástica.

el encuentro de espacios y temporalidades distintas. La labor de traducir, al igual que la de diseñar textos, siguiendo la definición de Wurman, tiene que ver con el objetivo de hacer comprender.

Si lo que se ha expuesto hasta aquí se considera a partir de lo que Chartier dice sobre los intermediarios del texto –los censores, traductores y editores– y sobre las formas que adquieren los textos y los tipos de usos que se hacen de ellos, el trabajo del diseñador editorial adquiere una gran relevancia pues, al igual que todos los oficios anteriores, él también, en tanto lector/encodificador, imprime su propio sentido de lectura al materializar el texto en el espacio público de la página. Es en razón de este ejercicio interpretativo que proponemos ver en la acción del diseño un acto de “reescritura” de los textos fuente.

Esta idea de reescritura puede seguir dos vías de investigación. La primera es la que se ha expuesto hasta aquí y en donde se escuchan las resonancias del planteamiento bartheano de la muerte del autor: “el Lector y el Texto se erigen en los verdaderos protagonistas de la escritura”.

La segunda vía propone reflexionar la premisa que considera el diseño editorial como un sistema semiológico de naturaleza no verbal que “rescribe” el texto lingüístico desde la perspectiva de una semiótica integracional¹¹ a fin de investigar contextos específicos: los materiales, las herramientas, los procesos, las técnicas, medios, canales, discursos, géneros, etcétera, a través de los que y en los que se materializa la escritura.

La perspectiva semiótica ayuda a reflexionar el diseño editorial como un sistema de comunicación no verbal que es medio –vehículo de transmisión– y organización textual a la vez.

El diseño editorial se materializa en un sustrato y en una forma gráfica. Lo gráfico, en la primera acepción del Diccionario de la Real Academia Española¹², se refiere a “lo relativo a la escritura y a la imprenta”. En esta definición quedan excluidos los sustratos y la ‘sustancia’ electrónica de los nuevos medios: la pantalla y los píxeles. Frente a esta diferencia en el marco material, adquiere relevancia la página en el marco formal que constituye el común denominador, la unidad global de sentido, para lo gráfico y lo electrónico.

La página se descompone en subunidades formales: espacios, bloques de texto, imágenes, elementos de apoyo como plecas, recuadros, viñetas que se organizan de acuerdo a una diagramación y que adquieren un valor formal y conceptual por su posición y relación con los otros términos.

En términos generales, la organización de la página ha obedecido a nuestro tradicional protocolo de lectura que es de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, donde se sigue el orden sucesivo de la numeración de las páginas. A partir de este orden básico, han adquirido formas específicas los diversos géneros discursivos (a los que el diseño editorial configura en una variedad codificada de diagramaciones: periódico, novela, obra escénica, enciclopedia, libro de texto, etcétera). Así, esta labor encodificadora (la “escritura” del diseño editorial), que se ha

¹¹ V. Roy Harris, *Signos de escritura*.

¹² Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*.

generado y transformado en el transcurrir de quinientos años, mantiene una correspondencia con el entrenamiento perceptual/decodificador (lectura) de un individuo criado en esta tradición, que reconoce y discierne entre una variedad de campos informativos.

Estos modos de encodificación/decodificación y por lo tanto las formas, los contenidos y, quizás incluso, las necesidades (“navegar” versus leer), parecen estar, si no cambiando, por lo menos sí coexistiendo con otras nuevas modalidades.

La tecnología digital, los *softwares* y los *hardwares*, proporcionan una cantidad y variedad de repertorios que permiten materializar publicaciones, en la modalidad del *desktop publishing*, que son accesibles a todo aquel que tenga el equipo y la habilidad para interactuar con él. Estas innovaciones tecnológicas redundan hoy en una gran diversidad de diagramaciones en donde concurre una mezcla de familias, estilos y tamaños tipográficos; presencia de elementos como bloques, recuadros, plecas, viñetas, colores, tonalidades y efectos.

En la vida cotidiana del diseño gráfico, las innovaciones tecnológicas no sólo facilitan y bajan los costos, sino que permiten acciones y productos antes insospechados: por ejemplo, los gigantes *plotters* que se han sumado al caos urbano.

La perspectiva histórica permite explicar el desdibujamiento y la confusión característica de la disciplina así como señalar las tendencias que pueden seguir momentos de transición como los que se viven hoy. En este ensayo se han vislumbrado dos caminos: la innovación estratégica que, reconociendo las tradiciones, funda una nueva tradición; o la dispersión ignorante que se engolosina

irreflexivamente en el caos mediático para reproducir y consumir copias sin intención ni sistema■

BIBLIOGRAFÍA

- Beuchot, Mauricio. “Acerca de la traducción. Hermenéutica y Pragmática” en *El Arte de la Traición o los Problemas de la Traducción*. (ed.) Elsa Cecilia Frost, México, Coordinación de Humanidades/UNAM, 1992.
- Bonsiepe, Gui. *Las siete columnas del diseño*. México, UAM-Azcapotzalco, 1993.
- Braudel, Fernand. *Historia y Ciencias Sociales*. Madrid, Alianza Editorial, 1988.
- Chartier, Roger. *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid, Taurus, 2001.
- Harris, Roy. *Signos de escritura*. Barcelona, Gedisa, 1999.
- Kubler, George. *La configuración del tiempo*. España, Editorial Nerea, 1988.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Espasa Calpe, 2001.
- Wurman, Saul. *Information Anxiety*. Nueva York, Bantam Books, 1990.