

LEONOR ARFUCH Y VERÓNICA DEVALLE
(COMPILADORAS)

Visualidades sin fin

Imagen y diseño en la sociedad global



prometeo
libros

VISUALIDADES SIN FIN
Imagen y diseño en la sociedad global

Leonor Arfuch
Verónica Devalle
(Compiladoras)

VISUALIDADES SIN FIN
Imagen y diseño en la sociedad global

 prometeo
libros

Arfuch, Leonor

Visualidades sin fin : imagen y diseño en la sociedad global / Leonor Arfuch ; Verónica Devalle ; compilación de Leonor Arfuch ; Verónica Devalle. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Prometeo Libros, 2017.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-816-129-7

1. Sociología de la Cultura. I. Devalle, Verónica. II. Título.
CDD 306.01

Imagen de tapa: Mariela Antuña

Armado: María Victoria Ramíre

Corrección de galeras: Liliana Stengele

© De esta edición, Prometeo Libros, 2017

Pringles 521 (C1183AEI), Buenos Aires, Argentina

Tel.: (54-11) 4862-6794 / Fax: (54-11) 4864-3297

distribuidora@prometeoeditorial.com

www.prometeoeditorial.com

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Prohibida su reproducción total o parcial

Derechos reservados

Índice

Introducción	9
Parte I. La Imagen y el campo del diseño: sujetos, identidades, memorias	
1. <i>Ver el mundo con otros ojos. Poderes y paradojas de la imagen en la sociedad global</i> Leonor Arfuch	15
2. <i>El análisis cultural. Nuevas perspectivas para pensar el diseño</i> Verónica Devalle	41
3. <i>Por los rumbos de la economía visual: identidades, cuerpos y estéticas</i> Leticia Sabsay	75
4. <i>Ciudad marcada. Las huellas (in)visibles de la dictadura en Buenos Aires</i> Valeria Durán.....	105
Parte II. Volviendo a los clásicos	
5. <i>¿Antes del significado? Algunos interrogantes sobre el concepto de código en Ferdinand de Saussure</i> Julián Vazeilles.....	125
6. <i>Hacia una teoría de la lengua en uso: los aportes de Émile Benveniste</i> María Stegmayer y Daniela Slipak	143
7. <i>Apuntes sobre el sentido de la imagen</i> Daniela Fiorini y Leticia Schilman	159
8. <i>El problema de la iconicidad. ¿Naturaleza o convención? Sobre “Semiología de los mensajes visuales”, de Umberto Eco</i> Laura Corti y Luisina Perelmiter.....	177
Noticia de los autores	195

Introducción

Este libro reconoce varias fuentes de inspiración: el debate apasionado sobre el régimen de la visualidad en la llamada “era” y hasta “civilización” de la imagen—es decir, nuestra época—, la docencia universitaria en una cátedra prioritariamente concernida por ese debate¹ y la investigación académica, donde teoría y método confluyen en la construcción de un objeto de estudio. Una tríada—la forma en que Charles Sanders Peirce gustaba pensar el signo y la Semiótica— en la cual, escapando al binarismo, el tercer término supone siempre la posibilidad de articulación con otros y entonces da lugar a una (ilimitada) apertura significativa. Así, a partir de una reflexión sobre las culturas contemporáneas y su relación con el campo del diseño, se abrieron múltiples interrogantes: el *ver* como sentido privilegiado, la imagen y los medios de comunicación en la “sociedad global”, la realidad como espectáculo, la creciente indistinción de las esferas de lo público y lo privado—y el énfasis en la privacidad—, las imágenes traumáticas de nuestro tiempo, las políticas de la mirada, la marca del diseño en esas imágenes y en esas políticas, su impronta, que configura lisa y llanamente nuestros modos de ver y de ser: vemos ya un “mundo diseñado” según pautas y tendencias también “globales”, desde el trazado urbano a las pantallas, desde los anuncios de todo tipo a nuestra propia imagen, tallada en cuerpo y alma por la moda y por las pautas que la sociedad impone para la conducta y para el “buen vivir”.

Un “buen vivir” donde el diseño aporta armonía estética, claridad comunicativa, orden conceptual, satisfacción de deseos y necesidades...y al mismo tiempo impone condicionamientos y determinaciones, se identifica

¹ Se trata de *Comunicación I y II*, en la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU/UBA), a cargo de Leonor Arfuch como Profesora Titular—profesora también de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA e investigadora del Instituto Gino Germani— y Verónica Devalle como Adjunta, y de la que forman o formaron parte los restantes autores.

con lógicas de mercado y con incitaciones al consumo, trabaja sobre nuestros afectos, configura sujetos e identidades, en la tensión entre repetición e innovación, docilidad e irreverencia. Un protagonismo que, como otros registros simbólicos de la comunicación “global”, supone un involucramiento estético pero también ético y político.

Tal incidencia en el mundo de hoy aparece pálidamente reflejada sin embargo en los discursos del diseño –los producidos en su campo y sus entornos, tanto disciplinar como profesional–, que oscilan entre una definición restrictiva, que lo limita a una mera técnica de “resolución de problemas para operar sobre la racionalidad comunicativa del mercado” y una concepción más amplia, que lo liga a problemáticas sociales, culturales y políticas de nuestro conflictivo presente. Esta última concepción es la que privilegiamos en nuestro trabajo, tanto en la cátedra como en la investigación: una interrogación autorreflexiva y crítica sobre la constitución misma de ese campo y sus saberes e incumbencias, a la luz de las transformaciones del capitalismo tardío pero también a la luz de otros saberes, con los cuales tiene una inquietante –y a veces ignorada– vecindad: las artes visuales, la filosofía, la sociología, la lingüística, la semiótica, la crítica cultural, el psicoanálisis...

Pensar esa articulación entre un campo del saber –y del hacer– relativamente específico y el ancho mundo de nuestras sociedades “globales” en constante devenir es lo que proponemos a los lectores de este libro. En ese camino singular de la lectura habrá entonces retornos a momentos emblemáticos de la reflexión y la crítica sobre la cultura, tomas de posición sobre el presente y algunas aventuradas hipótesis sobre el futuro –particularmente en la Primera Parte–, pero también una vuelta sobre los clásicos, sobre paradigmas teóricos fundamentales, que dejaron huellas imborrables en nuestros modos de ver y de pensar: Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Mijaíl Bajtín, Émile Benveniste, Umberto Eco... La Segunda Parte, que los “trae” nuevamente al presente para formularles nuevas preguntas, está dedicada muy especialmente a nuestros estudiantes de grado y posgrado.

En la primera parte, el capítulo de Leonor Arfuch aborda los dilemas de la imagen en la sociedad contemporánea y sus usos, a menudo problemáticos, en los medios de comunicación. La tensión entre “realidad” y representación, entre público y privado, entre seducción hipnótica y apropiación reflexiva es analizada en relación con las estrategias globales de la mediatización pero también al interior del campo del diseño y su involucramiento peculiar en

esas estrategias, proponiendo una mirada crítica sobre el modo de conceptualizarlas y por ende, sobre el ejercicio mismo de la profesión.

Verónica Devalle, por su parte, analiza la configuración discursiva del campo del diseño, el gráfico en particular, a la luz de la herencia de la modernidad y sus utopías incumplidas, rescatando la preocupación social y universalista en cuanto a la armonía entre “forma y función” y proponiendo una reconceptualización del “campo” –en el sentido de Pierre Bourdieu– desde una perspectiva semiótica de análisis cultural que le restituye su vinculación con el arte y con diversas disciplinas, trazando una trayectoria histórica de su constitución como profesión y como carrera universitaria de la UBA.

El capítulo de Leticia Sabsay indaga sobre el papel del diseño en la cultura visual, la construcción especular de la imagen de sí, los “cuerpos dóciles” de la moda y sus prescripciones, las determinaciones estéticas y también sociales que operan sobre la configuración de identidades y las identificaciones sexuales, analizando en particular el impacto de la visualidad en las culturas juveniles y el estatuto ambiguo del diseño en la mostración de la diferencia sexual, que oscila entre una mayor visibilidad y aceptación y el riesgo de adormecimiento político.

Valeria Durán plantea diversos interrogantes en torno de la memoria del pasado reciente en la Argentina, tal como se manifiesta en las “marcas” urbanas que la última dictadura dejó –sin querer dejar– en la ciudad de Buenos Aires. La vivencia biográfica de la ciudad, las huellas que a cada uno le hablan, desde distintos lugares, de su propia historia, se articulan aquí a las huellas traumáticas de una terrible experiencia colectiva. El qué hacer con los ex centros de detención, con su carga de oprobio y sufrimiento, es puesto en relación con una “movilidad de la memoria”, donde el diseño informal, callejero, aporta su dosis de revulsión ética y política, convocando también a la reflexión.

En la segunda parte, estrechamente ligada con nuestro programa de estudios, Julián Vazeilles, revisitando el *Curso de Lingüística General* de Ferdinand de Saussure, realiza una sugerente indagación sobre el “significado” –contracara del “significante”–, que el gran lingüista dejara sin demasiado desarrollo, cuestionando asimismo, en la confrontación con algunos de sus seguidores, la noción de “código” en los usos de la comunicación.

La teoría de la enunciación y su productividad para el campo de la discursividad verbal y visual es abordada por Daniela Slipak y María Stegmayer,

quienes focalizan en los aportes de Émile Benveniste y su importancia para una mejor comprensión del proceso de la comunicación, la relación intersubjetiva que ésta establece y el acontecimiento que genera, poniendo a enunciador y destinatario en una “co-referencia” a un mundo. La validez de este paradigma para el campo del diseño, que busca “dar voz” a través de la imagen—sacarla de anonimato— es esencial.

Daniela Fiorini y Leticia Schilman encaran el desafío de articular, en sus “Apuntes para el sentido de la imagen” diversas posturas teóricas frente a ella, algunas del campo visual, otras del campo del lenguaje, focalizando en la noción de *performatividad*. El interés de esta articulación es evidente: cómo la imagen puede *decir* y sobre todo *hacer*, según los modos de su lectura y los parámetros analíticos de su interpretación, cuestiones esenciales en la práctica y la crítica del diseño.

Finalmente, Laura Corti y Luisina Perelmiter interrogan un texto clásico de Umberto Eco, que problematiza justamente el estatuto de la iconicidad—instituyente de la *visualidad*—y pone en el centro de la escena la cuestión de la representación, uno de los dilemas de la imagen. ¿Cómo vemos, cómo interpretamos esas formas cuya relación con el objeto es de una vaga “semejanza” ya que no tienen ninguna de las propiedades de aquél? Naturaleza o convención, innatismo o códigos de reconocimiento, he aquí el debate sobre el cual las autoras vuelven desde las preocupaciones de este tiempo.

Por cierto, las diferentes miradas, propias y singulares, hablan también—como las imágenes—de una trama social, colectiva. La que se ha ido tejiendo a través de los años entre los integrantes de la cátedra, aquí representados—a través de búsquedas, inquietudes, lecturas y debates— y en el diálogo, siempre acuciante e instigador, con nuestros estudiantes. Un diálogo ininterrumpido que ofrecemos ahora a la “visualidad”.

Leonor Arfuch y Verónica Devalle, Primavera de 2008

PARTE I

La imagen y el campo del diseño:
sujetos, identidades, memorias

Ver el mundo con otros ojos. Poderes y paradojas de la imagen en la sociedad global

Leonor Arfuch

La imagen disputa a la cosa su presencia. Mientras que la cosa se contenta con ser, la imagen muestra que la cosa es y cómo es. La imagen es lo que saca a la cosa de su simple presencia para ponerla en pre-sencia (...).
Jean-Luc Nancy.

“¿Quién rechazaría hoy ver en la imagen el instrumento de un poder sobre los cuerpos y los espíritus?” se pregunta Marie-José Mondzain (2002) al comienzo de un libro con un título inquietante: *¿La imagen puede matar?* Introduce así un tema recurrente en lo que ha dado en llamarse “la cultura” o la “era de la imagen”, en constante aceleración, donde parecemos vivir, pensar y actuar a través de las pantallas y de sus refracciones en todos los espacios significantes. En efecto, el poder del “ver”, como sentido que ha triunfado incontestablemente sobre todos los demás, se ha extendido a tal punto que las cosas del mundo—éas que preexisten a nuestra existencia—se nos revelan casi sin sorpresa, bajo una forma de mirar modelada desde la más tierna infancia por el video y la televisión, ordenadas en espacios estéticos—y a menudo estáticos—, cada vez más distantes de una plena experiencia sensorial. La ciudad, por ejemplo, se ofrece menos como conglomerado caótico y vibración del cuerpo que como constelación de imágenes trabajadas por el diseño—líneas arquitectónicas, trazado de las calles, señalización, vidrieras, objetos, anuncios, carteles y hasta muchedumbres acordes con el flujo del mirar—, la naturaleza, por su parte, aparece ya domesticada, predispuesta al encuadre de la foto antes que al

embeleso de la contemplación: el paisaje ya no como “percepción de una irrepetible lejanía”, al decir de Walter Benjamin, sino como presencia efímera—quizá apenas un alto en un *tour*— preanunciada en los folletos turísticos, los suplementos de los diarios, los filmes publicitarios, las páginas web. Los cuerpos, finalmente, también parecen haber perdido su consistencia y su diferencia, tallados de manera uniforme por la moda, la publicidad—y la violencia del comprar—, las dietas, la sexualidad, la terapéutica. . . Tanto la imagen de sí como la imagen del mundo han pasado, inevitablemente, al registro de la *visibilidad*.

Es esa proliferación de lo visible, de aquello que emerge bajo los cánones de una visualidad conformada, estereotípica, *diseñada*—no parece ya haber imágenes “ingenuas”, que no respondan a estilos o tendencias determinados— lo que ha llevado tanto a la caracterización de nuestra época—en la medida en que somos contemporáneos de varias décadas y nuestra pertenencia a ella se teje en la trama de los discursos más que en puntuales acontecimientos— como a su cuestionamiento: distintos pensadores se han ocupado de esa especie de desmaterialización del mundo que supone su transformación en imagen y en imagen capaz de repetirse al infinito.

Ya Hannah Arendt ([1958] 1974: 74) había percibido críticamente que la visibilidad era uno de los rasgos esenciales de la modernidad—y uno de los requerimientos constitutivos de la democracia— y señalado esa ampliación desmesurada de lo social que fagocitara tanto lo público/político como la naciente esfera de la intimidad: “Comparadas con la realidad de lo visto y oído, incluso las mayores fuerzas de la vida íntima—las pasiones del corazón, los pensamientos de la mente, las delicias de los sentidos— llevan una incierta y oscura existencia, hasta que se transforman, desindividualizadas, como si dijéramos, en una forma adecuada para la aparición pública”.² Sobre aquellas formas primigenias de aparición pública—la novela, la autobiografía, la narración— la televisión ha hecho por cierto un largo camino.

² Desde la filosofía política, Arendt analizaba la constitución de las esferas de lo público y lo privado en el afianzamiento de la modernidad y el orden burgués en el siglo XVIII, enfatizando la preeminencia de lo social, que “fagocitaba” tanto el ámbito de lo público—en la edad antigua reservado sólo a lo político— como el de lo privado, donde despuntaba la nueva sensibilidad del sujeto moderno—el descubrimiento de la *interioridad* como espacio íntimo de reflexión y de afectividad— que debería someterse a los cánones de la sociedad a través de la uniformidad de la *conducta*. En nuestro tiempo, los medios de comunicación han asumido prioritariamente ese papel regulador de las conductas que hace de lo privado un asunto público, incluso de incumbencia del Estado (normas, prohibiciones, controles, terapéuticas, etc.).

Podríamos señalar además otros hitos en cuanto a la crítica de la visibilidad, sin postular una equivalencia teórica entre ellos: el bien conocido artículo de Benjamin ([1972] 1982:15–37) “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” donde daba cuenta de la pérdida del aura, del original, en tanto unicidad ligada al ámbito de una tradición que se difumina en la copia, la reproducción en cualquier superficie –aunque ésta suponga una relativa democracia–; el exaltado “sesentista” Guy Debord (1974), con su también clásico *La sociedad del espectáculo*, crítico mordaz de la espectacularidad del poder, de la televisión, del cine, del urbanismo; el apocalíptico Jean Baudrillard ([1978] 1984) de los años ’70 con su concepto de “simulacro” –imagen “más real que lo real”– que preveía una “disneylización” del mundo y una pérdida irreparable del acontecimiento; un más cercano Régis Debray ([1993] 1995), no menos rotundo, con su metáfora del “Estado–pantalla” y los “ciudadanos–voyeurs” y también, en otra vena, Paul Virilio (1989), con su concepto de aceleración y desaparición: la superposición de imágenes sin fin que conduce a la muerte de la imagen, la luz deslumbradora de lo público que termina por aniquilar la percepción visual.

Pero si bien estas preocupaciones fueron acompañando el despliegue paulatino e incesante de las tecnologías de la comunicación y la información a lo largo del siglo XX, especialmente en su segunda mitad –el surgimiento de la televisión de masas, los mundos de la simulación tecnológica, como Disney, la política/espectáculo– el problema de la imagen –o bien, la imagen como problema, anterior al exceso de la visibilidad– se remonta mucho más allá, quizá a los obligados ancestros griegos, de donde viene su etimología: *mimēomai*: imitar, remedar, representar // *mimesis*: imitación, figura, representación, imagen, y luego, en el latín, *imitor–aris–ari*: copiar, reproducir, fingir, tomar como modelo // *imago*: imagen, representación, apariencia, reflejo, semejanza, idea.

Así, el poder de la imagen se presenta desde antiguo como paradójico: por un lado, en tanto conlleva la idea de reflejo, imitación, representación, se la inculpa de una suerte de pecado original: el de no ser, justamente, un original. Por el otro, la precaución y el temor de la imagen, su inquietante vecindad con la imaginación, el peligro de seducción que conlleva y por ende, de idolatría, atraviesan la historia desde los principios mismos de las grandes religiones de Occidente: como interdicción absoluta de la imagen de Dios –y por ende, como sospecha ante la imagen en general– para los hebreos; como

prohibición primero y celebración después, para los cristianos, en el tránsito entre la primitiva condena del fetichismo y la idolatría que suponía el nuevo monoteísmo y el ulterior despliegue de la imagen en el que se asentó el poderío universal de la Iglesia.³

La pugna entre lo visible y lo invisible, entre lo representable y lo irrepresentable, entre la exaltación y la condena –y también, entre la desconfianza en la imagen por su debilidad en tanto *verdad* y su contrafigura, la confianza en el *logos*, la palabra, el sentido, amparado por las estructuras formales de la lengua– quedaba así instituida como uno de los dilemas de Occidente: sus ecos resuenan todavía hoy en los argumentos en torno de la primacía y aún, la violencia de la imagen –también en algunos de los autores citados– así como en discusiones actuales sobre la representación –y lo “irrepresentable”– especialmente en relación con acontecimientos traumáticos, como el holocausto, la Shoah.⁴

Quizá esa desconfianza se derive de una lectura extremadamente literal de los griegos, donde la idea de “copia” en Platón y de “mimesis” en Aristóteles pueden ser entendidas como incapaces de ofrecer una dimensión verdadera del mundo. Sin embargo, el filósofo Paul Ricoeur lee de otra manera la mimesis aristotélica: un mostrar a los hombres *como en acto* y a las cosas *como haciéndose*: “Si la mimesis comporta una referencia inicial a lo real (...) este movimiento de referencia es inseparable de la dimensión creadora. La *mimesis* es *poiêsis*, y recíprocamente. (...) Recuerda que ningún discurso puede abolir nuestra pertenencia a un mundo. (...) La verdad de lo imaginario, la potencia de detección ontológica de la poesía, eso es por mi parte, lo que veo en la mimesis de Aristóteles.” (Ricoeur, [1975] 1977:71).

Nuestra perspectiva se inscribe justamente en esta línea de interpretación, que le otorga a la imagen un estatuto propio –y no una cualidad de “se-

³ El poder de la imagen fue comprendido muy tempranamente como imposición de autoridad –no otra cosa es el complejo ceremonial visual que acompaña en los ritos todas las investiduras, desde el cura párroco hasta el papa, y por cierto, todas las realezas del mundo– y también como encarnación del Padre ausente en la figura del Hijo, en una humanización que, como las de los santos, fue violentamente rechazada por la Reforma protestante.

⁴ En ocasión de los 60 años del fin de la segunda guerra, y en el marco de nutridas conmemoraciones, muchas de ellas centradas en la imagen (exposiciones fotográficas y plásticas, cine, documental, etc.) se reactivó el viejo debate sobre la representación de los campos de exterminio, que tuvo en Francia mucho protagonismo. He analizado uno de esos debates en el capítulo “Imaginar pese a todo” (Arfuch, 2008).

gundo grado” – , un reconocimiento de su identidad acorde con su ontología: no una “copia” sino una entidad compleja, que propone un tipo de interacción particular, diferente de la “cosa” misma. Así, su poder no consiste en su capacidad de adecuación al mundo ni en aquello que nos hace –o nos impide– conocer de la cosa sino en su fuerza de re–presentar –es decir, mostrar algo nuevo–, en el modo en que impacta en quienes la leen, y por ende, en la direccionalidad de la *respuesta* más que en su ajuste a aquello que la inspira. Como en el lenguaje, podemos hablar entonces de la fuerza performativa de la imagen.⁵

Podría postularse así que es quizá esa potencia de la imagen lo que permite “ver el mundo de otra manera” –aceptando ya que no hay “una manera” inmediata, directa, no mediada por lo simbólico, de ver el mundo– y en esa diferencia la imagen talla su lugar, en perpetua oscilación entre presencia y ausencia. Porque si en verdad casi siempre se la acusa por *lo que muestra* –la pulsión escópica, la atracción morbosa, la pornografía se nutren de ello– también podría estar en litigio por *lo que oculta* –y aquí la duplicidad del término *pantalla*, que es a la vez refracción y veladura. En esa obsesión de la presencia que asedia a nuestra sociedad mediatizada, en esa especie de visualidad global que parece no dejar nada afuera, ni lo horroroso ni lo íntimo, ni lo siniestro ni lo perverso, Jacques Derrida (1996) proponía justamente reclamar un “derecho de mirada” para que los ciudadanos pudiéramos pedir a los medios de comunicación el acceso a lo que sí queda afuera –lo no mostrado, lo cerceado, lo censurado– ese universo sobre el cual se recorta aquello que se muestra –en un proceso de profunda entropía que el cine y la escritura conocen bien– y por cierto, sus procedimientos, el *cómo* del mostrar.

Este tránsito de la imagen a los procedimientos de su visualización no es sin consecuencias. Supone en cierto modo abandonar ese esencialismo que pretendería encontrar en la imagen misma su absolución o su condena –imagen idílica o violenta o veraz u obscena– en virtud de su tema o de su “contenido”, para pasar a las modalidades de su aparición, a los encuadres, los contextos, las motivaciones, la orientación hacia el receptor –y allí el trabajo

⁵ Ese hacer–ver performativo construye una realidad–otra, distinta pero no “inferior”. La pintura, desde sus comienzos como arte religioso, educativo, es elocuente al respecto: eran las propias convenciones de representación las que daban forma y sentido a las prácticas de los feligreses, y no una supuesta “anterioridad” de las mismas que las imágenes vendrían a “reflejar”. (Baxandall, 1978)