



**PALABRAS CLAVE**

Diseño,  
Audiovisuales,  
Teoría,  
Comunicación,  
Proceso creativo,  
Estética

**KEYWORDS**

Design,  
Audiovisuals,  
Theory,  
Communication,  
Creative process,  
Aesthetics

## EL DISEÑO AUDIOVISUAL COMO ESPACIO INTERSUBJETIVO. DIÁLOGOS SOBRE SABERES, PRÁCTICAS Y POLÍTICAS

*AUDIOVISUAL DESIGN AS AN INTERSUBJECTIVE  
SPACE. DIALOGUES ON KNOWLEDGE, PRACTICES  
AND POLICIES*

**> CRISTINA VOTO**

Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo  
Programa de Investigación Semiótica del Espacio – Teoría del Diseño  
Universidad Nacional de Tres de Febrero  
Departamento de Arte y Cultura  
Universidad Nacional de La Matanza  
Departamento de Ingeniería e Investigaciones Tecnológicas

**> CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO (NORMAS APA):**

Voto, C. (2019). El Diseño Audiovisual como espacio intersubjetivo. Diálogos sobre saberes, prácticas y políticas. *AREA*, 25(2), pp. 1-12. [https://www.area.fadu.uba.ar/wp-content/uploads/AREA2502/2502\\_voto.pdf](https://www.area.fadu.uba.ar/wp-content/uploads/AREA2502/2502_voto.pdf)

**RECIBIDO**

6 DE FEBRERO DE 2019

**ACEPTADO**

29 DE JUNIO DE 2019



EL CONTENIDO DE ESTE ARTÍCULO  
ESTÁ BAJO LICENCIA DE ACCESO  
ABIERTO CC BY-NC-ND 2.5 AR

## RESUMEN

El Diseño Audiovisual y sus productos son algo presente y que prolifera en nuestras sociedades urbanizadas. El reconocimiento de esta persistencia, tanto de su dimensión cotidiana como profesional, es la fundamentación para la pregunta que moldea este artículo. Esta es una pregunta dirigida hacia el fenómeno del Diseño Audiovisual y que busca su contestación a partir de los efectos discursivos que los productos imprimen sobre quienes hacen su experiencia. Poder responder dicha pregunta permite pensar aproximaciones con las que aportar al debate acerca de la identidad epistémica del Diseño Audiovisual, con un enfoque particular en los debates académicos que se dan en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA) por medio de una articulación con referentes de otras casas de estudios latinoamericanas y extranjeras. Es en este sentido el artículo organiza una serie de diálogos en donde se va configurando el Diseño Audiovisual como un espacio intersubjetivo, ya que es en este espacio donde se relacionan quienes producen, utilizan y hacen circular formas y proyectos audiovisuales por medio de saberes, prácticas y políticas.

## ABSTRACT

*Audiovisual Design and its products are present and proliferate in our urbanized societies. The recognition of this persistence, both in its daily and professional dimension, is the basis for the question that shapes this article. This is a question directed towards the phenomenon of Audiovisual Design and that seeks its answer from the discursive effects that the products print on those who make their experience. Being able to answer this question allows us to think about approximations with which to contribute to the debate about the epistemic identity of Audiovisual Design, with a particular focus on academic debates that emerges at the Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo of the Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA) through an articulation with references from other Latin American and foreign universities. It is in this sense that the pages to follow organize a series of dialogues in which Audiovisual Design is configured as an intersubjective space, since it is in this space where those who produce, use and circulate audiovisual forms and projects are related through knowledge, practices and policies.*

### > ACERCA DE LA AUTORA

CRISTINA VOTO. Doctora en Diseño por la Universidad de Buenos Aires y Magister en Semiótica por la Universidad de Bolonia. Es profesora de Semiótica de la Universidad Nacional de Tres de Febrero y de Teoría y Crítica de la Arquitectura de la Universidad Nacional de La Matanza. Ha sido profesora de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá y de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido de la Universidad de Buenos Aires. Es investigadora del programa de investigación Semiótica del Espacio – Teoría del Diseño de la Universidad de Buenos Aires y del proyecto de investigación Semiótica de la Performatividad de la Universidad Nacional de Tres de Febrero y de la comisión de Géneros y Sexualidades de la Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual. Ha dictado seminarios de posgrado en la Universidad de Buenos Aires, en la Universidad Nacional de Colombia, en la Universidad Autónoma de Madrid y en la University of West England de Bristol.

✉ <crivoto@gmail.com>

## El Diseño: la episteme, los discursos y los efectos

“Conocer algo es relatarlo, es pugnar por anunciarlo, es convertirlo en palabra. El conocimiento se propaga hasta donde comienza a desvanecerse el lenguaje” (Zátonyi, 2010, p. 154). Teniendo presentes las palabras de la esteta Marta Zátonyi, estas páginas buscan organizar una batería estratégicamente adecuada para el desglose epistémico de aquella gran nebulosa que es el Diseño Audiovisual.

Como punto de partida se consideran todos los *diseños* –ya sea industrial, gráfico, textil o audiovisual– como campos específicos respecto de las demás disciplinas proyectuales y de los diseños en general (es decir, el diseño en tanto actividad generalizada: por ejemplo, el diseño de una agenda cultural, el diseño de una estrategia económica, entre otros). Los *diseños*, en este sentido, comparten un campo común delimitado por las siguientes características:

- > el empleo de métodos proyectuales;
- > la utilización y relación particular con los lenguajes gráficos que diferencian los diseños de la matemática –que emplea el lenguaje de los números– y de las disciplinas sociales –que emplean el lenguaje verbal–;
- > la voluntad de transformación sobre los hábitos culturales.

Una vez marcado el punto de partida, el objetivo de este artículo es tomar posición con respecto de la episteme del Diseño, un campo disciplinar aún en busca de identidad académica propia, basados en la reorganización triádica de la noción de *práctica social* de Luis Althusser (1973) hecha por Claudio Guerri (2014). En tal sentido, se seleccionarán algunos discursos presentes en la producción teórica de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA) en razón de los aportes que traen a los argumentos de la especificidad, funcionamiento y circulación del Diseño y, particularmente, del Diseño Audiovisual. Se construirán, entonces, una serie de diálogos cuyos articuladores discursivos se encuentran tanto en el debate epistémico local de la FADU-UBA como en diferentes contextos académicos. El emplazamiento epistémico que este artículo busca construir surge, entonces,

de una propuesta interpretativa del sintagma *Diseño Audiovisual*. Por ello, incluso la historiografía se vuelve discurso en tanto materialidad que configura y es configurada por el sentido. Se reconocen, así, los efectos que los productos de diseño provocan sobre su definición y articulación más que explicaciones de orígenes o causas. Desde esta perspectiva, se hace necesario identificar primero en qué condiciones se generan los discursos sobre Diseño Audiovisual para, luego, poder describir sus economías de funcionamiento y dinámicas de formación. Hablar de discursos significa hablar del “paquete de materias significantes” (Verón, 2004, p. 48), –no solo verbales sino también gráficas y de otra índole– que resisten la misma instancia de análisis para considerar los objetos no de cualquier modo. En este caso, por ejemplo, aquel paquete se resistirá a los efectos con los que las materialidades estéticas, económicas y políticas forjan los discursos. Dejada de lado la posibilidad de imaginar una supuesta objetividad con la que describir los objetos del diseño, se trata de pensar en términos de conmensurabilidad de la perspectiva dentro de la cual avanzar la investigación para, desde ahí, poder interpretar su significación. Si en el campo de las ciencias sociales esta perspectiva de análisis aún encuentra ciertas resistencias, no puede decirse lo mismo con respecto al campo de las denominadas ciencias duras, donde constituye un problema antiguo, enfrentado por primera vez por Antoine-Laurent de Lavoisier –el padre de la química moderna– tal como afirma el semiótico Omar Calabrese (1999a) en *La era neobarroca*. En el libro, el autor nos recuerda cómo, durante la segunda mitad del siglo XVIII, Lavoisier introdujo el criterio de la “unicidad de la ‘pesada’” (p. 24) en el ámbito de las ciencias, es decir, un método coherente y constante pero elegido convencionalmente por el científico y, por lo tanto, dependiente de un criterio que podríamos definir subjetivamente

que, antes bien, lo problemático, lo interesante consiste en reponer el campo de visión, por usar una metáfora, que habilita la aparición de un objeto –un conjunto de prácticas regladas por un dispositivo discursivo en el decir de Foucault– y ya no la singularidad de la mirada que se detiene en él (p. 41).

emplazado. La propuesta de Lavoisier introducía la posibilidad de considerar, durante el análisis, las reciprocidades que existían entre los conceptos utilizados para que funcionaran de garantes a la misma instancia de observación, como si –cuando se quisiera interrogarlos científicamente– fuese necesario provocar los objetos bajo el mismo horizonte indagador y, solo desde ahí, construir la legitimidad de la mirada analítica. Y a partir de esa provocación o, mejor dicho, en diálogo con esa provocación, reconocer los efectos que rebotan sobre la misma práctica del/la analista y sistematizarlos.

Coherentemente con lo planteado, como hipótesis principal se afirma que el Diseño Audiovisual es el espacio intersubjetivo –gnoseológico, práctico y epistémico– forjado por el sentido que producen los productos de diseño –tanto de la mano de su circulación como de los efectos con ella relacionados– sobre las prácticas discursivas presentes en el contexto sociocultural. Es, pues, en este sentido que se considera el Diseño Audiovisual en tanto espacio de investigación teórica y crítica, espacio de reciprocidad desde el cual mirar y volver a mirar nuestras experiencias cotidianas y de consumo<sup>1</sup>.

Empezar a imaginar el alcance de esta hipótesis significa cuestionar, antes que nada, el emplazamiento de quien ahora escribe, en tanto lugar enunciativo dialécticamente construido e históricamente situado sobre el vínculo que se establece en lo cotidiano con los objetos del Diseño Audiovisual. En sintonía con la reflexión de Verónica Devalle (2009), cuyas investigaciones se inscriben en el marco del debate FADU-UBA acerca de las implicaciones historiográficas de los discursos sobre Diseño Gráfico, se afirma:

[en el espacio de Diseño en tanto *episteme*] el problema no se ubica en la forma de situar con precisión la aparición de objetos y contextualizarlos, sino

Si se recupera lo planteado en párrafos anteriores y se articula con la propuesta de Devalle, se hace evidente cómo, en el ámbito de las investigaciones acerca de los audiovisuales, no hay solo que reponer un “campo de visión”. Para seguir con la misma metáfora, un campo de visiones ya existe y es aquel que configuran los productos audiovisuales que siempre, mientras son analizados, nos miran y hablan de nuestros mismos dispositivos discursivos. Es en este sentido que se propone pensar el Diseño Audiovisual en términos de un espacio intersubjetivo, porque se consideran los productos audiovisuales a la vez como operaciones y como testimonios de la práctica proyectual y de su circulación.

### Diálogos sobre Diseño: especificidad, funcionamiento y circulación del Diseño Audiovisual

En estos últimos años, el campo del Diseño ha vivido un particular giro discursivo en el ámbito académico, con especial resonancia en el contexto de América Latina<sup>2</sup>. Este es el giro construido por la *intersección* de, al menos, tres aspectos inmanentes a la misma dimensión social y cultural del Diseño:

- > la cristalización normativa y enunciativa de la definición de Diseño –pensemos en lo que implica la búsqueda infructuosa de una línea semántica homogénea a los conceptos de Diseño en los distintos idiomas, como es para los conceptos de *progettazione* para el italiano, *design* para el inglés y *Gestaltung* para el alemán;
- > la dependencia del diseñar las condiciones de producción de los productos, sean ellas discursivas o económicas –piénsese, en este sentido, en lo que conlleva el problema del acceso a las tecnologías de producción y difusión–;
- > la relación que instaura, a partir de lo local, el diseñar con el sentir, el gusto

1. Hoy en día las experiencias que establecemos en lo cotidiano con los productos del Diseño Audiovisual exceden los ámbitos disciplinares tradicionales. El cine, la televisión, internet, la telefonía móvil, los videojuegos, las artes, la robótica y la medicina todos estos ámbitos de la vida cotidiana, y muchos otros más, emplean productos del Diseño Audiovisual para su desarrollo y circulación social.
2. Las investigaciones científicas en el ámbito de los distintos diseños han proliferado exponencialmente en los últimos años. Como consecuencia directa de esta expansión, ha venido creciendo el número de las carreras universitarias que relacionan su propuesta formativa con las características profesionales que esa práctica social demanda, sobre todo en América Latina. Si bien en esta región las primeras carreras aparecen ya en los años cincuenta –recordemos que la primera carrera de Diseño surge en 1958 en la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina–, es en los últimos veinte años cuando este proceso se vuelve notable, tanto por su ritmo de crecimiento como por su diversificación.

y los imaginarios que circulan en un determinado contexto cultural –considerése lo que implica la creación de distintas estrategias comunicacionales, tanto gráficas como audiovisuales, durante las campañas electorales en las distintas ciudades, provincias y regiones de un mismo país.

Dicha intersección parece abrir, en el ámbito del debate FADU-UBA sobre la episteme del Diseño, una inquietud común por las implicaciones estéticas y éticas. En esta dirección, Devalle habla de ciertos: “pilares que legitiman el saber y el hacer” (p. 51), el Diseño:

- > se despliega como dispositivo epistemológico en razón de la relación diferencial que instaura con respecto a los campos del arte, la tecnología y la ciencia;
- > emplea saberes proyectuales, según el término acuñado por Tomás Maldonado (1955, p. 7), por medio de los cuales problematizar al mundo. Estos saberes están vinculados con la “naturaleza racionalista, planificadora e instrumental de las prácticas sociales” (Devalle, 2009, p. 51). El objeto de Diseño, el producto –ya sea una imagen, un tejido o un paisaje– es, en esta perspectiva, la respuesta concreta frente a un problema singular;
- > está regido por el principio de la proyectualidad para el cual el acto de diseñar como prefiguración se vuelve su condición necesaria.

A la luz de estos pilares, se puede pensar en el Diseño Audiovisual en tanto práctica (Althusser, 1973) de prefiguración entendiendo que no existe producto audiovisual alguno que no sea diseñado por alguien, es decir, un diseñador. El Diseño, en este sentido, no se limita a la sola instancia de la acción proyectual ya que se reconoce por algo más: la posibilidad de transformar cualitativamente la función del objeto. Así que cuando María Ledesma (1999) habla de una habitabilidad social del Diseño, habla de una posibilidad latente en el Diseño con la que regular los valores que circulan en una sociedad. Los valores son puestos a prueba por la labor del diseñador, por su acción particular, por su propuesta estilística particular. Pensando en estas cuestiones, sigue Ledesma:

si el Diseño no logra constituirse como disciplina independiente, si no puede argumentar en contra de la concepción dominante del método proyectual como método de la tecnología, quedará subsumido en un terreno informe donde se confundirá con todo método de proyecto (p. 40).

La autora reconoce los dominios diferenciales que ocupan lo proyectual y lo tecnológico respecto del Diseño. Si toda acción o método proyectual se orienta hacia la resolución planificada de problemas en pos de alcanzar soluciones por medio de recursos tecnológicos; el Diseño no llena solo –metafóricamente hablando– la búsqueda de soluciones satisfactorias, más bien construye un vacío por medio de un deseo novedoso establecido por el “hiato entre la demanda del receptor y la intuición del emisor” (p. 38).

Llegada a este punto la reflexión, se considera necesario empezar por interrogar a quienes, con sus estudios y con sus prácticas profesionales, hayan aportado argumentos críticos en el ámbito del debate FADU-UBA. La selección de los discursos –que justifico por su naturaleza articuladora– ha sido efectuada en razón de la calidad particular que habilitan. Es aquella misma naturaleza que se interroga y que vuelve contundentes las intervenciones con respecto a los distintos argumentos que el sintagma en análisis conlleva. Con la aclaración de que, por medio de los cotejos conceptuales que siguen –a los que llamo de manera casi impune *diálogos*– no se pretende hacer una exégesis de la producción teórica de los autores convocados, ni reconstruir el panorama historiográfico y crítico al que un análisis comparativo apuntaría. Más bien, se trata de capturar algunas persistencias en las materias que componen los pliegues de los discursos que circulan por los pasillos inferenciales de la FADU-UBA. Algunos ritornelos<sup>3</sup> (Deleuze y Guattari, 2004) que, como los articuladores conceptuales, vuelven y

revuelven los debates sobre los distintos diseños y el diseñar. Si bien nunca se repiten idénticos, estos articuladores señalan, más bien, el movimiento de base del debate, marcando salidas discursivas que pronto se hacen ingresos conceptuales.

### Del Diseño Audiovisual y los saberes comunicacionales. Diálogo entre María Ledesma y Michela Deni

Las investigaciones de María Ledesma y Michela Deni cobran vida en el espacio de los talleres de las facultades de Arquitectura y Diseño –en la Argentina, en el caso de Ledesma, y en Italia, en el que concierne a Deni– donde ambas enseñan, desde hace años, según un enfoque semiótico. Las une, en este sentido, la labor de desglosar y hacer circular, en los ámbitos académicos proyectuales y por medio de una mirada analítica y descriptiva, la complejidad que conlleva el gesto, culturalmente emplazado, del diseñar<sup>1</sup>. Nos detendremos en dos escritos puntuales para que, desde esa misma especificidad analítica y epistémica, pueda recortarse un horizonte de articulación compartido para la activación del ímpetu dialéctico que todo diálogo implica.

Una vez reconocidas las inquietudes que comparten los dos ensayos “Diseño Gráfico ¿un orden necesario?” (1999) y “La semiótica nel progetto” (2008), ellas son puestas en diálogo en razón del terreno común que plantean sus posturas. Con una aclaración: si bien Ledesma encamina sus investigaciones al ámbito del Diseño Gráfico y Deni amplía la perspectiva al aspecto proyectual que prevé todo Diseño, las dos pugnan por situar el Diseño en el marco de aquellas fuerzas sociales que constituyen las formas culturales de habitar el mundo. En este sentido, parafraseando a Deni, puede afirmarse que un buen diseño –aunque ella hable más precisamente de un buen diseñador– “es la prueba

tornasol de una cultura” (2008, p. 10) y, siguiendo con la metáfora, las manchas de contacto que comparten Diseño y emplazamiento sociocultural indican exactamente las intersecciones significativas que estas páginas quieren subrayar.

Ledesma y Deni se preguntan por la naturaleza de la acción que el Diseño ejerce sobre el mundo, preocupándose tanto por el aspecto profesional que necesariamente implica la formación en Diseño, cuanto por las repercusiones en los contextos sociales y culturales en donde la acción se sitúa. En este sentido, mientras Ledesma afirma que: “el Diseño ha diseñado la concepción del objeto y con él al hombre contemporáneo. El Diseño influye, incide en el diseño de la identidad” (1999, p. 38), Deni propone que: “el semiólogo puede acompañar la labor del diseñador”, “individualizar los cortocircuitos semióticos” y ofrecer una “descripción predictiva de un escenario proyectual” (2008, pp. 87-89, traducción propia). Las dos parecen convocar una propuesta común: la Semiótica puede ayudar a quienes diseñan con el fin de brindar una descripción predictiva de la significación y la comunicación en juego durante la labor proyectual, una tarea constitutivamente relacionada con las formas que circulan en una determinada sociedad, ya sean aquellas de los objetos que sirven para diseñarlas como aquellas de las identidades de quienes las diseñan y quienes las consumen.

Ambas autoras consideran los límites del Diseño como marcados por la gesta proyectual del diseñador. En palabras de Ledesma (1999):

Lo que diferencia al Diseño en sentido estricto del diseño en general o método proyectual es que el primero, más allá de todas las premisas lógicas referidas a los condicionamientos externos, posibilidades internas, funciones probables y fines previstos tiene, en el mismo nivel, una premisa estética; junto a lo planificable está la intuición del diseñador que confluye en una prefiguración. Esta unión de proyectualidad lógica e intuición estética es lo que genera un objeto de Diseño que transforma el aspecto funcional –comunicar, usar– en un texto u objeto con una diferencia cualitativa que lo hace otro respecto de su intuición y su función. El objeto de Diseño no solo llena una

3. En la cosmogonía de *Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia* (Deleuze y Guattari, 2004), *ritornelo* es antes que nada la creación de un espacio habitable, un espacio donde pasan cosas y que nos permite también recibir al otro. Finalmente, es el espacio que posibilita líneas de fuga y habilita el juego de la diferencia. En sus palabras: “El ritornelo es el ritmo y la melodía territorializados, puesto que han devenido expresivos –y han devenido expresivos, puesto que son territorializantes–. No estamos ante un círculo vicioso. Lo que queremos decir es que hay un automovimiento de las cualidades expresivas. La expresividad no se reduce a los efectos inmediatos de un impulso que desencadena una acción en un medio: más que expresiones, esos efectos son impresiones o emociones subjetivas (por ejemplo, el color momentáneo que adquiere un pez de agua dulce bajo tal impulso). Por el contrario, las cualidades expresivas, los colores de los peces coral, son autobjetivas, es decir, encuentran una objetividad en el territorio que trazan” (p. 323).
4. Para una revisión de sus obras, véase Ledesma (1999, 2003 y 2007) y Deni (2002, 2008 y 2010).

necesidad social; al hacerlo crea un producto que se establece como un hiato entre la demanda del receptor y la intuición del emisor (p. 38).

Los productos de Diseño son, entonces, aquellas porciones de realidad, que pueden transformar sus aspectos funcionales en textos e insertar, respecto de su misma función, una diferencia cualitativa al establecer un hiato, una interrupción, en el circuito de consumo y de construcción de subjetividades que demanda el contexto sociocultural urbano. Construidos en el marco de una propuesta proyectual y estética, los productos de Diseño significan, comunican y reflexionan: “su proyecto de enunciación, su concepción del enunciador y del enunciado” (p. 59), y sigue:

El Diseño [en tanto acto de prefiguración proyectual] debe ser considerado como una disciplina en la que se entrecruzan saberes y haceres diversos. Empleo la palabra “entrecruzamiento” de manera absolutamente intencional. Con ella quiero remarcar que no están yuxtapuestos sino que se conectan los unos con los otros y, en su encrucijada, a manera de síntesis, surge la prefiguración –bajo el aspecto icónico– del objeto diseñado. Así el concepto de Diseño lleva implícitos tres aspectos: prefiguración, materialización proyectual y habitabilidad social (pp. 38-39).

En una óptica analítica próxima a la de Ledesma, Deni (2008) avanza un esquema semiótico por medio del que enfrentar la instancia concreta del diseñar, organizando tres macroetapas conceptuales (pp. 102-104):

- > 1. Metaproyecto;
- > 2. del proyecto...
- > 3. al producto.

**Esquema General** (modificable según el proyecto)

- > *Metaproyecto*
  1. Finalidad del proyecto
  2. Estilema
  3. Corpus de análisis
  4. Usuario modelo
  5. Valores y usos a comunicarse
  6. Recorrido Narrativo Posible

> *Del proyecto...*

7. Estrategias enunciativas
8. Pruebas de conmutación

> *...al producto*

9. Presentación del proyecto
10. Comunicación y distribución

De la mano de ambas autoras, todos los productos de Diseño siempre comunican algo, ya sea material o inmaterial, mientras a la vez comunican el proyecto en sí mismo por los modos en los que circulan en un determinado contexto sociocultural –tanto académico como profesional. En este sentido el Diseño entrecruza saberes distintos que convergen todos en la instancia proyectual.

De acuerdo con lo planteado por Ledesma y Deni, se consideran a los saberes comunicacionales como siempre implicados en la instancia del diseñar; sin ellos no hay posibilidad de que los efectos de sentido, que los productos de Diseño puedan comunicar, circulen. Finalmente, será necesario interrogar los efectos que la circulación del producto genera sobre la misma instancia de Diseño, es decir, interrogar las huellas de sentido y reconstruir las marcas que deja la acción del diseñar una vez que pasa a habitar un espacio perceptual en un contexto social y cultural.

### **Del Diseño Audiovisual y las prácticas audiovisuales. Diálogo entre Carlos Trilnick y Arlindo Machado**

Carlos Trilnick y Arlindo Machado son destacados artistas, curadores y teóricos de las artes electrónicas y digitales con una vocación ampliamente volcada, tanto de la mano de la producción académica como de la artística, al entorno latinoamericano. En este sentido, los aúna la pregunta por las condiciones de relación que instauran Diseño y habitabilidad social y cultural<sup>5</sup>. Se cotejan dos ensayos: “Apuntes sobre Diseño Audiovisual electrónico” (2013) y “Artes y medios: aproximaciones y distinciones” (2004). En los dos escritos, los autores reflexionan

5. Para una revisión de sus obras teóricas, véase Trilnick (2013 y 2014) y Machado (1997, 2004 y 2007).

sobre el funcionamiento de las artes audiovisuales a partir de la aparición de lo electrónico y sobre la cada vez más estrecha vinculación que une la producción artística y la producción científico-tecnológica.

Cabe destacar que la preocupación por la dimensión productiva de los artefactos audiovisuales, junto con la pregunta por los efectos que conlleva su presencia en el entramado social, ha sido argumento ampliamente difundido en el campo de las prácticas discursivas surgidas en la FADU-UBA. Los estudios desarrollados por Simón Feldman, quien da vida –fundando la carrera– a la idea de Diseño de Imagen y Sonido, y por Jorge La Ferla, quien abre la mirada a las nuevas tecnologías y a los demás diseños, son testimonio de una inquietud persistente por lo audiovisual y su circulación.

Emplazándose en este propicio territorio discursivo, y en busca de una especificidad para las prácticas artísticas electrónico-digitales, Trilnick afirma (2013):

las operatorias posibles en el arte electrónico-digital se constituyen básicamente sobre dos variables: la combinatoria y programación de ceros (0s) y unos (1s) y el diseño de redes y circuitos. Se trata de sistemas científicos desarrollados originalmente para darle forma al pensamiento binario, para calcular y representar la naturaleza e intervenir, cada vez con mayor velocidad y precisión, sobre la geografía y sobre el entramado social. Son investigaciones que hoy transitan por la biotecnología y la creación de universos artificiales (p. 70).

Trilnick confirma la necesidad, urgente, de pensar en las contaminaciones que existen y persisten, en nuestro hábitat social y cultural, entre actividad artística y praxis tecnológica. A la confirmación de Trilnick sigue la de Machado (2004):

Si todo arte es hecho con los medios de su tiempo, las artes electrónicas representan la expresión más avanzada de la creación artística actual y aquella que mejor expresa sensibilidades y saberes del hombre en el cambio al tercer milenio (p. 85).

En este sentido nos podemos preguntar con Trilnick: “¿Es posible identificar

gestos y símbolos específicos y particulares en las obras que utilizan recursos electrónicos?” (2013, p. 70). La interrogación surge de una inquietud por el aspecto activo, por el gesto cuando está emplazado en su dimensión práctica. Hablar de práctica implica, evidentemente, hablar de un aspecto complejo de la realidad, en tanto aspecto procesal y activo, imposible de atrapar en su dimensión acotada y ontológica. En la cotidianidad, con el término práctica indicamos la aplicación concreta de principios teóricos, la inclinación hacia el hacer, la puesta en obra de intenciones o proyectos, el ejercicio regular de una cierta disciplina, la experiencia que deriva de una larga actividad. Pero, a la vez, hablar de práctica sirve para denominar un compendio de documentaciones legales, es decir, algo estático, cumplido, institucionalizado. Entonces, ¿en qué sentido puede pensar la dimensión de la práctica para el ámbito del Diseño Audiovisual? Sigue Trilnick (2013):

En el arte asistido por dispositivos digitales muchas de estas marcas de autor [es decir, mucho de los gestos que los autores cumplen] se reflejan como continuidad de experiencias anteriores realizadas con medios técnicos de reproducción y representación de imágenes y sonido. [...] El arte electrónico está históricamente ligado al arte del movimiento y a las experimentaciones narrativas con soportes fílmicos realizadas desde principios de siglo XX por Georges Méliès y luego por Fernand Léger, Man Ray, Marcel Duchamp y otros artistas, entre los que se destacan, por su abstracto cinematográfico, Walter Ruttmann y Oscar Fischinger (p. 70).

Destacar del discurso historiográfico sobre los audiovisuales, sus vinculaciones con las vanguardias artísticas no es una operación ingenua. Significa, más bien, resituar el gesto y la producción artística de quienes hacen actualmente audiovisuales en una dimensión próxima a aquella propuesta irreverente perseguida por las vanguardias. La irreverencia parecería así ser dictada por la conciencia del gesto creativo, en tanto gesto totalmente otro respecto de las demandas de la mercadotecnia del entretenimiento y de las artes, ya sea al comienzo del siglo XX o del siglo XXI.



En línea con cuanto sostiene Trilnick, añade Machado (2004):

Existen diferentes maneras de lidiar con las máquinas semióticas [en el sentido de máquinas de significación] crecientemente disponibles en el mercado de la electrónica. La perspectiva artística es ciertamente la que más se aparta de todas, una vez que ella se aleja con tal intensidad del proyecto tecnológico originalmente impreso a las máquinas y programas que equivale a una completa reinención de los medios (p. 86).

Al recuperar en este punto las posturas de Trilnick y Machado se hace posible avanzar en la propuesta analítica que plantea este artículo y definir las prácticas que nos relacionan con los audiovisuales –tanto de la mano de quienes los diseñan como de quienes los utilizan– como heterogéneas. Es, pues, en este sentido que Trilnick concluye: “toda tecnología, incluyendo la televisiva, debe ser apropiada por los artistas, ampliando el espacio de operatividad del arte contemporáneo hacia el campo infinito de la electrónica” (2013, p. 70), porque por medio de aquellos gestos de apropiación posibilitados por la práctica audiovisual podremos dinamitar las posibilidades de la tecnología electrónica y digital y liberar su productividad proyectual.

Puede, entonces, afirmarse que las prácticas audiovisuales del Diseño son heterogéneas en razón de aspectos distintos pero relacionados entre sí. Las prácticas audiovisuales son aquellos gestos que correlacionan materias heterogéneas y, mientras las articulan, las aplican a los múltiples discursos que circulan en la sociedad. La heterogeneidad de la práctica, en este sentido, no solo remite a las distintas materias y sensibilidades que evoca, sino también a las modalidades con las que estas entran en relación con los usuarios, quienes a su vez, hacen su propia experiencia. Es en este sentido que, teniendo en mente las propuestas de Trilnick y Machado, es posible pensar en la articulación entre materia prima y productos en los mismos términos que propone Louis Althusser (1973) cuando habla de práctica en tanto

transformación de una materia prima dada determinada en un producto determinado, transformación efectuada

por un trabajo humano determinado, utilizando medios determinados. En toda práctica así concebida el momento (o el elemento) determinante del proceso no es la materia prima ni el producto, sino la práctica en sentido estricto: el momento mismo del trabajo de transformación, que pone en acción, dentro de una estructura específica, hombres, medios, y un método técnico de utilización de los medios (p. 136).

Destacar el Diseño como práctica social habilita, entonces, reflexionar respecto de la determinación práctica del diseñar como actuante sobre la materia y los productos. Entender cómo y qué significa la práctica audiovisual una vez que sus productos circulan en un espacio sociocultural, según específicas políticas de reproductibilidad, es el argumento sobre el cual se sustenta el diálogo que sigue.

### **Del Diseño Audiovisual y las políticas de reproductibilidad. Diálogo entre Marta Zátanyi y Omar Calabrese**

El objetivo de este último diálogo es recuperar algunas cuestiones avanzadas en los dos debates anteriores y pensar en nuevas dinámicas de articulación para el sintagma Diseño Audiovisual. Es decir que, en busca de un proceso con el que poner nuevamente en movimiento la significación que subyace en el Diseño Audiovisual –en tanto saber comunicativo y práctica tecnológica–, la mirada se detiene ahora sobre la producción teórica de dos, digamos, traductores de pensamiento. Ellos son Marta Zátanyi y Omar Calabrese, teóricos del arte que, según la perspectiva de la Estética y la Semiótica, por muchas décadas se han ocupado de investigación y docencia con meticulosa predisposición. En este sentido pienso en ellos en tanto traductores, porque con sus escritos *trans-ducen* el ejercicio académico en una vocación por el movimiento, la conducción y la circulación de los saberes. Los dos autores comparten el mismo gesto de deshilar las semánticas que conforman los discursos sobre las artes y los

productos culturales y de instalar, desde ese calado, las palabras con las cuales hacer latir el plano de la acción<sup>6</sup>. Se ponen en diálogo los argumentos presentes en dos capítulos: “Reproductibilidad”, que aparece en el libro de Zátónyi *Diseño. Análisis y teoría* (1993), y “Ritmo y repetición” perteneciente a *La era neobarroca* de Calabrese (1999a). En ellos, los dos teóricos buscan atrapar las inquietudes que circulan entre los hábitos de producción y consumo de los productos culturales. El examen de la urgencia cualitativa y cuantitativa de algunos motivos presentes en la sociedad de consumo actual los lleva a preguntarse acerca del carácter reproductible de ciertos fenómenos culturales, carácter seguramente inseparable de la naturaleza del Diseño Audiovisual. Como afirma Zátónyi (1993):

cada género artístico está condicionado también por los medios materiales, técnicos, tecnológicos, a través de los cuales conforma su lenguaje específico, adquiere su forma, se constituye la obra. [...] En unos [casos este lenguaje se hace] sumamente costoso (urbanismo, arquitectura, cine); en otros, que parten con inmediatez de la gestualidad corporal-intelectual humana, se acerca a un gasto ínfimo (danza, canto, poesía). [...] Mas el costo no se genera solo con la producción artística primaria, sino también con la puesta en circulación, y, aunque eso pueda encarecer el prototipo diseñado, creado como único, significará una reducción de costos, por medio de su generalización, accediendo de tal manera a un número mayor de receptores. Pero sin este proceso no podrá cumplir su cometido, ser visto y/o ser oído (p. 51).

La actual persistencia del Diseño Audiovisual amplía el horizonte de los cuestionamientos avanzados por Zátónyi con respecto a los lenguajes de las imágenes audiovisuales. Si se vuelve la mirada a nuestras ciudades, a los lenguajes que dan forma y materia a los videos institucionales o a aquellos de las propagandas políticas y comerciales presentes en las

distintas pantallas que atraviesan sus arterias de tránsito, ¿sobre cuáles parámetros estéticos, económicos y políticos están fijados los costos y cómo está construido el valor de cada pieza?, ¿se acercan acaso a lo imponente de la arquitectura y el cine o a la inmediatez corporal e intelectual del canto y la danza?, ¿vale para ellos una distinción tan neta?

La autora sigue recordando la necesidad de la obra de materializarse en un soporte, relacionando con este aspecto un carácter estético y ético (Zátónyi, 1993):

Esta fijación y su entrada en una circulación aumentada hace también que la obra se separe irremediamente del autor o de sus posibles recreadores-transmisores y al mismo tiempo adquiera un costo nuevo: la reproducción, mayoritariamente, la impresión en caso menor, la grabación u otras técnicas (p. 54).

A esta primera excursión analítica, Calabrese contesta buscando sistematizar y detallar aquella que denomina “estética de la repetición”, en tanto aspecto del gusto en la época contemporánea, con un aviso (1999a):

el problema es ahora el de relacionar las tres áreas de la repetición (producción, texto, consumo) para ver si existen (y eventualmente cuáles son) las figuras dominantes en la repetición contemporánea (p. 82).

En este sentido, tanto Zátónyi como Calabrese reconocen un aliento común y reiterativo al canal por medio del que circulan los productos culturales en las sociedades mediatizadas, una repetición entendida como modo de producción y, a la vez, como modulación de la fruición cultural. Coherentemente con lo planteado continúa Zátónyi (1993):

No comparto la teoría de Benjamin sobre la aureola, según la cual la obra original transmite, mediante un halo, no solo la obra en sí, sino su historia posterior a la creación, la magnificencia de los comitentes, de los dueños, de las circunstancias atravesadas o generadas por ella. Su protesta contra la reproductibilidad, aunque contrariamente a sus conceptos políticos, forma parte de su estructura ideológica (pp. 54-55).

6. Para una revisión de sus obras, véase Zátónyi (1993, 1998, 2006, 2007, 2008, 2010 y 2011) y Calabrese (1999a, 1999b, 2000 y 2010).

En línea con lo enunciado por Zátónyi, Calabrese presenta una propuesta para la que, en el contexto sociocultural mediatizado, los productos culturales pueden reproducirse y circular fundamentalmente (1999a):

- > en serie y a partir de una matriz única, o sea a partir de un prototipo, según el más clásico modelo de estandarización fordista;
- > por variaciones de un idéntico;
- > por la construcción de una identidad de varios diversos entre sí (p. 53).

Pensando en los modos con los que caracterizar esta *estética de la repetición*, sigue sosteniendo:

podríamos decir que los tres [modos de actualizarse la reproducción] están motivados: desde el punto de vista histórico, son las naturales consecuencias de la acumulación del recinto de los objetos culturales; desde el punto de vista filosófico son el punto de llegada de algunas necesidades ideológicas; desde el punto de vista formal son componentes de un “universal” barroco (p. 60).

Finalmente, Zátónyi propone una última definición de Diseño con la que dar cuenta de su fructífera complejidad (1993):

El arte del diseño no se acota a su prototipo, a un medio de su reproducción, a una de sus múltiples reproducciones, sino que es un todo, y para evaluarlo, dentro de este tema, tenemos que considerar todos los factores correspondientes, separadamente y en su totalidad, su estructura relacional, como un fenómeno artístico, rico, complejo y necesario para la sociedad (p. 58).

### Ritornelos y líneas de fuga para una cartografía del Diseño Audiovisual

Las persistencias destacadas en los discursos que circulan por los pasillos inferenciales de la FADU-UBA, junto con su conmensuración extra-local, permite cartografiar el Diseño Audiovisual como un fenómeno complejo y polimórfico, un espacio intersubjetivo, que pone en relación, al menos, los siguientes tres aspectos (Guerra, 2014):

- > *saberes comunicacionales* como posibilidades comunicativas de la forma audiovisual;
- > *práctica audiovisual* como actualización material de la que hacer y tener experiencia;
- > *políticas de reproductibilidad* como sistemas de valores intersubjetivos, culturales y contextualmente emplazados.

Los tres ritornelos, una vez activados y puestos en articulación, forman un mapa analítico con el que dar cuenta de la naturaleza estratificada del Diseño Audiovisual. Permiten, la orientación por la enredada geografía de este espacio intersubjetivo mientras abren caminos analíticos diferenciales, tal y como sugieren Deleuze y Guattari (2004):

Un niño en la oscuridad, presa del miedo, se tranquiliza canturreando. Esa cancioncilla es como el esbozo de un centro estable y tranquilo, estabilizante y tranquilizante, en el seno del caos. [...] Uno se lanza, arriesga una improvisación. Improvisar es unirse al Mundo, o confundirse con él. Uno sale de su casa al hilo de una cancioncilla. [...] El ritornelo presenta tres aspectos, los hace simultáneos, o los combina: ora, ora, ora. [...] Fuerzas del caos, fuerzas terrestres, fuerzas cósmicas: las tres se enfrentan y coinciden en el ritornelo (p. 319).

Investigar la episteme del Diseño Audiovisual implica entonces, y para estas páginas, sondear el conjunto de los efectos que, tanto su dispositivo epistémico como los saberes a ellos relacionados y los productos, engendran. Es a partir de dicha investigación que deviene, finalmente, posible inferir los hábitos que el Diseño Audiovisual convoca e impulsa, ya sean de la mano de la práctica que implican, de los consumos que sustentan y de los discursos que ponen en circulación ■

## > REFERENCIAS

- Althusser, L. (1973). *La revolución teórica de Marx*. México D. F.: Siglo XXI.
- Calabrese, O. (2010). *L'art du trompe-l'oeil*. París: Citadelle.
- Calabrese, O. (2000). *Breve storia della semiótica*. Milano: Feltrinelli.
- Calabrese, O. (1999a). *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.
- Calabrese, O. (1999b). *Cómo se lee una obra de arte*. Madrid: Cátedra.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2004). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pretextos.
- Deni, M. (2010). *Oggetti in azione: semiótica degli oggetti: dalla teoria all'analisi*. Milano Franco Angeli.
- Deni, M. (2008). *La semiótica e il progetto: design, comunicazione, marketing*. Milano: Franco Angeli.
- Deni, M. (2002). *La semiótica degli oggetti*. Milano Bompiani.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Guerrero, C. (2014). *Nonágono Semiótico. Un modelo operativo para la investigación cualitativa*. Buenos Aires: EUDEBA/Ediciones UNL.
- Ledesma, M. (2007). Cartografía del Diseño Social. Aproximaciones conceptuales. *Anales*, 43(2), pp. 97-106.
- Ledesma, M. (2003). *El diseño gráfico, una voz pública. De la comunicación visual en la era del individualismo*. Buenos Aires: Argonauta.
- Ledesma, M. (1999). Diseño gráfico ¿un orden necesario? [pp. 15-90]. En L. Arfuch, N. Chaves y M. Ledesma. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.
- Machado, A. (2007). *Arte e mídia*. Río de Janeiro: Jorge Zahar.
- Machado, A. (2004). Artes y medios: aproximaciones y distinciones. *La Puerta*, 1, pp. 84-93.
- Machado, A. (1997). *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas: Papyrus.
- Maldonado, T. (1955). La educación social del creador en la Escuela Superior de Diseño. *Revista nv*, (7), pp. 5-7.
- Trilnick, C. (2014). Imágenes técnicas, universos digitales y educación. En AA.VV. *Programa para la Especialización Docente Nivel Superior en Educación y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)*. Buenos Aires: Ministerio de Educación, Presidencia de la Nación.
- Trilnick, C. (2013). Apuntes sobre Diseño Audiovisual electrónico. *Anales*, 43(2), pp. 69-80.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- Zátonyi, M. (2011). *Juglares y trovadores: derivas estéticas*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Zátonyi, M. (2010). El latir de la palabra. *Iconofacto*, 6(7), pp. 151-161. Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/iconofacto/article/view/1227/1267>
- Zátonyi, M. (2008). *La mirada del arte desde la filosofía*. La Plata: Universidad de La Plata.
- Zátonyi, M. (2007). *Arte y creación: los caminos de la estética*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Zátonyi, M. (2006). *Gozar el arte, gozar la arquitectura: asombros y soledades*. Buenos Aires: Infinito.
- Zátonyi, M. (1998). *Aportes a la estética desde el arte y la ciencia del siglo 20*. Buenos Aires: La Marca.
- Zátonyi, M. (1993). *Diseño. Análisis y teoría*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.