

MIRADAS, LENGUAJES Y PERSPECTIVAS SEMIÓTICAS

APORTES DESDE AMÉRICA LATINA

NEYLA GRACIELA PARDO ABRIL

LUIS EDUARDO OSPINA RAIGOSA

Compiladores

fels Federación
LATINOAMERICANA
de Semiótica
30 AÑOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA



- © Instituto Caro y Cuervo
- © Universidad Nacional de Colombia, Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO)
- © Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS)
- © Neyla Graciela Pardo Abril, Luis eduardo ospina raigosa, compiladores
- © Todos los autores

Comité Científico

Dr. José María Paz Gago (España). Dr. José Enrique Finol (Ecuador). Dr. Eliseo Colón (Puerto Rico). Dr. Álvaro Góngora (Colombia). Fabián Adolfo Beethoven Zuleta Ruiz (Colombia). Dra. Neyla Graciela Pardo Abril (Colombia). Mg. Luis Eduardo Ospina Raigosa (Colombia) (Asistente Académico).

Instituto Caro y Cuervo

Editor general

Luis Eduardo Vásquez Salamanca

Coordinador Procesos Editoriales

César Augusto Buitrago Quiñones

Corrección de textos

Steven Alejandro Molina Osorno

Diseño y diagramación

David A. Rendón, Instituto Caro y Cuervo

ISBN: 978-958-611-362-5 (digital)

Primera edición, 2017

Instituto Caro y Cuervo

Bogotá, Colombia

2017

Licencia de Creative Commons

Los autores son responsables por los contenidos aquí expresados y el manejo formal del documento.

INFORMAR Y DAR FORMA AUDIOVISUALMENTE: INTERSECCIÓN, TERRITORIO Y RECIPROCIDAD

CRISTINA VOTO

Universidad Nacional de Tres de Febrero

crivoto@gmail.com

Semiótica y diseño: discursos y puntos de contacto

Hoy en día, las experiencias que establecemos en lo cotidiano¹ con los productos del diseño audiovisual entretejen saberes y haceres de distintas naturalezas, mientras interpelan tanto a problemáticas proyectuales como semióticas y, más en general, a las relativas a los estudios sobre ciencias, tecnología y sociedad (CTS). En este escenario, la pervasividad² de las tecnologías digitales para la fruición y difusión de los contenidos audiovisuales termina con afectar la naturaleza de nuestra experiencia mientras contagia las formas de accesibilidad y manipulación del imaginario social. Desde el cine hasta la robótica, pasando por la televisión, Internet, la telefonía móvil, la medicina, los videojuegos y las artes, todos estos ámbitos de la vida cotidiana emplean productos del diseño audiovisual para su circulación social.

Dada la heterogeneidad del objeto de estudio, se hace necesario abordar su análisis desde un punto de vista transdisciplinar: se propone, así, emplear del concepto de territorio para poder contener y comprender las distintas manifestaciones del diseño audiovisual. El de territorio es un concepto a la vez teórico y operativo, referente empírico de la realidad y también concepto con el que interpretar y comprender los desa-

¹ Se piensa en el término cotidiano a partir del enfoque elaborado por las propuestas de Michel de Certeau y Luce Giard en *La invención de lo cotidiano* (1996 [1980]), particularmente aquellas presentes en el tomo I. De Certeau y Giard sugieren pensar en lo cotidiano o, mejor dicho, en las prácticas cotidianas como tácticas para redireccionar las estrategias de poder. En este sentido, las tácticas, en tanto acciones calculadas que se conforman de manera contingente a los acontecimientos, permiten a quienes soportan el poder jugar con sus estrategias para redirigirlas a los intereses propios. De Certeau y Giard apuestan, por medio de su obra, a demostrar que las relaciones de poder dependen de una dinámica compartida donde las prácticas cotidianas surgen de las resistencias generadas frente a los dispositivos estratégicos del poder.

² Con el vocablo pervasividad se entiende aquí la generalización, penetración y difusión actual de las tecnologías digitales en la vida cotidiana. De uso frecuente en el inglés, *pervasive*, así como en el italiano, *pervasi-vo*, y en el francés, *pervasive*, el término tiene en castellano dos campos de aplicaciones precisas: en geología indica la intensidad de alteración hidrotermal de una roca; mientras que en teorías de sistemas indica la intensidad de difusión de un comportamiento de un subsistema por el sistema principal. En estas páginas ambos aspectos –intensidad de alteración y difusión de comportamiento– son convocados para pensar la relación que establecemos en lo cotidiano con los productos del diseño audiovisual.

rollos que se establecen en los ámbitos culturales, económicos y políticos. Territorio es el espacio de manifestación y reproducción de las tensiones sociales y contenedor de las acciones de quienes lo habitan. Por ello, los cuerpos presentes en el territorio del diseño audiovisual son aquí entendidos como membranas metonímicas (Verón, 1993) para la producción de sentido. Los cuerpos, en el territorio del diseño audiovisual, entran en contacto por medio de una conexión dinámica (CP 2.305) con *lo real*³ que los rodea.

Poder reconocer, en nuestra experiencia cotidiana con los productos audiovisuales, las capas metonímicas de una impresión significativa abre puntos de contacto discursivos y disciplinares entre semiótica y diseño.⁴ Se trata de pensar, antes que nada, en las dos disciplinas como usinas. Por un lado, la semiótica como usina de transformación ya que, siguiendo la lección de Charles Sanders Peirce, la razón formal de los hábitos es como la de un río que, progresivamente, da forma a su propio lecho (CP 5.492). Por otro lado, se trata de pensar el diseño como usina epistémica –al lado de arte, tecnología y ciencia– en tanto modelo de proyectualidad necesaria para “prefigurar o planificar el entorno humano” (Doberti, 2005, p. 2). Bajo esta perspectiva, semiótica y diseño comparten una latente actividad abductiva con la que prefigurar nuevos objetos y escenarios de significación. El diseño, en este sentido, no llena sólo –metafóricamente hablando– la búsqueda de artefactos, 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” (Ledesma, 1997, p. 38).

La inclinación discursiva que mueve semiótica y diseño, en tanto plantas de producción de hacerse y saberes, es aquella hacia la exploración. Sus discursos comparten

³ A lo largo de este escrito, cuando se emplea la expresión *lo real* se está pensando en aquella objetividad discursiva presentada como universal, capaz de abarcar la realidad sin tomar ningún posicionamiento. Resuenan en el planteo las palabras de Trinh T. Minh-ha, directora cinematográfica y académica de la Universidad de Berkeley, Estados Unidos, quien afirma: “El mundo real: tan real que lo Real se convierte en el único referente –puro, concreto, fijado, visible, demasiado visible. El resultado es la aparición de toda una estética de la objetividad y el desarrollo de tecnologías comprensivas de la verdad capaces de decidir lo que es ‘honesto’ y lo que es ‘manipulador’” (1991, p. 33, traducción propia, comillas en el original). Además, hablar de *lo real* remite también a la reflexión psicoanalítica y, en particular modo, a la de Jacques Lacan ([1936] 2009, [1953] 1982) quien piensa en *lo real*, *lo imaginario* y *lo simbólico* en tanto registros que posibilitan conjuntamente el funcionamiento psíquico.

⁴ Recupero el debate (Ledesma, 1997; Doberti, 2008; Devalle, 2009) acerca de la especificidad del diseño 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, etc.). En este sentido, sostengo con Ledesma que todos los diseños, ya sean industriales, gráficos, textiles o audiovisuales, compartirían un campo común delimitado por estas características: 1. el empleo de métodos proyectuales; 2. 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 cotidianas –que emplean el lenguaje verbal–; 3. la voluntad de transformación sobre los hábitos culturales (Ledesma, en una conversación privada de 2014).

una promesa hacia la transformación y el estudio de las comensurabilidades internas y externas al conjunto que reconocen como signifiante. En este sentido, y como afirma Verón (2004), puede afirmarse que todo discurso es, al fin y al cabo, un discurso sobre el cuerpo ya que se engendra en el cuerpo y al cuerpo refiere. El manifestarse del sentido sobre las diferentes materias discursivas que están articuladas a los diferentes dispositivos, es el manifestarse del cuerpo:

En su sentido amplio la noción de discurso designa, no únicamente la materia lingüística, sino todo conjunto signifiante considerado como tal (es decir, considerado como lugar investido de sentido) sean cuales fueren las materias signifiantes en juego (el lenguaje propiamente dicho, el cuerpo, la imagen, etcétera). (p. 48)

Los vectores que comparten semiótica y diseño abren, así, un espacio para el pensamiento⁵ en donde se relacionan quienes producen, utilizan y hacen circular productos audiovisuales. Un territorio que es intersubjetivo y en donde el pensamiento, al ocupar un lugar propio, marca y establece una distancia entre lo informe y la forma. Reconocer, en nuestra experiencia, las impresiones dejadas por los productos audiovisuales es, entonces, reconocer que ellos pueden informar y dar forma a nuestra manera de percibir, sentir y comprender el mundo y los eventos que lo habitan.⁶ Estos productos audiovisuales ya no son sólo narrativas de la modernidad sino, además, lugares para aprender a reproducir, montar y manipular el flujo de imágenes que encuadra los bordes de nuestras experiencias cotidianas. En este sentido, participar de los productos audiovisuales no significa, necesariamente, identificarse con ellos, sino reconocerlos como fragmentos con los que acceder a ellos en tanto cosas, objetos y, a la vez, en tanto sujetos de la historia, cristalizaciones y nodos que condensan relaciones sociales.

Episteme, movimiento y experiencia

El ensayo “The 1900 episteme” de François Albera y María Tortajada (2010) pregunta por las implicancias que conlleva, en los discursos científicos y artísticos de los siglos XIX y XX, la circulación de sistemas y aparatos para la reproducción del movimiento. Su propósito es definir la episteme necesaria a la construcción de un discurso historiográfico en el ámbito de los objetos audiovisuales según el concepto de montaje. Los autores recuerdan la importancia que el paradigma del reloj asume a lo largo del siglo XVIII

⁵ Para la construcción del sintagma “espacio para el pensamiento” remito al neologismo de Aby Warburg: *Denkraum* compuesto por los vocablos alemanes *Denken*, pensamiento o reflexión, y *Raum*, espacio (Buru-
cúa, 2002).

⁶ Los argumentos que desarrollo en esta ponencia tienen mayor desarrollo en *Cartografía del Diseño Audiovisual. Mapas para atravesar un territorio de intersecciones*. Tesis inédita, Programa de Doctorado de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

inaugurando, por primera vez, un estado de conocimiento novedoso y socialmente compartido, que ellos vinculan al surgimiento de los dispositivos de visión y escucha.⁷

La misma etimología de la palabra *montage*, en el diccionario francés, surge, nos recuerdan Albera y Tortajada, del gesto que accionaba los relojes cuyo muelle necesitaba ser manualmente cargado, a través del sistema de pesas que lo componía. Según ese paradigma, a partir de la difusión de los relojes de muelle o bien, a partir de la circulación social del efecto de los dos tipos de movimiento que producían –es decir, el movimiento de la mano cargando y aquel del reloj una vez cargado– junto con un mecanismo de detención en una determinada regularidad temporal, el movimiento se tradujo en información. Es decir que, con la introducción, reconocimiento y difusión de aquel paradigma, el movimiento puede representarse no sólo por un saber-hacer específico, sino también por instrumentos y tecnologías diseñadas con finalidades distintas.

Si se piensa en los términos genealógicos establecidos por Albera y Tortajada, puede afirmarse que los productos del diseño audiovisuales siguen una dinámica común: proyectados para satisfacer una demanda peculiar –un movimiento– terminan con proyectar e informar los hábitos con los que, finalmente, re-proyectar y mover nuestra vida social, afectiva y cognitiva. Esta lógica parece marcar una dimensión indicial común a estos productos: una huella cognitiva, somática y simbólica que ellos pueden impresionar e imprimir sobre y en quienes hacen su experiencia.

Tanto a quien ahora escribe como –y me atrevo a afirmar– a quien ahora lee, seguramente le habrá seguramente pasado, al menos una vez, aquella experiencia de sentirse conectado y movido por alguna película, reportaje televisivo, propaganda, video viral, escorzo de realidad que fluye en cristales audiovisuales. En este sentido, no debe costar reconocer una fundamentación conectiva y somática a la misma inteligibilidad de los productos audiovisuales, por la que, para que un producto tenga sentido, primero tiene que sentirlo en su propio cuerpo quien hace su experiencia.

Reconocer en nuestra experiencia cotidiana con los audiovisuales cierta reciprocidad, aquella que en términos de Vivian Sobchack puede definirse como pensamiento carnal (2004), conlleva investigar las formas y las políticas de implicancia y determinación recíproca que mantienen las distintas materias significantes que se encuentran conectadas en el territorio del diseño audiovisual. Como refiere la autora hablando de la experiencia mediática en las sociedades occidentales, ésta no es significativa sólo para mi cuerpo, sino también a causa, a expensas, de mi cuerpo ya que es el cuerpo quien desempeña un papel fundamental en la significación discursiva de los productos audiovisuales. Según Sobchack la experiencia siempre emerge a través y por medio de los sentidos en un contexto en el que los cuerpos no son tan sólo objetos y soportes, sino

⁷ En la propuesta de Albera y Tortajada, con la noción de dispositivo de visión y escucha, los autores indican aquel esquema epistémico que, por su entramado de relaciones actanciales, vincula constantemente espectador, maquinaria y representación (2010).

también hacedores de experiencias. La mediación entre experiencia e imagen, entre visión y lenguaje es soportada por la materialidad significativa del cuerpo que provee y representa una reversibilidad conmutativa entre sentimientos subjetivos y saberes objetivos, entre sentidos y representaciones. La imagen no está opuesta al cuerpo como la representación lo está respecto del inalcanzable referente: su materialidad es intrínseca, a la vez argumento, sustancia y límite.

Entender que nuestra relación con los productos audiovisuales es informada por los sentidos mientras, al mismo tiempo, informa los sentidos elimina finalmente la posibilidad de imaginar su fenomenología como una contraposición entre elementos subjetivos y elementos objetivos. De esta manera puede delinearse, en los productos audiovisuales, un movimiento oscilante entre la posibilidad que tienen de reconocer de una experiencia sensorial como literal (Sobchack, 2004) –aquel ¡parece verdadero! que según los testimonios hace sobresaltar a los espectadores de las primeras proyecciones de los hermanos Lumière en Le Grand Café des Capucines en 1895– y el reconocimiento de una experiencia sensorial como figurativa (Sobchack, 2004) –aquel ¡parece una película! con el que, siempre con más insistencia, circulan, hoy en día, los evento mediáticos–.

Esta ambivalencia oscilatoria de las imágenes audiovisuales es mantenida por una estructura fenomenológica precisa y fundamentada en una “reciprocidad no jerarquizada” del sentido (Sobchack, 2004, p. 79, traducción propia). Una estructura que se apoya, a la vez, sobre una materialidad sensorial y una significación consciente ya que ambos aspectos emergen simultáneamente a partir de “aquel sistema individual de carne y conciencia sintetizada que es el cuerpo vivido” (Sobchack, 2004, p. 73, traducción propia). Si bien es simple darse cuenta de la imposibilidad de tocar, oler o saborear literalmente lo que está en pantalla, la posibilidad reflexiva del cuerpo –su materia significativa que a la vez toca y es tocada, huele y es olida, saborea y es saboreada– diferencia los sentidos del cuerpo literal y los conecta a los sentidos figurativos. Cuerpo y figura no están simplemente ni solamente opuestos o reflejados uno al otro. Más bien, se forman en una relación fundamentalmente no jerarquizada que se manifiesta y cobra vida en la experiencia. Puede pensarse en esta relación en términos de conexión dinámica (CP 2.305), de reciprocidad, algo que finalmente oscila entre lo informe y la forma y donde se insinúa una intersección sensorial que, en un determinado espacio-tiempo, deja la huella que se inscribe en la experiencia.

El movimiento audiovisual

El diseño audiovisual se manifiesta en una tipología de insumo al que comúnmente nos referimos con la expresión imagen en movimiento. Hablar de este peculiar tipo de objetos implica, antes que nada, hablar de algo que, independientemente de su naturaleza material –ya sea fílmica, electrónica o digital– padece y produce movimiento en al menos dos zonas sensibles:

- El dentro del cuadro, es decir que en las imágenes en movimiento hay transformaciones que resultan de los movimientos que suceden dentro del plano de composición;
- El umbral del cuadro, es decir que en las imágenes en movimiento hay transformaciones que resultan de los movimientos producidos tanto por medio de los aspectos ópticos y sonoros de los aparatos como por las distintas dinámicas de contacto con los usuarios.

Estas transformaciones inciden sobre la superficie y la profundidad de los cuerpos –audiovisual y subjetivo– mientras establecen reciprocidades y contagios. Con detener la mirada en esas dos zonas sensibles se vuelve posible detectar las reciprocidades con las que investigar formas y políticas de implicancia y de determinación de las distintas materias significantes que se encuentran emplazadas en el territorio del diseño audiovisual.

En este sentido, junto a un plano más declaradamente formal –el adentro del cuadro– al que Deleuze y Guattari (2004 [1980]) llamarían plano de organización y de desarrollo, la naturaleza moviente de las imágenes audiovisual habla también de su vinculación con lo inmanente –el umbral– a través del plano de composición y de consistencia (2004 [1980]). En el universo epistémico de Deleuze y Guattari (2004 [1980]) no existe algo que podría pensarse como origen temporal y causal de las cosas, ya que lo que existe simplemente existe en relación con los planos que aparecen en toda operación de desterritorialización. Cada territorio –un idioma, una familia, una identidad, una episteme o una imagen– se construye por la multiplicidad irreductible de los planos de inmanencia y organización. Su geografía se inscribe por medio de una dinámica de decodificación que puede llevar a una nueva codificación en tanto principio de apertura procesual.

Con este primer repertorio, volvemos a la noción de movimiento. El origen etimológico de la palabra permite abrir el ámbito de pertinencia de la noción hacia horizontes de aplicación afines a los planteados por Deleuze y Guattari. Sabido es que el origen de la palabra movimiento se encuentra en la voz del griego antiguo *kiné* y que la memoria de esta procedencia es aún encarnada por vocablos como cinética, cinesiología, cine y cinematógrafo. Pero tal vez menos sabido es que la misma raíz se encuentra en términos semánticamente tan lejanos entre ellos como excitar y citar. Refiere el *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española* (1996, p. 77) *kéi*, la raíz indoeuropea del vocablo griego *kinéin* –traducción de mover– se encuentra también en los vocablos latinos *citare* y *citus*, respectivamente frecuentativo y participio del verbo *ciere*, cuyo significado general es traducible con la expresión poner en movimiento. En lo específico:

- Excitar: en tanto frecuentativo expresa el aspecto reiterativo del verbo, aquel movimiento que puede imprimirse sobre un cuerpo y excitarlo empujándolo hacia afuera;
- Citar: en tanto participio expresa la posibilidad de un verbo de renunciar a su forma personal y participar tanto de su naturaleza predicativa como de la adjetival. En este

caso se trataría de la dimensión transhistórica y polivalente del movimiento, aquella que le permite sobrevivir a los productos y circular más allá de ellos.

Movimiento sería, entonces, una característica vinculada no sólo al cuadro y a la dimensión compositiva de las imágenes –el plano de organización según Deleuze y Guattari (2004 [1980])– sino que referiría también al plano fenoménico con consecuencias indiciales y simbólicas de sumo interés respecto de las posibles apropiaciones y usos.

Si se mantienen presentes los tres aspectos, mover, excitar y citar, es posible articular una arquitectura de lo diferente con la que interpretar la geografía del diseño audiovisual. En este sentido:

- El movimiento es pensable como diferencia en razón de su fuerza virtual, es decir que en términos de mover plantea una diferencia en tanto posibilidad;
- El movimiento es pensable como diferente en razón de la ocurrencia activa y performante, excitación que sustenta y provoca los cuerpos de los productos y de quienes hacen su experiencia; y
- El movimiento es pensable en términos de citar como diferenciación en razón de los procesos y dinámicas de citación posible de suceder infra-intra-inter los distintos cuerpos emplazados.

Las imágenes en movimiento con las que el diseño audiovisual cobra vida afectan excitando, incidiendo directamente sobre las materias mientras, a la vez, son posible de ex-citarse es decir, de moverse de un enunciado a otro según el mecanismo de la citación, el cual excede la fijación material y subjetiva.

Dar forma al movimiento

Como afirma Bourdieu (1985 [1982]), las teorías del mundo social son también programas de percepción ya que su manera de contribuir prácticamente a la realidad que anuncian es prediciendo, o sea, previendo acontecimientos que pueden participar en la representación colectiva con la que producir una actualización de las teorías. En este sentido, me interesa ahora dar forma a algunas intersecciones que pueden suceder en el territorio del diseño audiovisual a partir de una propuesta diagramática de la teoría semiótica peirceana.

Para ello, se recurre a una herramienta gráfica, la del *nonágono semiótico* (Guerri, 2003, 2004; Guerri et al. 2014), un ícono-diagramático⁸ que parte de un doble postulado de

⁸ Desde el *cuadrado semiótico* (1966) introducido por primera vez por Algirdas Julien Greimas a partir del cuadrado lógico de Aristóteles, pasando por las distintas aplicaciones de Jean Marie Floch (1991) y Andrea Semprini (1922), la semiología y la semiótica, desde sus mismos albores y dentro de las distintas escuelas que se han ido formando, siempre han valorado el empleo de recursos gráficos para la prefiguración de su

Peirce. El primer postulado es que todo signo puede ser considerado en relación con las tres categorías de: primeridad, que comprende las cualidades de los fenómenos, las sensaciones, sus aspectos formales (CP. 1.418, 1.422); segundidad, que atañe a la actualización material del fenómeno, a su carácter de acontecimiento individual y contingente (CP. 1.419, 1.427); y terceridad, que corresponde a las leyes, los valores, y a la circulación del pensamiento. (CP. 1.420). El segundo postulado es aquel relativo a la recursividad signica, según la cual cada uno de los aspectos que componen el signo puede ser pensado, a su vez, como un nuevo signo y lograr así una nueva distinción en tres aspectos.

El carácter recursivo y triádico es el pivote funcional que posibilita la lectura gráfica de la obra peirceana; su transducción del hiperespacio filosófico al ícono-diagramático construye un diagrama que, una vez activado, da vida a un dispositivo interpelador. Gracias a este modelo de *Design Thinking*, es posible dar cuenta de una posible cartografía del signo en análisis dando forma a una representación que, finalmente, puede compartirse.⁹

En la tabla 1 una propuesta de nonágono semiótico para el signo diseño audiovisual. En ella se dispone en el plano¹⁰ una operación de síntesis con la que es posible organizar la significación del diseño audiovisual gracias a una visualización de la estructura lógico-triádica. El encuentro o, mejor dicho, la intersección¹¹ de las tricotomías con los correlatos es la matriz sobre el que se detiene la mirada analítica y se plantea una posible cartografía. A partir de esas intersecciones se construye un espacio de reciprocidad que relaciona lógicamente saberes comunicacionales, prácticas audiovisuales y políticas de reproducibilidad –en tanto tricotomías– con las categorías operativas de formato, dispositivo y montaje –en tanto correlatos–. La cartografía, además, permite individualizar algunos lugares significativos, una geografía interna al mismo sistema interpretativo y que se desplaza por una de las diagonales que atraviesan el diagrama y con el cual articular una posible arquitectura de lo diferente para interpretar el carácter moviente

propuesta interpretativa. En este sentido, Peirce sostenía que los íconos-diagramáticos siempre mejoran el razonamiento y hacen avanzar el conocimiento (CP 1.54; 1.383; 2.778).

⁹ En la redacción del Nonágono semiótico, Guerri acepta la propuesta de Magariños de Morentin de sustituir estas categorías de Peirce por las categorías de *forma*, *existencia* y *valor* con el fin de brindar una batería de conceptos con rasgos operativos y con la que distanciarse de la teoría peirceana (Guerri et al., 2014, p. 10).

¹⁰ La reflexión acerca de una dimensión horizontal plana y operable también se encuentra en la propuesta pictórica Jackson Pollock y en la propuesta historiográfica de Aby Warburg durante la redacción de su *Atlas Mnemosyne* ([1929] 2004). Por ambos casos, puede pensarse en una posible vinculación entre el aplastamiento que plantean las propuestas y la dimensión de innovación de la práctica que interpelan, ya sea pictórica o histórico-crítica.

¹¹ Recuperar la noción de *intersección* para pensar las afectaciones que los interpretantes perciben, experimentan y valoran en el territorio del diseño audiovisual, nos pone inmediatamente en diálogo con dos esferas epistémicas en las que la noción se hace operativa. Por un lado, el campo de las ciencias exactas y, más precisamente, la geometría y la matemática; y por el otro, aquel de las ciencias sociales, particularmente la sociología y los estudios sobre género, ámbito este último en donde el concepto está adquiriendo progresivamente un estatuto cada vez más paradigmático y operativo (Crenshaw, 1989, 1991).

de los productos audiovisuales, pasando de la diferencia –el movimiento como fuerza virtual–, a lo diferente –el movimiento como excitación– y a la diferenciación –el movimiento como citación–.

Tabla 1. Nonágono semiótico del signo diseño audiovisual

DISEÑO AUDIOVISUAL	1° tricotomía Saberes comunicacionales	2° tricotomía Práctica Audiovisual	3° tricotomía Políticas de reproductibilidad
	FORMA	EXISTENCIA	VALOR
1° correlato Formato FORMA	FF ventana virtual movimiento como diferencia: fuerza virtual	EF ventana arquitectónica	VF ventana metafórica
2° correlato Dispositivo EXISTENCIA	FE aparato	EE performatividad movimiento como diferente: excitación	VE gestión de contacto
3° correlato Montaje VALOR	FV cronotopo del reflejo	EV cronotopo del segmento	VV cronotopo del fragmento movimiento como diferenciación: citación

Los tres conceptos: diferencia, diferente y diferenciación construyen el eje principal que fue sustento para la organización y redacción de esta tesis y que denomino arquitectura de la diferencia. Guerri (2003; Guerri et al. 2014; 2016) elabora el diagrama de los nueve aspectos del signo empleando la terminología que propone Magariños de Morentin (1983, p. 91; 1984, p. 195) junto con la de Peirce (CP 2.243 y ss.).

La primera tricotomía es aquella habilitada por los saberes comunicacionales y alude a la relación del signo consigo mismo, es decir, la relación del diseño audiovisual con aquello que se (re)conoce como lo *real*. Esta tricotomía reúne todas las posibilidades formales que preexisten lógicamente a la manifestación de cualquiera de los aspectos del signo. En el nonágono semiótico del diseño audiovisual está compuesta por los siguientes subaspectos:

la *ventana virtual*¹² –Forma de la Forma– como posibilidad cognitiva, el *aparato* –Forma de la Existencia– como con figuración del sentir y el *cronotopo*¹³ *del reflejo* –Forma del Valor– como figura reflexiva de la forma audiovisual.

¹² Para el pensar la noción de ventana audiovisual se remite a los estudios de Anne Friedberg (2006) presentes en su libro: *The virtual window: from Alberti to Microsoft*.

¹³ En sus investigaciones sobre la teoría y la estética de la novela, Mijaíl Bajtín (1989) define el cronotopo como el modo en el que una obra asimila y procesa la percepción del tiempo y del espacio, no como catego-

La segunda tricotomía es aquella puesta en acto por la práctica audiovisual y refiere a la relación del signo con su objeto, es decir, a la relación del diseño audiovisual con aquello que se siente como *lo real*. Esta tricotomía reúne las concretas manifestaciones materiales y existenciales de los diferentes aspectos del signo. En el nonágono semiótico está compuesta por los siguientes subaspectos:

- La *ventana arquitectónica* –Existencia de la Forma– como dimensión espacial de la experiencia audiovisual,
- La *performatividad* –Existencia de la Existencia– como verdadero y propio acontecimiento de la experiencia audiovisual, y
- El *cronotopo del segmento* –Existencia del Valor– como figura infrasemántica de la forma audiovisual.

La tercera tricotomía es aquella relativa a las políticas de reproductibilidad significativas en los contextos socioculturales en donde el signo se encuentra emplazado. En este sentido, alude a la valoración estratégica de las manifestaciones existenciales presentes en la segunda tricotomía, es decir, a la relación del diseño audiovisual con aquello que se valora como *lo real*. Estas estrategias operaron para lograr que los existentes se materialicen de una determinada manera. En el nonágono semiótico, la tricotomía está compuesta por los siguientes subaspectos:

- La *ventana metafórica* –Valor de la Forma– como posibilidad metafórica de la experiencia audiovisual,
- La *gestión del contacto* –Valor de la Existencia– como valorización y circulación cultural y social de la experiencia audiovisual, y
- El *cronotopo del fragmento* –Valor del Valor– como figura intersemántica de la forma audiovisual.

A su vez, en razón de la característica recursiva del signo, a esta primera partición sigue una segunda lectura posible y complementaria del signo, los correlatos (CP 2.235). Éstos pueden caracterizarse como modos de manifestación (Guerri et al., 2014, p. 10) y aluden a los modos de manifestarse y de performar que tiene el signo. La hipótesis es que el diseño audiovisual se manifiesta como:

- Primer correlato, por medio de los formatos disponibles;

rías trascendentales sino ideológicas. Para el autor, y para este trabajo también, la concepción espacio-temporal de un producto determina la imagen de mundo que en éste queda plasmada. En este sentido, los significados –para acceder a la experiencia social– siempre tienen que asumir una expresión espacio-temporal, sin la cual sería imposible incluso el pensamiento más abstracto.

- Segundo correlato, por medio de determinados dispositivos; y
- Tercer correlato, por medio del montaje como estrategia de valoración estética, discursiva y política del producto.

Con una aclaración: es evidente que tanto los diagramas como los mapas son, antes que nada, un proyecto sobre el mundo, un proyecto que, mientras muestra, demuestra tal y como la polisemia del vocablo ‘plano’ lo atestigua en su sentido de ‘esquema, plano’ y ‘programar, planear’. En mapas y diagramas opera una ambigüedad altamente significativa: representar la naturaleza ya antropomórfica del mundo mientras se lo transforma en un sistema cerrado. Pero es justo en el resultado producido por esa ambigüedad donde se encuentra el potencial de un ícono diagramático, su producir un mundo siempre discontinuo respecto del que representa. Mapas y diagramas pueden pensarse en términos de máquinas abstractas (Deleuze y Guattari, 2004 [1980]), máquinas, es decir, que no funcionan para construir concretamente algo sino para mostrar una potencialidad, una tendencia, sugerir un movimiento, una realidad en devenir.

En el mapa del territorio del diseño audiovisual según el modelo del nonágono semiótico, las imágenes en movimiento participan de un encadenamiento de yuxtaposiciones significantes por el cual no hay imágenes sin un contexto que las determine, es decir, no hay imágenes sin un proceso de diseño. Por esta razón, cuando circulan por el archipiélago de la semiosis social, las imágenes pueden también performar una capacidad reactiva. Gracias a ella proporcionan a quienes hacen su experiencia una conexión cognitiva, somática y simbólica con la que deviene posible hacer emerger las relaciones que existen entre la experiencia mediatizada y la experiencia vivida y reconocer, así, la reciprocidad que existe entre el cuerpo audiovisual y el cuerpo subjetivo.

Conclusiones

Como busca reconstruir esta cartografía, los efectos de las imágenes en movimiento inciden directamente sobre la superficie del cuerpo audiovisual y del cuerpo subjetivo, dejando marcas con las que se vuelve posible dar cuenta de una reciprocidad. Por ello, se propone hablar de una arquitectura diferencial del movimiento porque, las imágenes no sólo se mueven sino que, mientras padecen, también producen movimiento, y de ahí transformaciones, excitando y citando. Las imágenes en movimiento, al establecer una relación dialéctica entre el instante que nos devuelven –por medio de la experiencia del cuerpo vivido– y la instancia con la que nos tocan colectivamente –por medio de la circulación en la semiosis social– mueven-moviéndonos, excitan-excitándonos y citan-citándonos. Es esta dimensión transitiva del movimiento audiovisual la que garantiza la capacidad de las imágenes de actuar sobre los distintos contextos en los que circulan y permite, además, entreabrir en las prácticas audiovisuales el espacio para un agenciamiento con el que revertir, por medio de su fuerza virtual, los topoi de la imagen.

Referencias

- Albera, F. y Tortajada, M. (2010). *Cinema beyond film. Media epistemology in the modern era*. Amsterdam: Amsterdam UP.
- Bajtín, M. (1989). *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Alfaguara-Taurus.
Recuperado de: <https://mega.nz/#!fUElwKJY!nigPB7Ppg-uEyGl2WgCqPzkUgaUZjuUcvtNMdNoOIp8>
- Bourdieu, P. (1985 [1982]). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal, 1985.
- Burucúa E. (2002). *Historia, arte, cultura: de Aby Warburg a Carlo Ginzburg*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Certeau, M. de y Girard, L. (1996 [1980]). *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana.
- Crenshaw, K. (1989). *Interseccionalidad*. Madrid: Paidós.
- Devalle, V. (2009). *Modos de producción de lo visible. La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2004 [1980]). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pretextos.
- Doberti, R. (2005). La cuarta posición. *Laboratorio de morfología*. Buenos Aires: FADU-UBA.
- . (2008). *Espacialidades*. Buenos Aires: Infinito.
- Floch, J.-M. (1991). *Semiótica del marketing y la comunicación*. Madrid: Paidós.
- Friedberg, A. (2006). *The virtual window: from Alberti to Microsoft*. London: Cambridge University Press.
- Guerri, C. (2003). El nonágono semiótico: un ícono diagramático y tres niveles de iconicidad. *DeSignis*, (4), 157-174.
- . (2004). Philosophy and symmetry in the semiotic nonagon. *Symmetry: Art and Science (New Series)*, (1-4), 78- 81.
- Guerri, C. et al. (2014). *Nonágono Semiótico. Un modelo operativo para la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Eudeba.
- Lacan, L. (1953). *Lo real, lo imaginario y lo simbólico*. París: Sainte-Anne.
- Ledesma, M. (1997). Diseño gráfico ¿un orden necesario? En L. Arfuch, N. Chaves y M. Ledesma (Eds.). *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos* (pp. 15-90). México: Paidós.
- Magariños de Morentin, A. J. (1983). *Del caos al lenguaje*. Buenos Aires: Tres Tiempos.
- . (1984). *El mensaje publicitario*. Buenos Aires: Hachette.
- . (2003). *Hacia una semiótica indicial: acerca de la interpretación de los objetos y los comportamientos*. A Coruña: Ediciós do Castro.
- Peirce C. S. (1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Vols. 1-6, C. Hartshorne y P. Weiss (Eds.). Vols. 7-8, A. W. Burks (Ed.). Cambridge: Harvard UP.

- Roberts, E. y Pastor, B. (1996). *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*. Madrid: Alianza.
- Semprini, A. (1995). *El marketing de la marca*. Madrid: Paidós
- Sobchack, V. (2004). *Carnal thoughts: embodiment and moving image culture*. Berkeley: UP.
- Trinh T. Minh-ha (1991). *Variaciones sobre la polifonía*. California: Berkeley University Press.
- Verón, E. (1993). El cuerpo reencontrado. *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- . (1996). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- . (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- Voto, C. (2016). *Cartografía del diseño audiovisual. Mapas para atravesar un territorio de intersecciones* (tesis doctoral). Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires.
- Warburg, A. (2004 [1923]). *El ritual de la serpiente*. México: Sexto Piso.

Miradas, lenguajes y perspectivas semióticas. Aportes desde América Latina tiene el propósito de visibilizar los retos de la semiótica y la comunicación contemporánea en nuestra región. América Latina es rica en expresiones simbólicas, alrededor de las cuales se hacen reflexiones epistemológicas, que no solo dan cuenta de la diversidad cultural, sino que permiten posicionar saberes y experiencias que han sido socio-históricamente marginalizadas en nuestras comunidades.

Por su carácter diverso, en este libro se abordan objetos semióticos múltiples relacionados con campos de estudio diferentes como los medios de comunicación, el diseño, la moda, la educación, el arte, entre otros, cuyo eje articulador es la pregunta por el significado y sus implicaciones en la vida sociocultural latinoamericana.

Este libro está dirigido a todo latinoamericano que busque aproximarse a los fenómenos de la cotidianidad regional, con el compromiso de que el análisis de estos procesos semiótico-comunicativos potencie una revalorización de las axiologías y los conocimientos locales, así como la construcción de procesos ciudadanos en nuestro continente.



9 789586 113625