

Fecha de recepción: diciembre 2010
Fecha de aceptación: julio 2011
Versión final: marzo 2012

De la “Alfabetidad Visual” a la Semiótica. Otra aproximación al “Lenguaje” Visual

Gustavo A. Valdés de León *

Resumen: El presente escrito aborda el hecho de que la locución “Alfabetidad Visual” continúa utilizándose por algunos profesores de Diseño –que ahora ya dispone de estatus universitario– sin que haya sido puesta en cuestión. Entendemos que treinta y cuatro años después se impone una necesaria revisión de aquel equívoco concepto.

Palabras clave: Alfabetidad visual - diseño gráfico - enseñanza - lenguajes.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 69]

(*) Diseñador Gráfico (Escuela Panamericana de Arte, 1977). Operador Grupal (Escuela Abierta de Psicología Operativa, 1984). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño Visual, Investigación y Producción y el de Licenciatura / Maestría de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Introducción

En el contexto de una cultura siempre atenta y receptiva al pensamiento importado, en un mercado editorial –sobretudo en el área del Diseño– hegemonizado por las editoriales españolas y en un año particularmente traumático en la historia reciente de la Argentina, en suma, en 1976, se traduce y edita *A Primer Visual Literacy*, (literalmente *Manual de Alfabetismo Visual*) de D.A. Dondis (edición original de 1973 del M.I.T.) texto canónico durante muchos años en el mundo del diseño gráfico, oficio cuyas posibilidades de acceder al rango de disciplina universitaria eran, por entonces, impensables: la única institución en la ciudad de Buenos Aires donde se podía estudiar Diseño era en la hoy mítica Escuela Panamericana de Arte.

Como suele ocurrir en las culturas de traducción –como, en gran parte, ha sido la nuestra– el editor cambió el título original por el de *La Sintaxis de la Imagen* con el subtítulo de *Introducción a la Alfabetidad Visual*: el término *Literacy* que, según el Diccionario Oxford de la lengua inglesa, equivale a “alfabetismo” fue traducido con el neologismo *Alfabetidad*, que no existe en castellano. Un caso similar se produciría con el término *isotipo* –curiosa “traducción” de la sigla I.S.O.Ty.P.E, de *International System of Typographic-Pictorial Education*– que, aunque carece de significado alguno en nuestro idioma aún se sigue utilizando para designar cierto tipo de marcas icónicas o geométricas o como componente del barbarismo *isologotipo*.

Desde entonces, la locución "Alfabetidad Visual" continúa utilizándose por algunos profesores de Diseño –que ahora ya dispone de estatus universitario– sin que haya sido puesta en cuestión. Entendemos que treinta y cuatro años después se impone una necesaria revisión de aquel equívoco concepto, hoy naturalizado en el discurso académico.

El Alfabeto como imagen visual

Literacy, ya sea traducido como "alfabetismo" o como "alfabetidad" alude a la condición o estado de "alfabetizado" de una persona o grupo social, como aclara Dondis en su texto al definir como alfabetizado a quien es capaz de leer y escribir con mediana corrección una lengua. Ahora bien, a esta condición Dondis la designa como "Alfabetidad Verbal" sin percatarse –y aquí aparece el primero de una serie de problemas que iremos desbrozando en este trabajo– que leer y escribir son actividades que se realizan gracias al sentido de la vista: las letras y palabras que se leen así como las que escriben son, aunque muchos aún se nieguen a verlo, *imágenes visuales* que para su percepción exigen como condición indispensable –aunque decirlo resulte obvio– que el lector o escritor pueda ver, condición a partir de la cual, y mediante un proceso de aprendizaje, ha adquirido la calificación de *alfabetizado*.

La "Alfabetidad Verbal", esto es, oral, la posee cualquier persona que hable una lengua así sea analfabeto, los sistemas de escritura (el alfabético, entre otros) fueron creados para que el signo lingüístico verbal, la palabra hablada, por naturaleza efímera, quedara registrada mediante algún tipo de *imagen visual* sobre un soporte físico y pudiera ser leída, o sea, vista, por otros y en otro tiempo y lugar, asegurando así la perdurabilidad de la palabra dicha.

Como se ve, la característica "visual" es propia de toda escritura y, por supuesto, del alfabeto. No es posible imaginar un "alfabeto" no visual. El único sistema en el cual la "alfabetidad" no es de carácter visual ha sido diseñado precisamente para aquellos usuarios que carecen del sentido de la vista; nos referimos al Sistema Braille en el cual las "letras" y los números asumen materialidad táctil, de acuerdo a un código de distribución de puntos en relieve dentro de un rectángulo virtual, para que puedan ser percibidas por los dedos del usuario como sucedáneo de lo visual ausente. Por motivos diferentes en el llamado "código Morse" las "letras" del alfabeto pasan a ser invisibles al ser sustituidas por *sonidos* de diferente duración a cuya combinatoria se asigna, por convención, valor de letra –aunque también puede ser representado visualmente mediante secuencias de puntos (sonidos cortos) y rayas (sonidos largos), por caso ...---... equivalente a las letras SOS, "señal" internacional de pedido de auxilio. Contrariamente, el "lenguaje de señas" de los hipoacúsicos no es de carácter alfabético, dichas "señas", posiciones convencionalizadas de las manos, expresiones faciales y gestos corporales no representan "letras" sino ideas y acciones.

Estas son las razones que nos llevan a considerar que la expresión "Alfabetidad Visual" en sentido estricto, carece de sentido. El pasaje del discurso "hablado", estructurado según el conocido algoritmo Significante/Significado, al discurso "escrito", manuscrito, impreso o virtual, gracias al alfabeto, es también el pasaje de Saussure a Peirce, o si se prefiere, de la Lingüística a la Semiótica, cuestiones que en los años 70 del siglo pasado estaban lejos de estar en el centro de las preocupaciones de los diseñadores y de los, escasos, estudiosos del Diseño –al menos en la Argentina.

Pero hay todavía más.

El imposible ABC del *universo visual*

El ambicioso objetivo de Dondis consistía en postular que el multiforme mundo de "lo visual" —con la expresa exclusión del alfabeto, considerado por la autora, como ya se dijo, del orden de lo "verbal"— podía ser sometido a un ordenamiento similar al de la lengua, compuesta por elementos simples, irreductibles (las letras), cuya sumatoria silábica (fonemas) permite configurar palabras (morfemas) que, a su vez, combinadas según determinadas reglas (sintaxis) da por resultado enunciados dotados de sentido. De allí el título (en castellano) de su obra, *La sintaxis de la imagen*: Dondis postulaba la existencia empírica de un alfabeto "visual", con exclusión del alfabeto que todos conocemos, mediante el cual se podían construir "palabras" y "frases" visuales, además de las de la escritura, postulando la existencia de un paradójal "vocabulario visual". El problema, que la autora a pesar de sus esfuerzos discursivos no alcanza a resolver, estriba en que en ningún dominio de lo visual (el "modo visual", como lo denomina) existen elementos irreductibles, neutros y carentes de significado, que puedan equipararse a las letras del alfabeto. Cuando la autora se propone enumerar aquellos elementos su *abecedario* —que en el alfabeto es discreto y unívoco: a cada sonido de la lengua corresponde una única letra— está conformado por el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la escala o proporción, la dimensión y el movimiento (Dondis, 1976, p. 28), elementos de por sí complejos, para nada irreductibles, puesto que cada uno de ellos admite un número indefinido de variables visuales y de múltiples significados posibles. Piénsese, por caso en el "elemento" color que del rojo al violeta es percibido como un *continuum* infinito de matices distintos. Nótese la diferencia con el "verdadero" alfabeto en el cual una letra, por ejemplo la A, por más que se presente con diversos estilos tipográficos remite siempre al mismo sonido: univocidad, pero también neutralidad semántica y disponibilidad sintáctica: la /m/ de la palabra /madre/ es la misma en la palabra /muerte/ mientras que el significado de los términos es absolutamente diferente, por no decir, opuesto. Contrariamente, una bandera roja, teniendo el mismo color, tendrá distintos significados según se despliegue en un acto de un partido de izquierda —si es que todavía existe alguno— o en la tribuna local de la cancha de Independiente. A estos "elementos" que, como se vé, son suficientemente complejos, Dondis les atribuye la categoría de componentes básicos de una supuesta "inteligencia visual".

Para aumentar la confusión, que no es lo mismo que complejidad, la autora sostiene que los elementos mencionados son "manipulados" por los artistas y los comunicadores visuales por igual siguiendo determinadas "técnicas" que reduce a la antinomia Contraste y Armonía y, dentro de cada una de ellas, enumera una serie de "grados" que generan otro *continuum* de variables en oposición que también pueden ser cuasi infinitas, dentro de cada par ("exageración/reticencia", "fragmentación"/"unidad", etc.) y lo mismo ocurre con la serie de oposiciones posibles que podría extenderse indefinidamente (Dondis, 1976, p. 29).

A diferencia de la Lengua —que Dondis reiteradamente confunde con el Lenguaje— en el cual la combinatoria entre los términos está reglada por normas gramaticales claras y precisas tales como concordancia de número y género entre sujeto y predicado, declinación precisa de los verbos, tanto regulares como irregulares, y de sus tiempos, estricta relación de verbos con adverbios y de sustantivos con adjetivos, utilización de acentos prosódicos, signos de puntuación, reglas de ortografía, entre otras, la complejidad del *universo visual* hace que la pretensión de establecer una *sintaxis visual* similar a la que rige la Lengua, pero partiendo de "elementos"

complejos, resulte impracticable.

El alfabeto es un antiguo artificio mediante el cual los sonidos de la Lengua pueden ser representados en términos visuales. Su cualidad revolucionaria radica en que el *continuum* lineal del discurso hablado fue "deconstruido" en sus componentes elementales, las letras, que representan visualmente los sonidos, también elementales, de la Lengua facilitando su perdurabilidad mediante la escritura: al precio de la pérdida de su cualidad sonora lo continuo deviene *discreto*. La misma operación fue practicada por Johannes Gutenberg al "deconstruir" el *continuum* de la palabra manuscrita a sus componentes mínimos, los tipos, sentando las bases de la impresión, la tipografía y el Diseño editorial. Practicar una operación semejante en el heterogéneo campo de "lo visual", caracterizado por el movimiento y la simultaneidad de los estímulos, parece un empeño imposible.

Por la misma época Wucius Wong en *Principles of Two-Dimensional Design* (1972) y *Principles of Three - Dimensional Design* (1977) traducidos y publicados en 1979 con el título de *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*, introduce más razonablemente cierto orden y sensatez al clasificar con claridad los elementos del Diseño (conceptuales, visuales, de relación y prácticos) sin proponer "alfabetidad" ni "sintaxis" alguna. La complejidad de dichos elementos, en particular la de los elementos visuales es explicitada por el autor al desarrollar en cada uno de ellos, Forma, Tamaño, Color y Textura, detallando las numerosas variables visuales que pueden adoptar, explicitando también las condiciones empíricas de la percepción visual mediante las categorías Dirección, Posición, Espacio y Gravedad.

El *universo visual*, que incluye diferentes "lenguajes" visuales (Valdés de León, 2004) es heterogéneo y se manifiesta de manera multívoca y simultánea como un *continuum*, en oposición al universo de "lo verbal", visual también en el caso de la escritura, que es homogéneo y se manifiesta de manera unívoca –en cuanto a sus elementos mínimos, las letras– de manera discreta y lineal: cualquier intento por imponer analogías formales entre registros radicalmente diferentes está de antemano condenado al fracaso

Pero hay más todavía.

Comprensibles falencias teóricas

Al momento de publicarse en nuestro medio *La Sintaxis de la imagen* el Estructuralismo interesaba apenas a un pequeño núcleo de iniciados en las disciplinas filosóficas, la "re-lectura" de los textos freudianos que proponía Jacques Lacan recién empezaba a difundirse en los círculos psicoanalíticos (Oscar Masotta: *Lecciones de Introducción al Psiconálisis*, primera edición 1977) y el *Linguistic Turn* o giro lingüístico (Manfred Frank, *Was ist Neostukturalismus?*, 1984) aún no había surgido y con él el interés por la Semiótica. Pero además, y salvo contadas excepciones, todas estas cuestiones parecían ajenas a la práctica y a la enseñanza del Diseño que por entonces era incumbencia de arquitectos frustrados, artistas plásticos y exitosos practicantes autodidactas provenientes de la Publicidad.

Más de treinta años después, cuando mucha tinta –pero también mucha sangre– ha corrido debajo de los puentes, resulta fácil y hasta impiadoso, pero necesario, criticar las limitaciones y contradicciones teóricas del texto de Dondis como, por ejemplo, su particular concepto de *lo icónico* que define como "la capacidad de ver, reconocer y comprender visualmente fuerzas am-

bientales y emocionales" (Dondis, 1976, p.13) en las antípodas de la ejemplar y todavía vigente, conceptualización de Ch. S. Peirce (1931/1974).

La descripción que hace Dondis del acto de visualizar como "la capacidad de formar imágenes mentales" es especialmente discutible por cuanto, como todo el mundo sabe o debería saber, las susodichas "imágenes mentales" –caso concreto, las imágenes oníricas– tienen la incómoda particularidad de ser *invisibles*: su "visualización" es un acto posterior a su emergencia y consiste en su representación, ahora sí *visual*, por medio de imágenes icónicas que con respecto a aquellas imágenes mentales, mantendrán algún grado de semejanza –o bien representando aquel imaginario mediante la palabra escrita (Lewis, 1865/1999).

La versión que la autora postula de los "Lenguajes" en tanto "sistemas construidos por el hombre para codificar, almacenar y descodificar [sic] informaciones" (Dondis, 1976, p.25), versión mutilada y deformada de la Teoría Matemática de la Comunicación de Shannon y Weaver (1949) revela su profundo desconocimiento del complejo proceso comunicacional –imperdonable en un texto cuyo temática es, precisamente, la Comunicación visual.

Su concepto de "imagen" es estrechamente reduccionista puesto que excluye de tal categoría a la palabra escrita y también a lo que el traductor transcribe como "pictografías" –que, suponemos, se trata de pictogramas– cuyo carácter visual es indiscutible.

Su descripción del concepto mismo de "Alfabetidad Visual" que "implica comprensión, el medio de ver y compartir el significado a cierto nivel de universalidad previsible" (Dondis, 1976, p. 205) no contribuye a su mejor inteligencia, así como la forzada analogía –por no decir equivalencia o igualdad– que establece entre las palabras de la Lengua y los "conjuntos compositivos" y las "técnicas" de la "alfabetidad visual", que deviene absolutamente indemostrable.

No obstante sus flagrantes falencias teóricas el texto de Dondis fue utilizado asiduamente en aquellos años, a falta de algo mejor. Treinta años después aquel discurso suena irremediablemente anacrónico.

Aquí y ahora

En el inicio del último año de la primera década del siglo XXI el escenario del mundo, de la Cultura y del Diseño es radicalmente otro.

La derrota norteamericana en Viet Nam (1975), la caída del Muro de Berlín (1989) y el colapso del "socialismo real" (1991), la hegemonía del neo liberalismo y del Capitalismo financiero (Ronald Reagan, Margaret Tachter, la dinastía Bush y el Consenso de Washington, las políticas de "ajuste" del Fondo Monetario Internacional) que conducirían a sucesivas crisis locales, al estallido de la burbuja inmobiliaria norteamericana y la actual crisis global que aqueja al sistema capitalista con particular saña en los despectivamente denominados P.I.G.S. –Portugal, Ireland, Grece, Spain– marcan un punto de inflexión en la historia del Capitalismo tardío. Por otro lado, el irracional ataque a las Torres Gemelas y, como consecuencia la demonización del mundo islámico, la guerra de agresión contra Irak –que, además de la de Sadam Hussein ha dejado cerca de un millón de muertes en ese país–, la invasión a Afganistan, el interminable conflicto palestino-israelí, conforman un escenario mundial de pronóstico reservado: de la tensa bipolaridad del período de la Guerra Fría a la unipolaridad imperial y a una nueva bipolaridad, esta vez con China continental como antagonista del imperio financiero-bélico-comunicacional.

Por otra parte la "revolución" informática que ha cambiado profundamente las formas de comunicación interpersonal y social y está produciendo un nuevo tipo de sujeto, el *homo informaticus*, que funciona –y lo que es peor, piensa– a fuerza de *chips*; el fracaso de las profecías apocalípticas de la primera Posmodernidad que auguraban el "fin" de la Historia y la "muerte" de las ideologías; el surgimiento, con pretensiones hegemónicas, de la Semiótica como explicación final de los procesos cognitivos; la deificación de "la Tecnología" como "solución final" de los problemas de la sociedad, la dictadura de los cada vez más concentrados medios masivos de comunicación como factores de poder que construyen realidades mediáticas y opiniones públicas, constituyen algunos de los parámetros socioculturales vigentes en la actualidad. A lo que habría que agregar el deterioro creciente y en algunos casos irreversible del Medio Ambiente como consecuencia de su voraz depredación.

En tanto Latinoamérica atraviesa por una etapa de arrestos emancipatorios que cuestionan la sumisión imperial (Venezuela, Brasil, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Nicaragua, El Salvador, la increíble supervivencia de Cuba) y nos muestra la "tectónica de la miseria" (Wargny, Ch. 2010) como factor determinante de la reciente catástrofe haitiana y el más reciente "terremoto social" sufrido por Chile) en un subcontinente que ostenta la mayor desigualdad en la distribución de la riqueza en el mundo, peor aún que la de África

En la Argentina la instauración de la más sangrienta dictadura de su historia, la derrota anunciada de la Guerra de Malvinas, el menemato, la fuga, antes de tiempo, de dos presidentes radicales, el fracaso de la Alianza y la crisis del 2001 –y en ese contexto el acceso del Diseño a las aulas universitarias, oportunamente colonizado por la Arquitectura en el caso de la U(N) BA– definen un cuadro de situación que exige a quienes insistimos, *a pesar de todo*, en la imposible tarea de "enseñar", un esfuerzo constante por ampliar el horizonte de lo posible y por la construcción de futuros menos hostiles a la hoy vacilante condición humana.

De abnegado "oficio" o vergonzante "arte aplicado" el Diseño, en todas sus versiones disciplinares, se perfila hoy como una profesión que aspira ser considerada en pie de igualdad con el resto de las profesiones universitarias, lo que demanda de sus practicantes una formación integral que excede lo meramente técnico e instrumental.

La crítica a una insostenible "Alfabetidad Visual" nos conduce –en el caso del Diseño gráfico– a la formulación de una propuesta alternativa situada en el contexto global, regional y nacional antes descripto. El concepto de "Alfabetidad" debe ser descartado y sustituido por una categoría más amplia que incorpore la noción de Semiosis en el marco de una Cultura Visual integradora, en un proceso de Enseñanza/Aprendizaje del Diseño cuyos objetivos serían capacitar al estudiante para que pueda ejercer razonablemente la profesión de comunicador visual, brindándole las condiciones institucionales adecuadas para que construya y haga propios los conocimientos teóricos, históricos y humanísticos esenciales de la disciplina, así como hacerse de las técnicas y habilidades que lo autoricen a la práctica de la profesión.

Nuestra experiencia de años de aprendizaje en el ejercicio de la docencia universitaria del Diseño en sus distintos niveles nos autoriza a proponer una síntesis de los fundamentos, conceptuales, técnicos y operativos, que el estudiante debería construir a lo largo de su formación para acceder a aquella Cultura Visual indispensable en un profesional de la Comunicación.

Entonces, empecemos por el principio.

¿Qué vemos?

La ciudad moderna es la expresión arquitectónica de la burguesía (Feinman, 2010) el escenario conflictivo de la dinámica contradictoria del Capitalismo industrial y financiero: la urbe, la megápolis, la *City*, los shoppings, pero también las villas miseria, los marginados, la violencia, los chicos de la calle, la "inseguridad", la lucha de clases.

El *universo visual* en el contexto urbano se nos presenta en una mirada superficial como la acumulación azarosa y caótica de percepciones originadas en diferentes fuentes, básicamente, *objetos*, entre los cuales incluimos la presencia física de sus habitantes e *imágenes* de muy distinta índole. Avenidas inhóspitas encerradas por edificios no más amigables, señales de tránsito, vehículos, transeúntes apurados conectados a uno o más artefactos que resguardan su autismo, semáforos, marquesinas, vidrieras, carteles publicitarios, letreros luminosos, kioscos de diarios y revistas, puestos de flores, "manteros" que despliegan su abigarrada mercadería en las veredas, deterioradas paradas de colectivos, multicolorida presencia de las verdulerías, "pintadas", grafitis y stencils en las paredes, pasacalles que hacen público lo privado, indumentos y accesorios que velan y develan los cuerpos anónimos que circulan raudos por las calles en busca de una esquiva felicidad –y a quienes todo lo humano les es ajeno, excepto cada uno para sí y para su ensimismada mismidad– jaurías de perros, perros abandonados, repartidores de volantes, policías, mendigos, arrebataadores, tribus urbanas, personajes anónimos y anómicos. En fin, una enumeración exhaustiva de todo *lo que vemos* en la vía pública sería interminable e imposible. En el interior de los edificios de acceso público el paisaje es similar: góndolas de supermercados colmados de millares de envases desesperados por atraer la atención de los *consumidores* (palabra "ícono" de la jerga académica), estantes atiborrados de discos o libros o zapatillas, miles de diarios, periódicos, folletos y revistas plagados de avisos publicitarios que esperan ser leídos y, como si toda esta *agresión visual* fuera poco, la insoportable omnipresencia de los televisores bombardeando mediocridad, desinformación y spots publicitarios, con crispados animadores, groseras risotadas, gritos estentóreo, música estridente, espectáculos chabacanos y patéticos personajes "mediáticos" –el "fortismo" como último alarido o rebuzno de la moda– viviendo sus 15 minutos de fama –y el eterno partido de fútbol presente en las pantallas de los televisores veinticuatro horas diarias.

Además, dentro de este contexto visual desangelado y frenético que soportan estoicamente millones de personas todos los días, coexiste otro universo más selecto, el de las "artes" visuales –pintura, escultura, fotografía– y audiovisuales –cine, ahora en 3D, teatro, ahora "dramaturgia", ópera, conciertos, recitales de rock y de música popular en general– mezclados, juntos y revueltos, con "instalaciones", performances y otras expresiones "creativas" de las supuestas vanguardias posmodernas más cerca de la farándula que del Arte –si es que tal cosa todavía existe. Es conveniente aclarar en este punto que la música, en particular, la mal llamada "música clásica" –término que en el imaginario popular engloba a todas las manifestaciones musicales no "populares", desde el canto gregoriano al minimalismo, pasando por la música del Renacimiento, el barroco, el período "clásico", el romanticismo, etc.– la música, repetimos, tampoco puede prescindir de "lo visual" desde su gestación y registro (la partitura) hasta su ejecución pública, trátese de un concierto sinfónico como de un recital de rock, instancia en la cual la música

deviene espectáculo visual, cuando no directamente "show" multimedial.

Por último al heterogéneo *universo visual* que venimos describiendo y que nos envuelve más allá de nuestra voluntad, tendremos que agregar los millones de libros que se imprimen anualmente y que se apilan en librerías y bibliotecas públicas y privadas y, por supuesto, el mundo de Internet con sus múltiples escenarios virtuales en los cuales los límites, siempre precarios, entre "realidad" y "representación" se disuelven definitivamente.

Este universo, que conforma la vida cotidiana de millones de personas, está atravesado por una carga implícita, que a veces se vuelve manifiesta, de violencia, –violencia de clase y violencia entre clases– manifestación contemporánea, exacerbada por los medios y la tecnología, de aquel *malestar en la cultura* tempranamente denunciado por Sigmund Freud (1930/1998)): el *otro* es un adversario que en muchos casos deviene en enemigo.

Es necesario insistir en que estos fenómenos visuales, signados por un irracional culto a la velocidad –en cuya gestación y producción el Diseño cumple un rol protagónico– se presentan superpuestos, de manera simultánea y convergente a la mirada del sujeto quien, según sus intereses, afectos o urgencias "podrá en foco", cristalino mediante, aquello que "necesita" ver efectivamente arrojando a los márgenes imprecisos de su cono de visión aquello que carece de importancia o lo distrae: basta observar *la mirada vacía* de los pasajeros de los colectivos para comprobar este aserto. Prisionero de la jungla o laberinto visual que lo aprisiona, cada sujeto cree que decide libremente, para bien o para mal, su propio itinerario, cuando en realidad no tiene otra alternativa que seguir la ruta o rutina que, más allá de su voluntad, le ha sido diseñada por los mecanismos coercitivos y alienantes del Mercado y la "libre" competencia: su prisa no es sino la consecuencia de un modelo de acumulación de capital que finca su rentabilidad en la velocidad con que los productos son consumidos por el "mercado", como consecuencia, a su vez, de la sobre oferta de mercancías. Una excepción posible: el turista que recorre por primera vez la ciudad, aunque, en los tiempos que corren, también él va a terminar corriendo para mirar aquello que la mirada del guía le impone ver.

Desde que el recién nacido –que nunca pidió serlo– abre por primera vez sus ojos en la ascética sala de partos hasta que una mano piadosa cierra para siempre los párpados marchitos del recién muerto –que tampoco pidió serlo– los estímulos visuales, objetos, imágenes de objetos, imágenes de imágenes, acompañan tercamente al avatar humano, como un perro abyecto.

Descartada cualquier pretensión de establecer un orden "alfabético" ¿es posible introducir en este *universo visual* caótico, desordenado, anárquico, violento y violador de la intimidad, en movimiento continuo, una cierta aunque precaria *legibilidad*?

Un obstáculo metodológico o los límites de la verbalidad

Al intentar describir el universo visual en permanente construcción y deconstrucción que habitamos se nos presenta una dificultad insalvable: la *estructura lineal* de la Lengua, y de su representación visual, escrita, la cual desde su base alfabética opera mediante la yuxtaposición sucesiva y ordenada de enunciados en el espacio bidimensional, por lo que no resulta apta para la descripción discursiva del universo visual cuya estructura *no lineal* opera por la superposición simultánea de estímulos que se despliegan en un espacio tridimensional de orden semiesférico, con la complicación adicional de que los objetos e imágenes percibidos –en definitiva todos

concluyen configurando imágenes visuales— se encuentran en constante movimiento que, en ocasiones, incluye al mismo observador. La técnica del hipertexto provee una manera de abordar esta dinámica —pero cada uno de los textos sigue manteniendo un orden secuencial.

La acumulación aparentemente desordenada de objetos e imágenes en movimiento que el ojo percibe es la resultante aleatoria de la convergencia sincrónica en un tiempo y espacio dados de una sumatoria de intenciones individuales y grupales muchas veces contrapuestas. Las personas que circulan, a pie o en vehículos, vienen de algún lugar y se dirigen a otro con algún propósito, los objetos e imágenes que construyen el paisaje urbano, desde los edificios hasta los grafitis, han sido diseñados y materializados premeditadamente para que cumplan determinada función práctica: *lo que vemos* no está allí por casualidad, ha sido proyectado, por alguien, con algún propósito casi nunca desinteresado.

La mirada aguda del observador podrá entonces detectar configuraciones espaciales o *gestalten* que se repiten con cierta regularidad: la "gente" se encolumna obediente (accesos a estaciones de subterráneo, por ejemplo) formando "manadas"—en ocasiones travestidas en "jaurías", caso *barrabravas* en las canchas— que circulan en direcciones opuestas, o forma ordenadas filas —la familiar "cola"— en las paradas de colectivos, en las ventanillas de los bancos y de las estaciones ferroviarias, en la entrada de teatros y cines, en las cajas de los supermercados, en los cajeros automáticos, en las oficinas de instituciones públicas o privadas. O se apostan formando *piquetes* en esquinas estratégicas de la ciudad interrumpiendo el tránsito para atraer la atención de "los medios" y por este medio dar a conocer públicamente sus reclamos.

Por su parte los automovilistas, colectiveros, camioneros y motoqueros se desplazan velozmente, en general en la misma dirección, de acuerdo al ritmo que les impone el diástole/sístole de los semáforos, lo cual no impide que, por fallas humanas producto de urgencias extremas o por fallas técnicas, o porque la capacidad de las calles y autopistas está colmada, lo que sucede siempre en las "horas pico", se formen embotellamientos interminables —situación que Julio Cortázar anticipara con maestría en *Autopista del Sur* (2004)— en los cuales los conductores dan rienda suelta a su reprimida histeria haciendo sonar las estridentes bocinas de sus vehículos, como si tal algarabía pudiera, mágicamente, resolver el congestionamiento.

La "gente", por su parte, se viste de determinada manera, de acuerdo a sus posibilidades económicas, el tipo de actividad que tenga que cumplir y al rol social que representa en la escena urbana y efectuará determinados movimientos gesticulares según rituales socialmente establecidos. Las imágenes visuales, informativas o persuasivas, están ubicadas en lugares adecuados para que puedan ser fácilmente percibidas por la mirada de los públicos a las que están destinadas, aún cuando ello pueda poner en riesgo al observador distraído.

Por detrás del aparente desorden subyace el *orden invisible* del modo de producción.

Los "lenguajes" visuales

Una mirada que hincó su navaja con mayor profundidad, *una mirada semiótica*, diríamos, puede incluso llegar a inferir que en la medida en que aquellos objetos e imágenes han sido diseñados y en la medida en que las personas actúan intencionadamente, motorizadas por cuestiones pragmáticas, tales objetos e imágenes, en tanto devienen significativos, pueden ser organizados como sistemas de signos o "lenguajes" visuales de distinta materialidad y comple-

alidad semántica y sintáctica, aún cuando no hubiesen sido diseñados y producidos originalmente con propósitos comunicacionales. Dichos "lenguajes" comparten un único elemento en común, el de ser percibidos mediante el sentido de la vista –razón por la cual los hipoacúsicos no pueden comunicarse en medio de la oscuridad, mientras que en las mismas condiciones los no videntes sí pueden hacerlo.

En lo que respecta a los *objetos*, algunos han sido diseñados con el propósito de comunicar informaciones puntuales dirigidas al sentido de la vista, como los semáforos, las señales de tránsito y los sistemas señaléticos en general o como soportes físicos de enunciados verbales rerepresentados por imágenes visuales de distinto tipo, como los afiches de vía pública. Otros, en cambio, han sido producidos para que cumplan una función específica –edificios, vehículos, electrodomésticos, herramientas– no obstante lo cual también comunican información acerca de su uso, del "estilo" que comparten con otros objetos, del "gusto" y estatus del usuario así como de su supuesto poder adquisitivo, instancia en la cual también devienen signos. Por último, hay objetos que comparten ambos registros y que al mismo tiempo que cumplen una función práctica brindan información acerca del usuario y de su identidad, como ocurre con la indumentaria en general y no sólo en el caso de los uniformes civiles y militares.

Todos estos casos se pueden englobar en lo que hemos denominado "*lenguaje*" visual *objetual* constituido por objetos de muy diversa materialidad, dimensión, durabilidad y utilidad que han sido diseñados y producidos como vehículos de comunicación o a los cuales se les atribuye, por convención, dicha función.

El propio *cuerpo* de los sujetos, tan maltratado como sede de placer por la tradición judeocristiana, puede también ser implementado como vehículo idóneo de procesos comunicacionales: los gestos y acciones físicas pueden funcionar como eficaz sustituto o complemento del Lenguaje verbal en circunstancias puntuales en las cuales adquieren valor de signo, dando lugar a lo que designamos como "*lenguaje*" visual *corporal*. Por otra parte el cuerpo es el soporte indispensable de enunciados visuales como sucede en el caso de la indumentaria.

Junto a los objetos mencionados, el universo que estamos indagando incluye también *imágenes visuales*, entendidas como la representación icónica o no icónica de objetos reales o imaginarios o de los sonidos de la Lengua sobre un soporte físico, material o virtual.

En primer lugar, discernimos las imágenes visuales de carácter *icónico*, aquellas que representan por analogía los rasgos formales o estructurales de objetos realmente existentes o de aquellos producidos por los imaginarios sociales tales como las figuras de las diferentes mitologías o bien por la imaginación del autor. No está demás señalar, que para el vulgo y, lamentablemente, también para algunos docentes, éstas son las únicas imágenes visuales a las cuales se reconoce como tales. En algunos casos estas imágenes han sido realizadas con propósitos prácticos de comunicación, como ocurre con las pinturas rupestres, o con objetivos propagandísticos como los frescos de la Capilla Sixtina, las obras del muralismo mexicano o el *Guernica* de Pablo Picasso, casos en los cuales su condición *signica* es evidente. En otros casos, aunque no haya existido por parte del autor tal propósito comunicacional –caso paradigmático, la obra de Vincent van Gogh– con el paso del tiempo aquellas imágenes asumen el carácter de signo de una época o estilo y así son registradas por las historias del arte.

Está claro que aún en aquellos casos de representación *mimética* de la realidad, dicha representación, como ocurre con la fotografía, nunca puede ser absolutamente "objetiva" puesto que está atravesada por la percepción, sensibilidad y propósitos del autor como la clásica *Muerte de*

un miliciano, tomada por Robert Capa en septiembre de 1936 en el frente de Córdoba en los inicios de la Guerra Civil Española. Hay casos, inclusive, en que la foto es "armada" con fines propagandísticos como ocurrió con *Raising the Flag on Iwo Jima* la famosa fotografía de Joe Rosenthal tomada el 5 de marzo de 1945 en la cima del monte Suribachi –con la cual obtuvo el Pulitzer– verdadera "puesta en escena" cuya historia Clint Eastwood devela en su filme *Flag of our fathers* (2007).

Gracias al desarrollo de las técnicas de reproducción gráfica todas estas obras, expresión del "lenguaje" visual con imágenes icónicas, abusivamente expropiadas por las historias del arte, han alcanzado difusión masiva y pueden ser apreciadas, con los inevitables cambios de escala y textura, por un público que jamás hubiera podido acceder a contemplarlas personalmente en los museos de los países del Primer Mundo, cuando no en las bóvedas bancarias, lugares donde sus originales están celosamente custodiados en razón de su elevado valor monetario.

El "lenguaje" visual, por imágenes que estamos examinando, también incluye las imágenes no icónicas, las *figuras geométricas*, puras o combinadas, que carecen de correlato exacto en la Naturaleza vegetal y animal –base constructiva del Diseño– y las *figuras orgánicas*, manchas, improntas, producto aleatorio y mecánico de flujos impelidos por campos de fuerza químicos y físicos. Ambos tipos de imágenes han sido también utilizadas por las artes plásticas (Suprematismo, Neoplasticismo, Expresionismo abstracto, entre otras) y constiuyen el "lenguaje" visual con imágenes no icónicas.

Por último, ahora sí, debemos incluir en nuestro *universo visual* que, como se ve, excede largamente al módico "modo visual" de Dondis, las *imágenes escriturales*, las letras del alfabeto que representan los sonidos de la Lengua cuya combinatoria reglada, como ya fue explicado, hacen posible la escritura y, desde Gutenberg, la impresión y con ella la difusión masivas de ideas y relatos –base de la Modernidad y de la cultura letrada occidental.

Podemos entonces concluir que las imágenes visuales enumeradas, casi todas de carácter artificial, pueden ser agrupadas en diferentes "lenguajes" visuales, icónicos, geométricos, orgánicos y escriturales, todos los cuales están presentes en el universo visual urbano junto a objetos con valor de signo de diferente tipo. En ese escenario los sujetos, las corporaciones y las instituciones públicas y privadas utilizan de maneras simultánea y compitiendo entre sí los diferentes "lenguajes" visuales que hemos detallado para atrapar la mirada social, para comunicarse los sujetos entre sí y las empresas e instituciones con sus públicos –además de utilizar y superponer a lo visual el Lenguaje verbal, a veces a "grito pelado"; y otros recursos lingüísticos no verbales (alarmas, sirenas, silbatos, etc) que por su condición de *invisibilidad* exceden los propósitos de este trabajo. El *universo visual* que, con las limitaciones metodológicas señaladas oportunamente, hemos intentado describir es una de las manifestaciones perceptibles de la Semiósfera que nos envuelve, junto al mundo de los sonidos –las palabras pronunciadas, los ruidos, la música– y el mundo de lo audiovisual. Dicho universo no es "simétrico", en el sentido estricto del término, esto es, *sujeto a medida*, y no es armonioso ni equilibrado puesto que se encuentra en permanente movimiento, lo que dificulta su aprehensión y análisis. Por lo demás, como hemos demostrado, está atravesado por diferentes "lenguajes" cuyo único rasgo común es que son percibidos por el sentido de la vista, por lo que la existencia de un supuesto "lenguaje visual" único y omnicompreensivo se evidencia carente de sustento teórico y empírico –en particular en la enseñanza del Diseño, lo que nos lleva a una última reflexión.

La cuestión del "lenguaje" visual y su enseñanza

Existe, en efecto, un "lenguaje" *visual gráfico* que constituye una de las asignaturas introductorias en las carreras de Diseño. En dicha asignatura se imparten conocimientos y se realizan trabajos prácticos sobre los "elementos básicos" del Diseño (elementos de composición, equilibrio y tensión, elementos visuales –color, textura– a los cuales se suele agregar, intempestivamente, la Tipografía) además de nociones acerca de la marca o la Identidad Visual, alguna referencia a figuras retóricas descontextualizadas así como información básica sobre la cuestión del signo. Entendemos, a *título personal* –locución que tomamos en préstamo del programa radial homónimo de Víctor Hugo Morales por Radio Nacional Clásica– que concebida en estos términos el aporte de dicha "introducción" a la construcción de una Cultura visual integral es bastante reducido, ya que se limita, en general, a cuestiones de orden técnico.

Para que una introducción al "lenguaje" visual gráfico cumpla un rol eficaz en la formación del futuro profesional consideramos imprescindible que este "lenguaje" sea estudiado en relación con el conjunto de "lenguajes" visuales de los cuales forma parte, ya que en su realización práctica –la pieza gráfica, cualquiera ésta sea– el diseñador deberá utilizar con fines estrictamente comunicacionales elementos visuales, icónicos, no icónicos y escriturales– provenientes de otros "lenguajes" visuales.

Asimismo es fundamental, para despegarse definitivamente de lastres formalistas, resabios de alguna añeja "Morfología", destacar que todos los "lenguajes" visuales, entre ellos el "lenguaje" gráfico, no significan nada por sí mismos puesto que todos ellos, como se ha intentado demostrar, están subordinados al Lenguaje verbal: cualquier acto de Diseño gráfico desde su origen (el encargo profesional) hasta su consumación (la percepción e interpretación del público del manifiesto visual) es un *hecho lingüístico*, al servicio de la comunicación y, por lo tanto, sujeto al análisis semiótico. Con las adecuaciones pertinentes, en función de las características específicas de cada especialidad, este aserto es válido para el conjunto de los Diseños.

En consecuencia, la cuestión del Lenguaje y del Lenguaje verbal, la problemática del signo en sus diferentes manifestaciones sensibles –auditiva, verbal, táctil, etc.– y en sus distintos abordajes teóricos, Saussure, Peirce, Valdés de León, G. A. (2008, a) y otras– el estatuto de la imagen y sus diferentes tipologías (Id. Ant. 2005) y, por supuesto, la complejidad, subjetiva y social del acto comunicacional (Id. Ant. 2008, b) se presentan como el ineludible objeto de estudio en la etapa introductoria de la disciplina, con la consiguiente y también ineludible aproximación *semiótica*. Superada, esperamos que de manera definitiva, la cuestión de la "alfabetidad visual" consideramos que éste es un itinerario adecuado, entre otros posibles, para que nuestros alumnos puedan ir accediendo a una sólida Cultura visual, condición de un perfil profesional acorde a las demandas comunicacionales de la sociedad y al nivel cultural de un graduado universitario.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Cortázar, J. (2004). Autopista del Sur. En, *Todos los fuegos el fuego*. Buenos Aires: Alfaguara.
Dondis, D. A. (1976) *La Sintaxis de la imagen. Introducción a la Alfabetidad visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
(1973). *A prime of Visual Literacy*. Massachusetts Institute of Technology.

- Feinmann, J. P. (7/03/2010). América Latina, el origen. En, *Página 12*, p. 40.
- Freud, S. (1998). *El Malestar en la Cultura*. Obras completas. Tomo XXI. Buenos Aires: Amorrortu.
- (1930). *Die Umbehagen*. Viena y Zurich: Internationaler Psycho-analitscher Verlang.
- Lewis, C. (1999). Alicia anotada. Edición de Martin Gardner. *Alicia en el país de las maravillas/A través del espejo*. Ilustraciones de Joha Tenniel. Madrid: Akal.
- (1865). *Alice's Adventures in Wonderland*. Londres: Macmillan.
- Masotta, O. (1977). *Lecciones de Introducción al Psicoanálisis*. Buenos Aires: Gedisa.
- Peirce, C. S. (1974). *La Ciencia de la Semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- (1931). *Speculative Grammar*. En, *Collected Papers*. The Belknap Press of Harvard University.
- Shannon, C. y Weaver, W. (1981). *Teoría Matemática de la Comunicación*. Madrid: Forja.
- (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana Champaing III. University of Illinois.
- Valdés de León, G. A. (2008, a). Dialéctica del Signo. Hacia una Teoría unificada del Signo lingüístico. En, *XVI Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- (2008, b). Contra Babel. La Comunicación en el contexto de la Semiósfera. En, *Actas de Diseño 5*. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- (2005). Cinco posibles maneras de mirar la imagen. En, *XIII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- (2004). Introducción (de una crítica) al "Lenguaje Visual". En, *XII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*. Buenos Aires. Universidad de Palermo.
- Wargny, C. (febrero 2010). La tectónica de la miseria. En, *Le Monde Diplomatique*. Buenos Aires.
- Wong, W. (1979). *Elementos del Diseño bi- y tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili.
- (1977). *Principles of Three-Dimensional Design*. New York: Van Nostrand Reinhold Co.
- (1972). *Principles of Two-Dimensional Design*.

Summary: The article analyzes the fact that the term "visual alphabet" is still being used by Design professors and proposes the necessary change of this ambiguous concept.

Key words: education - Graphic Design - languages - Visual alphabet.

Resumo: O escrito aborda o fato de que a locução "Alfabetidad Visual" ainda é utilizada por alguns dos professores de Design –que agora já dispõe de status de universitário– sem que tenha sido posta em questão. Trinta e quatro anos depois, se impõe uma necessária revisão daquele equívoco conceito.

Palavras chave: Alfabetidad Visual - Design Gráfico - ensino - linguagens.
