

## - Del cartelismo al memismo.

Pablo Venegas Romero  
Universidad de Valparaíso  
pablo.venegas@uv.cl



Textos bajo licencia Creative Commons  
Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

He caminado últimamente como no lo hacía desde hace un tiempo y me quedé con una foto del paisaje, efectivamente hay menos afiches en las calles; y los que hay, se van insertando en el panorama como bien situados, armónicamente a veces, en vitrinas subterráneas del metro, en paraderos de micros y buses, en estaciones, ya poco en postes o similares, lo menos en muros; de hecho, hay más murales como obras de gran calidad representativa, ilustraciones y stencil, mucho sticker, pequeñas intervenciones, también rayados varios que, desde otra mirada, ensucian las calles y las paredes de la arquitectura urbana. Pero en la foto me pareció ver menos afiches, más bien textos o avisos en hojas como quien deja un cartel de voy y vuelvo colgada en la puerta del lugar de trabajo; tampoco es tan novedad si pensamos en el estado actual de la tecnología y cómo ello ha venido modificando la manera de comunicar nuestros mensajes.

Una cosa interesante sí, es que con esta foto he podido conversar y preguntarme junto a los colegas ¿dónde encontramos los afiches y carteles en el momento actual?, ¿cuáles pueden ser los elementos, medios o formatos que vienen a reemplazar esa tarea?, ¿hay lugares o espacios en las ciudades que aún necesiten de esta pieza comunicacional? Sin querer hacer una definición ni generalizar o entrar en *cómo trabaja la figura visual de manera semántica* –pues ya existe en la literatura un análisis amplio sobre el tema–, sino con el ánimo de enfocar la respuesta, acordemos en simple que el afiche clásico es *una pieza comunicacional pública, impresa en papel, de rápida lectura, casi al paso, que debe difundir un tema o informar sobre una cuestión en un factor de tiempo restringido, con mucha claridad y de gran impacto*, para que dentro del paisaje urbano, macro o micro, las personas quieran detener su tránsito y fijar la mirada en ese trozo de papel informativo, como una pausa dentro del vértigo cotidiano.

Con ese marco, y buceando superficialmente en el mar de medios que hoy circulan por la red, encontramos diversos formatos que parecieran cumplir tareas similares, de diversa calidad visual y que, vistas sus circunstancias, van desarrollando modos y funciones más específicas, como modelos que *intermedian* y coquetean a la vez con varias plataformas, y donde al parecer la imagen sigue siendo un elemento sustancial; *mailing, banner, popup, notificaciones, instream*, u otros que claramente traspasan las fronteras de la función específica para la que fueron creados, como *emojis, avatars, reels, historias, estados, vivos, gifs, o stickers*; medios y modos que se asumen con cierta función muy de la mano de las redes sociales. Entre estos, el *meme*, que haciendo referencia a la idea de Richard Dawking del gen cultural,<sup>1</sup> es uno que quizás se acerca al afiche, pues podemos interpretarlo como una pieza de expresión antes socialmente instintiva que prediseñada para una tarea específica y/o para un *target* particular, además de comprender gran parte de la definición de afiche acordada; es un elemento de comunicación sólido del que se nutren incluso otros medios tradicionales como la radio y la tv abierta fundamentalmente, que parece creado naturalmente en el tráfico digital como una respuesta inmediata a los hechos contingentes –tiempo-espacio propio de la red–, como acción espontánea del internauta y sus conexiones, como el lenguaje callejero.

En este sentido, podríamos decir que la expresión de la *calle análoga* se ha ido trasladando y adaptando, el tránsito crece digitalmente y la nueva estructura urbana, ahora digital, necesita de medios configurados no solo en espacio y tiempo (de manera técnica), también en códigos y lenguaje (de manera social, cultural), y en un escenario donde la imagen que vemos mantiene un rol principal. De pronto el meme es el afiche, o se acerca, o es más bien su evolución, pues así como satura las redes (ensucia las calles), colabora

<sup>1</sup> Su libro "The Selfish Gene" cumple en poco más 50 años, y algunas de las ideas contemporáneas de la comunicación digital aún ven referencia en este tratado. [https://centerforinquiry.org/news/the\\_selfish\\_gene\\_at\\_40\\_richard\\_dawkins\\_reflects\\_on\\_his\\_landmark\\_work\\_in\\_ske/](https://centerforinquiry.org/news/the_selfish_gene_at_40_richard_dawkins_reflects_on_his_landmark_work_in_ske/)

con la necesidad de expresión de la comunidad tal la comunicación en la calle análoga. En eso pienso ahora mientras vuelvo a caminar, como tratando de vincular los hechos o de buscar la coincidencia entre la ausencia del papel que tapizaba muros y postes en la urbe con su comunicación análoga y el vértigo de su réplica digital que se viraliza por la supercarretera, donde su posibilidad productiva ahora es masiva, de bajo costo e instantánea. Se democratizó la información y con ello el acceso a medios, modos y formatos, pero no solo para recibir o escuchar, también para hablar y comunicar; el espacio para hablar o gritar está a la vuelta de una imagen. Muchos tenemos un teléfono, y cada uno de estos hoy tiene también una cámara y conexión con el mundo;<sup>2</sup> en esta circunstancia todos podemos contar una historia o publicar un meme.

Hemos masificado el acceso a la información y también a la publicación de la misma; los formatos, herramientas y medios que se utilizan también se multiplican y, me imagino, se diversifican con ello las responsabilidades. “Estar conectado” es hoy un factor fundamental para el crecimiento de los países; nos permitió sortear la última pandemia de manera menos aislada y con cierto grado de funcionamiento y mantención de las actividades sociales cotidianas. Nos ha conducido a niveles de acceso y de posibilidades infinitas para compartir información instantánea y ubicuamente y su crecimiento respecto de la población sigue en alza. La incorporación en todas las esferas y los ámbitos del saber, crece también; en las aulas, el apunte y el trabajo se traslada de los libros y cuadernos a los teléfonos y tablets; del software del ordenador a cualquiera de los publicadores gratuitos o a cuanta *app* para desarrollo de al menos texto e imagen existe hoy; del diario mural al whatsapp y las redes, vamos tomando sitio en los modos y los medios contemporáneos de la comunicación.

Me quedé con esta fotografía del paisaje al salir a caminar, y luego trasladé mi reflexión a la sala de clases, con nuestros alumnos, quienes para realizar apuntes de clases toman foto de la pizarra, escriben en el teléfono y en la tablet, buscan ideas en pinterest, revisan tutoriales en *tiktok* o *youtube*, elaboran presentaciones en *canvas*, y se comunican a través de *discord*. Me parece que es importante conversarlo (a propósito del prejuicio colectivo de que los jóvenes no leen hoy), para no prohibir sino utilizarlo con todas sus competencias, cualidades o atributos y de pronto con ello al contrario, promover la lectura. Humberto Maturana en una entrevista<sup>3</sup>, a propósito de esta crítica que se hace sobre *que los niños no leen*, dice: “El fotógrafo no fotografía lo que hay, genera lo que hay a través de fotografiarlo porque lo saca al presente...” para referirse sobre el hecho de que los niños no aprenden a leer leyendo si no existe una conversación sobre lo que se está leyendo, lo que implica hacer público el contenido, o bajo otro concepto, se edita, se publica, se da a luz un motivo o un asunto, se trae al presente para ser precisamente presentado.

La calle siempre ha sido un reflejo de nuestra circunstancialidad, nos presenta lo que sucede, y hoy nos viene a confirmar que los modos de hablarnos han venido cambiando

desde sus códigos y lenguajes tanto como desde sus medios; ha sido siempre un lugar de expresión para las personas, qué duda cabe; como un gran lienzo donde conviven todo tipo de manifestaciones, y de diversas índoles, como un pliego cultural donde se ilustra a la comunidad.

En el marco de lo ilustrativo para la sección INCISO viene a presentarnos su trabajo Javier López Vásquez, diseñador gráfico, profesor universitario de diseño, grabador e ilustrador, que hoy incursiona en la imagen tridimensional o escultórica; a través de una técnica clásica y milenaria como es el tallado de la madera, Javier ha comenzado a incorporar el volumen a su imagen. Y lo expreso no como una metáfora sino más bien como una realidad; conozco hace años su trabajo y puedo decir con seguridad que su expresión tiene un estilo reconocible, que lo hace propio y que en mi opinión ha logrado a la vez traspasar incluso la técnica. Si bien las figuras que nos presenta en este número responden a un nivel de representación conciso, sintético o preciso, siento que están cargadas de su expresión, que sus rostros, las proporciones, la gestualidad, así como la intensidad de los personajes, responden a un lenguaje propio de López. Para mí sin duda Javier es más artista que diseñador y eso se aprecia en su trabajo que se exhibe con un espacio más amplio para la contemplación emotiva que comunicacional, como con un mundo y un lenguaje singulares, a veces surrealista, que comparte en cada una de sus obras. Sus personajes tallados me parecen más bien grabados escultóricos, como xilografías que se han apoderado del espacio para no volver al plano bidimensional, con sentido de propiedad y gran personalidad. Javier ha sido un inspirador para sus estudiantes no solo como profesor de asignaturas de diseño, también como un artista que sin mucha tribuna deja huellas en quienes hemos tenido la oportunidad de conocerlo.

<sup>2</sup> Actualmente, cerca del 70% de la población mundial, tiene al menos un smartphone. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>

<sup>3</sup> URL: <https://youtu.be/YzKxyYKbvW4?si=lfS1KCyclwFp438l>