

Cartografías contrahegemónicas: el diseño como vínculo social

Nicolás Pinkus (DNI 20620290) contacto: nicolaspinkus@gmail.com

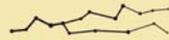
Gustavo López (DNI 17286016) contacto: guszepol@gmail.com

Institución: Departamento de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Lanús,

Resumen:

Este trabajo se inserta en una investigación vigente, "Cartografías del diseño social" (UBACyT 2014-2017), que asume la tarea de establecer un mapeo de las intervenciones del Diseño Gráfico en el contexto argentino, para hacer visibles las diferentes lógicas que coexisten en el llamado 'diseño social' e identificar las narrativas que las sostienen. Se busca reflexionar sobre la producción de imágenes de colectivos argentinos que resignifican críticamente la producción de sentido legitimada por los relatos estructurales del Estado y los medios de comunicación. Esta producción es diversa y busca articular enunciados contrahegemónicos, hibridando diferentes discursos, en particular el periodístico, el discurso del diseño de información y el discurso político-performativo en el espacio público. Entre la denuncia y la politización, lo icónico pretende convertirse en herramienta de subversión de la producción de sentido vigente. Esta intención obtiene resultados múltiples por su variedad de piezas y la complejidad discursiva de la propuesta. El Grupo Iconoclasistas de Córdoba es particularmente relevante para este encuadre, por su propuesta de cruce entre recursos gráficos y estéticos del discurso publicitario y el periodístico, con el fin de "destruir esos sentidos institucionalizados y aportar nuevos sentidos a partir de nuevas formas de creación" (declaró, Fernando Ruffa, uno de los fundadores del Colectivo). Esta dinámica híbrida es la que se busca analizar.

Palabras claves: Contrahegemonía – Discursos sociales- Diseño



La ponencia busca reflexionar sobre la producción de imágenes de colectivos político-culturales argentinos que resignifican críticamente la producción de sentido legitimada por los relatos estructurales emanados del Estado y los medios de comunicación. Esta producción es genéricamente diversa y busca articular enunciados contrahegemónicos, hibridando diferentes discursos, en particular el discurso periodístico, el discurso del diseño de información y el discurso político-performativo de acciones en el espacio público. El estatuto de estas imágenes resulta aglutinador de experiencias más amplias. Entre la denuncia y la politización, lo icónico pretende convertirse en herramienta de subversión de la producción de sentido vigente en el contexto argentino. Esta intención obtiene resultados diversos en buena medida por su variedad de piezas y la complejidad discursiva de la propuesta. El Grupo Iconoclasistas es particularmente relevante para este encuadre.

Los Iconoclasistas nacen en el 2006 con la intención explícita de combinar los recursos gráficos y estéticos del discurso publicitario y periodístico no para generar las dinámicas específicas de estos discursos (persuadir e informar) sino de utilizarlas con el fin de “destruir esos sentidos institucionalizados y aportar nuevos sentidos a partir de nuevas formas de creación” (entrevista de Fernando Ruffa para el portal AnRed¹). Julia y Pablo, los fundadores del Colectivo señalan que “uno de los objetivos es elaborar recursos para la comunicación de grupos, colectivos y distintos sectores en lucha que vienen laburando en la misma línea que nosotros (...) el proyecto surge de la idea de aportar para ampliar de alguna manera el imaginario de la izquierda, con imágenes que tengan un anclaje mayor con la realidad. No tan clásicas.” Dichos recursos no son tradicionales, provienen de hibridaciones gráfico-textuales de

raíz publicitaria, periodística y de los discursos de la militancia y el activismo, lo que redundará en el uso de diferentes soportes, materialidades, prácticas y contextos que buscan generar piezas alotópicas, desviadas, que combinan, por ejemplo, gramáticas de legibilidad

¹ Ruffa, Fernando. En <http://www.anred.org/spip.php?article2454>

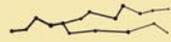


y estéticas comerciales con un intencionalidad de denuncia y concientización ligada a una circulación contextual que rompe con la visualidad naturalizada para ciertos espacios y situaciones sociales.

Géneros híbridos

Bajtín señala que los géneros que permanecen vigentes en una sociedad dada representan la expresión de las necesidades y demandas que esa organización social tiene; es decir, la vasta cantidad de géneros discursivos activos y vitales en un contexto específico se constituirían como una respuesta, una forma de canalizar esas necesidades de la comunidad cultural, desde las más simples hasta las más sofisticadas. Sin embargo, el planteo de Bajtín no avanza sobre las tensiones y conflictos que los géneros manifiestan en lo social. O dicho de otra manera: los actores sociales que detentan el poder económico, político y/o simbólico generan la proliferación de enunciados genéricos discursivos a un ritmo, una ubicuidad y una frecuencia que silencian, marginan u opacan la presencia de otras producciones de género, ligadas estas a la expresión de sectores no ligados al bloque hegemónico.

La estrategia contrahegemónica que plantea Iconoclasistas parece comprender que los géneros naturalizados solo pueden vehicular contenidos hegemónicos, por lo que hibridarlos permite una operación de vaciado y resignificación que permite recrear los códigos de percepción (semiótico-culturales) de los destinatarios potenciales. Esta operación discursiva de desnaturalización y resignificación se basa en dos pilares que se exploran en esta ponencia: a) la hibridación de los géneros discursivos y su reposicionamiento o modificación de lectura y/o consumo; b) revisión de las condiciones de producción de las piezas de género como parte sustancial de su producción de sentido. Uno de los géneros híbridos más importantes implementados por Iconoclasistas es el relativo a la cartografía crítica (que asume el nombre de subgéneros híbridos como los 'morfomapas', el 'mapeo colectivo', el 'mapa paquete' y los 'paisajes develadores'). Lo que estas



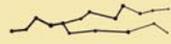
experiencias y producciones ponen de manifiesto es una otredad de lo social, una discursividad no expresada por los géneros tradicionales ni por los medios de comunicación de amplia cobertura. Y no solo medios masivos, a veces con entidad de existencia independiente y otras veces como parte de macrogéneros como diarios, revistas o noticieros televisivos, estos géneros naturalizados cohesionan hegemonícamente a ver lo real según coordenadas funcionales a la dinámica de poder vigente. Por esa razón, la construcción de la alteridad y su rechazo se relaciona también con cuestionar cierta mimesis de apropiación (Girard: 1987), cuya finalidad es controlar la "realidad" por medio de los discursos representacionales. El Estado- Nación y el poder de las corporaciones controlan la percepción de la realidad a partir de la apropiación mimética.

En otros términos, estos actores protagónicos regulan la capacidad de decir qué es un hecho y por lo tanto determinan cómo deben comportarse los individuos respecto de esa construcción del plano fáctico de lo real, un Real hegemónico.

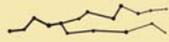
Hay un supuesto de base que constituye la producción de este Colectivo: se afirma que los géneros tradicionales son el vehículo privilegiado de la ideología del statu quo, por lo que no podrían generar ningún cambio de conciencia ni movilizar políticamente a la comunidad. Por ello, hay una constante preocupación por la fundación de géneros híbridos que sí producirían estas dinámicas. Al hibridar estéticas, temáticas y estructuras de diversos géneros se disloca la misma noción enunciativa (la representación y vínculo intra-enunciado de Enunciador y Enunciatario) y las instancias rígidamente estáticas de productor-consumidor de piezas discursivas que la regulación hegemónica busca para reproducirse y legitimarse. Los morfomapas,

suerte de cruce entre retórica metafórica y cartografía social, el pictograma de denuncia, que articula en su síntesis la rápida legibilidad y la visibilización de la represión policial y las cronografías, piezas gráficas digitales que esquematizan el desarrollo temporal genealógico de los abusos del Poder son parte substancial de estos desarrollos.

Lo contrahegemónico como práctica social



Para Marc Angenot, "la hegemonía es el conjunto de los 'repertorios' y reglas y la topología de los 'estatus' que confieren a esas entidades discursivas posiciones de influencia y prestigio, y les procuran estilos, formas, microrelatos y argumentos que contribuyen a su aceptabilidad." Tal aceptabilidad es la que el Grupo Iconoclasistas busca desestabilizar no ya con un discurso lingüístico y visual clásico (la palabra del debate y la persuasión), sino con herramientas propias de la visualidad contemporánea que permitan una rápida recepción en diferentes auditorios. Estas producciones comprenden claramente qué es lo digerible icónico actual o -en palabras de Martin Jay- reconfigurar el régimen escópico del presente para fines políticos. La cartografía crítica de Iconoclasistas se basa en una modalidad experiencial: sus mapas son un eslabón más de una semiosis compleja que implica debates conceptuales sobre la problemática de una comunidad que -en una serie de encuentros con modalidad de taller- discute una temática y se fortalece como protagonista y voz social respecto de ese tema, no ya mera víctima o testigo. El hecho cartográfico es -por lo tanto- una inhibición a la circulación del mapa como género discursivo, tan frecuentemente atrapado por redes de interpretación técnico-científica y/o periodístico-infográfica. No solo una inhibición sino una recuperación del mapa como una iconografía de la representación de un territorio vivido, producido y reproducido por una comunidad específica. En definitiva, la estrategia cartográfica de Iconoclasistas pone de manifiesto el escenario de una tensión conflictiva entre el conocimiento hegemónico y la experiencia situada de quienes viven en ese territorio percibido como lugar. Este tipo de mapas visibilizan lo que los discursos del Poder invisibilizan y naturalizan, la puja es por el estatuto de qué será concebido como lo real. La lógica crítico-cartográfica supone, siguiendo a David Harvey, una dialéctica capaz de abordar abierta y directamente la dinámica espacio-temporal y de representar múltiples procesos materiales y simbólicos, "supone, también una voluntad, (...) de superar o anular las formas espaciales y sociales impuestas por la acumulación de capital descontrolada, los privilegios de clase y las enormes desigualdades del poder político y económico" (Harvey, 2000; Valencia Palacios, 2006-2007)



Bibliografía citada y de referencia

Angenot, Marc (2010) *El discurso social*. Buenos Aires Siglo XXI.

Abric, Jean-Claude (2001) *Prácticas sociales y representaciones*. Ed. Coyoacán, México.

Bajtín, Mikail (1985) *Estética de la creación verbal*. 2ª. ed. Siglo XXI. Madrid.

Benveniste, Emile (1989) *Problemas de lingüística general II*. Siglo XXI. Madrid.

Bourdieu, Pierre (1980) *Sociología y cultura*, México, Grijalbo.

Guattari, Félix (1996) *Soft Subversions*. Semiotext(e), New York.

Girard, René (2008) *Literatura, mimesis y antropología*, Gedisa, Barcelona.

Harvey, David (2000) *Espacios de Esperanza*, Ed. Akal, Madrid.

Silva, Armando (2002) *Imaginaris urbanos*. Tercer mundo Editorial, Bogotá.

Valencia Palacios, Marco. (2006-2007) Documento de trabajo nro 6 del proyecto "Cartografías Urbanas. Montevideo-Santiago. Lectura cruzada de dos ciudades latinoamericanas", Bial Iberoamericana de Arquitectura y Urbanismo, Montevideo.

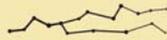
Red
NACIONAL
de investigadores en
COMUNICACIÓN
ISSN 1852 - 0308

XIX JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN - CORRIENTES 2015
8, 9 Y 10 DE OCTUBRE



"Epistemología, debates y fronteras en el campo
de la Comunicación Latinoamericana"

**Universidad Nacional
del Nordeste**
Facultad de Humanidades
Dpto. de Comunicación Social

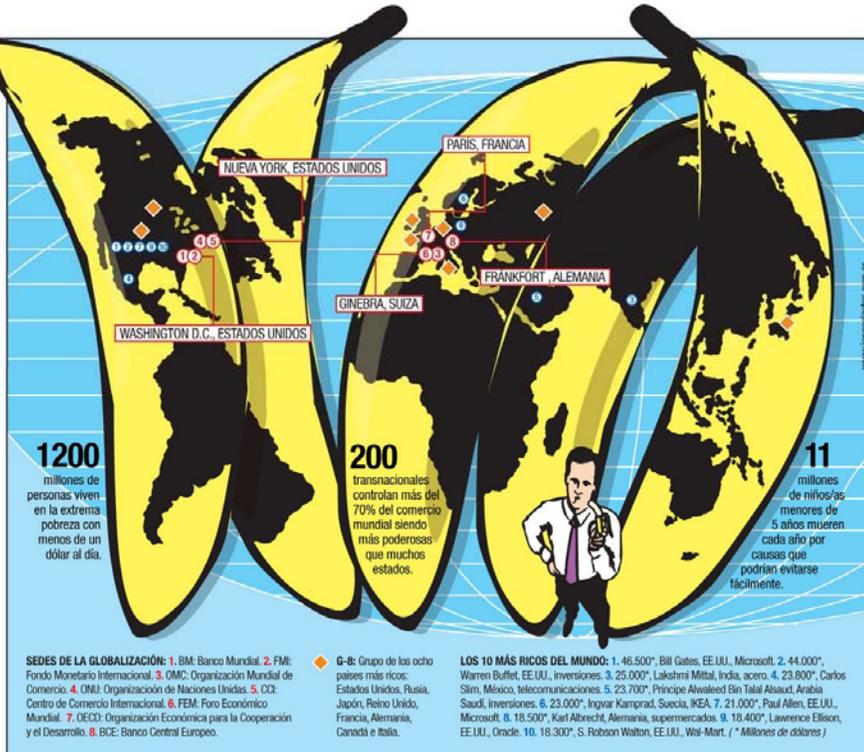


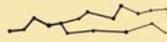
"Epistemología, debates y fronteras en el campo de la Comunicación Latinoamericana"

Mundo bananizado

La globalización intenta crear un mercado global único aboliendo las regulaciones y propiciando el libre intercambio del capital.

Las instituciones financieras buscan "hacer dinero" sin producir nada tangible en beneficio de la sociedad. Reciben ganancias extraordinarias bajo la forma de intereses de préstamos, dividendos y otros ingresos en concepto de posesión de acciones, y de beneficios producidos por lucrativas operaciones especulativas. Fortalecidas tras la "depuración" que significa la actual crisis económica, manifiesta en el crecimiento de la brecha económica en los países "desarrollados", estas élites del dinero están tomando el control de todo lo que sea posible comprar y vender en el mundo. Meros empleados de la banca internacional, cual repúblicas bananeras, los gobiernos de norte a sur sostienen el discurso único de la globalización capitalista que se seguirá apoyando, aún más, en el modelo de saqueo y guerras.





OLIGARCOGRAFÍA BICENTENARIA

Mapa Argentino de los ideólogos y ejecutores del terror

Cómo imaginan el país la camarilla de "José Alfredo Martínez de Hoz" que todavía pretenden imponer sus recetas neoliberales.

Los memoriosos quizás recuerden una propaganda que circuló durante 1977 donde una Argentina con forma de churrasco y enmarcada por la frase: "Unámonos... y no seremos bocado de la subversión", representaba los intereses económicos protegidos por el golpe militar del '76. La dictadura profetizaba "refundar la Nación" bajo el imperio del "Orden" y la "Defensa de los valores occidentales y cristianos" autodenominándose "Proceso de Reorganización Nacional", en clara alusión al "Proceso de Organización Nacional" emprendido por la oligarquía terrateniente a fines del siglo diecinueve. Esta última, conocida como la Generación del '80, llevó adelante bajo el lema "Orden y Progreso" la llamada Campaña del Desierto (1879), financiada por la Sociedad Rural Argentina (cuyo fundador era bisabuelo del ahora preso por crímenes de lesa humanidad Martínez de Hoz) para exterminar a los pueblos originarios y expropiarles sus tierras. Tal vez la imagen que hoy representaría mejor el proyecto de país de las minorías poderosas sería la de un gran desierto verde de cultivos de soja transgénica, o una enumeración de los bienes comunes con el sello de las transnacionales saqueadoras.

Lo que es innegable es que el país, como hace cientos de años, continúa pensándose para la codicia de una minoría que decide sobre los deseos y las necesidades de millones.

LOS 23 BARRIOS PORTEÑOS

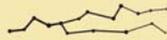
La generación del '80 inicia el "período de la oligarquía porteña" con la capitalización de Buenos Aires, concentrando el poder político y económico de todo el país a través del comercio de carnes y cereales. Cualquier similitud con la actualidad (no) es pura coincidencia.

Red
NACIONAL
de investigadores en
COMUNICACIÓN
ISSN 1852 - 0308

XIX JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN - CORRIENTES 2015
8, 9 y 10 DE OCTUBRE



Universidad Nacional
del Nordeste
Facultad de Humanidades
Dpto. de Comunicación Social



"Epistemología, debates y fronteras en el campo
de la Comunicación Latinoamericana"

HERRAMIENTAS DE TRABAJO PARA
LA REFLEXIÓN Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL

MAPEO COLECTIVO

PROFUNDIZANDO LA MIRADA SOBRE EL TERRITORIO



www.iconoclasistas.com.ar

Red
NACIONAL
de investigadores en
COMUNICACIÓN
ISSN 1852 - 0308

XIX JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN - CORRIENTES 2015
8, 9 Y 10 DE OCTUBRE



"Epistemología, debates y fronteras en el campo
de la Comunicación Latinoamericana"

Universidad Nacional
del Nordeste
Facultad de Humanidades
Dpto. de Comunicación Social