

| Luis “Tono” Rojas

Profesor | Professor
Escuela de Diseño/Universidad Tecnológica Metropolitana
Escuela de Diseño/Universidad Mayor
Santiago/Chile



resumen_ “La ciudad como soporte” fue una frase que escuché hace muchos años, en el taller de diseño gráfico que impartía Waldo González, en la UTEM. Era el tema de un proyecto que tenía por objetivo entender el espacio urbano como el lugar donde ocurre nuestro trabajo como diseñadores. El ejercicio aparentemente intentaba prepararnos para un escenario futuro, donde tendríamos que inevitablemente intervenir la ciudad. En ese sentido, la frase entendía que el campo del diseñador gráfico era por definición el espacio público. Sin ciudad, en el sentido más amplio del término, no hay diseño. Nuestra actividad se encuentra íntimamente ligada al devenir del espacio urbano, y de hecho el nacimiento de la noción del diseño gráfico (o de comunicación, si lo prefieren) tiene que ver con el devenir de las grandes ciudades en la historia de la sociedad.

palabras claves_ ciudad | identidad | patrimonio | diseño.

Entender al diseñador de comunicación como un sujeto que imprime su marca sobre un espacio social y físico de manera calculada, razonable, planificada o –incluso– bella, supone considerar a aquel espacio como un ente pasivo, manejable y comprensible. Si se hace la operación inversa, y consideramos a la ciudad no sólo como continente, sino también como contenido –esto es, dotándola de la capacidad de entregar y no sólo “soportar” diseño–, se da un giro interesante, que posibilita aquello que hace una década ha aparecido en el diseño nacional: la emergencia de una recuperación y revaloración de manifestaciones gráficas presentes en la calle, que son posibles de dotar a la práctica del diseño de antecedentes antes no considerados en toda su magnitud. Aquí se inscriben, por ejemplo, los libros *Modesto Estupendo y Micros*,¹ y la investigación y exposición de gráfica de carretones populares de Pepa Fonca.² Asimismo se suma una gran cantidad de proyectos en aula de diferentes universidades que han aprovechado la gráfica popular-urbana para sus proyectos.³

Al comparar las ideas con que trabajábamos hace una década, me parece que se ha introducido en el discurso sobre el diseño una nueva idea, que pasó de entenderlo sólo como un interventor planificador del espacio público a ser considerado también como una disciplina contaminada de ciudad. Bajo esta idea, me gustaría sugerir dos campos de mirada que podrían entregar nuevas luces al diseño chileno actual. El primero dice relación con una segunda etapa del grafismo popular, esta vez mediatizado por la incorporación de la tecnología digital. Una gráfica popular “asistida”, por decirlo de alguna forma, que se presenta como una evolución respecto a la gráfica popular artesanal. El segundo campo tiene que ver con los registros materiales que dejó una época cruzada por el antiguo Estado de desarrollo “hacia adentro”, o aquello que denominaremos “lo fiscal”.

GRÁFICA POPULAR ASISTIDA_ Nos encontramos hoy en Santiago con el desarrollo incipiente de una gráfica popular de “segunda generación”. Si hasta hace unos años era todavía económico y eficiente el desarrollo de un cartelismo artesanal, ahora producto del desarrollo de los dispositivos gráficos digitales, resulta mucho más barato y rápido resolver estas piezas con un computador. Si paseamos por la calle San Diego, por ejemplo, hasta hace poco depositaria de una saludable cantidad de intervenciones de gráfica artesanal, podemos ver una importante cantidad de manifestaciones de gráfica popular, pero esta vez resueltas desde la aplicación de la tecnología digital. Así como hace algunos años fuimos capaces de comprender la belleza de un mundo rotulado por “no profesionales”, ahora debemos ser lo suficientemente lúcidos para darnos cuenta de que un nuevo caudal gráfico se está desarrollando. Miramos sin asombro las nuevas fachadas comerciales, enmarcadas por *backlight* de un diseño defectuoso, que abusa de los colores degradados y de las tipografías menos valoradas. Ahí la Comic Sans tienen su reino. Pendones plásticos campean por nuestra ciudad enarbolando la estética del Power Point y del Corel Draw. Pero ojo, que lo feo de hoy puede ser el patrimonio de mañana.

Lo más interesante, fuera de las soluciones de diseño específicas, es que las lógicas de la gráfica popular siguen operando aun cuando las herramientas hayan cambiado: la literalidad (si se venden completos, se muestra el completo; si se vende pollo, se muestra el pollo), el exceso (todas las marcas, todos los precios, todos los mensajes al mismo tiempo), la siutiquería, el *horror vacui*,⁴ la baja resolución, la vibración cromática o la mimesis, son recursos que operaron en el pasado y que continúan vigentes. El realizar una comparación entre la gráfica popular artesanal y la digital, permite identificar las constantes que conforman

DISEÑO GRÁFICO EN SANTIAGO: habla la ciudad

[GRAPHIC DESIGN IN SANTIAGO: THE CITY TALKS]





LUIS "TONO" ROJAS Diseñador con mención en comunicación visual de la Universidad Tecnológica Metropolitana. Se ha desempeñado como director de arte en la empresa Cé Diseña, en la que realizó diferentes trabajos en el área de la imagen corporativa y del diseño editorial. En 1999, funda junto a José Soto el proyecto tipografia.cl. Participó como docente en las dos versiones del diplomado en tipografía digital 2002 y 2003, dictado por el Departamento de Estudios Tipográficos de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente es socio del estudio Diseño Filete y profesor de las universidades Mayor y Tecnológica Metropolitana, en los cursos de taller y tipografía.

Designer with minor in Visual Communication from the Universidad Tecnológica Metropolitana. He has worked as director of art in the company Cé Diseña, where he has carried out different projects in the area of corporate image and editorial design. In 1999 he started the project tipografia.cl along with José Soto. He participated as lecturer in the two versions of the diploma in digital typography in 2002 and 2003, offered by the Department of Typographical Studies of the Pontificia Universidad Católica de Chile. He is currently partner of the design studio Diseño Filete and professor at the universities Mayor and Tecnológica Metropolitana on the studio and typography courses.

abstract “The city as support” was a phrase that I heard many years ago in the graphic design workshop given by Waldo González in the UTEM. It was the theme of a project intended to understand urban space as a place where our work as designers takes place. The exercise was apparently aimed at preparing us for a future scenario where we would inevitably have to act in the city. In that sense the phrase meant that the area of action of the graphic designer was by definition the public space. Without the city, in the broadest possible terms, there is no design. Our activity is intimately linked to the future of urban space and in fact, the birth of the notion of graphic design (or communication, if you so prefer) is related to the future of the great cities in the history of society.

keywords _ city | identity | patrimony | design

esta manifestación, lo que colabora en el entendimiento de un mundo gráfico complejo, pero que está literalmente a la vuelta de la esquina.

LO FISCAL He planteado como segundo campo lo que he llamado “lo fiscal”. En términos simplistas, recojo en este concepto la manifestación material de un Estado que hace cuatro o cinco décadas tuvo una fuerte presencia en ámbitos importantes de la nación. El desarrollo económico endógeno demandó la incorporación del Estado en áreas muy importantes para la vida de las personas. Las grandes obras arquitectónicas, así como las pequeñas y domésticas soluciones urbanas, son elementos presentes en nuestras ciudades. Los trenes, las universidades, los hospitales, los asientos en lugares públicos, los cementerios, las alcantarillas, las veredas, las plazas, en su dimensión arquitectónica pero también gráfica, son depositarios de un estilo y un sentido que hoy se contradice con las tendencias dominantes. En un mundo donde el discurso neoliberal se esfuerza por denostar a lo público, “lo fiscal” puede ser un lugar de resistencia en el campo simbólico.

Una de las características de las manifestaciones fiscales es que tienen un fuerte sentido de inercia. Tienden a repetir sus modelos a lo largo de amplios espacios de tiempo una y otra vez con escasa capacidad de reformulación. El aspecto negativo de ello es su continua descontextualización, cierta jubilación anticipada, pasando rápido de moda. Sin embargo, es gracias a ello que se logran constituir como elementos de identidad y patrimonio para la comunidad. En su apuesta por la permanencia, más que por el cambio constante, “lo fiscal” se esfuerza por elaborar respuestas capaces de sobrevivir no sólo al paso del tiempo en el sentido del desgaste físico de los elementos (una tapa de alcantarilla debe resistir la corrosión de los años), sino también por ser capaces de sobrevivir a las

modas pasajeras (un billete no puede parecer de juguete, el logo de la biblioteca no puede ser tan cool). Si bien la inercia y la obligación de permanecer en el tiempo dota a los elementos fiscales de una tendencia conservadora, algo enemiga de la innovación; permite que en su diseño se incorporen elementos algo olvidados: tradición, elegancia, sencillez, vocación de permanencia.

Así como ahora somos capaces de valorar aspectos de la cultura popular de las décadas pasadas como referentes de identidad, otro tanto ocurre con los elementos asociados a lo público. Naturalmente que el Estado tiene zonas tenebrosas, pero hay un conjunto de elementos que nos hablan de cierta dignidad republicana. “¿Puede leerse la carencia de signos públicos y la proliferación de elementos privados de diseño como un debilitamiento del Estado republicano?”, pregunta la *Revista Chilena de Diseño*⁵ al profesor español Félix Ovejero, a lo que él responde: “Para el republicanismo el valor supremo es la libertad, entendida como la no dominación (...). Ese reconocimiento necesita de ámbitos, materiales, símbolos, en los que los individuos se reconozcan en su condición de ciudadanos”.⁶ Ahí aparecen entonces, algunos objetos (los billetes, los documentos oficiales, las papeleerías de los organismos estatales, los libros de las escuelas públicas, etc.), donde el diseño debe intervenir de una manera distinta a la que ha venido haciéndolo.

Lo que ha estado ocurriendo en Chile es que cuando los espacios de “lo fiscal” han sido ocupados por el diseño profesional, este aplica lo que está más acostumbrado a hacer dentro de su acción con el mundo privado, donde la novedad y el efecto aparecen como un valor. Se diseñan entonces emblemas de instituciones públicas como si fuesen grandes tiendas de descuentos, o cédulas de identidad como tarjetas de crédito, vaciando a

estos elementos de su riqueza conceptual, su poder simbólico y su carga política.

Esto no es culpa necesariamente de los diseñadores, pero las universidades tienen mucho que decir. Formados bajo los preceptos de la modernidad, pero trabajando en un mundo donde estos han dejado de ser aplicables, los diseñadores chilenos hemos perfeccionado la técnica del mimetismo a niveles de especialización, por lo que a cada nueva tendencia nos suscribimos sin más. Entrenados y valorados por un aparente dominio técnico, hemos desistido, por ejemplo, de la dimensión pedagógica del pensamiento visual.

Estos campos que he esbozado, el de la gráfica popular asistida y el de “lo fiscal”, son por supuesto dos aspectos seleccionados arbitrariamente de los múltiples estímulos que la ciudad entrega y que podemos utilizar. La idea esencial es que ella nos habla y es interesante ponerle atención. **180**

► CITAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Manuel Córdova Manzor, *Micros, el final del recorrido*, Junta Editorial de las Comunas Unidas, Santiago de Chile, 2006.
2. Véase <http://www.carretones.cl>
3. Ver <http://www.tipografia.cl/blog/2006/08/07/taller-de-fuentes-digitales-utem/>
4. Expresión latina que significa literalmente “miedo al vacío”. Se emplea en el arte para describir el relleno de todo espacio vacío en una obra con algún tipo de diseño o imagen. El término se asocia especialmente al crítico e investigador italiano Mario Praz.
5. *Revista de Diseño* N° 1, Universidad de Chile, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Santiago, 2006.
6. *Ibid*, p. 12.