Apropiación y significación

Por Lydia Elizalde

La imitación estilística e iconográfica del pasado ha sido una solución frecuente en el diseño gráfico contemporáneo. ¿Hasta que punto es válida esta práctica?

La apropiación de elementos plásticos y visuales plasmados en el diseño gráfico, principalmente a finales del siglo XX, han utilizado una concepción *retro* como propuesta visual a partir de la búsqueda de elementos del pasado para reincorporarlos de manera ecléctica y lúdica en objetos nuevos que transmiten una expresividad nostálgica.

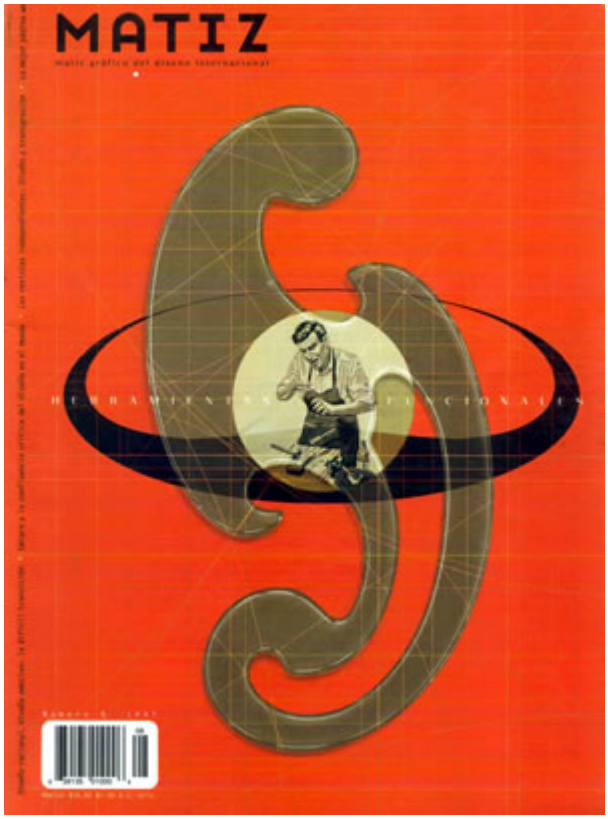
Diseñadores y críticos del diseño gráfico argumentan que la innovación estilística ya no es posible, que todo ya ha sido inventado, pero insisten en que las recombinaciones posmodernas con estilos del pasado pueden convertirse en las bases fundamentales de una genuina coyuntura cultural. Analistas del diseño han expresando en la revista Print, a partir de las reflexiones de Tibor Kalman,[1] sobre el abuso que hacen de la historia algunos diseñadores, cuando la utilizan como solución fácil, como una manera de dar legitimidad instantánea a su obra para lograr el éxito comercial, y cuestionan en conjunto, la copia y el pastiche: «[...] la alusión histórica y la copia directa han sido sustitutos baratos de la falta de ideas».[2]

El crítico literario inglés Fredric Jameson establece una distinción crítica entre la copia y la imitación. La copia es una adopción de un estilo preesixtente que busca precisión al reproducirse; y en la imitación se destacan las características de un estilo.[3] Contrariamente, el original parte de una norma aceptada y esta idea de normalidad se ha ido desvaneciendo a medida que se ha fragmentado la sociedad, ahora compuesta por una multitud de grupos independientes que hablan y se expresan por medio de lenguajes textuales y visuales excluyentes.

El diseño gráfico siempre ha tomado prestadas imágenes y aproximaciones de otros campos, especialmente de las artes plásticas, de la fotografía y de objetos provenientes de la cultura de masas. Las referencias visuales son el rasgo esencial en la manera gráfica de comunicar y están fácilmente expuestas a constantes cambios formales por su presencia en los hipermedia. En ocasiones las copias que utilizan rebasan la imitación para convertirse en homenajes a los auténticos creadores de los lenguajes visuales de la modernidad: constructivistas, cubistas, futuristas, dadaístas y surrealistas, principalmente; también es frecuente encontrar soluciones inspiradas en las propuestas del arte pop, del arte óptico, del minimalismo y se empiezan a incluir las propuestas de los movimientos *neo*, surgidos a finales del XX.

La iconografía del pasado sigue siendo retomada en soluciones conceptuales, en hallazgos al azar, en la obsesión posmoderna por el fragmento y el detalle, en objetos descontextualizados para significar más, para atraer la atención, para denunciar o para vender a través de gráficos y páginas bien diseñadas.

Actualmente se habla de que la innovación estilística ya no es posible y que todo ha sido ya inventado, pero se insiste en que las recombinaciones posmodernas de lenguajes ya expresados pueden convertirse en la base de una auténtica articulación cultural. Este diseño rompe con las relaciones de escala convencionales y emplea lenguajes visuales eclécticos que proceden de diversas expresiones utilizadas en el arte, el cine y la televisión, en la publicidad, en el diseño industrial y la arquitectura.



Revista Matiz, Número 8, 1997.

El diseñador gráfico retoma estas imágenes para significar mensajes de modos de vida, de objetos de arte, de los media, de espacios urbanos y espectáculos en carteles, folletos y publicaciones periódicas. Este es el caso de la revista Matiz, editada brevemente en México de 1997 a 1998; publicación bimensual elaborada por diseñadores y dirigida a diseñadores, que aporta un lenguaje gráfico artificioso revalorado en el diseño de los años noventa, para tipificar y documentar diferentes usos estilísticos.[4]

Las variables en su diseño son las mismas: textos, fotografías, dibujos, viñetas, adornos; selección de color, medios tonos, blanco y negro, plastas; texturas. La sintaxis, en algunas de sus portadas, se distingue por lo inclusivo, vernáculo, dinámico, contextual, expandido, disonante, fortuito y fracturado. Estas propuestas innovadoras confirman la resignificación

iconográfica, en el mutable proceso de la comunicación visual contemporánea.

Publicado el 24/09/2007

1. Citado en Poynor, Rich. «No más normas. Diseño gráfico posmoderno». G. Gili, México 2003, p. 79-80.
2. J. Abbott Miller y Karrie Jacobs, op.cit., p. 79.
3. Ibid., p. 71-72.
4. Revista Matiz. Director: Álvaro Rego García de Alba; diseño de portadas: Domingo Noé Martínez; editor: Print Link, México, D.F.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/apropiacion-y-significacion