

Comunidad Offline

Arte, diseño y espacio público

Nº 1 | 2016

Artículos, 91-100

ISSN 2469-2018

comunidadoffline.com.ar

Recepción del artículo: agosto de 2015

Aprobación: diciembre de 2015

Publicación: abril de 2016

Formas de construir lo visible. Una aproximación a la naturalización e ideología en la construcción de infografías de divulgación

Ways of "visible" (or "seeable") Construction. Naturalization and Ideology in Design of Infographics, in Popular Science

SEBASTIÁN DELLA GIUSTINA
Universidad Blas Pascal
sebadella@gmail.com

RESUMEN

La construcción de lo visible encuentra espacios de intervención y reflexión que nos permiten, por medio de la revisión de las naturalizaciones históricas y las condiciones ideológicas de su supervivencia, construir críticamente una política de la mirada que incluya las luchas por las cuales se han conformado los discursos visuales en pos de una ampliación de la experiencia.

Palabras clave

NATURALIZACIÓN; IDEOLOGÍA; DISEÑO; INFOGRAFÍA

ABSTRACT

The construction of the visible encounters areas of intervention and reflection that allows us, through the revision of historical and ideological naturalizations and the ideological conditions of their survival, to build a critical politics of seeing that includes the battles through which visual discourses have been shaped towards the broadening of experience.

Key words

NATURALIZATION; IDEOLOGY; DESIGN; INFOGRAPHICS

Comunidad Offline.
Arte, diseño y
espacio público
N° 1, 2016

Artículos, 91-100
ISSN 2469-2018
comunidadoffline.com.ar

Recepción del artículo
agosto de 2015
Aprobación
diciembre de 2015
Publicación
abril de 2016

-Explícale la sensación del rojo a alguien que nunca lo ha visto, maestro.

-Si lo tocáramos con la punta de un dedo sería entre el hierro y el cobre. Si lo cogiéramos en la mano, quemaría. Si lo probáramos tendría un sabor pleno como de carne salada. Si nos lo lleváramos a la boca, nos la llenaría. Si lo oliéramos, olería a caballo. Si oliera como una flor se parecería a una margarita, no a una rosa roja.

Orhan Pamuk, *Me llamo Rojo*

Vivimos en sociedades donde los desarrollos tecnológicos, las redes mediáticas y los (diversos) sistemas de información han generado formas de identificación y simbolización, formas de materialización del sentido, mediados principalmente por la imagen.

Con el crecimiento del desarrollo técnico de producción y consumo de mercancías se ha puesto a la imagen en un lugar central desde donde (y a partir de ella) se han transformado las prácticas de construcción de identidades, imaginarios y diferencias, así como también se han organizado otro(s) tipo(s) de aprendizaje(s), modos distintos de alfabetización que atraviesan los dispositivos de enunciación. En este contexto conviene tener en cuenta que así como:

...no hay lecturas inocentes (decía Althusser) tampoco hay formas “puras” de la mirada, que puedan pretender no sé qué ingenuidad incontaminada por el barro y la sangre de la historia. (Grüner, 2001 [pp 13])

Sin embargo a la par de la enorme importancia otorgada a la imagen (que no dejamos de mencionar cotidianamente), tal como advierte Verónica Devalle, no se ha prestado suficiente atención al hecho de entender la imagen como un *construc-to* del cual participan productores, tecnologías, circuitos de consumo y validaciones, públicos, etc..

Así, la imagen es entendida como un *a priori*, como un dato. Mas su condición de *imagen diseñada* permanece en suspenso (Devalle, 2009 [pp 15]), dejando de lado lo que las operaciones de *construcción* de las mismas y las decisiones que incorporan en su producción significan. Entendemos el hecho de ser *imagen producida*, tal como lo entiende Verón, en relación a los acontecimientos mediáticos, no en tanto mistificación, deformación o reproducción sino como *producción* (Verón, 1980 [pp 2]). El reconocimiento de las huellas dejadas en la producción nos permitirá asomarnos a lo expresa Grüner con claridad

... la idea que está por detrás (hasta donde uno sea capaz de entender sus propias ideas, lo cual es mucho decir) es que para situarse, sartereamente, ante un mundo que aspira a una abyecta transparencia visual, es necesario empezar por confesar de qué maneras de mirar somos culpables. (*ibid*)

Encontramos en el campo del Diseño (donde situaremos nuestra mirada en este artículo) una ausencia marcada en la reflexión acerca de las “*modalidades de producción de lo visible*” (Devalle, 2009 [pp 15]). De acuerdo a este posicionamiento, a la vez que reconocemos la hegemonía de lo visual, su participación y consumo masivo, no se atiende de la misma manera al reconocimiento de los dispositivos y mediaciones que *producen* las imágenes (y los acontecimientos en nuestro caso) para generar distintos tipos de efectos discursivos, sobre los que nos explayaremos más adelante, pero sobre todo aquellos que construyen un tipo de *racionalidad*, de *objetividad* que se encarna como matriz, *naturalizando* esas

decisiones que implican posicionamientos histórico-sociales, negociaciones, “vencedores y vencidos”. Nuevamente tomamos las palabras de Grüner que amplía este punto diciendo:

...el Tiempo, la Historia, no son evidencias objetivas, datos de la naturaleza, legalidades físicas inexorables: son ellos mismos construcciones históricas, en las que las sucesivas transformaciones de la pregunta instituyente, están ellas mismas informadas por unas estrategias [...] de dominio, que deben operar también -si no principalmente- sobre aquellas concepciones de la temporalidad histórica, sobre la configuración heterónoma de las experiencias del existente histórico, y de la narrativa específica que corresponde a esa “voluntad de poder”. [...] las experiencias históricas están configuradas y narrativizadas por una experiencia histórica -por una imagen elevada a nueva condición de Todo-Uno- que pasa a ser la experiencia de lo histórico como tal, la de Europa occidental. (*op. cit.*, 2010 [pp 538])

Los productos gráficos en general y en lo que tomaremos como objeto de mirada, las *infografías de divulgación*, se constituyen en un conglomerado significativo desde donde se materializa el sentido como producción discursiva. Por medio del análisis de un momento de esta producción podemos recuperar las huellas que nos permitirán reconstruir los procesos y los estados del *discurso social*¹ en los que fueron producidos, vislumbrando las pujas de poder, los efectos de ideología, las intenciones políticas. Esta operación de develamiento, de vislumbramiento, atiende también a que la reconstrucción será de ruinas, de intenciones, por tanto incompletas y parciales.

¹ Entenderemos discurso social como “*todo lo que se dice y se escribe en un estado de sociedad, todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente, o se representa hoy en los medios electrónicos. Todo lo que se narra y argumenta, si se considera que narrar y argumentar son los dos grandes modos de puesta en discurso*” (Angenot, 2010 [pp 22]).

De esta manera, en las infografías de divulgación por caso, la construcción de un tipo de sentido, de una manera de narrar visual, de selecciones tipográficas, estilísticas, de enfoques y perspectivas es en *producción* por diseñadores que reconocen estrategias discursivas acordes a sus necesidades (en otros productos gráficos del género) actuando “*responsivamente*” (Bajtín 2005 [pp 289]) pero “*aplicadas*” en desarrollos *acotados*, aunque la mayor de las veces, “*efectivos*”. Por ejemplo, y en una generalización con fines demostrativos, las narrativas infográficas se construirán respondiendo a la lógica de lectura de *izquierda a derecha*, desde *arriba hacia abajo*, situando *lo más importante al medio y de un tamaño mayor* y reproduciendo la espacialidad por medio de la *perspectiva*. El tiempo histórico se representará situando *a la izquierda el pasado en progresión lineal, constante y en bloques iguales hacia el futuro* que se encontrará *hacia la derecha*. La progresión en el círculo será *en el sentido de las agujas del reloj* que es *hacia donde avanza el tiempo*. “Adelante” será hacia la derecha en la lectura en página y “atrás” será a la izquierda. Junto con Barthes, tenemos frente a las construcciones infográficas ese

... sentimiento de impaciencia ante lo ‘natural’ con que la prensa, el arte, el sentido común, encubren permanentemente una realidad que no por ser la que vivimos deja de ser absolutamente histórica: en una palabra, sufría al ver confundidas constantemente naturaleza e historia, en el relato de nuestra actualidad y quería poner de manifiesto el abuso ideológico que (...) se encuentra oculto en la exposición decorativa de lo evidente-por-sí-mismo. (Simón, 2010 [pp 34])

La naturalización “*en tanto lógica/operación que produce como efecto de sentido el reino de ‘lo natural’*” (Simón, 2010 [pp 36]) del contenido ideológico que presente en las decisiones de construcción de los relatos gráficos quedaría de esta manera oculto, o para decirlo en *la perspectiva ideológica barthiana*

...hay una materialidad de la ideología y que su poder consiste en confundirse con la realidad, habitarla e investirla en sus formas más concretas, más cotidianas, más consumibles, y disfrutarse de naturaleza. (Marty en Simón, 2010 [p 46])

O en los términos que lo entiende Žižek

...Roland Barthes propuso la noción de ideología como ‘naturalización’ del orden simbólico; esto es, como la percepción reifica los resultados de los procedimientos discursivos en propiedades de la ‘cosa en sí’. (Žižek, 2003 [p 18])

Esto es, la percepción de un único discurso (visual) para comprender el tiempo, la historia, el avance, el espacio (la perspectiva), las “lecturas” visuales... que requerirán especial atención en este texto.

La infografía de divulgación aparece en este contexto como un elemento con un gran potencial para nuestro análisis por ser un dispositivo complejo que tiene como finalidad enseñar, mostrar, resumir, contextualizar, traducir datos que se transforman en *informaciones* y, estas son comprendidas dentro de este género, como “verdaderas”. Se comportan con una pretensión de *objetividad* donde las marcas de la producción son borradas (voluntaria o involuntariamente por los productores), o impensadas de manera tal que su contenido ideológico, de reproducción de concepciones históricamente situadas (*naturalizadas*) son convertidas en la única manera posible de ser pensadas, eliminando, en este gesto, la diversidad de la percepción de determinado fenómeno, hecho, acto.

En este sentido, conviene recordar que la infografía se inscribe en el dominio de la representación visual. Como hace notar Chartier, la representación tiene dos sentidos que es necesario atender. Por un lado da a ver un objeto ausente (cosa, concepto o persona) sustituyéndolo por una/s imagen/es capaz de representarlo. Por el otro, la representación

se convierte en un sustituto de la cosa representada, ocupando su lugar (1996 [p 68]). Este último sentido, el de sustitución, opera un efecto de reconocimiento que nos lleva a “confundir el mapa con el territorio”, como suele decirse. Esta característica reafirma la importancia que tiene desde el trabajo crítico el atender a los procesos de construcción de representaciones visuales, en este caso las infografías, en tanto actúan como dispositivos sustitutos del acontecimiento (o de la temática representada).

Siguiendo esta línea Verón nos marca que los “*acontecimientos son una construcción*” (Verón 1987 [p v]). De lo que se trata, entonces, es develar (en el sentido de quitar el velo de lo objetivo, de lo naturalizado) cómo esa construcción es *articulada* por dispositivos de enunciación históricamente situados, por decisiones estilísticas que así como propician también excluyen y anulan a la vez fortalecen unas narrativas (visuales) frente a otras. Las variaciones de la “expresión” en las representaciones visuales modifican el contenido, “*y si estas operaciones se llevan a cabo conforme a ciertas reglas, el resultado proporciona nuevas informaciones sobre el contenido.*” (Eco, 1990 [pp 24])

El espacio que propone la infografía permite por sus características, sobre todo visuales, repensar los criterios de concepción de, por ejemplo, *el tiempo* (como “un continuo lineal de avance, izquierda-derecha en módulos constantes y repetitivos”), *la perspectiva* (como forma hegemónica de construcción visual del espacio), *la cartografía* (las centralidades, arriba/abajo, oriente/occidente) y por extensión de toda la experiencia.

En esta propuesta reflexionaremos sobre aquellos aspectos que la incorporación de un sistema-mundo (el que viene de la mano de la modernidad) prefiguró en relación a las maneras de *entender y representar el mundo* de lo posible, y desde cuyo análisis procuraremos habilitar lecturas de otras situa-

ciones que por naturalizadas viven escamoteándose al análisis y la reflexión.

Estos modos de representar la experiencia se han encarnado de tal manera que ya no podemos más que pensar *desde* ellos reduciendo las posibilidades de *crear* (en el sentido imaginativo también de la palabra) las leyes de lo que Alicia Entel (sin fecha [p 3]) propone llamar una “*video*” comprensión que amplíe el mundo de la experiencia, el mundo de un otro conocimiento.

I SEPARANDO LAS AGUAS

Es necesario antes de comenzar el análisis de algunas infografías de divulgación para dar cuenta de las operaciones ideológicas y hegemónicas que se presentan, enmarcar nuestro objeto de estudio. Para ello recurriremos a la vía comparativa como propone Verón en “*Está ahí, lo veo, me habla*” para el análisis de los discursos sociales. Dice

...el análisis trabaja sobre las ‘diferencias’ (distancias) interdiscursivas, y la economía discursiva propia de un tipo dado no es observable más que por el estudio de sus invariantes (y, por lo tanto, de sus posibles variantes), invariantes que definen su especificidad y por eso su diferencia respecto de otros tipos de discurso. (Verón, 1983 [pp 1])

En nuestro caso podemos situar por sus características a la *infografía de divulgación* entre la *infografía periodística* y el *infostyling*. Siendo una característica principal de la *infografía de divulgación* la elaboración de una narración visual dispuesta como unidad, la utilización de diversos recursos para dar cuenta del tema tratado (fotografías, pinturas, síntesis gráficas, mapas, iconos, tipografía, etc.), la selección de

recursos estilísticos y tipográficos propios de la temática a tratar y la complementariedad imagen - texto. Los temas serán variados y tenderán a explicar situaciones, hechos, datos complejos.

En este sentido la *infografía o infográficos periodísticos* le darán prioridad a los estilos gráficos del discurso editorial al que pertenezcan, se caracterizarán por ser temas del día y recurrir a la “línea editorial” de las representaciones independientemente del tema tratado. En el caso del *infostyling* se posiciona en un lugar de “revestimiento” de la información, en el sentido que lo evidencia Bonsiepe cuando entiende el *infostyling* como

el paso hacia la fachada agregada a la información, hacia la presentación de informaciones según criterios de atracción superficial... (Bonsiepe, 1999 [p 52])

Mas esta declaración esconde el lugar de la trampa pretendiendo que hay decisiones (de estilo, de selección tipográfica, de órdenes de lectura) más “*adecuadas, correctas, razonables*” de presentar una información en función de una *pretendida objetividad*. Intentando ser más claros, lo que postula Bonsiepe es que la selección de una iconografía que utilice la línea de la síntesis gráfica (por ejemplo) en lugar del trazo gestual del pincel, contribuye de mejor manera a que el discurso infográfico del cual participa sea más “*objetivo*”. Vemos una vez más cómo se naturaliza aquello que es histórico y que en este caso tiene que ver con la asociación a un determinado tipo de representación con un momento histórico particular. Ampliaremos este tema oportunamente.

Debemos también advertir acerca de una miopía en la interpretación del género infográfico. Es común encontrar gráficos independientes (de barra, de torta, incluso alguno más complejo que combine múltiples dimensiones, etc.) o puestas en página que cuentan una historia con recursos no lin-

güísticos, siendo nombrados como *infografías*. En relación a la definición o el marco en el que lo entenderemos en este contexto, no cumplen en dar cuenta de la complejidad de relaciones y recursos puestos en juego. Una imagen cuya retórica trasunte tomas de partido ideológico, los gráficos sueltos o puestas en página que contengan datos no constituirán infografías.

Desde este breve territorio de fronteras comenzaremos una suerte de observación que nos permitirá poner en evidencia algunos de los sentidos construidos en nuestro objeto de estudio.

Aquí es preciso hacer la salvedad que trabajaremos dando cuenta, desentramando la, a veces, sólida red del sentido para ver la construcción de la trama, para recuperar las condiciones en que fue producida y las huellas que ha dejado. La metodología será la de mirar con extrañeza como proponen Barthes y Angenot (entre otros), o en términos poéticos “*subiendo la escalera de espaldas*” como sugiere Cortázar en una contundente operación de develamiento de sentido.²

Más seremos prudentes y advertimos al lector que nuestro análisis no tiene como fin la denuncia, sino la *recuperación*, la comprensión del poder clasificatorio de la hegemonía para contribuir a socavarlo (Grimson, 2011 [p 89]).

2 “...cualquier escalera va hacia atrás si uno la sube de espaldas, pero lo que en estos casos está por verse es el resultado de tan insólito proceso. Hágase la prueba con cualquier escalera exterior; vencido el primer sentimiento de incomodidad e incluso de vértigo, se descubrirá a cada peldaño un nuevo ámbito que si bien forma parte del ámbito del peldaño precedente, al mismo tiempo lo corrige, lo critica y lo ensancha. Piénsese que muy poco antes, la última vez que se había trepado en la forma usual por esa escalera, el mundo de atrás quedaba abolido por la escalera misma, su hipnótica sucesión de peldaños; en cambio bastará subirla de espaldas para que un horizonte limitado al comienzo por la tapia del jardín salte ahora hasta el campito de los Peñalozos, abarque luego el molino de la turca, estalle en los álamos del cementerio, y con un poco de suerte llegue hasta el horizonte de verdad, el de la definición que nos enseñaba la señorita de tercer grado...”. Julio Cortázar, “Más sobre escaleras”, en *Último Round* (México: Siglo XXI, 1999).

2 IDEOLOGÍA

“Una letra diseñada implica un dispositivo que articula la fisonomía de un texto y su significado”

Peter Bilak, en revista *Tipográfica*, N° 66

No podemos dejar de pasar brevemente por un concepto que es de particular importancia en nuestro trabajo y es aquel que tiene que ver con el factor ideológico que recorre nuestra(s) mirada(s).

Pensaremos lo ideológico con Althusser desde la siguiente reflexión:

La ideología, es sin duda, un sistema de representaciones, pero estas representaciones, (...) son la mayor parte del tiempo imágenes, a veces conceptos, pero, sobre todo, se imponen como estructuras a la inmensa mayoría de los hombres (...). Son objetos culturales percibidos-aceptados, soportados que actúan funcionalmente sobre los hombres mediante un proceso que se les escapa. (1987 [p 192])

Acercándonos a una perspectiva más *barthiana* en la reflexión de Marty que recoge Gabriela Simón

...hay una materialidad de la ideología, y que su poder consiste en confundirse con la realidad, habitarla e investirla en sus formas más concretas, más cotidianas, más consumibles, y disfrazarse de naturaleza. (Marty en Simón, 2010 [p 46])

Para construir una suerte de tríada desde donde pensar lo ideológico en relación a nuestras observaciones, es oportuno traer la mirada de la sociosemiótica que la construye como *...una dimensión constitutiva de todo sistema social de producción de sentido*. (Verón, 2004 [p 16])

Poco nos preguntamos cuando miramos un producto editorial cuál es la función que cumplen las tipografías, los recorres fotográficos, los formatos, la selección del papel, los repertorios de estilo que conforman las representaciones. Pero es habitual escuchar mencionar que una publicación es de buena calidad porque utiliza hojas “brillantes”, o que tal otra es de menor calidad “*porque el papel es finito*”. De la misma forma cuando seleccionamos una tipografía para un texto tendemos a pensar que las que poseen *serif* (como la Times New Roman o la Georgia) son más “serias” o “elegantes” que las que no los tienen, o *sin serif* (como la Arial o Verdana) y algunos verán en la Comic Sans la apoteosis de la *expresividad, naturalidad y espontaneidad* (independientemente de valoraciones técnicas).

Pero en este caso lo que hemos dejado de preguntarnos es *desde dónde, o desde cuándo* pensamos de esta manera sobre las representaciones y las letras; o en tal caso *por qué* lo hacemos así. Como bien dicen Fraenza & Perié

...las letras [...] dicen algo de los sujetos que las hacen o las prefieren, que las hacen o las usan, que las hacen o las critican. Y las letras dicen algo también de las ideas o representaciones del diseño que en ellas están en juego. Cada letra habla de la idea del diseño que está detrás de ella... (Fraenza & Perié, 2010 [p 232])

Reformulando de otra manera la pregunta sería “*de qué formas de mirar somos culpables*”. Como señala Simón en relación a este aspecto encontramos la

necesidad de reconocer que la mirada es una construcción social, y que lo es en más de un sentido: es social porque es política y polifónica. (Simón, 2010 [p 76])

Si en relación a nuestro objeto de estudio entendemos que los diseños de infografía

...presentan una voluntad común, la de visibilizar lo abstracto y darle inteligibilidad a procesos y estructuras a través de lenguajes verbales e icónicos; en síntesis, visualizar información. (Costa, 1998 [p 24])

estamos ante una complejidad de la cual es difícil dar cuenta.

Desarmemos esta frase de apariencia sencilla para asomarnos a su acción concreta. Cuando Costa propone dar *inteligibilidad* a procesos abstractos a través de *lenguajes verbales e icónicos*, lo que da por sentado es que esos lenguajes serán de alguna manera *transparentes, objetivos*. Y además que el diseñador o infógrafo se convierte en el *traductor más objetivo* para convertir lo abstracto en presencia real; y a la vez, un traductor invisible, o estratégicamente invisibilizado, pues la voz del “*se dice*” es *doxa*, sentido común, verdad establecida (Simón, 2010 [p 87]). Pero hay voz. El *olvido* es que esa voz que adquiere es una voz poblada, es una polifonía, muchas voces que han llegado a hablar en una y además, es *una* entre tantas. Y el tono, el color, la textura, el idioma de esa voz determinará una construcción frente a la pluralidad. Ese artificio de la construcción estratégica de un discurso (y más aún en los discursos visuales) constituye la base para conformar estructuras de sentido cuyo factor ideológico queda ocluido por *la forma, el aspecto* que asumen. Y ese efecto ideológico se construye en la (pretendida y construida) *objetividad* de la infografía. Las huellas ideológicas de la producción de este discurso se ocultan buscando generar el *efecto de objetividad* que arma un modo de pensar en términos de *verdad*. Los hechos en infografía no se discuten. Si la imagen muestra que *las Torres Gemelas se desplomaron porque dos aviones chocaron en ellas y eso debilitó la estructura de la edificación*, ese hecho, es verdadero, porque la objetividad de los gráficos así lo demuestran.

El diseñador con la manera de plantear / plantar un tipo de sentido, reproduce una estructura que a su vez también (re)

produce la creencia en la verdad o verosimilitud de ese sistema (Bourdieu, 2007).

El diseñador entiende que hay unas selecciones estilísticas que estratégicamente reproducen un *discurso de objetividad* y la reproducción superficial de esas características es el factor que naturaliza un discurso que se va volviendo, de esta manera, hegemónico.

3 OBSERVACIONES FINALES

“La filosofía nace del estupor, de la maravilla, o incluso del terror. Algo nos aborda: otro, extraño. El/lo Extranjero, frente al cual surge la pregunta: ¿por qué? [...] Filosofía, es esta pregunta. El por qué rompe el dominio de lo otro sobre nosotros. Rompe el encanto de la maravilla y la parálisis del terror. Rompe la unidad, el Todo que a cada ente contiene y domina. El Todo no pregunta, no interroga. Por ello, tampoco responde. La Unidad del Todo es el silencio de la piedra”

Vincenzo Vitiello, *La palabra hendida*

En infografía (y decimos que en el Diseño Gráfico en general) estas estructuras que permanecen invisibles o invisibilizadas incluso para quienes son los que operan con ellas, produciendo *absolutos*, anulando la posibilidad del desdoblamiento y generando “...el efecto de sentido que podemos llamar ideológico. [...] el discurso aparece teniendo una relación directa, simple y lineal con lo real” (Verón, 2004 [p 23]). Este comportamien-

to que no es extraño tampoco en otros ámbitos o disciplinas, tiene que ver con una forma de *naturalizar* las maneras en las que nos relacionamos, construimos nuestros discursos y seleccionamos determinados recursos estilísticos (plásticos, tipográficos, morfológicos) para construir las representaciones, las ideas de mundo, las identidades e identificaciones. No dará lo mismo ser del *norte* o del *sur*, de *oriente* o de *occidente*, ser del *centro* o de la *periferia*. Y solamente hablando en términos de representaciones de mundo.

Las *huellas* presentes y rastreables que aparecen en el reconocimiento son determinaciones que actúan (en producción) como un miriñaque, como una estructura que no se ve pero que *arma* la experiencia, la *construye* como una ausencia. Este artificio actúa como esqueleto, es parte constitutiva de la forma que asumirá el contenido, por más que no se vea. Construirá sentidos y efectos de sentido que han sido producidos y pensados históricamente y que es necesario (re) situar para “*recuperar lo ideológico como dimensión estructural de toda práctica.*” (op. cit [p 25])

Este concepto es productivo porque nos permite pensar que tras toda producción hay *estructuras que estructuran* en un sentido bourdiano, pero a la vez conociendo o develando la construcción de ese sentido, de esa estructura, podemos habilitar nuevas prácticas, nuevas relaciones, nuevos sentidos.

Sólo desde una perspectiva crítica y atenta es posible realizar la operación *política* de develamiento frente a la naturalización. Y decimos política en dos aspectos, (i) como *política de la mirada*, aquella que mencionamos oportunamente que nos permite situarnos desde un lugar del mirar; pero también, y a su vez, esta no puede ser otra cosa que (ii) una *política de la memoria* como práctica impugnatoria de un poder que intenta tapar las luchas por las cuales deviene victorioso.

Trabajar el develamiento de sentidos y discursos que se han naturalizado se torna una acción política de especial relevancia en nuestras sociedades latinoamericanas –“periféricas”- en el actual sistema-mundo. En el marco del reconocimiento del brutal proceso de imposición cultural (desde la óptica de los vencidos, claro) que viene constituyendo la modernidad europea es clave trabajar de manera crítica no sólo con los discursos políticos (reconocidos como tales), sino, y especialmente sobre el “sentido común”. La concepción científica de la realidad no ha jugado el rol neutral con el que se ha presentado, más bien ha sido clave en la legitimación del proceso de imposición moderno (Grüner, 2010). En este sentido, la infografía, con su fuerte carga de “objetividad” en tanto representación visual, se revela como un objeto por demás interesante para avanzar en este tipo de lecturas críticas que aquí hemos intentado introducir y poner en discusión.

De lo que se trata, a nuestro juicio, es de poner en crisis no sólo el relato hegemónico de la modernidad occidental con su concepción lineal del tiempo que ubica un centro, un comienzo, una forma de discurrir (en un sentido amplio), sino como un complejo estructurador de contenidos. Tenemos que poder ir más allá y poner en crisis *las formas, las reglas implícitas que se juegan en la construcción* de este tipo de relatos. Develar el miriñaque que sostiene lo aparente.

Este develamiento viene a “colaborar” con la hipótesis

...de un Todo que incluya a sus “otros” de manera constitutiva: vale decir, de manera que desmienta su apariencia de Todo-Uno ya “acabado”, autosuficiente. (Grüner, 2010 [pp 531]).

Más la invitación está destinada a ampliar el espectro de lo decible y lo hablable, no solo en un sentido vulgarmente revolucionario, sino incluso en uno mucho más generoso con las prácticas específicas y en un sentido también heurístico.

El establecer relaciones inéditas, el *deconstruir* sentidos comunes, posibilita romper momentáneamente la linealidad de la experiencia desatando activamente una característica multidimensional que posibilite observaciones nuevas y más complejas, fortaleciendo la experiencia de lo cognoscible por medio de la mirada, generando una autodidaxia tendiente a no dejar pasar por alto las múltiples historicidades y sus luchas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGENOT, Marc

(2010) *El discurso Social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible* (Buenos Aires: Siglo XXI).

BAJTÍN, Mijail

(2005) *Estética de la creación verbal* (Buenos Aires: Siglo XXI).

BARTHES, Roland

(1994) *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y de la escritura* (Barcelona: Paidós).

(1999) *Mitologías* (México: Siglo XXI).

(1972) “Retórica de la imagen”, en *La semiología* (Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo).

BONSIEPE, Gui

(1999) *Del Objeto a la interfase* (Buenos Aires: Infinito)

BOURDIEU, Pierre

(2007) *El Sentido Práctico* (Buenos Aires: Siglo XXI).

CHARTIER, Roger

(1996) *Escribir las prácticas. Foucault, de Certeau, Marin* (Buenos Aires: Manantial).

(1999) *Sociedad y escritura en la Edad Moderna* (México: Instituto Mora).

COSTA, Joan

(1998) *La esquemática. Visualizar la información* (Barcelona: Paidós).

DEVALLE, Verónica

(2009) *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)* (Buenos Aires: Paidós).

ECO, Umberto

(1990) *Semiótica y filosofía del lenguaje* (Barcelona: Lumen).

ENTEL, Alicia

(sin fecha) “Ideando. Acerca del pensamiento visual”, en <http://www.walterbenjamin.org.ar>

FRAENZA, Fernando & PERIÉ, Alejandra

(2010) *Diseño, esteticidad & discurso* (Córdoba: Advocatus).

GRÜNER, Eduardo

(2010) *La Oscuridad y las Luces, Capitalismo, cultura y revolución* (Buenos Aires: Adhasa).

(2001) *El sitio de la mirada, Secretos de la mirada y silencios del arte* (Buenos Aires: Norma).

GRIMSON, Alejandro

(2011) *Los límites de la cultura* (Buenos Aires: Siglo XXI).

MARCUSE, Herbert

(1967) “Acerca del carácter afirmativo de la cultura”, en *Cultura y Sociedad* (Buenos Aires: Sur).

(1967) “A propósito de la crítica del hedonismo”, en *Cultura y Sociedad* (Buenos Aires: Sur).

MIJKSENAAR, Paul

(2001) *Una introducción al diseño de la información* (México: Gili).