

## La pol·linització com fenòmen d'uniformització cultural

## Pollination as a theoretical model in cultural standarization

# **R 2** **Volumen 1.** ELENA BARTOMEU, EINA, Escola de Disseny i Art, Centre Adscrit de la  
Universitat Autònoma de Barcelona, [ebartomeu@eina.cat](mailto:ebartomeu@eina.cat)

Paraules clau: Signe, Cultura, Pol·linització, Uniformització, Recursos Gràfics

*Keywords: Sign, Culture, Pollination, Standarization, Graphic Resources*

Figura 1. Els signes d'IVC dissenyats a partir de l'any 2000 tenen un aspecte orgànic, tridimensional i lluminós propi de l'ús de tecnologies digitals i interactives



Figura 2. El redisseny dels logotips d'Apple i Nissan, inclou formes i valors propis dels medis digitals i interactius



En aquesta ressenya presentem la recerca realitzada al voltant d'un fenomen d'uniformització cultural al que hem denominat *Pol·linització*. Aquest fenomen té lloc quan les formes i valors propis dels missatges emesos en medis digitals i interactius com internet pol·linitzen el medi analògic. El resultat és una tendència que afecta a tot tipus de signes de la comunicació visual. En la tesi doctoral *La Identitat Visual Corporativa a internet: uniformització dels recursos gràfics en signes pol·linitzats*<sup>1</sup> es presenta una descripció exhaustiva d'aquest traspàs de formes i valors, a través d'una metàfora naturalista, amb la qual podem comprendre com els dissenyadors gràfics pol·linitzen els signes d'identitat visual corporativa amb el pol·len de formes i significats del medi digital i interactiu. Si observem els logotips dissenyats durant la primera dècada del segle XXI, veurem que els logotips cada vegada s'assemblen més, oferint una visió altament uniformitzada en el seu aspecte –figura 1–. Hi ha un desplaçament de formes i valors propis del medi digital interactiu cap al medi analògic –figura 2–, i aquesta recerca explica la causalitat del fenomen pol·linitzador en tota la seva amplitud sociotecnològica, així com l'efecte que té sobre els logotips i altres signes d'IVC que s'han dissenyat a l'estat espanyol des de l'any 2000.

L'existència d'aquest fenomen de tendència es demostra a través d'una anàlisi sistemàtica dels múltiples indicadors empírics de la pol·linització, que organitzats en un model de gran complexitat i dimensió, arriben a establir la correspondència entre el que podem observar i descriure com a “logos que semblen extrets d'internet” amb un escalat d'elements i relacions en diferents nivells propi d'una anàlisi en semiòtica estructuralista del signe visual. La metodologia d'anàlisi en una estratègia estadística duta a terme sobre una mostra d'abast nacional, permet obtenir respostes sobre la tendència uniformitzadora, les seves causes, profunditat i abast, respostes fonamentades en resultats qualitius i quantitius.

La redacció de la tesi es duu a terme des d'una perspectiva semiòtica del disseny gràfic entès com a comunicació visual, tot i que incorpora coneixements i experiències que provenen de l'entorn professional del disseny i els articula amb constructes teòrics de l'àmbit de les teories cognitives, perceptives i de la imatge.

Tot i no tenir pretensions teòriques universalitzadores, la Pol·linització planteja algunes preguntes avantatjades en relació a models teòrics de transformació cultural existents, que de ben segur marcaràn línies de continuïtat fructíferes en la recerca iniciada amb aquesta tesi.