



DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
Especialización, Maestría y Doctorado en Diseño

**HIPERIMAGEN DINÁMICA COMPLEJA
PROPUESTA PROSPECTIVA EN IMAGEN DIGITAL
LA GRÁFICA URBANA COMO TEMÁTICA
DE PRODUCCIÓN VISUAL**

Pablo Daniel López Álvarez

Trabajo terminal para optar por el
Diploma de Especialización en Diseño
Opción Hipermedios

Miembros del jurado:

Dr. Héctor Jorge Schwabe Mayagoitia
Mtro. Rodrigo Ramírez Ramírez
Profesores del Taller de Diseño III

Dra. Rosa Elena Álvarez Martínez
Mtra. Rosalba Gámez Alatorre

México D. F.
Septiembre de 2006

A la fuerza de la Divinidad, razón y sentido de todo.
A la inteligencia no circunscrita, por la posibilidad de llegar hasta aquí.

A mis padres por su paciencia y apoyo incondicional.

A mis compañeros de especialidad, que se convirtieron en parte de la experiencia.

A mis amigos de hoy y ayer.

Resumen

Partiendo de la posmodernidad como contexto histórico, el problema que aborda este trabajo de investigación se enfoca a la imagen fotográfica en su coyuntura con las tecnologías digitales, orientándose al planteamiento de un posible paso evolutivo de esta.

Así, la aportación principal recae en la propuesta de diseño de una hiperimagen dinámica compleja, desarrollada con base en el concepto de hiperimagen, extendiendo este hacia una construcción cambiante en el tiempo, por medio de un factor dinámico complejo, componiendo un tipo de imagen diferente a la de la animación o el video, debido a que esta no es predecible ni reproducible, ya que por medio de una función matemática, que construye una secuencia de aparición aleatoria de fragmentos de imágenes previamente seleccionados e intervenidos, se va construyendo a cada instante una sola imagen compuesta, más amplia, nombrada hiperimagen dinámica compleja, obteniendo como resultado una alternativa en la creación de imágenes digitales de forma novedosa.

Índice general

Introducción.....	1
Metodología.....	4
I. Planteamiento del problema.....	4
II. Antecedentes.....	4
III. Supuesto.....	5
IV. Objetivo general.....	5
V. Objetivos particulares.....	6
1- Aspectos de la posmodernidad en el Diseño Gráfico.....	8
1.1 El proyecto moderno y la vanguardia.....	8
1.2 La posmodernidad como época histórica.....	9
1.3 Diseño Gráfico posmoderno.....	12
2- Imagen fotográfica y TICs.....	16
2.1 La fotografía como elemento del lenguaje visual del Diseño Gráfico.....	16
2.2 El proceso fotográfico.....	18
2.2.1 Recorte de la realidad.....	19
2.2.2 Autor.....	20
2.2.3 Medio fotográfico.....	21
2.3 La coyuntura digital de la imagen fotográfica: imagen digital e hiperimagen.....	23
3- Temática de producción visual. Propuesta del concepto “ready-made urbano”.....	28
3.1 El ready-made histórico.....	28
3.2 De lo urbano y la gráfica urbana.....	29
3.3 “Ready-made urbano”.....	31
4- Estado de la arte.....	35
4.1 Scenes, graffiti in Barcelona.....	35
4.2 Revista Virus.....	36
4.3 La gráfica urbana en proyectos de comunicación gráfica.....	37

5- Producción visual.....	40
5.1 Captura fotográfica.....	40
5.1.1 Gráfica urbana. Criterios de captura de imágenes principales.....	40
5.1.2 El espacio urbano. Imágenes complementarias.....	41
5.2 Intervención digital.....	41
5.2.1 Cambios.....	42
5.2.2 Procesos.....	44
5.2.3 Articulaciones.....	45
5.3 Producto final.....	47
5.3.1 Hiperimagen simple.....	47
5.3.2 Hiperimagen dinámica.....	48
5.3.3 Hiperimagen dinámica compleja.....	48
Conclusiones.....	52
Bibliografía.....	53

Índice de figuras

Tabla1. Itinerario de la representación fotográfica. (Costa, 1991: 9).....	20
Ilustración 1. Portada. (Scholz, 2003: portada).....	35
Ilustración 2. Página interior. (Scholz, 2003: 90).....	36
Ilustración 3. Página interior. (Scholz, 2003: 60-61).....	36
Ilustración 4. Página interior. (Twelve, 2006: 3).....	37
Ilustración 5. Anuncio de revista. (Vans, 2006: 4).....	38
Ilustración 6. Anuncio de revista. (Absolut, 2006: 4 ^a de forros).....	38

Introducción

Este trabajo inicia estudiando la situación de la imagen fotográfica en su coyuntura con las tecnologías digitales, desde la perspectiva del Diseño de la Comunicación Gráfica, orientándose al planteamiento de un posible paso evolutivo de la hiperimagen, como concepto que surge directamente del de imagen digital. Así, para abordar esta problemática, se procede, en el capítulo 1, a inscribir aspectos elementales en la caracterización del fenómeno del Diseño Gráfico en el marco de la posmodernidad, esto con el fin de asentar una base contextual. En este sentido, la posmodernidad aporta una visión no sólo histórica y de ruptura con la modernidad, sino también descriptiva desde el punto de vista de algunas relaciones que determinan ciertas características del Diseño actual tales como: deconstrucción, apropiación y claro, la influencia de la tecnología; aspectos elementales que de acuerdo Poynor (2003) caracterizan al Diseño Gráfico posmoderno.

En el capítulo 2, se establece un marco teórico mínimo indispensable, teniendo como hilo conductor la tecnología y sus repercusiones en el Diseño Gráfico, específicamente en la imagen fotográfica digital. Se analizan los elementos fundamentales que intervienen en el proceso de construcción de la imagen fotográfica en general, como componente del lenguaje visual del Diseño Gráfico, y después se analiza en relación con las tecnologías digitales. Este capítulo esclarece el concepto de hiperimagen como un concepto adyacente al de imagen digital.

En el tercer capítulo, se expone la propuesta del concepto “ready-made urbano”. A partir de la descomposición de cada parte del término se apunta una descripción mínima suficiente de lo que representa el término ready-made y después, revisando brevemente la idea de espacio urbano y de gráfica urbana, se procede a establecer una relación entre estas dos partes con el fin de proponer una temática concreta en torno a la cual gire la producción gráfica resultante de este proyecto.

El capítulo 4 contiene una revisión de algunos materiales gráficos considerados como relevantes para esta investigación, en el sentido de cómo es que la gráfica y espacio urbanos sirven actualmente como fuente de ideas visuales para el Diseño Gráfico.

El quinto capítulo describe y fundamenta la propuesta de Diseño, hiperimagen dinámica compleja, desde la perspectiva del Modelo de análisis-síntesis de imágenes de síntesis de

Diana Guzmán López (2005). Este modelo incluye una serie de cambios, procesos y articulaciones, algunos de los cuales son aplicados en la propuesta final. Además, en este apartado se establecen tres momentos de la producción gráfica: captura fotográfica, intervención digital y construcción del producto final con sus respectivas características.

La propuesta de Diseño de este proyecto, se basa en la idea del desarrollo de un producto visual que incluye, con base en la creación de un sistema dinámico complejo, una expresión práctica con enfoque prospectivo de la imagen digital.

Así, el producto final es un multimedia conformado por tres secciones las cuales representan tres estadios evolutivos posibles de la hiperimagen: hiperimagen simple, hiperimagen dinámica y finalmente, la hiperimagen dinámica compleja, caracterizada por ser efímera, no predecible, sintética y sólo puede ser visualizada en pantalla, no de forma impresa.

Por tanto, la aportación principal de este trabajo recae en la propuesta del concepto de hiperimagen dinámica compleja, el cual representa un análisis prospectivo de la imagen fotográfica en su coyuntura con las herramientas digitales, concretada además en un ejemplo gráfico.

Otro aporte contenido en esta investigación es la propuesta de la idea del “ready-made urbano”, concepto que queda sentado para un posible uso en el futuro como temática de una gran riqueza visual.

Cabe mencionar especialmente que este trabajo de investigación toma como antecedente vertical la tesis doctoral de Diana Guzmán López (2005), titulada: Imagen, tecnología y realidad. Nuevas tecnologías y nuevos procesos para la creación de imágenes. Propuesta de un modelo de análisis-síntesis de imágenes de síntesis. Dicho modelo funciona en este proyecto como cimiento e inspiración, buscando aplicarlo en una faceta novedosa al mismo tiempo que como herramienta conceptual en la propuesta prospectiva que el presente proyecto pretende.

Metodología

“Ver imágenes o convertir lo que se ve en una imagen se ha vuelto la tercer naturaleza que habitamos. La primera es la Tierra, la segunda la ciudad y la tercera las imágenes”. (Ramírez, 2005: 36).

I. Planteamiento del problema

Actualmente existe la necesidad de reflexionar en relación al impacto de las TICs en la Comunicación Gráfica y como estas tienen la posibilidad de reformular la manera en que las imágenes digitales se construyen ya que como afirma Guzmán (2005: 10):

“Una vez que nos hemos apropiado de las nuevas tecnologías para la producción de imágenes, es pertinente dar un segundo paso y abordar la complejidad teórico-conceptual implícita en esta apropiación”.

Así, el presente trabajo de investigación pretende plantear panorama prospectivo, es decir, pretende proponer un paso de evolución de la imagen digital, basado en la ampliación exploratoria del concepto de hiperimagen, creando un sistema dinámico complejo, determinado en su dinámica por funciones aleatorias, conformando una hiperimagen dinámica compleja.

II. Antecedentes

El Diseño se ha convertido, en su corta existencia, “en un instrumento indispensable de la sociedad contemporánea” (Chaves, 2001: 22), esto se explica desde la perspectiva del consumo en la labor de prefiguración y producción de bienes simbólicos que el Diseño genera; se ha convertido de acuerdo con Kerckhove (1999: 181) en la “piel de la cultura”, esto es, en su forma y estética, en un tipo de metáfora que reubica los valores funcionales de un producto o servicio en valores sensoriales, de estatus, entre otros.

No obstante, y a pesar de que existe una amplia práctica difundida del Diseño existe muy escasa reflexión en cuanto a sus bases teóricas. Este hecho se agudiza de manera importante en el contexto de las tecnologías digitales aplicadas en el ámbito del Diseño.

En lo que respecta al campo de la imagen fotográfica digital, componente de las áreas de acción del Diseño de la Comunicación Gráfica, la escasez de una estructura teórica sólida puede ser reconocida como síntoma de la época actual, es decir, han emergido un sinnúmero de instrumentos que facilitan la captura y la edición de imágenes fotográficas, sin embargo el uso y transformación de las imágenes sigue el mismo rumbo que el Diseño en general.¹

III. Supuesto

Una visión prospectiva que represente un paso en la evolución de imagen digital, puede ser formulada con base en la creación y visualización de esta, involucrando un factor dinámico aleatorio, es decir, proponiendo una imagen compuesta por varios fragmentos individuales, los cuales sufren diferentes cambios en el tiempo de visualización, generando procesos y articulaciones aleatorias, que crean un sistema complejo que constituye una sola imagen compuesta.

IV. Objetivo General

Formular una exploración teórica y práctica de la imagen fotográfica digital como elemento del lenguaje visual en sus posibilidades de representación creativa, empleando la gráfica urbana como temática de producción visual con el fin de proponer un panorama prospectivo en la evolución de la imagen fotográfica digital.

¹ Un síntoma de este hecho es, por ejemplo, el surgimiento de términos de uso común tales como “*photoshopazo*” el cual hace referencia al retoque o tratamiento de una imagen digital en un popular *software* de edición, Adobe Photoshop, a través de una serie de operaciones simples y estandarizadas como la aplicación de filtros, entre otros.

V. Objetivos particulares

- Apuntar aspectos elementales en la caracterización del fenómeno del Diseño y las tecnologías digitales en el marco de la posmodernidad, con el fin de sentar una base contextual.
- Analizar los elementos fundamentales que intervienen en el proceso de construcción de la imagen fotográfica como componente del lenguaje visual del Diseño y su relación con las tecnologías digitales para establecer un marco teórico mínimo indispensable.
- Formular una interpretación original de la gráfica urbana a través de la propuesta del concepto “ready-made urbano”, con el fin de establecer un tema concreto para la producción visual de este proyecto.
- Proponer una visión prospectiva de la imagen digital con base en el desarrollo del concepto hiperimagen dinámica compleja.
- Construir un producto digital interactivo como resultado final, el cual contenga las tres observaciones formuladas en este proyecto de investigación a saber: hiperimagen simple, hiperimagen dinámica e hiperimagen dinámica compleja.

**1- Aspectos de la posmodernidad
en el Diseño Gráfico**

1- Aspectos de la posmodernidad en el Diseño Gráfico

En el presente capítulo se pretende abordar brevemente la problemática de la posmodernidad y el Diseño posmoderno. Una aproximación descriptiva a estos fenómenos, aunque sea mínima, resulta indispensable para comprender las coyunturas actuales marcadas por el signo del constante cambio y el cuestionamiento de los paradigmas convencionales, que hoy resultan reexaminados ante las nuevas propuestas y el impacto de las tecnologías digitales.

1.1 El proyecto moderno y la vanguardia

El advenimiento de la posmodernidad es consecuencia directa de la modernidad, esta es su antecedente inmediato. Es el resultado del desencanto del proyecto moderno: el declive de las utopías, el fin de la idea del progreso indefinido de la humanidad a través de la razón, la ciencia y la tecnología; ideas provenientes del legado de una variedad de filosofías predominantes de los siglos XVIII, XIX y XX, tales como el iluminismo, el positivismo, el marxismo, entre otros.

El movimiento moderno acumuló "...atributos como los siguientes: racionalismo, humanismo, universalismo, utopismo, idealismo, (...) progresismo, vanguardismo, paternalismo, verticalismo, tecnocratismo..." (Chaves, 2001: 18).

Un reflejo muy claro del espíritu moderno fueron las grandes vanguardias artísticas de principios y mediados del siglo XX, las cuales estuvieron fuertemente influidas por acontecimientos como las guerras mundiales y las revoluciones sociales e ideológicas. Estas vanguardias formulaban un levantamiento contra los principios fundamentales del arte, y lo que es más, algunos contra el concepto del arte mismo. El clímax de este espíritu transgresor se alcanza con la corriente dadaísta.

Empero, el surgimiento de estas vanguardias, fue objeto de constantes embates provenientes de las ideas y los manifiestos de las corrientes que le procedían a cada una. Lyotard (1986: 23) señala al respecto:

“¿Contra qué espacio arremete Cezanne? Contra el espacio de los impresionistas. ¿Contra qué objeto arremeten Picasso y Braque? Contra el de Cezanne. ¿Con qué supuesto rompe Duchamp en 1912? Con el supuesto de que se ha de pintar un cuadro, aunque sea cubista. Y Buren cuestiona ese otro supuesto que -afirma- sale intacto de la obra de Duchamp: el lugar de la presentación de la obra (...). Las generaciones se precipitan”.

No obstante, de acuerdo con Bauman (1997: 126) con el correr del siglo XX “...se habría de alcanzar el tope: la provisión de fronteras que transgredir y normas que infringir no era ni mucho menos infinita. (...) Llegó un momento en el que ya no había ningún lugar al que ir”. Aunado a esto, el mercado del arte terminó por asimilar el espíritu de ruptura de la vanguardia, volverlo elitista y símbolo de exclusividad que alcanzaba altos precios entre los coleccionistas.

Finalmente, con el ocaso del arte Pop, se puede marcar el fin de las grandes vanguardias, del proyecto moderno envejecido. La posmodernidad le sucede.

1.2 La posmodernidad como época histórica

"El proyecto de la modernidad apostaba al progreso. Se creía que la ciencia avanzaba hacia la verdad, el arte se expandiría como forma de vida (...). No obstante, las conmociones sociales y culturales de los últimos decenios, parecen contradecir los ideales modernos. La modernidad, preñada de utopías, se dirigía hacia un mañana mejor. Nuestra época, desencantada, se desembaraza de utopías" (Díaz, 1988: 22).

Abraham Moles (1989) ubica la génesis de la idea de época posmoderna, en la noción de sociedad post-industrial planteada por Daniel Bell en los años setentas. Sin embargo, afirma: “...sociedad post-industrial, época posmoderna, inmateriales, palabras todas que casi no tienen sentido más allá de la moda y del contexto, de un contexto demasiado parisino o norteamericano” (1989: 49). Moles propone que más que época post-industrial, término que califica de pretencioso, estamos en una edad electrónica, caracterizada por la proliferación de

todo tipo de artefactos y situaciones cotidianas en las cuales: “los simulacros (electrónicos) reemplazan a las cosas, ha llegado el imperio de los signos” (1989: 50).

Esta visión de las cosas contiene un gran valor ya que de hecho, describe en buena medida la época presente y, muy posiblemente, la futura. Sin embargo, más allá del enfoque únicamente en el activo desarrollo exponencial de la tecnología, existen fenómenos, cambios más profundos en la actitud y la estructura de la sociedad y cultura actual, los cuales han de describirse en el intento de ser aprehendidos. Al respecto Lyotard (1986: 26) afirma que: “no nos toca de realidad sino inventar alusiones a lo concebible que no puede ser presentado”. En este sentido, la noción de posmodernidad se presenta como una referencia conceptual útil, aceptablemente amplia y descriptiva de la época presente. Para Norberto Chaves (2001: 29) la posmodernidad es propiamente una verdad histórica, “...un verdadero estadio del desarrollo de la cultura llamada occidental”. Más aun, Poynor (2003: 8) afirma que este concepto “... está hoy tan bien establecido como forma de pensamiento sobre nuestra época y nuestra condición que no puede simplemente ignorarse”.

Los aspectos que definen esta época y condición actuales se encuentran reflejados en algunos términos más o menos específicos. Subirats (1984: 162) afirma que algunas de las características del shock de la posmodernidad son: “...su vacío cultural, estilístico y artístico, la ruptura, la protesta y la superación vanguardista que (...) pone de manifiesto la obsolescencia de la vanguardia misma, es decir, su muerte”.

Por su parte, Kepler (2003) propone un esquema en el cual intenta describir las transformaciones de la cultura y el pensamiento de la posmodernidad con respecto a la modernidad, a través de una comparativa de opuestos:

MODERNIDAD-POSMODERNIDAD

Utopía-Nihilismo

Jerarquía-Anarquía

Racionalismo-Relativismo

Objetivo-Subjetivo

Profundidad-Superficialidad

Razón-Emoción

Homogeneidad-Diversidad

Metafísica-Ironía

Estabilidad-Inestabilidad

Seriedad-Comicidad

Absoluto-Relativo

Por supuesto, este esquema es simplemente una aproximación teórica del autor en el intento por sintetizar algunos aspectos característicos. El mismo autor advierte que, por supuesto, en la realidad las cosas no resultan ser tan claras ni tan esquemáticas. Sin embargo, este apunte resulta útil para esbozar un panorama general del momento histórico presente.

En cuanto a la ideología predominante de la corriente posmoderna, existe un claro contraste en relación al utopismo de la modernidad. Chaves afirma que el núcleo del pensamiento posmoderno es, lo que él denomina, la “razón cínica”; sus principales características están definidas por:

“(el) formalismo, antifuncionalismo, irracionalismo, ludismo, manierismo, acriticismo, (...), cinismo, superficialidad, apoliticismo, antisocialismo, individualismo, narcisismo, personalismo, creativismo, elitismo...” (2001: 29).

La posmodernidad conjunta y trastoca los valores de la alta cultura y lo popular, para ceder la hegemonía a la nueva cultura dominante: la cultura del consumo.

Se recombinan, en capas superpuestas, lo tradicional con lo actual, en una idea de presente perpetuo, donde lo “nuevo” (no en el sentido moderno) es considerado algo especialmente valioso en todos los productos de consumo, ya sean materiales o simbólicos. Sin embargo, lo más importante no son los nuevos contenidos ni sus discursos, sino las nuevas formas y ante la ausencia de una idea definida claramente como el estilo de la época, “Todo cabe en las enormes fauces de una sociedad basada en buena medida en generar necesidades ficticias y acelerar los ciclos de consumo” (Arroyo et al, 2001: 124).

Es en este punto donde el Diseño entronca con este proceso, ya que su labor de prefiguración, juega un importante rol en la creación de “innovaciones” formales y/o de significación, atractivas y necesarias para el mercado.

1.3 Diseño Gráfico posmoderno

En el campo del Diseño, el discurso de los pioneros bauhausianos y otros, ubicados en la primera mitad del siglo XX, “se inscribe en el paradigma de las vanguardias redentoristas que elaboraban un proyecto alternativo” (Chaves, 2001: 19). Este discurso tenía como centro a la arquitectura, después se expandiría a toda la producción material. En aquella época, las máximas que rigen la práctica pueden resumirse en frases como: “la forma sigue a la función” o “lo útil es bello”. En contraste, el Diseño en nuestros días reposa en un sitio muy diferente al de sus fundadores, completamente transformado.

Una de las metamorfosis más significativas en el Diseño de las dos últimas décadas del siglo XX, ha sido el cuestionamiento y reinterpretación de las reglas y principios que regían la práctica. Además, ante la inexistencia de algo que pueda ser llamado de manera sólida estilo “...reina la heterogeneidad y la dispersión (...). Es un mundo atomizado, un conglomerado de diferencias, es el eclecticismo vuelto imperio.” (Pérez, 1998: 13). Así, para Chaves (2001: 172), el mercado es el único referente, el parámetro que valoriza y certifica la calidad de una propuesta concreta de Diseño.

No obstante, en lo que respecta a las características formales del Diseño Gráfico posmoderno, y sin contar con la suficiente distancia en el tiempo como para poder distinguir de manera universal cuales son las más definitorias, Poynor (2003: 6) localiza, entre otros, tres conceptos-procesos, que resultan útiles en la descripción de un perfil general del Diseño Gráfico posmoderno: deconstrucción, apropiación y tecnología.

Deconstrucción se refiere a la fragmentación del todo unificado de un Diseño, pero no en el sentido de destrucción o caos, sino en el sentido de una recomposición dinámica. A este respecto, Poynor (2003: 61) afirma que “fue especialmente David Carlson, más que cualquier otro diseñador, quien popularizo el estilo deconstructivista en los noventas”.

En lo tocante al concepto de apropiación, Jameson (2002 citado en Poynor 2003: 71, 72) identifica en este en dos actitudes básicas, la parodia y el pastiche:

“Ambos fenómenos suponen una imitación o mimetismo de los manierismos y los tics de otros estilos. En el caso de la parodia, el objetivo es poner de relieve las peculiaridades del original para mofarse de ellas (...). El pastiche (...) a diferencia de la parodia, no posee un impulso satírico subyacente (...) se trata de una práctica neutral”.

De esta forma, mientras que la parodia incluye un elemento de ironía en el hecho de reutilizar conceptos y descontextualizarlos con fines creativos diversos, el pastiche es simplemente una parodia frívola, carente de contenido, más centrado en el efectismo o en la acumulación de referentes visuales hasta cierto punto ornamentales.

Por último, y quizá por su abundancia y omnipresencia, el concepto más evidente de esta propuesta de caracterización del Diseño posmoderno es la tecnología. Más específicamente, las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas en el ámbito del Diseño.

“La computadora no es simplemente otro lápiz”, afirma Greiman (1990 citado en Poynor, 2003: 96). La revolución que este medio constituye, es la capacidad de integrar todas las herramientas de representación gráfica y audiovisual en un sólo medio, el cual además, tiene la capacidad de representar cualquier combinatoria de datos en un lenguaje universal: ceros y unos. Así mismo, de acuerdo con Chaves (2001: 63), los insumos tecnológicos han permitido “una ampliación inusitada de las posibilidades de lenguajes formales”

Por otra parte, paralelamente al desarrollo exponencial de las tecnologías computacionales y sus dispositivos periféricos como las cámaras digitales, y otros; las posibilidades de representación visual de manera digital, se ampliaron y abrieron incluso para los noveles en este campo a través del acceso a programas de software más poderosos e intuitivos. Esto está generando actualmente dos procesos: por un lado, una abierta democratización creciente de los medios digitales; por otro, el advenimiento de un tecnocratismo acrítico debido a la utilización de las tecnologías no en sus cualidades instrumentales, sino en sus características de “diseño”.

Sin embargo:

“las prácticas técnicas obviamente no le provee (al diseñador) de los instrumentos para comprender esas prácticas (...). Es lo que llamamos alienación: una persona hace algo sin saber para qué ni cómo; sin conocer las raíces profundas que articulan sus propias conductas (...). Se trata del tecnocratismo, tantas veces denunciado y siempre resurgente”. (Chaves, 2001: 32, 33).

Entre los tres conceptos del Diseño posmoderno antes abordados: deconstrucción, apropiación y tecnología, existe una interrelación más o menos evidente que además se complementa con una lógica de combinaciones que ha permitido una amplia experimentación y propuesta de imagerías gráficas de la más diversa índole. La importancia de revisar estos conceptos, insertos en el contexto propio del posmodernismo, radica en que pueden servir como factores de comprensión y caracterización en pos del planteamiento de una prospectiva posible en el campo de la imagen fotográfica digital.

2- Imagen fotográfica y TICs

2- Imagen fotográfica y TICs

La fotografía como proceso, se halla actualmente en pleno encuentro con instrumentos digitales muy poderosos. Esto da origen a nuevas formas de concebir tanto la captura como la posproducción. Por tanto, es necesario ubicar los principios teóricos cardinales del proceso de generación fotográfica, así como la manera en que se relacionan y transforman con el nuevo paradigma de las tecnologías digitales, con el fin de vislumbrar el futuro posible de la imagen digital.

2.1 La fotografía como elemento del lenguaje visual del Diseño Gráfico

“La densidad de nuestra iconósfera se ha incrementado considerablemente en los últimos veinte años, debido a la aparatosa emergencia de numerosas modalidades de imágenes computarizadas, en una nueva etapa posanalógica e interactiva de las relaciones entre hombre y máquina en el campo de la producción icónica”
(Gubern, 1996).

Potenciada por la revolución que representan las TICs, la imagen fotográfica se ha popularizado y extendido como forma de representación. Ha triunfado la llamada “civilización de la imagen”. Esta no se manifiesta únicamente en la preponderancia de la imagen electrónica, aposentada en la cultura de masas, sino esencialmente en que la imagen fotográfica, y sus derivaciones, se propagan por todos los **media** (Costa, 1991: 23).

Acorde con esta idea, Ayala y Ordóñez (2006) afirman que:

“En la era de la comunicación masiva, la fotografía se manifiesta en la inundación de imágenes que nos rodean y, como afirma el pensador Roland Barthes, actualmente vivimos en la era de la imagen: desde los libros, revistas, periódicos, cine, publicidad, la World Wide Web y sobre todo desde los programas de televisión”.

Cabe destacar, que en este panorama, el Diseño de la Comunicación Gráfica tiene un papel protagonista como agente de prefiguración de buena parte de los mensajes proyectados a la

sociedad. “Si existe una disciplina (...) que condense el espíritu y las técnicas fundamentales de producción de imágenes en la sociedad de masas y medios (...), es el Diseño” (Arroyo et al, 2001: 116).

El Diseño es una disciplina proyectual distinta a otras actividades dedicadas a la producción de imágenes, debido primordialmente a que en esta, la imagen ha de ser coherente con diversos conceptos clave en la relación de un producto y su mercado a través de una planeación sistemática, y debe cumplir con una función comunicativa específica.

Toda comunicación tiene lugar a través de un lenguaje², en el caso del Diseño Gráfico esta se efectúa a través del lenguaje visual. Un elemento de este son las imágenes fotográficas, otros elementos son la ilustración, la tipografía y los gráficos como las formas geométricas por ejemplo. Estos componentes pueden aparecer separados o en conjunto en diversos niveles de jerarquía.

Generalmente en un producto de Diseño Gráfico, tiende a existir una proporción entre los diversos elementos visuales que lo conforman, sin embargo, en la actualidad es la fotografía el componente predominante (Bonnici y Proud, 1998: 12). Esto se debe, en parte, a las amplísimas posibilidades de información, representación de situaciones reales o simuladas, pero principalmente a su poder de evocar emociones que no estén conectadas con los niveles racionales de percepción del ser humano.

Por tanto, resulta evidente la importancia que guarda para el Diseño Gráfico, profundizar en el estudio de la imagen fotográfica.

2.2 El proceso fotográfico

² Un lenguaje es, ante todo, un sistema convenido que “da forma a la esencia de las realidades (...) que traduce” (Costa, 1991: 13). Esto es, prefigura la realidad de modo que esta pueda ser comunicada. Es un sistema debido a que contiene tres elementos fundamentales: estructura, leyes y posibilidades de combinatoria de signos que le son propios. De ahí, puede afirmarse que cada lenguaje tendrá unos límites naturales, ya que un signo o conjunto de signos, forman *una* representación de la realidad, pero que ante todo no puede *ser* la realidad en sí.

“Toda imagen es una representación de la realidad o la imaginación que forzosamente atraviesa las mentes del productor y del receptor. Toda imagen producida o interpretada lleva implícita una experiencia estética. Es la representación de algo, su denotación no verbal. (...) El ser humano produce imágenes cuando se apropia de objetos, ideas o acontecimientos” (Guzmán, 2005: 54).

Una vez apuntada la función e importancia que tiene la fotografía para el Diseño de la Comunicación Gráfica, se presenta, como paso lógico, la necesidad de sentar algunas bases de los elementos que intervienen en la génesis de una imagen en el terreno fotográfico.

De acuerdo con Costa (1991: 135-137), existen tres componentes conexos que pueden ser distinguidos como fundamentales en la concepción, obtención y análisis de una imagen. Estos son: la realidad, el fotógrafo y el medio técnico. Además, estos elementos guardan unas relaciones que están definidas por:

- a) Su combinatoria, esto es, los diversos niveles relativos de preponderancia de uno de los tres componentes.
- b) Los ruidos o interferencias propios de todo instrumento técnico de captura u obtención.
- c) El azar, que interviene en cierta forma, por ejemplo, convirtiendo “ruidos” o errores aleatorios en elementos expresivos o estéticos.

Más aun, Costa afirma: “Las tendencias estéticas y expresivas del fotógrafo, el peso de lo real y de lo cultural, y, finalmente, la utilización del medio, constituyen un conjunto de variables cuyas tensiones se cristalizarán en la imagen.” (1991: 135). Esto significa fundamentalmente, que en la captura y posible posproducción de una fotografía, está implícito un proceso más amplio que el registro o la inscripción de recortes o simulaciones de la realidad.

La importancia de este modelo triple y sus posibles relaciones, se funda en que si se realizan variaciones significativas en cualquiera de sus tres componentes y/o en la alteración de las relaciones entre estos, en un proceso creativo, es factible hallar posibilidades de evolución de la imagen fotográfica en pos del planteamiento de una posible prospectiva, una vez comprendida la génesis de una fotografía como elemento general del lenguaje visual.

A continuación se puntualizan los tres componentes básicos involucrados en el proceso fotográfico.

2.2.1 Recorte de la realidad

Por definición, una imagen fotográfica tiene origen en un recorte de realidad, surge de la aprehensión de un fragmento de lo real “tangible”. Sin embargo, existen diferentes niveles de semejanza con la realidad. De acuerdo con Costa (1991: 15) estos niveles pueden ser definidos por la noción de iconicidad, entendida esta como el parecido más o menos cercano de la imagen fotográfica con lo real. Este concepto da pie a un “itinerario de la representación fotográfica”, en el cual se distinguen dos actitudes visuales básicas: la sumisión y la subversión.

La sumisión visual está determinada por su compromiso con la realidad que le dio origen, es decir, por su literalidad y objetividad teniendo como valor más alto la verdad. Por otro lado, la subversión está definida por cualidades como imaginación, abstracción y experimentación como ideal de creatividad. “En el primer caso, la reproductividad se vuelve hacia el objeto, el modelo y el acontecimiento. En el segundo caso, la creatividad busca en el interior del sujeto, en sus intenciones expresivas, en su cultura visual.” (Costa, 1991: 136).

Por supuesto, estas actitudes no son criterios absolutos sino que se proponen como extremos de un arco de posibilidades donde caben todas las gradaciones posibles.

Esta idea del itinerario se sintetiza en la siguiente tabla:

Actitud/ iconicidad	Reproductividad	Objetivación	Subjetivación	Abstracción
-------------------------------	-----------------	--------------	---------------	-------------

Máxima				
Media				
Mínima				
Nula				

Tabla 1. Itinerario de la representación fotográfica (Costa, 1991: 9)

De manera análoga a esta idea del itinerario visual, Bonnici y Proud (1998: 13) afirman que toda imagen fotográfica puede ubicarse en un área dentro de un espectro visual que va desde el nivel puramente informativo hasta el nivel altamente evocativo en el otro extremo. El tipo de imágenes que se ubican en cada uno de estos dos lados del espectro, con sus respectivos intermedios, poseen unas características estéticas y psicológicas definidas. Por tanto, si generalmente una imagen tiende a comunicar paralelamente información y emoción en una proporción determinada, con relativa preferencia hacia uno u otro lado del espectro, es debido a la naturaleza del mensaje que intenta transmitir.

Puede afirmarse entonces, que el lugar que ocupa una imagen dada en el espectro o itinerario visual, obedece a su función y destino.

2.2.2 Autor

Con base en la idea de un espectro o itinerario visual que define a una imagen dada tomando criterio su iconicidad, puede deducirse que la intervención del fotógrafo como autor es más significativa en la medida que el nivel de evocación en el espectro es mayor.

Esto es muy claro si se considera que el primer nivel de aprehensión de la realidad es en un carácter informativo, en cuyo caso el fotógrafo funge como un mero observador de un objeto, hecho o escenario preexistente, conformando un relato objetivo. En este caso existe, de hecho, la intervención del autor, esto se refleja en cuestiones como el encuadre, la ubicación, el “momento decisivo” y otros factores que imprimen una cierta huella de subjetividad del que

captura la imagen. Sin embargo, el nivel de libertad creativa en la representación está circunscrita a su fidelidad con la realidad. Un ejemplo de esto puede encontrarse en las imágenes fotográficas documentales o informativas: fotoperiodismo, fotografía de arquitectura, entre otros.³

Existe una dialéctica entre la actitud de reproductividad y la de creatividad, "...en la primera predomina el descubrimiento de lo cotidiano, en la segunda prevalece el descubrimiento de lo insólito" (Costa, 1991: 136).

Acorde con este pensamiento, Susan Sontag (1981: 126) asevera que: "Resueltos a demostrar que las fotografías pueden –y cuando son buenas, siempre lo hacen– trascender la literalidad, muchos fotógrafos serios han hecho de la fotografía una paradoja poética". De hecho, puede afirmarse que es primordialmente en el polo de la subversión visual en donde un autor puede explorar ampliamente las posibilidades de la imagen. Esto es debido a que aunque toda fotografía es inicialmente un reflejo fragmentario de la realidad, una vez que la imagen es extraída de esta, puede conducirse a territorios ignotos, distantes de lo real en dirección de lo imaginario, en donde el límite y profundidad del trastoque plasmado en una representación fotográfica estará determinado por las capacidades creativas del autor. No obstante, son estas destrezas y límites intrínsecos los que le confieren a una imagen su originalidad, y dan cabida a la innovación.

2.2.3 Medio fotográfico

La producción de una imagen fotográfica siempre estará mediada por un instrumento de recuperación de la realidad. Estos instrumentos poseerán ineludiblemente unas determinadas capacidades y unas incapacidades específicas. Es en este sentido que las cualidades ópticas del instrumento de captación juegan un papel muy importante desde la perspectiva del producto final.

³ Un paso siguiente en el espectro podría ser el caso de la fotografía de producto, por ejemplo. En esta se tiene un rango más amplio de libertades creativas, tomando en cuenta que la imagen final debe guardar aún una relación verificable con el producto real.

Así, desde los primeros experimentos rudimentarios que intentaban plasmar escenas de la realidad con ingeniosas mezclas químicas fotosensibles, hasta la captura a través de avanzados dispositivos digitales, la tecnología ha sido y sigue siendo un elemento determinante en la definición de las posibilidades específicas de captura y reproducción. Gubern (1987: 156) afirma al respecto: "...si la fotografía no es una mera duplicación fotoquímica de nuestra percepción óptica, se debe a que la tecnología del medio altera y manipula la representación en relación con la percepción binocular genuina del hombre".

En este sentido, los avances tecnológicos han traído consigo nuevos procedimientos de obtención y el desarrollo y nuevo manejo del lenguaje visual, basado, en principio, en las características específicas del medio. Esto puede ilustrarse históricamente con la transición del uso de la película blanco y negro a película a colores hace más de setenta años. La aparición del color en la fotografía no impidió la permanencia de la película y papeles para blanco y negro en el mercado, sin embargo, este avance tecnológico marcó un hito, abrió un nuevo panorama desde el punto de vista de las capacidades de representación simbólica y documental, y paralelamente, de los usos y costumbres de los usuarios de los instrumentos fotográficos, desde los profesionales hasta la creciente legión de usuarios caseros.

En la época actual, un nuevo cisma surge en la fotografía: los instrumentos digitales. Esta transformación no es solamente técnica y operacional sino además "ideológica" en el sentido de que representa toda una forma diferente de producción, difusión y consumo de imágenes.

Afirma Guzmán:

"podemos referirnos a la tecnología como proceso o como el conjunto de instrumentos. Sin embargo, (...) los fenómenos se componen tanto de la cosa a que hacen referencia como al entorno y a los procesos que están involucrados, tanto los que ocurren en su interior como los que la afectan desde afuera o los que se dan por esa interacción. Por ello, también cuando nos referimos a la tecnología, lo hacemos incluyendo tanto los artefactos e instrumentos, como los procesos que ocurren con ellos, los que permiten su generación o los que ocurren debido a su utilización. Lo tecnológico también es un fenómeno complejo" (2005: 101).

Esto confirma la importancia de profundizar en el estudio de la imagen fotográfica digital, no sólo desde la perspectiva técnica, sino también desde un análisis, aunque sea mínimo, del estadio en que se encuentra la imagen digital actualmente como medio fotográfico y los futuros escenarios posibles hacia los cuales podría dirigirse.

2.3 La coyuntura digital de la imagen fotográfica: imagen digital e hiperimagen

“Detrás de los colores, de las luces minúsculas que se entremezclan como los bacilos ordenados de una nueva epidemia, del movimiento expresado en bits que le deben la vida el álgebra booleana, se esconde una voluntad básica de observación del mundo” (Cortés, 2005: 10).

De acuerdo con Videla (2002) “...el cambio a lo digital, no implica únicamente el ahorro de película y de laboratorio. Evidentemente es eso y mucho mas”. Es la gestación de nuevos conocimientos que interpreten y describan las transformaciones implícitas en este cambio. De estos, el concepto fundamental es el de imagen digital, ya que esta es la base estructural de las nuevas posibilidades de representación visual en general y fotográfica en particular.

Estrictamente hablando, una imagen digital es una sucesión de datos en lenguaje binario que en teoría pueden representar cualquier cosa. De este concepto, se desprende el de imagen de síntesis, el cual puede ser definido como la representación visual del modelo binario de una imagen digital, a través de un dispositivo de visualización: computadora, teléfono celular, cámara digital, entre otros.

Diana Guzmán López (2005: 21) afirma que la imagen digital o de síntesis, puede ser entendida como una misma cosa, o bien como dos aspectos de una misma cosa. Con base en esto, en lo sucesivo en este estudio, se referirá indistintamente al concepto de imagen de síntesis o de imagen digital, entendidas como el mismo objeto general de estudio, fundamentado en la siguiente definición:

“La imagen de síntesis, infográfica, digital o virtual es una imagen generada en un instrumento tecnológico que se conoce como computadora; en general, el término

se refiere a imágenes codificadas digitalmente. Esta codificación compuesta de píxeles (palabra que se deriva de los términos en inglés picture elements), contiene la información del lugar relativo que ocupa, el color y el brillo. De esta manera, la imagen de síntesis, es virtual e invisible, en tanto no se imprima o se proyecte, está compuesta de información magnética grabada en medios tecnológicos. Si se hace visible (con instrumentos tecnológicos también), podemos entonces darle significado e interpretarla. El paso de lo legible a lo visible no es posible sin el uso de la tecnología, tampoco su generación” (Guzmán, 2005: 21).

En la definición anterior, pueden identificarse dos acciones fundamentales y complementarias implícitas en la imagen digital: la visualización y la generación. En lo que respecta a la generación, esta consta básicamente de dos momentos: la captura a través de un hardware como el escáner o una cámara digital⁴, y el tratamiento posterior de la imagen en una computadora con una variedad de software que desempeña diversas funciones. Así, resulta evidente que para que sea posible este proceso de generación, en sus dos momentos componentes, es necesaria la existencia de condiciones de visualización óptimas.

Por otra parte, las imágenes de síntesis son, ante todo, un resultado, un paso evolutivo de sus antecesoras análogas tradicionales, y por tanto, comparten algunas características con estas, integrando algunas cualidades nuevas, propias de la estructura tecnológica digital. Estas condiciones novedosas implican necesariamente un cambio en la forma de producir, percibir e interpretar estas imágenes⁵.

Esto resulta evidente en ciertos aspectos que pueden considerarse de índole técnica, y sin embargo involucran aspectos que definen ciertas cualidades, que se ven reflejadas en el proceso de creación fotográfica e influyen en la nueva concepción de la fotografía como constituida por una materia virtual en tanto no se plasme en un soporte físico. Es decir, una de sus cualidades más evidentes es la inmaterialidad de la imagen en su tenor de representación de la realidad.

⁴ Para los fines del presente estudio no se consideran las imágenes extraídas de Internet, ya que en ese caso no existe un proceso de generación como tal, sino más bien es un acto de apropiación.

⁵ A esto se le suma el escenario actual, denominado posmodernidad, el cual involucra transformaciones y ciertas tendencias en los modos de producción y consumo de imágenes fotográficas.

“Lo paradójico de las imágenes de síntesis es que cumplen con esta doble función que Gubern considera divergente. A la vez que son crípticas y codificadas matemáticamente en matrices numéricas que contienen información sobre el color, la posición y el brillo y que se sintetizan en píxeles, pueden ser decodificadas en una pantalla o en un soporte físico, y representar escenas hiperrealistas que en su extremo pueden denominarse realidad virtual” (Guzmán, 2005: 69).

Por otra parte, un concepto cardinal, en este estudio de la coyuntura digital de la imagen fotográfica, es el de hiperimagen que puede considerarse como una posibilidad evolutiva de la imagen en el entorno digital. La esencia de la noción de hiperimagen puede localizarse en la noción de hipertexto, y por tanto, puede establecerse un paralelo entre estos dos conceptos.

Barrera (2002) ubica de origen a la hiperimagen en el contexto de los hipermedios:

“a los P. I. (productos de la información) que mediante vínculos entre sus componentes informativas permiten una recepción multidireccional se les identifica como hipermedios. Así se tienen el hipertexto, el hiperaudio, la hiperimagen, el hipervideo y la hiperanimación...”

Después, la define específicamente como:

“un conjunto de imágenes interconectadas entre sí mediante enlaces o vínculos establecidos entre partes de una misma imagen o entre partes de una imagen y otras imágenes diferentes, de manera tal que puedan ser vistas de forma multidireccional siguiendo interactivamente esos enlaces”.

Respecto de las implicaciones semióticas que potencialmente pueden suscitarse en torno a una hiperimagen, Gubern (1996) afirma que esta propicia la fusión de imágenes, las cuales pueden ser de naturaleza heterogénea, tan diversa como las capacidades creativas del autor, y pueden constar de elementos naturales, artificiales o simulados. Este proceso lo describe como un collage de imagen fotoquímica e imagen binaria, es decir lo indicial y lo construido, en lo que denomina un verdadero “injerto semiótico”.

Esta última dilucidación de hiperimagen será especialmente considerada en la propuesta de producción visual en el apartado 5.3 (p. 47), introduciendo el planteamiento de una composición aleatoria por medio de ecuaciones matemáticas como agentes de exploración en la propuesta de una prospectiva en la creación de imágenes, ya no sólo a partir de la mezcla o retoque y alteración digital, sino además, con un factor de variación en el tiempo.

Así, en lugar de generar una imagen digital fija en el sentido habitual, o una hiperimagen simple, se propone componer una imagen-proceso con un factor matemático de generación aleatoria cambiante en el tiempo construyendo una hiperimagen dinámica compleja.

**3- Temática de producción visual.
Propuesta del concepto “ready-made urbano”**

3- Temática de producción visual. Propuesta del concepto “ready-made urbano”

En el presente capítulo se explica, a partir de la descomposición de sus partes, el término “ready-made urbano”. Una vez sentando una descripción mínima suficiente de lo que representa el término ready-made y revisando brevemente la idea de espacio urbano y de gráfica urbana, se procede a establecer una relación entre estas dos partes con el fin de proponer una temática alrededor de la cual gire la producción visual resultante de este proyecto.

3.1 El ready-made histórico

El ready-made es una categoría artística desarrollada por Marcel Duchamp. El sentido puro del término hace referencia a la utilización de objetos de producción industrial en serie que al ser seleccionados y presentados por un artista estos adquieren la calidad de objetos artísticos. En este caso, el autor no produce ni configura la obra, sino que selecciona un objeto preexistente, ya hecho, y lo inviste como una pieza de arte.

El concepto detrás de este género artístico es la postura de Duchamp de rechazar la idea romántica y el estatus de artista como creador genial y original.

De acuerdo con Elger (2004: 80):

“Lo interesante para él (Duchamp) es romper con cuanto el público espera tradicionalmente del arte, establecer los límites de las obras para poder ampliarlos radicalmente. Todos sus ready-mades plantean una pregunta clave: ¿cuáles son las características y condiciones que hacen de un objeto una obra de arte? (...) La gran innovación introducida por Duchamp fue llamar la atención sobre la importancia del contexto en la obra de arte”.

El acento en la importancia fundamental del contexto, es ampliamente significativo ya que se relaciona con la idea de cómo se transforma la percepción de un objeto al ser situado en diferentes entornos por medio de su selección, aislamiento y extracción del contexto original, propio del objeto.

Una de las obras más representativas del ready-made es la obra Fuente (Fountain) presentada por Duchamp en 1917 en la exposición anual de la Society of Independent Artist en Nueva York, en medio de una gran polémica.

De la misma forma, Duchamp extiende el concepto de ready-made hacia lo que puede llamarse un ready-made intervenido. Esto es, se toma un objeto preexistente y se le somete a manipulaciones explícitas. Un ejemplo de esta idea en la obra de Marcel es la polémica L. H. O. O. Q. de 1919. Esta obra consiste en una reproducción a color tamaño postal de la Mona Lisa de da Vinci (hacia 1503-1506) con bigote y barba masculinos dibujada con lápiz por Duchamp.

3.2 De lo urbano y la gráfica urbana

“Observar las ciudades puede causar un placer particular, por corriente que sea la vista (...). En diferentes ocasiones y para diferentes personas, las secuencias se invierten, se interrumpen, son abandonadas, atravesadas. A la ciudad se le ve con diferentes tipos de luces y en todo tipo de tiempo.

En cada instante hay más de lo que la vista puede ver, más de lo que el oído puede oír, un escenario o panorama que puede ser explorado” (Lynch, 1960: 9).

Las ciudades son un espacio que ha inspirado históricamente innumerables manifestaciones artísticas y de diseño. Esto tal vez se debe a su carácter heterogéneo, generalmente es un lugar de contrastes, de confluencia, de caos. El lugar perfecto para gestar historias.

Específicamente la Ciudad de México, notable por su extensión territorial y poblacional, es un lugar idóneo para desarrollar visualmente la temática urbana. “La iconografía urbana ofrece argumentos para todo tipo de tesis. Pero atención: (...) la Ciudad de México siempre es una cosa y todo lo contrario” (Blanco, 1998: 9).

En este sentido, a últimas fechas algunos de los elementos visuales especialmente abundantes en la Ciudad de México son los provenientes del graffiti, la pinta ilegal de los espacios urbanos.⁶

De acuerdo con Wikipedia (2006):

“Se llama graffiti a varias formas de inscripción o pintura, generalmente sobre propiedades públicas o ajenas (como paredes, vehículos, puertas y mobiliario urbano). Es un término tomado del latín: en italiano, graffiti es el plural de graffito, que significa marca o inscripción hecha rascando o rayando un muro y así se llaman las inscripciones que han quedado en las paredes desde tiempos del imperio romano, que ha llegado al castellano a través del inglés”.

De entre las varias modalidades existentes de graffiti, pueden distinguirse tres vertientes básicas: el pictórico, el tagging y el post-graffiti o street art.

Graffiti pictórico es aquel en el cual se pintan escenas, objetos y personas de formas más o menos figurativas, es decir es una corriente cercana a la pintura mural pero practicada en la calle, la mayor parte de las veces de forma ilegal.

El tagging es una modalidad en la cual se trata de escribir el propio nombre del graffitero con una firma característica. Esta denominación obedece al término inglés tag que significa etiqueta. En este caso, la calidad estética del graffiti se basa en las formas y colores propios de cada firma, valorándose también la cantidad y el espacio urbano en donde esta se plasma.

Por último, dentro del post-graffiti o street art se consideran las manifestaciones posteriores a la pinta en el sentido simple, esta tendencia incluye “técnicas como la aplicación de aerosol con plantillas, y el pegado de carteles y calcomanías llamadas stickers” (Wikipedia, 2006).

⁶ Cabe advertir al lector que las cuestiones morales, éticas, históricas, sociales e ideológicas alrededor del *graffiti*, a favor o en contra, se consideran fuera del alcance y contexto de los fines de este trabajo de investigación por lo cual no se abordan.

3.3 “Ready-made urbano”

“Se pueden extraer imágenes fijas del flujo de la vida, pero un cierto tipo de esas instantáneas es intrínsecamente inestable, dirigiendo la conciencia del espectador fuera del encuadre y de vuelta hacia el flujo de la propia vida” (Linsley, 2006).

El término “ready-made urbano” es una idea propuesta por el autor del presente trabajo como un enfoque original en su denominación y sentido. Este surge ante la necesidad de hallar una expresión que incorporara dos conceptos básicos explicados a continuación.

El término “ready-made urbano” se compone de dos elementos principales. Por un lado, toma como base la idea del objet trouvé “objeto encontrado” que es la esencia del ready-made, y que implica la preexistencia de un objeto el cual es retomado por un autor, diferente al productor primario, y es este quien le da la valía de objeto de arte, en este caso de diseño, y que además puede incluir o no una intervención explícita por parte del autor que recupera. Es en este sentido, que el graffiti, al estar plasmado en la calle, se convierte en un “objeto” visual propenso a ser “encontrado” e intervenido, extrayéndolo de su medio ambiente de origen por un autor diferente al que plasmó el graffiti original. Además, lo urbano implicado en el término propuesto, se encuentra no sólo en el graffiti, sino también en el contexto que le rodea, elementos como: señales viales, construcciones, postes, árboles, luces, entre otros.

Por tanto, el término “ready-made urbano” refiere a la recuperación visual de la gráfica urbana, en este caso específicamente del graffiti y su contexto urbano, en calidad de ready-made no objetual, por medio de la imagen fotográfica como medio de recuperación, en un proceso de intervención digital explícita por parte de un autor diferente al del trazo primigenio, dando como resultado un producto gráfico enteramente distinto en su punto de vista y significado.

Una de las características primordiales del “ready-made urbano” es su cualidad de recuperar elementos gráficos, escenas urbanas, que de otra forma serían efímeros consecuencia de la circunstancia propia del graffiti, en las calles este es borrado o alterado constantemente debido a factores climáticos o intencionales.

Por el hecho de tratarse de una recuperación fotográfica, el producto gráfico resultante conservará de inicio unas determinadas características de la fotografía. Tal es el caso de la fotografía como registro de la realidad, explorado y ampliado en su sentido, al ser sometidas las imágenes primigenias a una serie de manipulaciones digitales posteriores⁷, configurando finalmente una realidad alterna, no registrada, como propuesta visual.

Desde la perspectiva semiótica:

“Charles Sanders Peirce distinguía entre icono, índice y símbolo según el tipo de relación entre el signo y su objeto. El icono representa el objeto mediante la semejanza (...); el índice mediante una relación de efecto, de huella o contigüidad física -por ejemplo, unas pisadas indicarían el paso de alguien, o unas sombras-; el símbolo finalmente, por pura arbitrariedad o convención (...)” (Fontcuberta, 1990: 25).

Bajo esta óptica, el “ready-made urbano”, centra su propuesta en los aspectos icónicos e indiciales del graffiti y el espacio urbano, aislado de sus valores simbólicos por medio de una recontextualización y deconstrucción ejercida por el autor que recupera estos elementos gráficos de la calle. Esto implica que la imagen terminada, nombrada “ready-made urbano”, crea un nuevo proceso de significación al distanciar las cualidades icónicas e indiciales de las propiamente simbólicas de cada imagen.

En este sentido, las características icónicas se hallan en los aspectos formales de un determinado trazo de graffiti, recuperado en una toma fotográfica. Tales características son: forma, contorno, tamaño, color. Por otra parte, los signos indiciales de producción se hallan en la técnica empleada: aerosol, plumón, sticker, entre otros; la superficie sobre la cual se plasma.

Así, se presenta un doble procedimiento semiótico, por una parte, la recuperación de graffiti se hace con base en sus valores sígnicos, localizados en el nivel icónico e indicial. Al mismo tiempo, la captura fotográfica de un determinado graffiti, genera, para la fotografía tomada, un valor icónico propio, puesto que se basa en un recorte de la realidad y también, tiene una carga

⁷ El proceso de intervención mencionado incluye uno o más de los cambios, procesos y articulaciones descritos en el apartado 5.2 p. 47

indicial en el sentido del registro de una huella gráfica. Sin embargo, la propuesta específica del “ready-made urbano” busca sobrepasar la idea de fidelidad con la realidad, explorando las posibilidades de la imagen como índice.

Al respecto, Fontcuberta (1990: 25) sostiene que:

“La posición que a priori parece mejor defendible atendiendo a las características procesuales y formativas es la de la fotografía como índice. Según esta concepción, puede darse o no semejanza en la fotografía -puede, por tanto, existir fotografía abstracta-; ésta no constituye la peculiaridad esencial. Lo realmente específico, en cambio, es la presencia del objeto, cuya energía luminosa deja unos trazos...”

Así, una vez establecida la temática en torno a la cual gira la producción visual, se procede a sentar el estado del arte considerado relevante para este trabajo de investigación.

4- Estado del arte

4- Estado del arte

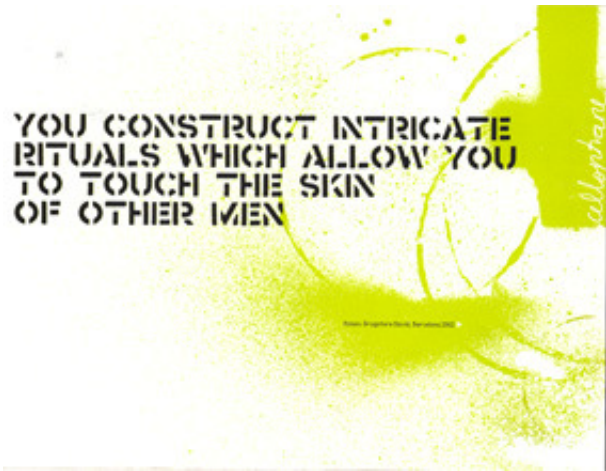
El estado del arte considerado como relevante para esta investigación se basa en ejemplos gráficos de como el graffiti y el espacio urbano sirven actualmente como fuente de ideas para el Diseño Gráfico. Probablemente por su creciente abundancia, por su irremediable presencia o tal vez por sus atributos estéticos y estilísticos, actualmente el Diseño Gráfico está comenzando a mirar al graffiti y a la calle como un género expresivo, cercano a determinados nichos de mercado tendiente al público juvenil impregnando al Diseño de una cierta poética de lo urbano, donde el graffiti tiene un especial valor como elemento clave en ciertos productos gráficos. Esta tendencia se ve reflejada en campos del Diseño como la publicidad para marcas de renombre internacional.

4.1 Scenes, graffiti in Barcelona

Scenes, graffiti in Barcelona es un libro de obra fotográfica de Scholz (2003) el cual aborda el tema del graffiti español, específicamente en Barcelona. Esta publicación se caracteriza por presentar un panorama general de varias escenas del graffiti, sin embargo, el aspecto más relevante es su Diseño editorial el cual retoma ciertos elementos gráficos característicos, que pueden ser identificados como provenientes de la idea del graffiti, tales como el dripping o salpicaduras de pintura proveniente del aerosol. Ver ilustración 1, 2 y 3.



Ilustración 1. Portada. (Scholz, 2003)



YOU CONSTRUCT INTRICATE
RITUALS WHICH ALLOW YOU
TO TOUCH THE SKIN
OF OTHER MEN

Ilustración 2. Página interior. (Scholz, 2003: 90)



Ilustración 3. Página interior. (Scholz, 2003: 60-61)

4.2 Revista Virus

Esta publicación mensual editada en México, es una revista especializada en el tema del graffiti, esporádicamente presenta propuestas de imágenes intervenidas a manera de posters. La relevancia de estas imágenes está en la forma en que las ideas de espacio urbano y gráfica urbana son aprehendidas desde una perspectiva novedosa. En la ilustración 4 se presenta un ejemplo de la propuesta de esta revista.



Ilustración 4. Página interior. (Twelve, 2006: 3)

4.3 La gráfica urbana en proyectos de Comunicación Gráfica. Ejemplos en diferentes medios.

La influencia de la gráfica y el espacio urbanos es notoriamente considerada para la construcción de algunos anuncios publicitarios de marcas reconocidas internacionalmente persiguiendo llegar a un nicho de mercado más o menos específico, revalorando la riqueza visual que puede ser encontrada en el graffiti y las calles.

En la ilustración 5 se presenta un ejemplo de como la técnica del aerosol y la plantilla se utiliza para configurar el logotipo de la marca de calzado Vans infundiéndole un aire urbano y juvenil acorde con el público al que va dirigido el mensaje.



Ilustración 5. Anuncio de revista. (Vans, 2006: 4)

En la siguiente imagen, ilustración 6, se presenta un anuncio de una reconocida marca de vodka en el que se retoma el ambiente del espacio urbano para darle al producto un aire de soltura, complementado además por el personaje que presenta.

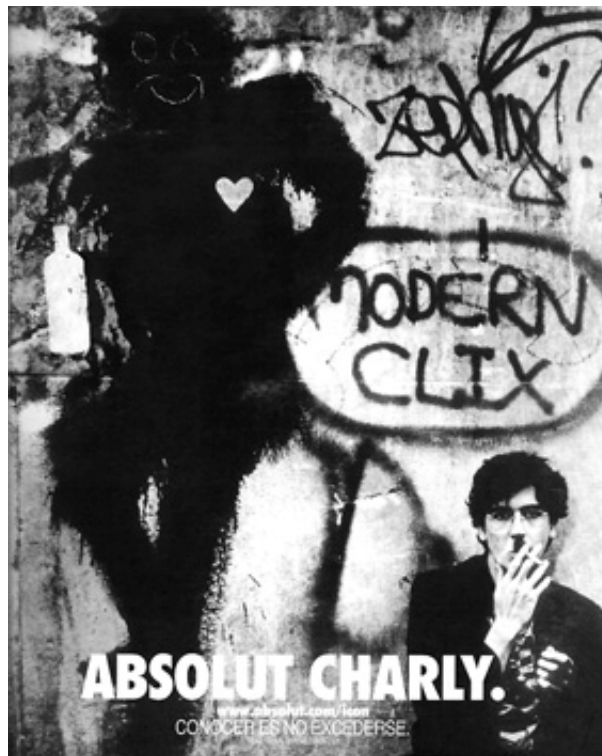


Ilustración 6. Anuncio de Revista. (Absolut, 2006: 4ª de forros)

**5. Propuesta de Diseño.
Hiperimagen dinámica compleja**

5. Propuesta de Diseño. Hiperimagen dinámica compleja

Con el fin de presentar un producto gráfico que sirva como resumen y aplicación del estudio y análisis teórico de la imagen fotográfica y de su coyuntura digital en el marco del Diseño posmoderno, se procede a desarrollar un producto que pretende ser una propuesta prospectiva de la imagen fotográfica digital basado principalmente en el concepto de hiperimagen.

La producción de esta propuesta visual se desarrolló en tres etapas básicas: captura fotográfica, intervención digital y construcción del producto final.

5.1 Captura fotográfica

Con base en el concepto de “ready-made urbano” (ver apartado 3.3 p. 31), la captura de imágenes se concentró en dos categorías: gráfica urbana y espacio urbano. A continuación se presentan los criterios bajo los cuales se realizó la captura de las fotografías que forman parte del producto final.

5.1.1 Gráfica urbana. Criterios de captura de imágenes principales

Para el apartado de gráfica urbana, se consideró la captura de imágenes de graffiti de formas y texturas abstractas, no figurativas, así como de graffiti tipográfico llamado tagging (ver apartado 3.2 p. 29).

La captura se realizó en 4 diferentes recorridos sobre la avenida Santa Lucía (después avenida Tamaulipas), a través de las colonias Colinas del Sur, Piloto, Garcimarrero, Corpus Christi, Pueblo Santa Lucía; de la delegación Álvaro Obregón, en la Ciudad de México, entre los meses de febrero y mayo de 2006.

La selección de los graffiti fotografiados, se realizó en primera instancia por sus propiedades formales, con base en la clasificación de Villafaña (2003: 47-50), de las cuales se eligieron:

- Forma. Se tomaron en cuenta valores de contorno, extensión y estructura.
- Color. Contraste fondo-figura.
- Textura visual.

Por otra parte, se consideró también la superficie sobre la cual estaba plasmado el graffiti y de las cuales se tomaron:

- Paredes: ladrillo, aplanado de cemento, piedra.
- Cortina de acero
- Señales de tránsito

5.1.2 El espacio urbano. Imágenes complementarias

Conforme con el concepto “ready-made urbano”, se procedió a la captura de escenas contextuales tomando como criterio su representatividad de la idea del espacio urbano, (ver subcapítulo 3.3 p. 31). Dicha captura se extendió por diversos puntos de la ciudad. Los espacios incluidos abarcan algunas construcciones arquitectónicas de Santa Fe, fragmentos del segundo piso del periférico, entre otras.

Estas imágenes del espacio urbano son complementarias a las de gráfica urbana, y junto con estas, serán intervenidas digitalmente con base en una serie de cambios, procesos y articulaciones descritos en el siguiente apartado.

5.2 Intervención digital

Guzmán (2005), en su Modelo de análisis-síntesis de imágenes de síntesis, propone una serie de cambios que tienen como base algunas de las categorías del movimiento planteadas por Phillipe Quéau, en *Metaxu. Théorie de l'art intermédiaire* (1996 citado por Guzmán, 2005: 161),

retomando la idea del movimiento como característica esencial de la imagen de síntesis. Además, el modelo de síntesis de Guzmán incluye otras dos partes, conformando así un modelo con tres componentes: cambios, procesos y articulaciones.

“... los elementos que componen el modelo están separados en tres categorías: en lo global se refieren a la percepción visual de las formas, el color, la textura, la composición, en lo estructural, los movimientos o cambios, y en lo funcional, los procesos y las articulaciones. Estos tres componen los módulos mínimos para construir o analizar la imagen de síntesis” (Guzmán, 2005, 156).

Cabe mencionar que el modelo de Guzmán retoma varias ideas de la ciencia física y biológica para la definición de aspectos que ella presenta como aplicables también en la generación y análisis de imágenes de síntesis (ver Guzmán, 2005: 10, 11). De la misma forma, el paradigma de la complejidad es otro eje importante que define muchas de las condiciones de análisis para la construcción de su modelo.⁸

Dicho modelo funciona en este proyecto como cimiento e inspiración, buscando aplicarlo en una faceta novedosa al mismo tiempo que como herramienta conceptual en la propuesta prospectiva que el presente proyecto pretende.

5.2.1 Cambios

De los cambios que Guzmán (2005) propone como primer parte de su modelo, se retoman algunos los cuales se consideran como los más significativos para la propuesta de este proyecto.

- Génesis. Esta es una categoría general que hace referencia a la capacidad de la imagen de síntesis para configurar mundos que ni siquiera estén basados en algo tangible, es decir, la creación de mundos a partir de modelos abstractos donde la referencia con lo real es accesoria y optativa. “Toda creación es un mundo como el mundo es una creación” (Guzmán, 2005: 164)

⁸ Para información ampliada sobre complejidad revisar (Guzmán, 2005: 87-92)

- Variación. La variación es un cambio, pero este no afecta la parte elemental de las cosas. Puede definirse como el mismo objeto pero en diferentes momentos. En otras palabras: “El parecido es mayor que la diferencia. Son transformaciones del tipo: lo mismo, es diferente, sin ser otra cosa” (Guzmán, 2005: 166).
- Alteración. La alteración va más allá de la variación en el sentido de que un objeto alterado puede ser parcialmente diferente en sus cualidades e identidad del primero. “Hay muchas cualidades de la imagen que son susceptibles de alterar, entre otras podemos mencionar: tamaño, escala, proporción, orientación, composición, brillo, contraste, secuencia (cuando la imagen es parte de una serie)...” (Guzmán, 2005: 167).
- Crecimiento. “Es un cambio muy relacionado con lo vivo. El arte intermedio, al definirse como arte vivo, es sujeto de crecimiento. El crecimiento puede ser rítmico o continuo. Puede ser longitudinal o transversal, da lugar a elongaciones y embarnecimientos. Implica también el aumento de elementos constitutivos” (Guzmán, 2005: 168).
- Desplazamiento. Este concepto es simplemente una referencia al cambio de lugar que pueden sufrir los elementos componentes de una imagen en el espacio y su ubicación relativa. Cuando se considera el desplazamiento en el tiempo entonces se habla de movimiento.
- Movimiento. Retomando el concepto físico de movimiento, este se define como el cambio de posición por unidad de tiempo. De lo anterior puede extraerse la idea de que todo movimiento se realiza en el tiempo y el espacio. En relación con la imagen de síntesis, Guzmán (2005: 168) afirma: “La imagen de síntesis conlleva movimiento, es una imagen del movimiento”. Ahora bien, de acuerdo con el modelo de esta autora, este movimiento puede ser explícito, como en una imagen animada, o aparente cuando se trata de una representación de movimiento en una imagen fija.
- Transformación. Este concepto parte de la idea general de movimiento, específicamente cuando este genera una sucesión acumulativa de formas para integrar otra más compleja. Guzmán (2005: 172) afirma: “Toda transformación conlleva una sucesión de

formas. La misma materia puede tomar una forma u otra. Toda transformación se debe transformar a sí misma”.

Cabe destacar que este concepto de transformación puede considerarse como el más importante para este proyecto, ya que es el que fundamenta su propuesta principal, plasmada en el producto final.

5.2.2 Procesos

En lo que respecta a los procesos, como segunda parte del modelo propuesto por Guzmán (2005), para este proyecto se consideran dos que resultan especialmente útiles para el planteamiento de la propuesta prospectiva final.

En primer lugar, en el contexto de las imágenes de síntesis, un proceso puede definirse como:

“los eventos que ocurren en la imagen de síntesis, o entre las imágenes de síntesis o sus procesos de generación, se pueden ubicar en el ámbito de lo estructural, en el que podemos ver las relaciones de los componentes de lo global in situ, y observar sus relaciones e interacciones” (Guzmán, 2005: 173).

Esto significa que la imagen de síntesis abarca más que la representación visual tecnicada en el sentido simple, estas imágenes involucran un entramado de relaciones e interacciones entre sus elementos compositivos al momento de su generación, en unas posibles fases sucesivas de evolución en el campo mismo de su concepción, o bien, respecto de otras imágenes, las cuales pueden ser de naturaleza diversa.

La importancia de considerar a la imagen de síntesis como un complejo de varias facetas, radica en que esto aporta la perspectiva de que la evolución visual de la imagen digital puede ser cimentada no únicamente desde las herramientas de hardware y software, sino desde el centro mismo de sus procesos. Esto se debe a que estos procesos cumplen una función no sólo de análisis teórico, sino que son herramientas que de hecho pueden utilizarse en la producción de imágenes con la ayuda de las herramientas digitales como soporte y display de creación.

Así, Guzmán (2005) define algunos procesos de los cuales se retoman dos de ellos como puntos de análisis importantes.

- Autoorganización. Como parte de las características de los sistemas complejos variable, este proceso se refiere a la dialéctica que se produce al incluir un estímulo externo generando la organización y reorganización del sistema. De acuerdo con Martín Juez (2002 citado por Guzmán, 2005: 173):

“La autoorganización (que en mucho es similar a la autopoiesis, aunque no se refiera exclusivamente a las entidades vivas) es la aparición espontánea de nuevas estructuras y nuevos modos de comportamiento en los llamados sistemas alejados de equilibrio, que se caracterizan por bucles de retroalimentación internos (procesos recursivos) y son descritos matemáticamente en términos de ecuaciones no-lineales”.

- Interacciones. Este proceso, también referido a los sistemas complejos, hace referencia a las relaciones que existen entre los elementos del sistema, sus procesos y el entorno en una combinatoria de posibles relaciones. La importancia de este proceso es el señalamiento de que más que las acciones individuales de los elementos que componen un sistema, lo primordial y definitorio son las interacciones entre los elementos.

5.2.3 Articulaciones

Las articulaciones, en el concepto de Guzmán (2005: 175, 198), se refieren a la correspondencia que se halla entre cada proceso, objeto, autor, imagen o evento implicado en la síntesis de una imagen, con su contexto. Así, pueden describirse como pares dialécticos de componentes constitutivos que pueden unirse con base en el paradigma de la complejidad. De entre estos, se consideran para este proyecto algunos muy específicos.

- Formas-Fuerzas. Para Guzmán (2005: 177):

“Las formas inherentes del mundo circundante son de la mayor relevancia, pero la

apuesta de este modelo es considerar las fuerzas interactivas que se dan entre las formas dentro y fuera de la imagen y entre la imagen, el productor y el receptor”.

Esto significa que existen una serie de fuerzas que dan lugar a la creación de formas a partir de tres elementos principales: la imagen, el productor y el receptor. Estos componentes suscitan una combinatoria que asienta un paisaje contextual en el cual se ha de crear una determinada imagen y que por tanto determina ciertas condiciones, predisposiciones y paradigmas vigentes en un tiempo y lugar determinado.

- Orden-Desorden. “Nuestro mundo no es un mundo de orden, al menos no de un orden lineal” (Guzmán, 2005: 177). Así, dos de las posibilidades de orden en un sistema son: el orden aleatorio y el orden dinámico. Este concepto extraído de los sistemas de la física, afirman que a través de la inestabilidad es que se puede mantener el equilibrio del sistema. Bohm y Peat (1998 citado en Guzmán, 2005: 177) afirman que:

“En términos más generales, en los sistemas físicos hay todo un espectro, con órdenes de grado bajo en un extremo y caos y azar en el otro. En medio hay más tipos de orden enormemente sutiles, que no son ni de grado bajo ni caóticos”.

- Nudos-laberintos-redes.

“la imagen de síntesis ha sido definida por Gubern como imagen-laberinto, imágenes que como se mencionó anteriormente, son a la vez mapa que guía y territorio a recorrer” (Guzmán, 2005: 178).

Estas figuras, nudo, laberinto y red; que en teoría permiten explicar las formas en que se generan las imágenes de síntesis en el tercer nivel del modelo, el funcional, representan un acercamiento al análisis de la complejidad y tienen como característica principal ser un conjunto de ideas construidas a partir del concepto de no linealidad en las estructuras complejas.

A este respecto, Pérez Cortés (1998: 59) afirma:

“...el arte y el Diseño contemporáneos no nacen por generación espontánea, sino por la articulación infinita de sistemas superpuestos, en la medida que se trata de un universo polisistémico de devenir disperso”.

5.3 Producto final

La propuesta final de este proyecto, se basa en la idea del desarrollo de un producto multimedia que incluye, con base en la creación de un sistema dinámico complejo, una expresión práctica con enfoque prospectivo de la imagen digital, específicamente de la hiperimagen.

Este producto final está conformado por tres secciones las cuales representan tres estadios evolutivos posibles de la hiperimagen.

5.3.1 Hiperimagen simple

Se toma como inicio una primera sección que contiene una serie de diez imágenes fotográficas fijas originales, que han sido sometidas a un proceso de intervención digital, las cuales se vinculan entre sí de forma lineal, es decir se plantea una situación de una hiperimagen típica: al dar clic con el ratón a la superficie de cada imagen esta se vincula con la siguiente. Esto crea un ciclo que puede repetirse al haber pasado las diez imágenes posibles comenzando otra vez por la primera.

En este caso, las imágenes fijas presentadas constituyen un ejemplo gráfico del concepto “ready-made urbano”.

5.3.2 Hiperimagen dinámica

En la segunda sección, se propone, como exploración, un tipo diferente de interactividad basada en la posición del puntero del ratón en la pantalla, proponiendo así un segundo paso evolutivo de la hiperimagen en el cual el factor tiempo comienza a intervenir en la configuración de la imagen que se forma ya que esta varía respondiendo al movimiento y al tiempo que se lleve visualizándola.

En esta caso, como elemento gráfico se emplean algunas letras de una fuente tipográfica, llamada The battle continues, de carácter y figura análogos a las de un graffiti.

5.3.3 Hiperimagen dinámica compleja

Por último, en la tercera sección se presenta la propuesta prospectiva de una hiperimagen dinámica compleja, la cual constituye el resultado final de este proyecto.

“...la imagen de síntesis es parte de un arte intermedio cuya materia es virtual y efímera, que está en constante cambio, con formas de origen algorítmicas, abstractas, modeladas matemáticamente. La génesis de imágenes de síntesis es un movimiento sin fin, de formas que pueden autogenerarse y crear otras naturalezas. El estado intermedio al que nos referimos no pretende imitar la naturaleza, sino recrearla, simularla. No la representa, copia sus procesos y recrea sus formas pero el resultado es de naturaleza sintética, no natural” (Guzmán, 2005: 151).

El fundamento teórico y técnico de esta propuesta se localiza en el concepto de hiperimagen (ver apartado 2.3 p. 23), extendiendo este hacia una construcción cambiante en el tiempo, es decir, introduciendo un factor dinámico complejo que genera una imagen diferente al de la animación y la imagen videográfica, debido a que esta no es predecible y reproducible.

Es autogenerada, metafóricamente se autovincula a partir de una función matemática que construye una secuencia de aparición aleatoria de fragmentos de imágenes previamente

seleccionados e intervenidos, los cuales construyen a cada instante una sola imagen compuesta más amplia nombrada hiperimagen dinámica compleja.

La complejidad en esta propuesta es abordada acorde con la aseveración de Pérez (1998: 60) quien afirma:

“...la complejidad nace de la combinatoria de unos cuanto elementos de base y el todo es más y menos, que la suma de sus partes. Cada parte es también más y menos que la parte que es”.

Además, de acuerdo con Guzmán (2005: 88):

“...se propone que también se apliquen estos principios al estudio de fenómenos culturales como la producción de imágenes, debido a que consideramos la imagen como un fenómeno complejo”.

Así, esta imagen, al estar basada en una función matemática, que genera patrones aleatorios en una progresión que va de cero a infinito, adquiere por extensión la propiedad de ser diferente cada vez que se visualiza, y por otra parte, es en teoría infinita en el tiempo.

De esta manera, la hiperimagen dinámica compleja tiene como características básicas ser efímera, no predecible, sintética y puede ser visualizada sólo en la pantalla de una computadora.

Por otra parte, una de las preguntas obvias que surge, ya en el fin de este proyecto, es en lo tocante a la utilidad de esta propuesta de hiperimagen dinámica compleja. La respuesta se prevé clara en muchos sentidos. Cada vez más los medios electrónicos de la comunicación y la información están tendiendo a ser más dinámicos y complejos. Esto es por una parte un índice de que el consumo de imágenes es distinto a como solía ser en otros momentos de la historia del Diseño hace relativamente poco tiempo.

Con base en esta observación de la realidad, puede deducirse que una propuesta de una imagen cambiante en el tiempo de forma aleatoria, efímera, sintética y prácticamente no

repetible, es una idea coherente con una proyección de los medios al corto y mediano plazo y resulta acorde con la forma en que ha evolucionado la mirada del espectador.

Concretamente, una posible aplicación de la hiperimagen dinámica compleja puede ser en los billboards o anuncios espectaculares. Cada vez es más frecuente en las principales ciudades, desde hace algún tiempo, el uso de pantallas gigantes que reemplazan a los anuncios espectaculares impresos tradicionales. Podría entonces fácilmente vislumbrarse el hecho de tomar una hiperimagen dinámica compleja, previo estudio de mercado, colocarse en una de estas pantallas monumentales. Por principio de cuantas el impacto visual que se puede esperar sería de gran escala, además, cada vez que un sujeto del público objetivo encuentre uno de estos anuncios o incluso el mismo, será diferente, y probablemente pueda inducir a una menor apatía por parte del usuario a observar el anuncio y recordar la marca, etcétera. Cabe destacar que estas últimas ideas antes expuestas quedan fuera del alcance y los objetivos planteados para este proyecto, por lo cual se presentan únicamente como conjeturas, vistas a futuro, de la posible aplicación de la propuesta de hiperimagen dinámica compleja.

Conclusiones

Conclusiones

El producto de Diseño obtenido de este proyecto de investigación, es una propuesta de lo que, con base en el proceso de investigación y su enfoque, se prevé como una posible visión prospectiva de la imagen digital. La idea resultante, nombrada hiperimagen dinámica compleja, toma su forma y su nombre de lo que se plantea previamente en el supuesto, ratificándose en la propuesta conceptual derivada y su ejemplo gráfico.

Esto es, a través de la creación de un sistema complejo compuesto de partículas de imagen digital, se plantea la posibilidad de generar una sola imagen compuesta, generada por articulaciones aleatorias de las partículas, cambiantes en el tiempo en su forma, tamaño y color.

El fundamento teórico y técnico de esta propuesta se localiza en el concepto de hiperimagen (ver apartado 2.3 p. 30), extendiendo este hacia una construcción cambiante en el tiempo, es decir, introduciendo un factor dinámico complejo diferente al de la animación y la imagen videográfica debido a que esta no es predecible ni reproducible. Así, las características intrínsecas de este tipo de imagen propuesta es ser efímera, no predecible, sintética y puede ser visualizada sólo en la pantalla de una computadora.

Por tanto, se consigue una propuesta que representa una alternativa en la creación de imágenes digitales de forma novedosa.

Bibliografía

Arroyo, Isidoro et al (2001) *Imágenes y cultura: del cerebro a la tecnología*. Madrid, Ediciones del laberinto. 224 p.

Bauman, Zigmunt (1997) *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid, Akal. (Edición en español 2001). 256 p.

Blanco, José Joaquín (1998) *Ciudad de México. Espejos del siglo XX*. México, Era-CONACULTA-INAH. (1a reimpresión 2000). 69 p.

Bohm, D. y Peat, F. D. (1998) *Ciencia, orden y creatividad*. Barcelona, Kairós. 299 p.

Bonnici, Peter y Proud, Linda (1998) *Designing with photographs*. Switzerland, Rotovision. 160 p.

Chaves, Norberto (2001) *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona, Gustavo Gili. (2a edición 2002). 179 p.

Costa, Joan (1991) *La fotografía. Entre la sumisión y la subversión*. México, Trillas-SIGMA. 171 p.

Díaz, Esther (1988) *¿Posmodernidad?*. Buenos Aires, Biblos. 157 p.

Elger, Dietmar (2004) *Dadaísmo*. Madrid, Taschen. 95 p.

Fontcuberta, Joan (1990) *Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica*. Barcelona, Gustavo Gili. 204 p.

Gubern, Román (1987) *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili. 426p.

Guzmán López, Diana (2005) Imagen, tecnología y realidad. Nuevas tecnologías y nuevos procesos para la creación de imágenes. Propuesta de un modelo de análisis-síntesis de imágenes de síntesis. Tesis doctoral. México, Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Azcapotzalco. 273 p.

Jameson, Fredric (2002) Posmodernismo y sociedad de consumo. En Foster, Hal ed. (2002). La posmodernidad. Barcelona, Kairós. 238 p.

Kerckhove, Derrick (1999) La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica. Barcelona, Gedisa. 254 p.

Lynch, Kevin (1960) La imagen de la ciudad. Barcelona, Gustavo Gili. (3ª edición 2000). 227 p.

Lyotard, Jean-François (1986) La posmodernidad (explicada a los niños). Barcelona, Gedisa. (6ª edición 1996). 123 p.

Martín Juez, Fernando (2002) Contribuciones para una antropología del diseño. Barcelona, Gedisa. 224 p.

Pérez Cortés, Francisco (1998) Ciencias y artes para el diseño. México, Universidad Autónoma Metropolitana unidad Xochimilco. División de ciencias y artes para el Diseño. 107 p.

Poynor, Rick (2003) No más normas. Diseño gráfico posmoderno. México, Gustavo Gili. 192 p.

Scholz, Alberto (2003) Scenes, graffiti in Barcelona. Barcelona, Index Book. 173 p.

Sontag, Susan (1981) "Evangelios fotográficos" en Sobre la fotografía. Barcelona, EDHASA. 217 p.

Subirats, Eduardo (1984) La crisis de las vanguardias y la cultura moderna. Madrid, Ediciones libertarias. (1ª edición en castellano 1985). 173 p.

Tena Suck, Antonio y Rivas-Torres, Rodolfo (1995) Manual de investigación documental. Elaboración de tesinas. México, Universidad Iberoamericana y Plaza y Valdés. (1ª reimpresión 1997). 101 p.

Villafaña Gómez, Georgina (2003) Educación visual. Conocimientos básicos para el diseño. México, Trillas. 90p.

Hemerografía

Cortés, César (2005) Ficciones electrónicas: tres artistas digitales. Fahrenheit⁹. Año 2, Num. 8. p.10

Moles Abraham (1989) ¿Existe un arte específico de la edad electrónica?. Gutemberg dos. No. 2, marzo 1989. p. 41

Ramírez, Josué (2005) Una nueva cultura de la imagen. Saber Ver. Segunda época, Num. 35. p. 36.

Twelve (2006) Ilustración. Virus Graffiti. Street Magazine. Año 3, No. 28. p. 3

Vans (2006) Anuncio publicitario. Complot. Año 9, No. 104. p. 4.

Absolut (2006) Anuncio publicitario. Complot. Año 9, No. 104. 4ª de forros.

Fuentes en línea

Ayala, R. Víctor y Ordóñez, Jesús (2006) Aprendiendo a aprender 3. La imagen como lenguaje. [en línea] [último acceso: 07/04/2006]

<http://www.antecamara.com.mx/nuevo/modules.php?op=modload&name=PagEd&file=index&topic_id=71&page_id=773>

Barrera Yanes, Rafael (2002) Modelo bidimensional integración vs. interactividad clasificatorio de los productos de información multimedia e hipermedia. [en línea] [último acceso: 25/04/2006]

<<http://www.congreso-info.cu/UserFiles/File/Info/Info2002/Ponencias/17.pdf>>

Gubern, Roman (1996) Del bisonte a la realidad virtual. [en línea] [último acceso: 25/04/2006]

<<http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/gubern.html>>

Linsley, Robert (2006) Del “cuadro crítico” al “fragmento móvil”. [en línea] [último acceso: 20/01/2006] <<http://www.accpar.org/numero1/linsley.htm>>

Kepler (2003) Doctor en Alaska, hacia un nuevo humanismo más allá de lo posmoderno. [en línea] [último acceso: 11/23/2005] <http://www.cicelyonline.com/nttf/art_2_kepler.htm>

Videla, Doifel (2002) Imagen digital: parte 2. Fotografía digital y nuevos lenguajes. [en línea] [último acceso: 20/02/2006] <http://www.doifel.com/paginas/articulos/imagen_digital_2.htm>

Wikipedia. (2006). Graffiti. [en línea] [último acceso: 04/02/2006]

<http://es.wikipedia.org/wiki/Graffiti>

Curriculum Vitae

Pablo Daniel López Álvarez

Correo electrónico: sopordan@hotmail.com.com

Estudios académicos

Licenciado en Diseño de la Comunicación Gráfica.

Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco. 2000-2004

Especialización en Diseño. Área Nuevas Tecnologías. Opción Hipermedios. Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco.

Otros estudios

- Ciclo de conferencias multimedia Trilogía de la Creatividad. Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad. Junio de 2001.
- Taller Fotografía al desnudo. UAM-A. Enero 2003.
- Curso de Macromedia Flash MX Avanzado. UAM-A. Noviembre 2003.
- Taller de fotografía blanco y negro (impresión fina) en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM plantel Academia de San Carlos. Agosto-diciembre de 2004.
- III y IV Simposio Internacional sobre Teoría del Arte Contemporáneo. Enero de 2004 y 2005.
- Curso de 3D Max Studio. UAM-A. Febrero-marzo 2005
- Curso-taller La construcción de un Protocolo desde la lógica de la investigación. UAM-A. Mayo-junio de 2005.

Premios y Reconocimientos

-Mejor trabajo de grupo. Proyecto Prometeo Laboratorio Gráfico. Eslabón Operativo XII, turno vespertino. ExpoCYAD 04-P. UAM-A

-1er lugar concurso de fotografía Sony Cybershot-Chilango en la categoría Paisaje Urbano. Septiembre 2005

Exposiciones

- Muestra individual. Retratos (noir et noir). Obra fotográfica. Biblioteca de la UAM-Azcapotzalco. Noviembre de 2004.

-Exposición colectiva. Fotógrafo de la calle. Homenaje al maestro Héctor García. Cine Venustiano Carranza. Octubre 2005.

-Muestra individual. Abismo. Fotografía y pintura. Café literario El juglar. Febrero 2006.