

ESPACIO DISEÑO

EN UN clic

José Octavio Cuéllar Rodríguez
Teoría y Análisis

EN LA DÉCADA DE 1990 era común decir: "La obtención y el manejo de la información transformará a las instituciones" y los entusiasmados actores sociales requirieron abordar los medios de comunicación para participar propositivamente en esos cambios políticos y sociales del México posmoderno; así, la División de cyAD en la UAM-x se encaminó a la creación de publicaciones periódicas como las hojas sueltas o el boletín *Espacio Diseño* con referencias, imágenes y textos objeto, "comunicación icónica y sincrónica": el poder del diseñador a los estilos de la década de los noventa influenciados por el arte gráfico de la Generación Intermedia de los años ochenta (década de certámenes nacionales y de grandes exposiciones como el de Aguascalientes, el de Xalapa, el de Monterrey y los del DF) con el Nuevo Realismo, los neomexicanismos, los posconceptuales; algunos kitsch, otros neoexpresionistas, figurativos, oníricos, informalistas, hiperrealistas, urbanos.

El boletín en su primera época de diseño artesanal, de estética poetizada, racionalista y expresiva, encaraba la gran utopía de los diseñadores "noventeros": crear si no una sociedad comunicada, por lo menos una comunidad de alumnos, profesores y trabajadores en la que cada cual obtendría, según sus necesidades de información, una parte para los estudios prospectivos. Entes o instancias que se "ponen en contacto", se "notifican" o "comparten", "toman parte de" y se comunican. Esta comunicación es algo que sucede entre dos o más entes, la institución y su comunidad, es una relación, una interacción.¹

3

1. Manuel Martín Serrano, y otros, *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Cuadernos de la Comunicación, vol III, Facultad de CC de la Información, Universidad Complutense, 2ª ed., Madrid, España, 1982.

...el entusiasmo fue por los *mass media*, por la computadora, iPod, iPad, Smart Tablets, Smartphone, la Web y las redes sociales, ya no tanto por el arte gráfico.

Después llegaron a la década del 2000; el entusiasmo fue por los *mass media*, por la computadora, iPod, iPad, Smart Tablets, Smartphone, la Web y las redes sociales, ya no tanto por el arte gráfico. Los nuevos diseñadores usan referencias cinéfilas: van desde *La maldición del escorpión de jade* (2001) de estilo anárquico de Woody Allen, desde el director chino Wong Kar-wai con *2046* (2004), recargado con imágenes sugerentemente cromáticas, hasta *El laberinto del fauno* del director Guillermo Del Toro (2006), fantasía y aventura cercana al cómic; emplean referencias gráficas de la Web, del *Nuovo Design*, de los nuevos paraísos artificiales para deslumbramiento del hombre "ilustromedio", que debe saber filtrar, seleccionar, valorar, criticar, desechar y utilizar adecuadamente los medios que selecciona mediante las luces de la razón, la tolerancia y la democracia en la aldea global.

Los actuales mediamórficos diseñadores del boletín usan tres criterios semánticos y uno pragmático, los primeros: a) "a modo de trono", estoy en mi territorio; b) "estoy ante la confrontación del estar expuesto" (por la mirilla del fotógrafo) y la mirada de saberse visto, y c) "eros reprimido". La mayoría de las veces se puede ver que los dos primeros factores (a y b) se han venido considerando como suficientes para tomar una decisión para "salir al aire" y por eso es lógico que, en sentido general, haya suficiente experiencia acumulada en los niveles ejecutivo y diseñístico. Solamente resta concentrarse en el último factor semántico, el c, de *nuditas veritas* a *nuditas criminalis* a *nuditas virtualis*, todo es arte, pero, ante la duda, mejor no.² El criterio pragmático tiene las características mercadológicas de los medios en sus dos vertientes: cobertura y eficiencia. *Espacio Diseño* desde su inicio a la actualidad, de igual manera que las revistas institucionales, tiene

2. Estas expresiones en latín hacen referencia a distintos tipos de desnudez: *nuditas veritas* (la verdad desnuda), *nuditas criminalis* (la de la lujuria y la vanidad) y *nuditas virtualis* (símbolo de inocencia y virtud). [N. del E.]

las características propias del periódico, incluso proporciona a veces noticias, notas y artículos que poseen un valor duradero y de mayor calidad. Este impreso corresponde a la función más conocida y aparente de los medios, que es su capacidad para llevar el mensaje (la imagen institucional) al mayor número posible de componentes del público objetivo al más bajo coste relativo.

A 20 años de la aparición de *Espacio Diseño*, tanto CYAD como la comunidad universitaria ya no son los mismos, todos están en función de la apropiación social de los dos principales nodos de tecnología: la informática y la comunicación (TICS). *Espacio Diseño* pasa de tener públicos lectores a participantes y usuarios.³ Ahora participa en las redes sociales, se permite exaltar el valor de "cibermedio", o sea, que el boletín se expande de su tiro mensual de 1500 a 3804 lectores y amigos, por el clic: "A 768 personas les gusta esta página",⁴ da ese total por la regla de *Pass-along* o número de personas en un grupo determinado que se calcula reconocen, leen, han visto y dan un clic a "me gusta". La comunicación virtual del boletín hace posible compartir la memoria y la interactividad colectiva universitaria y extrauniversitaria, lo dota de gran potencial para llevarlo a cualquier lugar, entre personas y entre grupos con sólo un clic. ✂

3. Silverstone, R., *Media and Morality: on the Rise of Mediapolis*, Polity, Oxford, 2006.

4. Dato tomado el 3 de junio de 2013, [https://www.facebook.com/pages/Espacio Diseño/](https://www.facebook.com/pages/Espacio-Diseño/)

Bibliografía

Baudrillard, J. Habermas y otros, en Hal Foster (comp.), *La posmodernidad*, Kairos y Colofón, México, 1998.

Ewen, Stuart, *Todas las imágenes del consumismo, la política del estilo en la cultura contemporánea*, Grijalbo, México, 1991.

Manuel Martín Serrano, y otros, *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Cuadernos de la Comunicación, vol III, Facultad de CC de la Información, Universidad Complutense, 2ª ed., Madrid, España, 1982.

Silverstone, R., *Media and Morality: on the Rise of Mediapolis*, Polity, Oxford, 2006.

Fuentes

<https://www.facebook.com/pages/Espacio-Diseño/>