

# El diseño mutante

## Transformaciones del diseño en la era digital

*Por Mariángeles Camusso y Viviana Marchetti*

---

Docentes de Comunicación Visual Gráfica I de la Licenciatura en Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario

---

### Sumario:

La transformación constante que sufren los corpus de los diarios digitales analizados: La Nación, Clarín, Página/12 nos lleva a reflexionar sobre las modificaciones de la lógica proyectual de la tarea de diseño. Los diarios digitales resignifican la utilización de cualisignos como la imagen, el color, la tipografía, la retícula y le quitan al diseñador cierta capacidad de "cerrar" su producto en post de una instancia de participación del lector-navegador. Es el diseño de una apuesta posible que será actualizada de manera diversa en cada instancia de uso.

Nuestra investigación se ocupa de describir y analizar la amplia gama de estéticas y poéticas utilizadas para construir la narrativa del momento.

Desde el punto de vista metodológico, al abordar las dificultades para definir un corpus "inestable" temporal y espacialmente nos enfrentamos a la necesidad de pensar y consensuar nuevas herramientas semiótico analíticas.

### Summary:

The constant transformation undergone by the corpus of the digital newspapers we have analyzed: La Nación, Clarín, Página/12, leads us to reflect on the changes in the projectual logic involved in the task of design. Digital newspapers resignify the use of qualisigns such as image, color, typography, reticle and take away from the designer certain competence to "close" his work, in pursuit of an instance of participation on the part of the reader/browser. It is the design of a possible chance that will be actualized in different ways on each instance of use.

Our investigation deals with the description and analysis of the wide range of aesthetics and poetics used in the construction of the current narrative.

From the methodological point of view, as we approach the difficulties in defining a corpus which is both temporally and spatially "unstable", we face the need to think and agree on new semiotic analytical tools.

### Descriptorios:

Diseño- estética - noticiabilidad - interfases - cualisigno

### Describers:

Design - aesthetic - newsworthiness - interfaces - qualisign

Es una verdad demasiado evidente afirmar que la dimensión estética es un componente esencial de la estrategia discursiva del contacto de las ediciones digitales de los diarios. Pese a la aparente obviedad, el análisis de las mismas nos inquieta y nos convoca porque advertimos un vacío en las investigaciones circulantes, dónde el acento está puesto en la cuestión de la usabilidad y sus transparencias y opacidades.

Nuestra perspectiva como docentes del vasto ámbito de las comunicaciones visuales nos convocó a buscar otro ángulo de análisis, empujadas por la necesidad cotidiana de "enseñar" a diseñar nuevas piezas de comunicación, cuya lógica interna no puede resolverse con el traslado de los recursos y conceptos propios del diseño gráfico tradicional.

Como ya señalamos, la cuestión de la *usabilidad* y la cuestión de los indicadores de la temporalidad parecen constituir el núcleo de las preocupaciones teóricas que reflexionan sobre el diseño de pantallas. Tanto Carlos Scolari<sup>1</sup> como María Ledesma<sup>2</sup> o Gui Bonsiepe<sup>3</sup> profundizan sobre esta dimensión del problema, poniendo el acento en la no "naturalidad" de las interfases, en la compleja operación semiótico-cognitiva que implican estos procedimientos.

Compartiendo estas premisas, nos resulta interesante señalar cómo la emergencia de los dispositivos multimediales / digitales hacen "visible" algo que constituía desde siempre el núcleo problemático del diseño: la articulación de hacer ver, hacer saber y hacer hacer<sup>4</sup>.

Nuestras preguntas, no obstante, se orientan hacia otros aspectos: nos preguntamos cómo toda esa estructura de la usabilidad genera estéticas, cómo constituye poéticas, cómo esas poéticas se relacionan con los diarios papel y, cómo configuran y reconfiguran contratos con los lectores-navegadores.

#### Problemas metodológicos

Uno de los problemas que aparece cuando empezamos a investigar es la transformación constante que sufren los corpus. La puesta en página que hacían los tres diarios elegidos cuando empezamos esta

investigación (abril 2005) es radicalmente diferente de la que estamos observando en la actualidad y ha variado al menos tres veces en el lapso de un año. Si bien pensamos que esta transformación es parte de la búsqueda del dispositivo por encontrar su lenguaje también tenemos en cuenta cierta coyuntura local vinculada a la competencia de los medios, similar a lo que pasa con los cambios de horario de la grilla televisiva. Sean cuales fueren las razones es lícito pensar que esta "inestabilidad" del diseño modifica de hecho cierta lógica proyectual de la tarea. Si la percepción de detalles a la hora de una elección tipográfica, la sutileza en la selección de un color y la capacidad de lograr cierta armonía visual con sólo mover un elemento, además del saber técnico para lograr que esa colección de sutilezas se mantuviera estable a través de los procedimientos de reproducción, era lo que caracterizaba la actividad de los diseñadores gráficos, la particularidad del diseño de los diarios digitales le quita al diseñador esa capacidad de "cerrar" su producto.

Podríamos decir, en cambio, que el diseño digital es un diseño efímero. Es el diseño de una apuesta posible que será actualizada de manera diversa en cada instancia de uso, variada por cada usuario que modifique el tamaño de letra o por cada monitor calibrado de manera diferente.

El diseño es esencialmente entonces, el diseño de un contacto, de una atracción, de una apertura.

A simple vista encontramos que para lograr el "contacto", entendiendo éste en los términos que plantea Norberto Chavez<sup>5</sup>, "*captar la atención, incitar la lectura y facilitarla*" cada uno de los diarios digitales utiliza una combinación diferente de recursos tipográficos, tratamientos de las imágenes, combinaciones cromáticas. Qué hipótesis contractual proponen cada una de estas estéticas es el objetivo de este análisis.

#### El discreto encanto del color

Así, podemos observar que La Nación presenta una estética despojada, con una paleta unificada en tonos de azules, tipografía de palo seco y una composición

de página con profusión de blancos, que otorga al conjunto una sensación muy aireada, de liviandad y "elegancia" <sup>6</sup>.

Clarín por el contrario, utiliza una paleta de colores más amplia, pero con dominante de rojos y tipografía con serif para los títulos. La composición es más abigarrada, más densa, ¿más popular?

El caso Página/12 es interesante: el corpus original lo definía como un diario papel que se podía leer en Internet, cualitativamente diferente de los otros dos por el hecho de no actualizar noticias. Página/12 estaba allí, literalmente colgado, reproduciendo todas y cada una de las noticias impresas hasta tanto el nuevo ejemplar las renovara.

Esta propuesta se manifestaba una sucesión de titulares en una tipografía de palo seco standard, de color negro, sin imágenes. Sólo la fotografía de tapa, en el centro de la página pantalla, pero con su titular no superpuesto como en la versión papel, sino a un costado. Los espacios de navegación se unificaban con matices de gris.

Página/12 se presentaba como un diseño sin diseño, como una transcripción de un formato a otro.

La nueva versión de Página/12 contempla algunas actualizaciones noticiosas que se indican con un fondo de color celeste grisáceo.

Nuestra hipótesis es que esta diferencia perceptual que presentan los tres sitios es una causa fundamental de vinculación con sus navegantes. Antes que el grado de comodidad que tenga una u otra interfase, antes que la velocidad de bajada de cada una, antes que los modos de usabilidad que propongan, son estos "cualisignos" los que estructuran el contacto en función del gusto/disgusto que provocan.

Si además destacamos que el resto de los elementos formales que se combinan hace diferir bastante las estéticas de los diarios digitales de las de sus ancestros papel - La Nación utiliza una tipografía de palo seco cuando en el papel mantiene las familias romanas y Clarín hace la inversa- podemos sostener que el cualisigno color pasa a tener un rol fundamental en la vinculación entre soportes, y adquiere preponde-

racia por sobre otros significantes a la hora de unificar identidades de marca.

El color es además, el único signo que permanece en medios que, como vimos, mutan demasiado rápidamente.

**Imágenes noticiosas.**

Lejos de lo que se esperaría en una cultura llamada "de la imagen" y de diarios denominados "view papers", las imágenes son pequeñas, ilustrativas y escasamente contractuales (en el sentido de que no se constituyen en atractor).

En la versión más reciente de La Nación, la puerta de entrada a la página es un recuadro conteniendo fotografías. Estas fotografías se suceden rítmicamente unas a otras dentro de ese recuadro. A la vez, tres íconos colocados en su borde inferior permiten al navegante adelantar o retroceder en la galería de imágenes. Estos tres íconos -triángulito hacia la izquierda, triángulito a la derecha y dos rayitas en el medio- confirman todas las teorías sobre la naturalización de las interfases. ¿Cómo, por qué y desde cuando aprendimos que ellos significan adelantar, retroceder, detenerse? Cualquiera de nosotros podría responder: desde que utilizamos casetteras, ya sea para reproducir música o videos. Lo interesante en este dispositivo es analizar cómo esa sucesión, emparenta instantes captados en lugares y situaciones muy diferentes, generando una narrativa del momento a partir del montaje libre de las fotografías. Esto que se sucede en la reproducción de las fotografías, convive en el espacio captado de la realidad, eso que veo en simultáneo, sucedió, sucede, en simultáneo.

En el caso Clarín, encontramos una convivencia entre imágenes fijas (fotografías) e imágenes detenidas. Denominamos de esta forma a las fotografías de pantalla del televisor que son en realidad el plano de arranque de un video. Esta convivencia de relatos visuales provoca cierta tensión sobre las imágenes fijas. Su existencia como "instante congelado" se

hace evidente, impregnadas por su proximidad con las imágenes detenidas. Su imposibilidad de ponerse en movimiento se hace más notoria ante la potencialidad *real* de las imágenes detenidas de mostrar la continuidad del instante congelado.

**Las puestas en página.**

En relación a la insistencia por señalar el carácter construido de las interfaces nos resulta curioso que no se problematice el papel de las grillas que organizan los bloques de texto. En relación a ellas nos parece oportuno señalarlas como otro cualisigno: la cualidad "grilla" es signo de la noticiabilidad. Queremos decir que, desde la composición visual de la puesta en página, aquello que se presenta encolumnado se reconoce como noticia, como material "periodístico". Esto es observable comparando con los contenidos de "entretenimiento" que rodean a las noticias. Estos contenidos se organizan en cuadrículas, con tratamientos más plásticos de las imágenes (recortes silueteados, fotos que se funden en el fondo, tratamiento no realista del color) y se segregan claramente del "cuerpo principal" de los diarios.

Es cierto que los sistemas de grillas facilitan el proceso de diseño cuando la celeridad es lo que importa, pero podríamos preguntarnos si esa facilidad que otorgan los softwares para realizar el trabajo de edición periodística de las noticias es una causa o una consecuencia... ¿Los softwares de diseño utilizan sistemas reticulares porque es más fácil y sencilla su programación, o, porque estamos acostumbrados a los sistemas reticulares, se han desarrollado softwares que hacen fácil esa tarea?

De todas maneras, es interesante observar en diacronía, como los soportes digitales se desprenden lentamente de la matriz reticular. Así, en el corpus del año 2005 encontrábamos una grilla que organizaba columnas paralelas. Posteriormente la composición visual se estandariza en una columna ancha en la cual los títulos van descendiendo en la medida en que pierden actualidad. Las pantallas ya no se parecen tanto a sus parientes papel, pero la grilla ordenadora

permanece.

Recién en la propuesta actual (mayo de 2007) de Clarín.com aparece una sintaxis que combina los textos y los contenidos multimedia en una dinámica que se asemeja a la de un guión de radio en el que se suceden noticias, publicidades, entretenimientos.

Por otra parte, es destacable que la lógica del soporte pantalla cambia las reglas organizativas del espacio gráfico. Si en la lógica papel, el extremo inferior derecho era un sitio privilegiado por su capacidad de captar la atención en virtud del recorrido visual que realiza el ojo para captar el "todo" de la página, en la pantalla el centro de atracción se traslada en diagonal, hacia el extremo superior izquierdo. Como si allí estuviera el extremo de la red de tubos a través de los cuales circulaban las noticias en la película Brazil, y desde ese extremo "cayeran" los cables, las notas, los titulares. Por el contrario, el pie de página tanpreciado por los publicistas pierde valor, aspirado por el espacio infinito que está por debajo del límite de la pantalla.

En esta transformación de la composición visual, Página/12 pierde más que sus pares. La sucesión de noticias y elementos gráficos desvanece el impacto de su marca editorial: el diseño de portadas donde la articulación de imagen-texto conformaba un todo significativo mucho más potente que la suma de las partes.

**Contratos**

El análisis desglosado de los componentes que hemos realizado hasta ahora, no nos alcanza para comprender el diseño. El diseño, dice María Ledesma es "*una actividad de proyección en un doble sentido: se proyecta internamente sobre la obra a partir de sistemas semióticos que le son propios y en esa proyección, proyecta un tipo de relaciones sociales...*" pero, agrega la autora, no basta para definirlo con su impronta proyectual; tiene, además de "*condicionamientos externos, posibilidades internas, funciones probables*

y fines previstos una premisa estética" <sup>7</sup> (El subrayado es nuestro)

Pensar la estética es pensar en un tipo de vínculo entre el espacio y sus habitantes, entre los sitios y sus navegantes, entre los diarios y sus lectores.

Así, la profusión de estímulos de Clarín, su saturación espacial, su barroquismo, ¿no puede verse como una convocatoria a la mirada del transeúnte exponiéndose cómo metáfora del espacio recargado de la calle?

Y La Nación, ¿no pretende conservar en su minimalismo un rasgo de distinción, de diferenciación caro a sus tradiciones<sup>8</sup>? Lo destacable es que esta reconstrucción de su propia tradición se sostiene sobre atributos estéticos de la modernidad: la economía de recursos, el menos es más y el imperativo de la forma siguiendo a la función. Lo moderno se constituye en tradición.

Como ya mencionamos, la ruptura de la unidad entre imagen y texto característica de la portada de Página/12 le quita su principal rasgo identitario. El desglose rompe el "chiste", desnuda el artificio, empobrece la complicidad con el lector. La propuesta digital de Página/12 no logra encontrar en el lenguaje multimedia los recursos para apelar a los saberes hipertextuales que le permitían construir el sentido "junto con" sus perceptores. Lejos de eso, Página/12 es más tradicional, más antiguo, más conservador que cualquiera de sus pares. La estética sin estética de su planteo digital lo coloca en una postura de "neutralidad periodística" ajena a su tradición. Es decir, el no tratamiento gráfico de los titulares, el despojo tipográfico, los colores grises remiten simbólicamente a una "objetividad", a una seriedad que se presenta como opuesta a la tradición irónica, subjetiva, opinativa del diario papel<sup>9</sup>.

**El diseño efímero y las categorías semióticas.**

Si hoy buscamos una nota publicada por La Nación On Line hace un par de años, esa nota se actualiza con los caracteres estéticos del diario de hoy. De la misma manera, los banners publicitarios no se guardan cuando uno almacena la página en un archivo

personal ni se actualizan cuando uno visita ediciones anteriores.

Estos detalles dan lugar a numerosos interrogantes tanto sobre la construcción de la memoria estética (ya no poder revisar una estética anterior, como cuando uno hojea una revista de los años '50) como también sobre la lógica publicitaria. Pensemos por ejemplo, como afectará a las marcas este "esfumarse" de sus piezas de comunicación. En principio es otro de los indicadores que hace a los diarios web parientes de la radio antes que de los diarios papel y de la TV (en el consumo de esta última está instalada la costumbre de "grabar" programas, cosa que en cambio, no sucede con la radio) Los banners funcionan como los jingles, como las frases de radio, cómo "música de fondo", logrando su recuerdo en base a la repetición incansable de elementos sencillos.

Más allá de la anécdota o de la añoranza de aquello que "nos gustaría volver a ver" lo que estas modificaciones y esta volatilidad implican es una necesidad de repensar las herramientas de análisis. Desde el punto de vista del diseño como operación formal ni las variables visuales (forma, color, tamaño, textura, ubicación), ni las variables de relación (dirección, posición, espacio y gravedad) ni las variables prácticas (representación, significado, función) alcanzan para dar cuenta de las características del objeto a analizar. Desde el punto de vista metodológico, al describir las dificultades para definir un corpus nos enfrentamos a la necesidad de pensar y consensuar nuevos protocolos. Desde el punto de vista del análisis semiótico discursivo, nos conduce a pensar de qué modo incorporar cómo *categoría analítica* la naturaleza mutante del propio corpus.

#### Notas

1. SCOLARI, Carlos. *Hacer clic*, Gedisa, Barcelona, 2004
2. LEDESMA, María. *El diseño gráfico, una voz pública*, Ed. Argonauta, Buenos Aires, 2002.

3. BONSIPE, Gui, *Del objeto a la interfase*, Ed. Infinito, 1998.

4. LEDESMA, María, *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos*, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1999.

5. CHÁVEZ, Norberto. "Pequeña teoría del cartel", *Revista Tipográfica* N° 6 y 7, Buenos Aires, 1989.

6. Encomillamos elegancia porque somos conscientes del juicio de valor que presupone el calificativo. Ya sea por moda, por convención o por costumbre, asociamos elegancia con cierta economía de recursos, con el lujo de la escasez.

7. LEDESMA, María. *El diseño gráfico, una voz pública*, op. cit.

8. Es interesante observar cómo La Nación reconstruye en versión digital "una definida genealogía del contacto, alejada tanto de la del sensacionalismo como de la televisión: es su propia historia -la de su pasado en tanto signo de una cultura de elite- típicamente tradicionalista, la que, en tanto soporte, sigue convocando" VALDETTARO, Sandra. Informe de investigación. PID Las estrategias discursivas del contacto en la prensa argentina actual

9. Sobre las características del contrato de lectura de Página12 puede verse VALDETTARO, Sandra, "La puerta de entrada a Página 12", en *La Trama* N° 8.

#### Registro Bibliográfico

CAMUSSO, Mariángeles y MARCHETTI, Viviana

"El diseño mutante. Transformaciones del diseño en la era digital", en *La Trama de la Comunicación* Vol. 12, *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Argentina. UNR Editora, 2007.