



**JOURNAL SEMESTRAL DEL DEPARTAMENTO DE DISEÑO**

Año 4 | Número 7 | julio-diciembre 2020

*Diseño y Tecnología*



UNIVERSIDAD  
IBEROAMERICANA  
CIUDAD DE MÉXICO

## DIS

Journal Semestral del Departamento de Diseño  
Universidad Iberoamericana  
IBERO ©

DIS, Año 4, número 7, julio-diciembre 2020, es una publicación semestral editada por la Universidad Iberoamericana, A.C., con domicilio en Prolongación Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01219, Tel. 5950-4000, Ext. 4041, correo publicaciones.disenio@ibero.mx Editora responsable: Georgina Durán Quezada. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2017-071709370300-203, ISSN 2594-2336, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: Departamento de Diseño, Universidad Iberoamericana, A.C., Dra. Georgina Durán Quezada, Prolongación Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01219. Fecha de la última modificación, diciembre de 2020

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, archivada o transmitida, mediante cualquier sistema —electrónico, mecánico, de fotorreproducción, de almacenamiento en memoria o cualquier otro—, sin el permiso expreso del autor.

# Contenido

<i>Transformación Psíquica del cuerpo en el Videojuego</i>	1
<i>Resistencia Estilística</i>	21

*Transformación*  
psíquica del cuerpo  
*en el videojuego*

Centro

**Guiomar Jiménez Orozco**

guiotangrama@gmail.com

Doctora en Estudios Transdisciplinarios de la Cultura y Comunicación; Maestra en Comunicación y Lenguajes Visuales; y Licenciada en Arte. Ha sido docente desde el 2004 y ha desarrollado programas educativos relacionados con videojuegos. Es colaboradora semanal en Radio Mexiquense con cápsulas sobre tecnocultura. Ha trabajado en el área educativa de distintos museos.

Fue investigadora y documentadora en el Centro de la Imagen para el libro *160 años de la fotografía en México* y ha publicado y dictaminado varios artículos y libros sobre arte, narrativa y tecnocultura en publicaciones de la UAM.; en *Entretejidos*; y en la revista *Teknokultura* de la Universidad Complutense de Madrid. Ha impartido varias conferencias sobre diseño, cine y tecnología en la UAM Xochimilco en RedMediaFest, VRFest MX, DEVHR.

## Resumen

En este trabajo se pretende revisar parte de los elementos que permiten que el jugador transforme psíquicamente la concepción de su cuerpo que le da existencia tanto en el mundo como en el metamundo. Esto es posible gracias al dispositivo tecnológico que posibilita el cibertexto del videojuego en el cual se puede crear un pseudotiempo, en el que el cuerpo puede ser otra cosa en su proyección simbólica. Se propone una aproximación del fenómeno desde las aportaciones de la teoría narrativa y la perspectiva del cuerpo como una fuente semiúrgica.

**Palabras clave:** videojuego, metamundo, cuerpo, identidad.

## Abstract

This paper pretends analyze part of the elements that allow the player to psychologically transform the conception of his body that gives him existence both in the world and in the metaworld are reviewed. This is possible thanks to the technological device that enables the video game cybertext to open a pseudo-time in which the body can be something else in its symbolic projection. An approximation of the phenomenon is proposed from the contributions of narrative theory and the perspective of the body as a semiúrgic source.

**Key words:** videogame, metaworld, body, identity

## Introducción

La industria de los videojuegos ha tenido un gran auge en los últimos años, ésta representa una parte importante de la industria del entretenimiento, generó más de 148.8 mil millones de dólares en 2019, según la revista Forbes (Peres 2019), y viene creciendo a gran escala. Por lo tanto, los videojuegos ya se constituyen como una realidad que implica formas de ser y de relacionarse; se han desarrollado diferentes estudios con varias perspectivas del fenómeno gracias al impacto que ha generado en la sociedad inmersa en la digitalización. Es un campo en donde se abren varias discusiones y reflexiones ya que, como tecnología, instauro una mirada desde la perspectiva digital.

El objetivo de este trabajo es analizar cómo el jugador, a partir de su relación con los elementos del sistema del videojuego, concibe y transforma su cuerpo en una proyección psíquica; este proceso implica revisar la identificación imaginaria que el usuario hace con lo que ve en la pantalla; es decir, examinar los elementos del sistema del videojuego que abren la posibilidad a que el usuario pueda ser “otro”.

Para eso se expondrá lo que se entiende por videojuego (como los RPG, FPS, de plataforma,<sup>1</sup> entre otros): un universo diegético en donde el jugador hace un contrato lúdico inmersivo para ser parte de éste y se convierte en un actante que determina el desarrollo del mismo, de tal forma que se puede identificar con lo que ve porque se le demanda convertirse en parte del mundo con el que se está jugando en una proyección simbólica. Así se identifica que existe un diálogo, como acto volitivo, entre el jugador y el metamundo<sup>2</sup> —es decir, el espacio-tiempo alterno al mundo cotidiano que

se crea por mediación de una computadora y refiere a una dimensión semiótica (Sánchez 2013) que se le propone—.

En este intercambio existe una semiurgia que construye una “existencia e identidad” dinámicas que parten de la proyección de un “yo” alterno que se inserta en un metamundo con un sistema de valores, y que dialoga con el “yo” cotidiano que pertenece a un imaginario social con sus propias concepciones axiológicas. Esto es posible gracias a que el videojuego, por sus posibilidades tecnológicas, permite una proyección simbólica a través de la pantalla a partir de la selección de personajes, avatares o miradas subjetivas. Lo cual da elementos para identificar el tipo de imaginarios con los que se dialoga en la expectativa de cómo verse y actuar para ser integrado a un grupo y, por tanto, cómo se construye la imagen del cuerpo.

En este trabajo se proponen cuatro apartados: el primero se da a la tarea de desarrollar una perspectiva del cuerpo y su proyección simbólica; se plantea al cuerpo como un sistema adaptado a la circunstancia y como el territorio en el que se elaboran y diseminan las significaciones. En el segundo se revisa el fenómeno del videojuego desde su concepción como espacio lúdico y su relación simbólica, así como el contrato lúdico inmersivo y su soporte digital. Todo con el fin de entender cómo es que el dispositivo tecnológico permite al jugador ser “otro”.

En un tercer apartado se revisa al videojuego desde la teoría narratológica con el fin de identificar las estructuras y elementos que conforman los metamundos y que ayudan a entender sus lógicas diegéticas. De esta forma se puede analizar cómo es que el jugador se construye una existencia que lo representa en el mundo propuesto por medio

1 RPG son las siglas de Role-Playing Game o juego de rol por computadora. Se trata de un género en donde el jugador controla las acciones de un personaje inmerso en un mundo concebido a detalle. Tiene su origen en los juegos de rol de mesa como Dungeons & Dragons.

FPS son las siglas de First Person Shooter, género de videojuego que se identifica por la modalidad del jugador que se hace presente en la pantalla en primera persona, es decir, que juega como si estuviera en el cuerpo del personaje y ve a través de sus ojos. Son juegos centrados en combates.

Los juegos de plataforma se distinguen por contar con un protagonista atractivo; una historia que incluye el robo, por parte de un malvado, de algo; una larga búsqueda para restaurar la normalidad del universo del personaje. Se distinguen por que los personajes caminan, saltan o corren en un desplazamiento horizontal por plataformas como Super Mario Bros, aunque en su origen la pantalla era fija como en Pac-Man.

2 Metamundo se refiere a un espacio-tiempo creado alternamente al mundo físico; su existencia no implica otra dimensión física sino semiológica. Se puede plantear en una analogía al mundo diegético, éste, que si bien también es de carácter semiológico, corresponde a los universos contruidos narratológicamente; implican las acciones ocurridas en el “aquí y ahora” de su enunciación. (Beristáin 2013)

de personajes, avatares y perfiles con los que se identifica; es decir, cómo genera una proyección simbólica de quién es dentro del juego. Además, se revisa la performatividad del jugador que lo plantea como un actante que transforma el mundo en el que juega. Finalmente, el cuarto apartado se dedica al concepto de la identificación imaginaria de Metz para revisar cómo a partir del “deseo de querer ser eso que ve en la pantalla” el jugador hace una proyección de su cuerpo y lo transforma psíquicamente.

## 1. La dimensión del cuerpo

**E**l hombre existe en relación a un tejido simbólico, no se encuentra ante natura en lo inmediato, más bien existe una mediación significativa que constituye una realidad humana que no es homogénea y es vinculada al contexto social en donde se desenvuelve. El mundo no termina en el estímulo físico que se implica en el cuerpo humano, sino que cobra sentido cuando se le observa, se le transforma, se dialoga con él y se le trata de entender. Se crean imágenes que se materializan artificialmente en los mitos, el arte, la ciencia, entre otras áreas que se relacionan con lo que se vive día a día (Cassirer 1984). La perspectiva humana se construye de mundos lógicos, emocionales y simbólicos que significan el lugar donde se encuentra; es decir, en una dimensión espacio temporal, un lugar que ocupa y que físicamente no puede ser ocupado por otro, pero que comparte con otro. Esta dimensión espacio temporal le permite ubicar su cuerpo con el que existe en un “aquí” y ahí se relaciona con el mundo a partir de sus sentidos e interpreta con su mente.

De ese “aquí”, el que “observa” ubica al otro en un “ahí”, y este otro como reflejo otorga un espacio a ese que lo mira; el espacio de ambos cobra sentido con las acciones que se dan en el tiempo y que aluden a la identidad, a saber quién se es.

El hombre no está consciente todo el tiempo de su cuerpo, no se ocupa de cada punto en él en cada momento. Por ejemplo, si se menciona el dedo gordo del pie derecho el lector podría hacer un acto de conciencia y sentir ese punto en específico pero, cuando camina no tiene tal exactitud, es como si el cuerpo desapareciera en especificidad y fuera un contenedor por el cual uno se relaciona con

el mundo a través de dos ventanas que son los ojos, según Foucault (2010), o de otros sentidos cuando se es ciego. Sin embargo, el cuerpo es el medio con el que se existe y, como apunta Gutiérrez, es el territorio en el que se elaboran y disseminan las significaciones (Mejía 2005) sin fragmentación. Después de todo, el hombre no se puede desplazar sin su cuerpo, no puede dejarlo ahí, es contrario a una utopía porque existe (Foucault 2010). Tomando en cuenta la teoría de Lacan, la psique es el cuerpo, no hay separación entre el alma y éste, se existe desde lo simbólico y el alma es un nombre para la función imaginaria del narcisismo que se construyó ante la necesidad de entender la existencia (Murrillo 2012); no habitamos el cuerpo, sino que entendemos el mundo desde él con nuestra capacidad de significar, por tanto, en este trabajo se hablará de una proyección simbólica que refiere a la psíquica.

Entonces, podemos decir que el cuerpo es alas y cárcel; gracias a él se vuela y se encuentran límites. El hombre es como un Ícaro que muere por los fines de su cuerpo pero que pretende ser más de lo que puede, y por eso crea posibilidades en el arte y tecnología, como en el videojuego, en donde puede experimentar otras formas de ser.

La dimensión temporal implica percibir momento a momento, percibir que hay vida porque ésta se transforma y desaparece. El tiempo es letal, anuncia lo inevitable, la muerte, en donde significa que el “aquí” es un instante. Es la urdimbre que traba toda realidad (Cassirer 1984). Aunque eso que se llama “realidad” corresponde sólo al humano, porque sólo podemos hablar desde ahí. Si bien existe una realidad fáctica en donde espacio y tiempo concurren, la forma de percibir, desde la que se habla y se nombra, proviene del pensamiento del hombre. La narratología explica muy bien esta confluencia espacio-tiempo: a alguien le suceden cosas en un momento y espacio dado que se narran desde distintas perspectivas (Casetti y Di Chio 2009). Ya no sólo se habla de espacio y tiempo, sino de espacio y tiempo simbólico, en donde el humano crea una dimensión abstracta<sup>3</sup> en la que su existencia se interpreta y cobra sentido.

Lo simbólico refiere a relaciones del signo arbitrarias con el objeto, no sólo desde el código lingüístico, sino desde la representación con una construcción profunda de significado.<sup>4</sup> Este complejo pertenece a lo humano, a la forma de en-



## 2. Del juego al videojuego

### El Juego y la proyección simbólica

tablar una relación con lo que se presenta en el mundo histórico-social en donde actos como el trabajo, la guerra, los nacimientos que son vitales en el hombre, pasan por una red simbólica que los atavía de connotaciones diversas y, a veces, apartadas del fin primario (Castoriadis et al 2013).

La carga simbólica se puede ubicar en dos vertientes: la individual y la social. Y aunque esto infiere diferentes sentidos, no es libre e ilimitado, sino que se construye a partir de lo que ya se encuentra tanto en la naturaleza como en lo histórico (Castoriadis et al 2013). Así el cuerpo que se define por lo imaginario se comporta bajo el mismo esquema dentro del sistema del juego, el cual plantea las formas en que se puede concebir el cuerpo.

Entender las relaciones corporales con lo simbólico da pie a entender porque es tan importante la proyección que un jugador construye de sí mismo a través de una pantalla; es decir, entender por qué elige cierto juego; por qué se construye de cierta forma. Lo cual se puede sintetizar en la siguiente relación:

#### Proyección psíquica —> Cómo se simboliza el jugador

El videojuego da la posibilidad inmersiva de una vida alterna en el que el jugador puede verse y vivirse en un mundo cuyas formas existen gracias a las posibilidades tecnológicas del sistema, ya no sólo es imaginar dentro del juego, es existir en el metamundo.

- 3 Cassirer habla de cómo el hombre aprende habilidades que el animal ya trae consigo, y mediante un proceso mental complejo llega a la idea del espacio abstracto que le abre campo en la construcción de la vida cultural (Cassirer, 1984).
- 4 Si bien autores como Duran y Cassirer se refieren a lo lingüístico, Barthes desarrolló el símbolo a otro tipo de construcciones como las visuales y Castoriadis trabajará sobre la institución. Barthes, desde la perspectiva Saussuriana, explica que hay una relación vertical en donde el significado se encuentra, como un estrato geológico, debajo del significante y por tanto hay una negación de la forma ante el contenido; dinámica impulsada por la historia. Así la forma de cruz puede identificarse con el pensamiento cristiano, “una masa profunda de creencias, de valores y de prácticas” (Barthes y Pujol, 2009, p. 287). Esta relación es tan fuerte en su tejido que no se puede identificar la relación entre los fúntivos es decir que la parte del significado o contenido en Hjelmslev es compleja porque deviene de una construcción y reconstrucción cultural histórica que no refiere a la imagen de un objeto inmediato.
- 5 Podemos decir que el juego es un sistema, es decir, un conjunto de elementos con relaciones entre estos y sus atributos (Bertalanffy 1976). En esta estructura hay reglas que dictan los límites de los comportamientos de los jugadores, lo cual nos hace pensar en la definición de sistema de los griegos σύστημα que significa en principio orden: “...es decir, orden del mundo según el cual no sólo todo lo real estaba sometido a una ley, sino que, además, el pensamiento seguía, o debía seguir, la ley del orden sistemático. El sistema conceptual era por ello una traducción del sistema real” (Ferrater 2009, p. 687).
- 6 Huizinga en Los juegos y los hombres apunta: “El juego no es la vida ‘corriente’... Más bien consiste en escaparse de ella a una esfera temporera de actividad que posee su tendencia propia. Y el infante sabe qué hace ‘como si...’, que todo es ‘pura broma” (Huizinga e Imaz 2005, 21). En este trabajo hablamos de un “accionar como sí”, ya que se actúa en relación a otro mundo.

En principio el juego no sólo es una actividad humana sino que va más allá de la cultura, según Huizinga, puesto que los animales comparten este hacer (Huizinga e Imaz 2005) y en el hombre ha estado presente en toda su existencia.

El juego establece un mundo con un espacio y tiempo abstracto en el que se mueve cada elemento con base en reglas determinadas como en cualquier sistema.<sup>5</sup> De tal forma que el jugador decide dentro del universo dado, cómo será su participación para llegar a una meta. Se fija una dimensión espacial que determina la ocupación de cada elemento, y una dimensión temporal en la que se percibe cómo suceden los movimientos que cambian, o no, cierta circunstancia. Jugar es una práctica en el ser humano que demanda, en un libre albedrío, un “accionar como sí”<sup>6</sup> y un entrar en el sentido interior establecido de un universo, que se erige intencionalmente. Johan Huizinga describe este fenómeno como:

...el juego es una acción u ocupación libre que se desarrolla en unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas totalmente obligatorias pero libremente aceptadas, acción que tiene

una finalidad en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de conciencia de ser “de otra forma” que en la vida cotidiana. (Hui-zinga e Imaz 2005, 46).

El juego se relaciona con evocar sentimientos y ligar al jugador con una forma de vida alterna que suspende el quehacer diario, así que se proyecta en una posibilidad de ser otra cosa distinta a la que se es y la cual no es una fragmentación, sino una extensión del jugador en otra dimensión. “Deja” el espacio que habita y se sumerge en otro espacio que le significa, aunque materialmente no está ahí.

Roger Caillois determina al juego con las siguientes características: libre, separado, ficticio, reglado, incierto, improductivo (Caillois y Ferreiro 1994, 37). Esto refiere a que el jugador ejerce su libre albedrío para experimentar un mundo, que tiene un orden propio, con una lógica que no necesariamente obedece a la del mundo que habita cotidianamente, puesto que es inventado, impredecible y no produce riqueza material. Aun cuando se trate de juegos de apuestas en el que se obtengan ganancias monetarias, no hay producción de bienes, sino desplazamiento de riqueza (Caillois y Ferreiro 1994). Sin embargo, es importante apuntar que, sí hay una producción simbólica y de sentido que se da mediante las relaciones entre jugadores, los instrumentos que se utilizan en el jugar, los espacios que se instauran y el tiempo que se dimensiona. Hay una producción, transmisión y apropiación de múltiples significados denotados y connotados, tanto en el contexto del juego como en el contexto de la vida cotidiana. Las acciones dentro del juego adquieren valor que corresponde a los conocimientos que se obtienen en el día a día. De tal forma que hay que enfatizar que el juego no sólo se refiere a la acción sino a: “...la totalidad de figuras, de los símbolos o de los instrumentos necesarios a esa actividad o al funcionamiento de un conjunto complejo” (Caillois y Ferreiro 1994, 9). Lo cual adquiere sentido dentro del “accionar como si” y se ve reflejado en la concepción del cuerpo que el jugador puede pretender ser, se transforma psíquicamente en una proyección simbólica.

7 Se retoma la categoría de la propuesta “contrato icónico” de Diego Lizarazo: “Establecemos implícitamente un pacto, una especie de acuerdo según el cual veremos la imagen de cierta forma, apreciando unas u otras de sus propiedades y asignando ciertos significados, podemos llamar de forma genérica a este pacto un contrato icónico sobre el cual se funda y se define el tipo de relación entre sujeto imaginal y texto visual” (Lizarazo 2004, 229).

La construcción de los mundos lúdicos implica entender la relación entre jugador y juego en las múltiples posibilidades que pueden generarse. Cuando se diseña un juego se proponen ciertas reglas que deben tener una lógica interna que ayude al usuario a entender los objetivos y metas sin que le parezcan absurdas con el fin de vivir la experiencia en un contrato inmersivo lúdico.

### Contrato inmersivo lúdico

Una pragmática del juego permite pensar más allá de los límites del sistema o de las interpretaciones abiertas del jugar; implica identificar al jugador como perteneciente a códigos relacionados a un grupo social y al deseo propio, en donde acciona en un momento histórico dado, con una experiencia propia. De aquí que se pueda acercarse a cómo se genera sentido en el juego. En su pragmática de las imágenes, Lizarazo describe que las imágenes se relacionan entre sí y los mundos culturales conectan sus figuraciones; tejido que es decisivo en la articulación de nuestra experiencia cultural del mundo, lo que marca la forma social del poder de las imágenes (Lizarazo 2004, 222). En este tenor, el juego implica las mismas conexiones, así como cada construcción cultural, en donde el sentido se genera en el entretejido del sujeto y su contexto que conlleva una constitución histórico-social al que no renuncia cuando se enfrenta al espacio lúdico, pero que no se implica del todo en el jugar porque existe un pacto de verosimilitud en el que, exista o no exista el mundo propuesto, no se cuestiona porque es factible y se acepta como tal (Aristóteles 1948). Esto se da gracias a que los hechos, los nombres, los lugares y los personajes que se plantean, remiten a lo conocido independientemente de su existencia, es ahí donde cobra sentido y es donde el jugador hace un contrato inmersivo lúdico,<sup>7</sup> es decir, se sumerge en el mundo que se abre ante él y entra en él; lo que implica también la concepción del cuerpo, su transformación en una proyección simbólica, ya sea que la forma está dada por el sistema o construida por el jugador a partir del mismo. Y cuando deja de jugar, no se cuestiona la veracidad de lo que pasó, simula que es verdad porque hay una intención libre del sujeto que desea formar parte del juego.

Gadamer hace una relación del juego con el arte, y aunque no es el tema de este trabajo es pertinente revisar la parte del desarrollo del juego que trabaja este autor, en cuanto a que lo remite a un impulso libre y refiere que esta actividad implica “...un movimiento de vaivén que se repite continuamente” (Gadamer y Argullol 2015, 66). Este movimiento se liga con lo que está vivo en la naturaleza, como el volar de un mosquito o los cachorros que juegan. No obstante, en lo humano se distingue un orden que remite al raciocinio: “...ese juego de movimientos, ordena y disciplina, por decirlo así, sus propios movimientos de juego como si tuviesen fines...” (Gadamer y Argullol 2015, 68). Ese “como si” tuviese fin, refiere a que no tiene un fin en específico, se da sin buscar un producto, como ya se había mencionado anteriormente, y que tiene que ver con el jugar por jugar a partir de la propia decisión.

El jugador suspende el tiempo y espacio cotidiano y se sumerge en el espacio y tiempo del juego, para “accionar como si”, en un contrato de inmersión lúdico que le permite desenvolverse conforme a las reglas dictadas. Puede entrar conscientemente o de repente verse envuelto del jugar. Si bien, el contrato inmersivo lúdico, en principio depende de la intención del jugador, también apela al contexto cultural, es decir, a lo que no puede renunciar el jugador; si no cuenta con el bagaje, quizá no pueda entrar en el juego y no se pueda divertir, porque no cobra sentido y no generará disfrute; y sin disfrute, no hay juego.

Se puede concluir que el juego, como estructura, es un sistema reglado en donde las acciones conscientes o inconscientes repercuten en los resultados. El jugar implica que el jugador entra libremente en un tiempo y espacio simulado en donde el cuerpo se proyecta simbólicamente; la vida cotidiana es suspendida a favor de una vida ficticia construida intencionalmente y se vive un “accionar como si” en un contrato de inmersión lúdico que tiene como fin el disfrute, ya sea que conlleve recompensas cuantificables que lo lleve a ganar o sólo se trate de vivir experiencias que se disfrutan sólo por lo vivido. En este fenómeno se implican las contextualizaciones culturales que llevan a gene-

rar sentido en lo que se hace y, por tanto, el juego refleja lo socio-histórico en cuanto forma de vida, lo cual va vinculado a la entidad física del cuerpo porque desde él es que se significa. Ahora en los videojuegos se plantean los mismos procesos, pero la diferencia es que el sistema digital construye un entorno multisensorial que le permite al jugador verse representado.

### El juego y los bits

Ya se ha mencionado en otros trabajos (Jiménez 2018) que el juego es una estructura en la que se entablan estrategias; un mundo-sistema con reglas internas que se le proponen al jugador al cual se tiene acceso por medio de una interfaz que cambia según las acciones de éste, pero siempre dentro de los límites establecidos. Desde la perspectiva narratológica, el videojuego se puede revisar a partir de una analogía de la narrativa transmedia,<sup>8</sup> en donde una actividad como el contar historias se hace con diferentes medios (Juul 2005). El dispositivo digital media el juego, se vuelve el soporte y mediante una pantalla se juega a las cartas o al fútbol; así el contenido del juego se traslada a un medio de comunicación que infiere construcciones visuales, lingüísticas, sonoras, entre otras, que representan y, por tanto, significan aunque el jugador no esté de cuerpo presente en la simulación, ya que el hardware y software son parte del dispositivo que ayuda al jugador a vivirse como otro (Jiménez 2018) a partir de mundos representados por imágenes interactivas, en pantallas o con hologramas, que logran una inmersión de alto nivel sin tener que fragmentar su entidad corpórea.

Así, el videojuego constituye mundos ficticios con la ayuda de una construcción digital donde se pide realizar acciones. Lo cual refiere al nivel alto de interactividad<sup>9</sup> que el medio presenta gracias a su naturaleza como cibertextos. El cibertexto se refiere a las formas de materialidad binaria que implican interactividad. Aarseth estudió sus características e identificó que implican tres características fundamentales, que influyen en cómo se construye y reconstruye el discurso:

8 “El concepto de Narrativa Transmedia fue introducido originalmente por Henry Jenkins en un artículo publicado en *Technology Review* en el 2003. En este artículo se afirmaba que “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” (Scolari 2016, 23). Transmedia se refiere a trasladar el contenido en diferentes medios de comunicación.

1. Organización mecánica de la información
2. Mediación por una máquina que es la computadora
3. Un usuario que intervenga en los dos anteriores

La disposición material de un texto del tipo literario es estable, no hay alteración en su construcción,<sup>10</sup> pero sí hay interpretación; el lector interactúa con lo percibido, significa y da sentido a partir de sus experiencias.

En los cibertextos la transformación material del usuario se presenta como una constante a partir de la posibilidad interactiva de alto nivel, gracias a la mediación del dispositivo computacional y la organización mecánica de la información. Por eso el receptor se convierte en un coautor, no sólo en la dimensión del significado y del sentido, sino del significante (Jiménez 2015).

El caso de interés para este trabajo es la interacción entre sujeto y el videojuego, entendido como cibertexto, puesto que en esta relación es donde se da la proyección del cuerpo, donde lo simbólico impera sobre la materia, y se generan en el receptor una serie de procesos que le permiten interactuar con ese mundo al que accede a partir de la computadora. Este fenómeno se da gracias a que en el videojuego se construye un mundo limitado que surge de una programación binaria que permite la creación de mundos codificados en varios niveles y de los cuales se propone identificar tres:

1. La codificación digital, la cual es la más alejada a los lenguajes cotidianos del receptor. Este es propio de expertos en programación.
2. La codificación de lenguajes de programación. Lenguajes como action script, html, entre otros, basados en etiquetas (construcciones más cercanas al lenguaje lingüístico), para constituir el siguiente nivel y que es posible tratar por programadores que no manejan el estatus digital base.
3. La interfaz multimediática<sup>11</sup> que permite al usuario comunicarse con la computadora a partir de codificaciones visuales, lingüísticas, auditivas de una interfaz, como el escritorio de Windows o Mac.

La relación de sentido con el videojuego se da a partir del tercer nivel, un multimedia interactivo (Levis 1997). De este punto se parte para hacer una analogía con el universo diégetico: “La narrativa evoca un mundo, y puesto que no es más que una evocación, nos deja libres para enriquecerlo con lo real, o una experiencia de ficción que adquirimos.” (Chatman 2000,120)<sup>12</sup> El jugador vive en una especie de *boderline* entre el tiempo real y el tiempo virtual; tiene la posibilidad de ser uno y otro a la vez en dimensiones distintas, de transformar su existencia por un momento y proyectarla de modo simbólico, además puede dialogar con otras existencias a partir de un contrato inmersivo lúdico sin fragmentar

9 A partir de las definiciones de Rafaeli y de Scolari podemos concretar que la interactividad es un diálogo que existe entre dos personas u objetos donde hay reciprocidad.

Rafaeli define la interactividad como: “interactivity is an expression of the extent that in a given series of communication exchanges, any third (or later) transmission (or message) is related to the degree to which previous exchanges referred to even earlier transmissions.” (1988, 111) [interactividad es una expresión de la medida en que en una determinada serie de intercambios de comunicación, transmisión de cualquier tercero (o posterior) (o mensaje) se relaciona con el grado en que los intercambios anteriores se referían a las transmisiones incluso anteriores.] (traducción del autor)

Carlos Scolari habla de que la interactividad puede asumirse con diferentes sentidos: “A veces la interactividad es una respuesta preprogramada dentro de un sistema; en ese caso el mensaje que recibimos hace referencia al inmediatamente anterior o a una serie de mensajes intercambiados antes. Hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico. En este segundo ejemplo la interactividad se desarrolla en la interfaz, que se podría definir como el lugar de la Interacción.” (Scolari 2008, 94)

10 Existen excepciones como Rayuela.

11 “Como término especializado del universo discursivo informático la interfaz designa un dispositivo capaz de asegurar el intercambio de datos entre dos sistemas (o entre un sistema informático y una red de comunicación) [...] un conjunto de procesos, reglas y convenciones que permiten la comunicación entre el hombre y las máquinas digitales.” (Scolari 2004, 39-42)

materialmente su cuerpo, sino en una proyección psíquica—simbólica que transforma su concepción corpórea. Reconociendo que las tecnologías han concretado en imágenes dimensiones espacio—temporales inexistentes, pero que convencen al cerebro para vivirlos,<sup>13</sup> en esta época se puede contar con simuladores programados digitalmente que hacen que esos universos aparezcan alrededor del usuario. Parece que fácticamente son reales, es decir, que el mundo alterno no sólo se evoca, sino que se presenta en cibertextos. En ellos suceden cosas que afectan a elementos del lugar y esto se debe a la materialidad digital del cibertexto que se relaciona directamente con la interactividad. Esta reconstrucción semiótica se puede dar gracias a que se cuenta con tres fundamentos, que en este trabajo se identifican como:

1. La posibilidad tecnológica, es decir, los dispositivos computacionales
2. La posibilidad de un lenguaje de programación que permite expresar procesos que son llevados a cabo por los dispositivos computacionales
3. La posibilidad simbólica que permite al usuario dar sentido a lo que ve plasmado en el dispositivo computacional. Esto es, gracias a que el programador genera mundos que son codificados en un nivel tres de codificación o multimediáticos (escala anterior) que pueden ser comprendidos por el usuario

Estos tres fundamentos, dan la posibilidad al usuario de intervenir el metamundo que se le propone; arquitecturas imaginarias que permiten simular diferentes tipos de relaciones tanto lúdicas, económicas, políticas, educativas, entre otras. (Sánchez 2013) El jugador abre el juego, aprende las reglas que se le presentan y se dedica a jugar; se acepta un contrato inmersivo lúdico y así, el usuario o jugador, interviene en el desarrollo del cibertexto que se le presenta y genera su propio ordenamiento de las acciones y hechos,

claro, limitados por las posibilidades del programa. A partir de esto es que puede construir tecnológicamente su cuerpo en la pantalla, puede identificarse con lo que ve y desea ser y se transforma simbólicamente.

Para analizar la representación simbólica del usuario y su accionar en el videojuego se pueden utilizar herramientas narratológicas que ayudan a identificar las relaciones lógicas del universo planteado y sus posibilidades interactivas.

### Los mundos del videojuego, estructuras y elementos

El videojuego implica la revisión de una semionarrativa, es decir, de una transposición intersemiótica de estructura profunda en la que se ubica la transformación del estado de las cosas. Estos cambios se evidencian a través de una narración que se puede dar con distintos dispositivos. Cuando se ve una película se observan distintas situaciones que un personaje atraviesa; en el caso de los videojuegos sucede lo mismo, sólo que en este se propone al jugador formar parte de la historia. Es por esto que el mundo alterno que presenta este tipo de cibertextos pueden ser analizados desde la perspectiva narratológica, en la cual se identifican las categorías de análisis que dimensionan el espacio y tiempo que se abre en el discurso diegético como eventos, existentes, funciones y actantes.

En el cibertexto del videojuego la instancia narradora, es decir, la que cuenta la historia, se constituye por dispositivos multimediáticos, interactivos y efímeros. Implica materialidades visuales, sonoras, sensitivas y no se puede dudar que en algún tiempo olfativas y gustativas,<sup>14</sup> de tal forma que la significación implicará aún más los sentidos del cuerpo. Por ejemplo, un estímulo gustativo agradable o desagradable podrá asociarse con una recompensa en un videojuego. Estas posibilidades alejarán aún más la idea de fragmentación con ese que está en la pantalla, pues es en el propio cuerpo donde se sentirán las acciones y reacciones.

12 "Narrative evokes a world, and since it is no more than an evocation, we are left free to enrich it with whatever real or fictive experience we acquire." (Chatman 2000, 120) [Traducción del autor]

13 Evocan las experiencias a partir del estímulo sensorial de las representaciones, es decir, de las estructuras textuales.

14 En el 2013, investigadores de la Universidad Nacional de Singapur estaban desarrollando un estimulador gustativo llamado Digital Lollipop, el cual simulaba ciertas sensaciones gustativas en la lengua a través de estimulaciones eléctricas. Su uso se ha proyectado para experiencias en videojuegos o publicidad. (jcv-solutions.com)

Los cibertextos del videojuego se plasman en dos niveles: el primero que refiere al programa que se ha desarrollado y que presenta la delimitación del juego; y el segundo que refiere al momento del juego, en donde la praxis no queda plasmada en una entidad tangible e inamovible, sino que se presentan en una imagen que desaparece después de ser ejecutada, a menos claro, que el jugador registre su jugada. Si se observa, se trata de un discurso que se materializa en la enunciación y desaparece después de su ejecución; se juega, se interactúa y desaparece; en la memoria sólo queda lo vivido, por lo cual el usuario puede conectar con el “algo pasa” y “algo pasó” y él fue parte de eso, lo vive en una especie de presente retroactivo.<sup>15</sup>

### Elementos del mundo del videojuego

Los elementos que constituyen los universos que abren los videojuegos pueden analizarse con las propuestas de la teoría narratológica, puesto que en ellos existen personajes que accionan y que serán el campo de las proyecciones simbólicas del jugador. En este medio el jugador no lee u observa, sino que se entre mezcla con los eventos y los existentes, vive en ellos en un “actuar como sí”. En los juegos lineales se puede identificar que la estructura clásica del relato puede identificarse: se plantea un inicio, desarrollo y desenlace, dependiendo de las acciones del videojugador. En los videojuegos sandbox esta estructura es relativa, puesto que el desenlace no es tan importante como el jugar con la construcción del mundo. En ambos casos, la disposición de las acciones será decisión del usuario.

A partir de la teoría narratológica se pueden identificar los eventos, que son las acciones que dan paso al relato; y los existentes, es decir los elementos que constituyen espacialmente el universo diegético: personajes y entornos. (Chatman 2000)

### Eventos en la dimensión temporal del videojuego

En la dimensión temporal se identifican las acciones y los acontecimientos y son los que cambian y transforman

<sup>15</sup> Temporalidad que se refiere a la estructura del relato que se sucede por una enunciación retroactiva, es decir, aquella que trae a la vida las partes ya establecidas por el programador y que son inalterables como la disposición de los niveles y la historia que está dispuesta y se da a conocer a través de los narradores y que se identifica como un seudotiempo en el relato, puesto que no presenta tal cual las acciones y su duración real. (Jiménez 2018)

<sup>16</sup> Se refiere al sistema del juego que está establecido por el desarrollador (Jiménez 2018).

el mundo. En el videojuego no se presentan las acciones y su desenlace como ya se mencionó, sino que se plantea un contexto en el que sucedieron ciertas situaciones y la consecuencia de estas se deja en manos del jugador. Si bien, el desarrollador planteó a grandes rasgos la estructura del juego, es el jugador quien concreta las acciones y que van forjando los acontecimientos y como consecuencia se convierte en agente que cambia el estado de las cosas.

### Existentes en la dimensión espacial del videojuego

Dentro de la dimensión espacial del videojuego se encuentran los existentes que la narrativa literaria identifica como entornos y personajes.

#### ■ Entornos en el videojuego

En el videojuego, los entornos son de vital importancia ya que ubican al jugador para realizar su acción. Los escenarios se relacionan con el desarrollo de movimientos. Son estos mundos los que se levantan como el universo diegético en el que el jugador se sumerge. Ahí genera estrategias para cumplir con las metas del gameplay<sup>16</sup> como conquistar territorios en cierto tiempo, levantar edificios, crear fortuna o perderla en un mundo capitalista, vivir el amor y desplazarse por tuberías para encontrar a una princesa, moverse por laberintos o buscar pistas en ambientes propuestos por el desarrollador.

#### ■ Personaje en el videojuego

En el videojuego, los personajes son de vital importancia, puesto que a través de ellos se acciona y son campo de la proyección simbólica. El jugador escoge un personaje y lo representa en una relación que hace a través de valorizar ciertos comportamientos que lo identifican, existe una empatía. Se pueden identificar cuatro modalidades:

1. Los personajes preestablecidos por el entorno y que no se pueden cambiar, como Pac-Man, Mario Bros, Zelda, etcétera.



2. Los personajes que pueden ser modificados, pero tienen límites del programa.
3. Los avatares que en el hinduismo son la presencia de Dios en el mundo, por tanto, el avatar se refiere a los personajes que el jugador construye con ciertas características y lo representan en el metamundo del videojuego.
4. No hay personaje como tal, sino que el jugador es en sí mismo el que toma el reto como en Tetris y se convierte en el hacedor de la acción. En este punto es importante el cómo se construye el personaje y cuál es la proyección simbólica, puesto que este va adquirir características con las cuales el jugador se identifica que tienen que ver con cómo se ve, cómo se comporta y cuál es su rol en el sistema.

### El jugador actante y performativo

La revisión de este apartado identifica cómo es que, al adoptar un rol en un mundo alterno, el jugador lo vive como real y “acciona como sí” a partir de la representación multisensorial que ejecuta una vivencia por la posibilidad tecnológica.

En el videojuego hay una propuesta que va desde un reto, hasta una historia que el jugador está ejecutando; es decir, la está accionando, por lo que se podría hablar en principio de drama partiendo de que: “El actor se particulariza y encarna el papel actancial abstracto, es decir, el tipo de ‘rol’ que juega o cumple.” (Beristaín 2013, 17) No se está hablando de la figura de actor que se viste de un personaje, sino de un jugador que elige, toma y resignifica las características de un personaje que en una mediación puede hacer en y a partir de él, no como fragmentado si no como extensión, por tanto, se habla de una performatividad, la acción se completa con la decisión del jugador y genera la acción. El cuerpo no se desvincula, sino que queda anclado, puesto que él, como pertenencia primera, es el canal de comunicación a través del cual se proyectan los códigos y se pone a prueba otros (Sánchez 2013). Los videojugadores son sujetos de hacer<sup>17</sup> y decisión que transforman el estado de las cosas y a otros que involucra la historia, por tanto, se les

identifica con la figura jugador actante performativo. Hay que dejar claro que los actantes dentro de este medio no se limitan al jugador, sino a todo elemento que ejecute, como otros personajes, situaciones y demás. Sin embargo, la categoría de jugador actante performativo se refiere al usuario que le permite extenderse en otro y proyectarse simbólicamente como en la película *¿Quieres ser John Malkovich?* En este filme el personaje principal, un titiritero, descubre un túnel que lo lleva a la cabeza del actor John Malkovich y es seducido ante la posibilidad de ser alguien más y actuar en el mundo de alguien más por unos minutos. Los videojuegos permiten extender la piel a otro universo, actuar y decidir por unos momentos en él a partir del juego. Tal vez por eso en francés la palabra *jouer* significa jugar, representar, actuar. Porque en el teatro se juega a ser otro.

Greimas propondrá que en el drama hay una línea a seguir, es una: “...especie de partitura dispuesta para ejecuciones variadas [...] un ‘discurso a varias voces’, una ‘sucesión de diálogos erigida en género’” (Beristaín 2013, 161). En el videojuego no existe tal guion, pero existe un mundo preestablecido en el que el jugador podría relacionarse con la improvisación, en donde se da un set con reglas y propósitos que tiene que ejecutar a partir de motivaciones y finalmente representa una historia que no está dirigida a un público. En realidad, el punto en el que el videojuego se liga con lo dramático es la encarnación del personaje y la ejecución de la acción a partir de motivos que son fundamento del discurso del videojuego. El videojuego como la tragedia es un lugar en el cual el jugador realiza catarsis de emociones (Aristóteles 1948) con la ayuda de un entorno creado digitalmente; es performativo por que existe una proyección psíquica–simbólica.

El videojugador tiene acceso a un tiempo y espacio que se genera en la pantalla o en hologramas con un sistema binario que le permiten un “accionar como sí” en busca de una recompensa de competencia o experiencia.<sup>18</sup> Esto es el primer objeto de deseo que hace que el jugador busque algo y se vuelva un coenunciador generativo porque no trae a la vida un relato ya hecho, sino que genera su propia disposición de los hechos, aun cuando el programa lo limite a ciertas acciones.

17 Courtés y Greimas apuntan que un sujeto de hacer es el que opera las junctiones y transforma (Beristaín 2013).

Cada movimiento que el jugador realiza transforma la historia, da un nuevo giro a la acción y es por eso que las formas de jugar no son iguales entre cada usuario. La narración puede dar los motivos por los que el actante acciona, pero estos se entremezclan con la intención y decisión del usuario. De tal forma que el jugador ya no sólo es espectador de: "...una concatenación de situaciones, en la que tienen lugar acontecimientos y en la que operan personajes situados en ambientes específicos" (Casetti y Di Chio 2009, 172). El usuario es actante y performativo, es decir: "...un elemento válido por el lugar que ocupa en la narración y la contribución que realiza para que ésta avance..." (Casetti y Di Chio 2009, 183). Así, el usuario, acciona, ejecuta, hace y transforma y se transforma, lo cual es principio del videojuego. El jugador actante performativo integra una representación en un personaje que construye a partir de los elementos formales, funcionales, históricos y sus motivaciones personales y desarrolla la historia.

El videojugador se desenvuelve entre el ámbito de la narración, de la actuación, y de la performatividad, pues existe una historia que se narra, se decide, se actúa y finalmente queda representada. Se narra desde el punto en el que se presenta el relato por un narrador y se representa por un usuario que toma el papel de un personaje y "acciona en un como sí". La paradoja es que, en esa ventana solo hay imagen, ante sus ojos se levanta un mundo inexistente que significa. Esto es posible gracias a las posibilidades tecnológicas que permiten vivir y accionar las historias en un entorno simulado por lo cual se refiere a una cibernarrativa performativa, ya no es que sólo se actúe en un mundo ficticio, sino que la máquina dimensiona la capacidad performativa del usuario.

Así, la cibernarrativa performativa se define como una historia que se concreta en un relato que se desarrolla en entornos simulados digitalmente en los que el jugador actante performativo "acciona como sí", y aunque el mundo del videojuego es una representación, no duda de su existencia cuando hace el contrato de inmersión, lo vive como

si existiera y lo decide, se proyecta simbólicamente. Así se identifica al jugador con el actante dentro de un juego—drama que es viable de performatividad en una temporalidad dada.

## El videojuego y sus temporalidades

Ya en un texto anterior, El videojugador y el dispositivo que le permite ser otro, (Jiménez 2018) se ha trabajado cómo es que el videojuego abre una dimensión espacio-temporal alterna que invita al usuario a suspenderse del tiempo cotidiano sin fragmentarse de su cuerpo y se plantearon dos propuestas temporales:

1. Temporalidad que se refiere a la estructura del relato que se sucede por una enunciación retroactiva, es decir, aquella que trae a la vida las partes ya establecidas por el programador y que son inalterables como la disposición de los niveles y la historia y sus elementos.
2. Temporalidad que se refiere al juego—drama o tiempo performativo, por lo cual no solo se aplica en el sentido de representar sino de extensión que permite al jugador actuar en una enunciación generativa, por tanto, se está hablando de un tiempo generativo de la acción que se vive siempre en presente.

Así, se vive un seudotiempo que se refiere a la temporalidad de la estructura del relato que no corresponde al de la historia; y una temporalidad juego—drama que presenta tal cual las acciones y su duración real, por eso es que no se fragmenta el cuerpo, puesto que la acción sucede desde él en una proyección psíquica—simbólica.

Cuando el programa da personajes o avatares preestablecidos, el jugador acciona en nombre de ellos, de tal forma que el personaje es una especie de extensión, como bien lo identifica la palabra de avatar, es una presencia del usuario en el metamundo, por lo que se propone hablar

**18 Los videojuegos pueden tener dos tipos de recompensa:**

1. **Recompensa competitiva:** Hay metas y objetivos específicos que el jugador tiene que lograr para obtener la victoria del juego; ludus.
2. **Recompensa de experiencia:** Los juegos que implican que el jugador disfrute del juego sin perseguir un resultado cuantificable, sino sólo disfrutar la experiencia; paida (Jiménez 2018).



de un medio retrotransitivo. Se le denomina así porque un verbo transitivo requiere de un sujeto agente que lleve la acción hacia un sujeto; en el videojuego el personaje (sujeto-agente que es ficticio) que acciona por un objeto en la historia no tiene decisión propia, sino que hay otro sujeto (el usuario) que decide desde su existencia y lo hace accionar a él, por tanto, se ubica en un sujeto que acciona en consecuencia de otro externo que mira a través del monitor y en el que se proyecta porque se identifica.

#### 4. La identificación de lo que se ve y se vive.

**E**n analogía con la postura descrita por Aumont sobre el espectador de cine en la que se revisa el deseo y la identificación del espectador con los personajes se puede plantear que el jugador es seducido por posibilidad interactiva del videojuego que le permite vivir un tiempo retrotransitivo, en donde genera acciones que constituyen una realidad alterna y en la que se puede dialogar e identificarse con lo que vive en el metamundo a partir de su imaginario.

El videojugador ya no sólo es un espectador que ve como en el cine, en donde sólo es un voyeurista con impotencia motriz, inmovilizado en su butaca, con sólo la posibilidad de ser testigo; ya no sólo se identifica desde el deseo de participar, de ser, de vivir eso que ve en el curso de la proyección. (Aumont 2011) Con la posibilidad del videojuego como cibernarrativa performativa, el jugador participa a partir del contrato inmersivo lúdico y forma parte de eso que acciona, y ya no desea ser el otro, sino que es otro “yo” desde su cuerpo físico por medio de una proyección psíquica-simbólica que transforma su cuerpo imaginario en el metamundo en el que “acciona como sí.” (Jiménez 2018) Se genera una representación de lo que se intenta ser y se vive como real, y esto se da gracias al dispositivo tecnológico que permite que la entidad que se visualiza en la pantalla cambie a intervención y deseo del jugador. El usuario se mete de forma proyectiva en el cuerpo de ese que vive en el metamundo; esa representación que no es constante, que cambia según el tiempo y es-

pacio abierto, pero que no significa que no tiene nada que ver con el jugador, sino que presta sus cualidades, las cuales se pueden o no escoger, para que el jugador viva la experiencia proyectada y transforme simbólicamente su cuerpo.

De aquí que se retoman los niveles de identificación en el cine de Metz (2001), para después adaptarlos al videojuego:<sup>19</sup>

1. Identificación cinematográfica primaria, que identifica al espectador con su propia mirada. Desde su sillón ve y acompaña a los personajes desde la posibilidad que la cámara cinematográfica le da al proyectar lo ya visto y grabado. Aumont lo describe como ese Dios que todo lo ve.
2. Identificación cinematográfica secundaria. Es decir, la identificación con lo representado, con el personaje y sus situaciones. (Aumont 2011)

Como ya se mencionó, el videojugador no deseará tener, sino que tiene en un “accionar como sí”; pasa de la identificación primaria que el cine como dispositivo mecánico le permite y limita a la vivencia de la identificación secundaria con otro cuerpo que también es suyo porque es su concepción. Así, el cuerpo deja de ser “inmóvil” en cierta medida y puede el jugador performar a esos personajes que se le ponen enfrente, puede ataviarlos, puede sentir que rompe los límites físicos que se tiene. Ya no se vive en el cuerpo dado, sino en el que significa porque se transforma en la mente.

Esta transformación es la más significativa ya que implica una proyección; el cuerpo es percibido en una especie de existencia extensiva que llega a diluir su conciencia física<sup>20</sup> porque el flujo semiúrgico es el dominante. Se ha tocado el imaginario de lo omnipresente y omnipotente del humano desde un espacio físico limitado en el que se conecta con el mundo y con metamundos. En esta conexión, el usuario puede configurar su apariencia desde el avatar (desde su presencia como Dios en el mundo digital que ya no sólo ve) y los personajes del videojuego. Adquiere carac-

<sup>19</sup> El lenguaje cinematográfico se fue construyendo en el siglo xx y es la base de lo que hoy es el lenguaje audiovisual que se adapta a diferentes formatos. El videojuego incorpora este sistema y es por eso que el jugador puede entender lo que ve en la pantalla que se construye en una puesta en cuadro y en un montaje audiovisual.

<sup>20</sup> La construcción psíquica puede pasar los límites físicos y por eso se transforma el cuerpo.

terísticas inimaginables que cambian el color de la piel o el cabello; la construcción del género; o las fuerzas y habilidades que puede adquirir en la pantalla. Ya no se trata del cuerpo en el que le ha tocado vivir, sino el cuerpo que se puede construir y con el que se puede desplazarse en el sistema digital dado. De ahí que puede realizar actos que en su mundo atómico significan la muerte, la pérdida de libertad o simplemente la indiferencia de otros.

Los videojuegos de rol han tenido mucho éxito porque hacen ver lo que la imaginación dejaba en un plano efímero. En el juego análogo los participantes conseguían, construían sus disfraces y jugaban en espacios públicos, pero el entorno no dejaba de ser el cotidiano y a veces la inmersión podía romperse cuando libraban una batalla con espadas y de repente sonaba el celular de alguien. En ocasiones, los jugadores intervenían su cuerpo y se construían orejas de elfos o cuernos de diablo con tal de obtener la apariencia deseada. En el plano digital, no es necesario operarse, esconderse o mutilarse, se puede ser lo que se desea ser, porque lo que importa es la proyección psíquica—simbólica de cómo se existe. Este punto es el anclaje de este trabajo, cuando el videojugador se vuelve actante performativo de sus metamundos cibernarrativos puede suspenderse de lo cotidiano y considerar los valores diegéticos que le permiten comportarse de ciertas formas y vivirse como

tal. Por eso la inmersión es la característica más buscada y se trabaja para que el cuerpo sienta como sentiría con un estímulo físico no mediado por las proyecciones digitales, es decir, se busca dejar la huella psíquica que significa. De aquí que se han construido simuladores que “engañan” al cuerpo y lo hacen sentir que corre, que gusta, que duele. El metamundo se vive de tal forma que los mismos jugadores pueden borrar la línea entre lo que se vive digitalmente y lo que se vive cotidianamente, de tal forma que pueden hacer relaciones sociales dentro del juego, tener amores, amigos, enemigos, comprar, ejercitarse y hasta relacionarse eróticamente. A veces, se lleva ese mundo al exterior del sistema y se construyen redes sociales, encuentros físicos, no como el jugador es en lo cotidiano, sino muchas veces con la forma del avatar o personaje; y en ocasiones, cuando los jugadores se encuentran con otros jugadores con su propia identidad, se sorprenden de la diferencia que hay entre la representación digital y el cuerpo real.

En algunos usuarios, la representación concebida en el juego pesa tanto que quisieran ser eso todo el tiempo, lo cual refleja que la concepción de una imagen puede estar fuertemente ligada al deseo de lo que se quiere ser y por tanto, la proyección psíquica—simbólica de un cuerpo digital es más fuerte que el cuerpo físico, aunque para otros jugadores, esa proyección sólo es momentánea.

## Conclusiones

El objetivo del trabajo es hacer una aproximación sobre cómo el jugador concibe y transforma su cuerpo en una proyección psíquica a partir de su identificación imaginaria con lo que ve en la pantalla. Para eso se hizo una revisión de los elementos que permiten que el jugador transforme la concepción de su cuerpo que le da existencia tanto en el mundo como en el metamundo. Por un lado, se exploró cómo esto es posible gracias al dispositivo tecnológico que posibilita el cibertexto del videojuego que abre un pseudotiempo en el que el cuerpo puede ser otra cosa en su proyección simbólica sin fragmentarse. Por otro lado, se explicó cómo es que el jugador es un actante performativo que ejecuta la acción y por tanto la transformación del metamundo, así, ya no sólo se identifica en el deseo de querer ser ese personaje que vive una situación, sino que se es eso que en la pantalla se proyecta y se vuelve parte de su identidad.

Giménez plantea que la identidad tiene que ver “...con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quienes son los otros” (Giménez 2010, 1). Esta concepción se construye con el dialogo social, es decir, con el intercambio que provoca cuestionamientos sobre nuestra existencia. En este tenor, el metamundo creado por un grupo de personas que comparten imaginarios sociales, se abre como un espacio en el que se ponen en juego nuestras concepciones simbólicas sobre quiénes somos. La virtualidad implica generar presencias que representan parte de lo somos en una proyección psíquica–simbólica; no renunciamos (porque es nuestra existencia) a nuestro cuerpo físico, pero lo transformamos como una proyección en la pantalla que en ocasiones rompe con los límites de la representación y cobra vida en el exterior del sistema del videojuego.

A partir de esto, es importante entender cómo nos estamos concibiendo en sociedades altamente digitalizadas y cómo nos estamos relacionando a partir de la pantalla con el fin de dimensionar las implicaciones éticas, estéticas, políticas, sociales y económicas que conllevan estas nuevas formas de ser a través de la pantalla. De tal forma que se pueden utilizar estos conocimientos para estudiar qué relación tienen los videojuegos con la construcción y destrucción de formas de ser; de relacionarnos; de la construcción de la autoestima, con el fin de generar herramientas dialógicas que ayuden a manejar los valores que se trabajan en las representaciones.

No se pueden seguir construyendo discursos generalizadores como el que los videojuegos alienan a los usuarios y pueden hacerlos violentos o inteligentes; sino que tenemos que entender cómo es que el jugador se identifica y se proyecta con eso que está en la pantalla para generar diálogo entre lo que sucede en el mundo y eso que está en el metamundo, que de alguna forma es parte de su realidad y quizá de esa manera se puede identificar cómo intervenir para que el jugador aproveche el sistema y pueda entender el por qué se relaciona de esa forma con lo que ve; cómo es que su proyección psíquica puede ayudarlo a entenderse a sí mismo y el mundo que habita.

## Referencias

- Advancing communication science: merging mass and interpersonal processes. Sage annual reviews of communication research, v. 16. Newbury Park, Calif: Sage Publications, 1988
- Aristoteles, El arte poetica. México, D.F.: Espasa-Calpe Mexicana, 1948
- Aumont, J. Estética del cine: espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje. Buenos Aires: Paidós, 2011
- Barthes, Roland. Pujol, Carlos. - Traductor. Ensayos críticos. Barcelona: Seix Barral, 2009
- Beristáin, Helena, Universidad Nacional Autónoma de México, e Instituto de Investigaciones Filológicas. Diccionario de retórica y poética. México: Editorial Porrúa, 2013
- Bertalanffy, Ludwig von. Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo, aplicaciones. México: Fondo de Cultura Económica, 1976
- Caillois, Roger, y Jorge Ferreiro Santana. Los juegos y los hombres: la máscara y el vértigo. México: Fondo de Cultura Económica, 1994
- Casetti, Francesco, y Federico Di Chio. 2009. Cómo analizar un film. Barcelona: Paidós.
- Cassirer, Ernst, y Eugenio Imaz. Antropología filosófica: introducción a una filosofía de la cultura. México: Fondo de Cultura Económica, 1984
- Castoriadis, Cornelius, Antoni Vicens, y Marco Aurelio Galmarini. 2013. La Institución imaginaria de la sociedad. Barcelona: Tusquets.
- Chatman, Seymour Benjamin. Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film. Paperback print., [Reprint]. Cornell Paperbacks. Ithaca, NY: Cornell Univ. Press, 2000
- Ferrater Mora, Josep. Diccionario de filosofía. Barcelona: Ariel, 2009
- Foucault, Michel, Daniel Defert, y Víctor Goldstein. El cuerpo utópico ; Las heterotopías. Buenos Aires: Nueva visión, 2010

- Gadamer, Hans Georg, y Rafael Argullol. La actualidad de lo bello: el arte como juego, símbolo y fiesta. Barcelona: Paidós, 2015
- Giménez, Gilberto. "Cultura identidad y procesos de individualización". UNAM, 2010 [http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos\\_final/625trabajo.pdf](http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/625trabajo.pdf).
- Huizinga, Johan, y Eugenio Imaz. Homo ludens: el juego y la cultura. México: Fondo de Cultura Económica, 2005
- Jiménez Orozco, Guiomar. "El videojuego, cibertexto con materialidad digital". entretejidos. Revista de Transdisciplina y Cultura Digital 1 (marzo), 2015 <http://entretejidos.iconos.edu.mx/thesite/el-videojuego-cibertexto-con-materialidad-digital/>.
- "El videojugador y el dispositivo que le permite ser otro." Investigación Universitaria Multidisciplinaria 17, 2018
- Juul, Jesper. Half-real: video games between real rules and fictional worlds. Cambridge, Mass: MIT Press, 2005
- Levis, Diego. Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual. Barcelona: Paidós, 1997
- Lizarazo Arias, Diego. Iconos, figuraciones, sueños: hermenéutica de las imágenes. México: Siglo XXI, 2004
- Mejía R, y Iván. El cuerpo post-humano: en el arte y la cultura contemporánea. México: Universidad Nacional Autónoma de México : Escuela Nacional de Artes Plásticas, 2005
- Metz, Christian. El significante imaginario. Barcelona: Paidós, 2001
- Murillo, Manuel. "Psique, cuerpo y RSI en psicoanálisis." Buenos Aires: Facultad de Psicología Universidad de Buenos Aires, 2012
- "Nuevo invento que simula el sentido del gusto con smartphones y ordenadores." s/f. JCV.Solutions - Blogs Informativos (blog). Consultado el 1 de junio de 2014. <http://jcv-solutions.com/Blogs/?p=12645>.

Peres, Irving. “El valor de la industria de los videojuegos en 2019 · Forbes México”. Forbes México. el 23 de diciembre de 2019. <https://www.forbes.com.mx/el-valor-de-la-industria-de-los-videojuegos-en-2019/>.

Sánchez Martínez, José Alberto. Figuras de la presencia: cuerpo e identidad en los mundos virtuales, 2013

Scolari, Carlos. 2004. Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. 1. ed. Barcelona: Editorial Gedisa.

Scolari, Carlos. Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008

Scolari, Carlos. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, 2016



*Resistencia estilística*  
de la gráfica identificativa  
comercial en el espacio  
urbano de Tampico.  
*Ordenamientos  
discursivos sociales*

Rebeca Isadora Lozano Castro  
María Luisa Montes Rojas



*Universidad Autónoma de Tamaulipas*

**Rebeca Isadora Lozano Castro**

rebecadylan@hotmail.com

Profesora e investigadora en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) en México. Licenciado en Diseño Gráfico por Universidad del Noreste, Tamaulipas (1993). Diplomado de Creatividad Gráfica Publicitaria del Centro Avanzado de Comunicaciones, A.C. México (1994). Máster en Artes Gráficas, por Universidad Politécnica de Valencia, España (2004). Doctora en Diseño por la Universidad de Palermo, en Buenos Aires, Argentina (2018). Becaria en 2004 y 2015 del Programa para el Desarrollo Profesional docente, PRODEP; fue Coordinadora de Carrera Diseño Gráfico (2011-2015). Fue miembro Comité Técnico para la generación del Examen General Egreso de Diseño Gráfico (CENEVAL EGEL-DISEG).

*Universidad Autónoma de Tamaulipas*

**María Luisa Montes Rojas**

marilymonroj@gmail.com

Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) en México. Licenciada en Diseño Gráfico por la misma universidad y Maestra en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Nuevo León, México. En el 2017 se doctoró en Comunicación por la Universidad Pompeu Fabra en Barcelona, España. Colaboradora en el Grupo de Investigación en Comunicación Científica (GRECC); especialista en la comunicación y divulgación de la ciencia en entornos gráficos con una tesis 'cum laude' sobre el tratamiento informativo de la infografía científica de prensa. Becaria por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (CONACYT); profesora asistente en asignaturas relacionadas a la comunicación, diseño gráfico y nuevas tecnologías de información.

A partir de los años 90 la revolución tecnológica y los aspectos políticos como el Tratado de Libre Comercio (TLC) transformaron el estilo de vida en México y la forma de comunicarse en el espacio público. Fue así como, en la ciudad de Tampico, el paisaje urbano transformó su identidad popular (Lozano 2018) y adoptó otra, híbrida, hegemónica y global. Es decir, el proceso de producción de la gráfica comercial cambió por la mediatización de la época y su ubicación, con derivaciones en tamaño, superficie, color, forma e idioma. Sin embargo, existieron otras identidades gráficas (Chaves 2003) de resistencia (Greco 2010) que, por medio de estilos de vida artesanales y tradicionales, representaron un soporte cultural que permaneció como huella en la vía pública. Esos diseños gráficos constituyen parte de la identidad gráfica en la historia del tampiqueño que no han sido discutidos ni analizados por medio de un cruce transdisciplinar, antropológico, sociocultural y comunicacional. Este estudio reflexivo y crítico, propone la observación y análisis cualitativo sobre los ordenamientos discursivos sociales (estilo de vida y época) a partir de la gráfica identificativa comercial en el espacio urbano. Finalmente, se presentan conclusiones acerca de la presencia de la estética identificativa de resistencia con variaciones en las dimensiones de la interacción comunicacional que modalizaron el intercambio discursivo. Las cuales son de impacto relevante para las consideraciones de políticas públicas que acompañen al desarrollo comercial con alteridad a la identidad local y la reconsideración de la gráfica identificativa como representación acumulada del discurso social.

**Palabras Clave:** Resistencia, gráfica identificativa, espacio público.

## Abstract

From the 1990s, the technological revolution and political aspects such as the Free Trade Agreement (FTA) transformed the social lifestyle in Mexico and the way of communicating in the public space. Thus, in the city of Tampico, the urban landscape transformed its popular identity (Lozano 2018) and adopted another, hybrid, hegemonic and global one. That is to say, the production process of commercial graphics changed because of the media coverage of the time and its location, with derivations in size, surface, color, shape and language. However, there were other graphic identities (Chaves 2003) of resistance (Greco 2010) that, through traditional and artisanal lifestyles, represented a cultural support that remained as a mark on the public road. These graphic designs are part of the graphic identity in the history of the tampiqueño that have not been discussed or analyzed through a transdisciplinary, anthropological, sociocultural and communicational crossing. This reflective and critical study proposes qualitative observation and analysis on social discursive ordinances (lifestyle and period style) from the commercial graphic image in the urban space. Finally, we present conclusions of the presence of the identifying aesthetics of resistance with variations in the dimensions of the communicational interaction that modalized the discursive exchange. These are of relevant impact for public policy considerations that accompany commercial development with alterity to local identity and the reconsideration of the identity graphic design as a cumulative representation of social discourse.

**Keywords:** Resistance, identifying graph, public space.

- 1 Modalización, es un concepto que se relacionan con la subjetividad en el lenguaje y con la expresividad. La modalización está siempre presente en la actividad discursiva, indicando la actitud del sujeto hablante con respecto a su interlocutor y a sus propios enunciados.

## Introducción

**E**l presente documento es derivado de una investigación de tesis doctoral<sup>2</sup> que fue llevada a cabo en la ciudad de Tampico, Tamaulipas, México. La gráfica identificativa, desfragmentada como concepto compuesto, partió de la gráfica como imágenes estables pregnantas que permiten la identificación sin requerir lectura, siendo memorables con la capacidad de diferenciación con relación a otras (Chaves 2003, 43). Mientras que, la identidad surge como sistema de mensajes complejos que se manifiestan en todos los componentes de la organización para connotar y exponer rasgos y valores de la institución (Chaves 2003, 41); identificativa se toma como la derivación de la función de reconocimiento de la identidad corporativa que se originó en Estados Unidos cuando el alemán Walter Landor y el francés Raymond Loewy llevaron los conceptos europeos a Estados Unidos (Costa 2003).

La gráfica identificativa comercial histórica<sup>3</sup> de Tampico constituye un testimonio —de más de medio siglo— de resistencia hacia el capitalismo que contrasta desde expresiones simbólicas definidas por raíces nacionales hasta narrativas globales por parte de las industrias. Precisamente, la gráfica identificativa tiene relación directa con lo que conocemos como gráfica popular o diseño espontáneo. Por eso, una de las categorías que derivaron de esta fue la tradicional (Villoro 1998): construcción identitaria que se mantiene de generación a generación y cumple con las características de construcción expresiva en términos de dominio y subordinación histórica de la cultura mexicana; como las ideas de tradición y folklor —sentimientos y gustos populares—, las cuales son expresadas con técnicas manuales y dibujos de letras como parte de la resistencia estilística a la modernidad.

De acuerdo con Greco, (2010, 149-153) la resistencia se complejiza por la disputa de significación relacionada con una organización inestable, dinámica y poco articulada de

valores combinados hegemónicos. Además de su vinculación con prácticas de individualidad por el consumo y su situación de exclusión simbólica en el contexto. Es decir, la comprensión de la dialéctica de la resistencia de las relaciones de fuerza simbólica en las gráficas identificativas (rótulos comerciales) y su interpretación sobre la hegemonía comercial.

De acuerdo con este estudio se concluye que las gráficas identificativas o rótulos comerciales en la vía pública, transformados o respetados históricamente a través de distintas épocas, dejan ver cómo se reorganizaron las estructuras culturales a partir de discursos simbólicos con la producción de contenidos. El diseño gráfico exhibido en la vía pública como lugar de circulación contribuye a la visibilidad de rasgos que fueron adoptados socialmente como identificadores. Este estudio propone una observación crítica-reflexiva por medio de ordenanzas discursivas sociales y a partir de los gráficos que identifican a las empresas desde un enfoque comercial.

## Contenido

**L**a existencia de gráficas comerciales que identifican, o gráficas identificativas comerciales, en la ciudad de Tampico, llaman la atención por la homogenización comunicacional en la vía pública y también por los aspectos culturales que forman parte de la identificación social. En efecto, ese discurso comercial identificativo conduce a la aproximación de gustos, estéticas y afectos, es decir, afirmación de la idiosincrasia en casos de mimetismo.

De acuerdo con el investigador chileno José Joaquín Brunner, (1996, 301-333) el tradicionalismo y la modernidad de las culturas de América Latina no expresaron un orden, sino procesos contradictorios y heterogéneos de conformación en una sociedad tardía. Lo que resultó en los mercados simbólicos a nivel mundial y la transformación creciente de masas culturizadas a partir de ordenes simbólicos y producciones. De modo que, esa materialidad se

- 2 Lozano Castro, Rebeca Isadora. 2018. "Gráficas identificativas en fachadas de microempresas en Tampico." Tesis de doctorado, Universidad de Palermo. [https://www.palermo.edu/dyc/doctorado\\_diseno/documentacion/Tesis\\_Lozano.pdf](https://www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/documentacion/Tesis_Lozano.pdf)
- 3 La gráfica identificativa comercial histórica entendida como rótulos comerciales creados originalmente con temporalidad mínima de medio siglo que permanecen vigentes en el mercado.

representó en estéticas, estilos, comunicación, modos de producción, circulación, recepción y reconocimientos de acceso libre.

En una sociedad como la de Tampico se visualizan esas rupturas y continuidades de modernidad en la gráfica de algunos comercios –tradicionales– de la ciudad. Esos comercios tradicionales y de resistencia (Greco 2010)<sup>4</sup> son portadores de la memoria de la identidad urbana por medio de sus anuncios luminosos o gráficas identificativas, tradicionales y de resistencia –porque algunas incorporaron tecnología– con pluralidad de elementos y significados socioculturales. Es decir, cumplieron con un estilo de época, tradicional-conservador, con un diseño costumbrista de la cultura popular donde se articularon elementos caligráficos de rotulación artesanal realizados manualmente; además, representan el acontecimiento acumulado en las costumbres de intercambio comunicacional que generaron efectos propios de la época como parte del estilo de vida con la comunicación cercana o la recomendación de boca a boca, la familiaridad del lugar, la jerarquización social, la sensación de tradición y significación en la procedencia de lugar, el valor simbólico y estatus socio-cultural.

El concepto social de resistencia se trasladó disciplinariamente al campo gráfico y visual como lucha por mantener el aura artística ante la reproductibilidad técnica (Benjamin 2012) y la industrialización que acompaña al consumo. La resistencia es disputa de significación con relación a una organización inestable, dinámica y poco articulada de valores combinados (Greco 2010, 149), vinculada a prácticas de individualidad por el consumo y la exclusión simbólica del contexto. La resistencia social se observó discursivamente representada entre signos gráficos comunicacionales (tipografía, color, símbolos, nombres) en un espacio que responde a factores comerciales, culturales, políticos, económicos, etcétera, durante la construcción de procesos de época.

De acuerdo con Hall, (1973, 217) el estilo comunicativo, en este caso con circulación en las gráficas identificativas,

se liga al individualismo mediante afirmaciones textuales y discursivas con significados objetivos y de competitividad; mientras que otros estilos se comunican por medio de señales como el simbolismo, la tradición, el lenguaje corporal, como es el caso de Tampico. Esa circulación se interpretó como batalla comercial y cultural de poder, tradición, resistencia y hegemonía gráfica identificativa como producto de la cultura con las luchas de poder.

En otro sentido, se habla de discurso con base en una aproximación social de la práctica ideológica cognitiva, de resistencia en este caso, que forma parte de una categoría estilística –estilo discursivo– en la materialidad del objeto cultural de diseño –dispositivo técnico– en relación con la descripción de la tensión social. Es decir, la noción del concepto de estilo de resistencia es una categoría clasificatoria social inductiva no teórica (Steimberg 2013) derivada de la valoración jerárquica de conjuntos textuales –objetos de diseño– o comportamientos sociales –estilo de vida–. En otras palabras, el estilo de resistencia fue meta-definido –resultado de la síntesis del enunciador sobre diversas aproximaciones a la noción o recorrido– por Oscar Steimberg (2013) como la descripción de un conjunto de rasgos que, por su repetición y remisión a modalidades de producción características, permiten asociar entre sí objetos culturales pertenecientes o no al mismo medio, lenguaje o género. Eso es derivado de la observación y clasificación de estilos de vida –efectos de construcción de un estilo de época o pasado histórico–.

Las gráficas identificativas comerciales encontradas como representaciones simbólicas del pasado histórico permanecen en ciertas áreas de la ciudad; por ejemplo, en el circuito del Centro Histórico, zonas aledañas y la avenida principal de la ciudad Miguel Hidalgo, permitiendo, expresivamente, la distinción cultural con ritmos y colores abstractos, es decir, como manifestaciones históricas de la problemática estilística como formalidad e informalidad de estilos, como estructuras del contexto comunicativo para comprender el discurso social de resistencia (Fernández 1995). Aun conducen a la expectación del sujeto que transita

4 La categoría de tradicional cumple con características como: Cambios mínimos sobre los originales (ritmo-tiempo) mantenimiento de la rotulación o gráfica popular a mano alzada; mientras que, la categoría de resistencia, hizo la integración de tecnología con el anuncio luminoso de apoyo, pero mantuvo la gráfica identificativa original en la fachada. Alabarces, 2010.

en la vía pública y está expuesto a la globalización y la imagen de la ciudad transformada e híbrida. Por ejemplo, una de esas gráficas fue la del Jardín corona (1957), con antigüedad de más 50 años y ubicada en una de las avenidas principales y con simbolismo en la sociedad dominante de Tampico, mantuvo en el nombre la metáfora de la condensación de la época aristócrata (figura 1).

Ese aspecto significó su fijación como un restaurante burgués de la sociedad de alcurnia tampiqueña de los años setenta; su abstracción gráfica con significado individualista lo clasificó como lugar exclusivo. La secuenciación se presentó a través del tiempo entre la sociedad burguesa de Tampico con su reconocimiento a través de generaciones familiares. Su estilo barroco en lo decorativo sobre lo estructural, con movimiento e inclinación de formas, representa una analogía entre el pasado y el presente, con el simbolismo y significación de corona como marca y como palabra lingüística.



Figura 1. Imagen capturada de la gráfica identificativa del restaurante Jardín Corona ubicado en Avenida Hidalgo esquina con Nicodemo, Tampico, en el año 2010.

El restaurante Jardín Corona se consideró como ejemplificación de la muestra de las 17 microempresas que conformaron el corpus de los objetos de análisis. La entrevista significó una fuente de información relevante<sup>5</sup> para el análisis discursivo sociocultural y la fundamentación teórica. El local comercial, a través de los años, tuvo varias transformaciones; la capacidad de servicio para 250 personas con más de 50 productos en platillos; los sujetos consumidores potenciales como

personalidades de la política, del deporte, del medio artístico, nacionales como internacionales; el reconocimiento histórico en la ciudad y en el país. Discursivamente, la imagen tuvo un rediseño realizado en la fachada por mantenimiento entre el 2005 y el 2008. La figura se caracterizó por ser del tipo conservador y mantener una estética clásica-tradicional; desde el nombre, la producción y los materiales.

La mención “Jardín Corona” apareció con formas orgánicas a base de un trazo libre de anchos y delgados que simuló una conjunción entre ambas palabras. El fondo discutió la incorporación de dos iniciales con referencia histórica y sensible: la “C” de Cazaubón y “D” de Duque que fueron los apellidos de la familia originaria. Otros resultados del análisis de esa microempresa son los descritos e interpretados en la tabla 1.

Para efecto de sentido del proceso de semiotización el Jardín Corona construyó una situación comunicacional a través del dispositivo técnico en su carácter gráfico expuesto en la fachada que cumplió con operaciones como: simetría—dirigido a la burguesía—, independencia—claramente

5 La narrativa histórica por parte del fundador argentino Alberto Rodolfo Cazaubón Rodríguez, mejor conocido como el Che Cazaubón—sobrenombre que adoptó en su trayectoria como jugador profesional de fútbol en Argentina, para después llevarlo al exterior— cuenta que fue contratado en el año 1957 como refuerzo para el equipo de fútbol Tampico-Madero, sin embargo, después enfermó de los riñones y eso le impidió continuar su carrera futbolística. Más tarde, el señor Fernández Alonso, gerente general de la Distribución Corona de Tampico, S. A., (hoy cervezas Modelo del Noreste), y directivo del club de fútbol, le propuso hacerse cargo del restaurante Jardín Corona. De ese modo fue como el Jardín Corona inició en el año 1964 con 10 mesas y un menú de carnes al carbón, pastas y pollos rostizados. Por años mantuvo un letrero en la fachada de la cerveza Corona acompañado de una palmera con luz neón y la palabra “restaurant”. En un principio el restaurante fue una sociedad conformada por un grupo de socios que al poco tiempo se independizaron. De modo que la esposa de Cazaubón, la señora Marión, se unió al proyecto empresarial con diferentes funciones. El negocio creció, y entonces se incorporaron platillos al menú a base de pescados y mariscos; algunos de autoría propia. Por ejemplo, el “filete de negrilla” que no era costumbre consumirlo, sino que se desechaba, sin embargo, fue el platillo que más se solicitó en el restaurante. Otros platillos fueron: los “ostiones a la Che”; los “ostiones a la Albert”; los “camarones a la Sam”; la “fruta del mar”; el “coctel de Abulón”; etcétera.

En diciembre de 2016 se derrumbó la edificación del restaurante para la construcción de un centro comercial. El 29 de mayo de 2017 falleció el dueño del restaurante, tiempo después de haberse realizado la entrevista.

**Evolución:** Del fútbol argentino a la gastronomía internacional especializada en carnes y mariscos.

**Narrativa originaria:** El fundador migró a México contratado como jugador de fútbol del equipo Jaiba Brava de Tampico. Al poco tiempo se enfermó de los riñones y se vio en la necesidad de dejar el deporte y dedicarse a un trabajo más tranquilo; un restaurante argentino de cortes finos y comida del mar.

**Tiempo:** El 16 de febrero de 1964.

**Espacio:** Avenida Hidalgo con esquina en la calle Nicodemo, Ciudad de Tampico.

**Discurso social:** Servicio gastronómico de restaurante; servicio a la mesa, platillos emplatados y servicio de catering a domicilio. "...Es una realidad que la empresa en la plaza de Tampico, como popularmente la llaman, ha venido a menos en relación a los golpes económicos de inseguridad y el retroceso de los planes de trabajo..."; "...No fue del todo benéfico el impacto comercial del TLC en la ciudad... la inseguridad propició que se fueran muchas de las inversiones..."; "...Las empresas potenciales del corredor industrial optimizaron recursos y redujeron el personal humano... computarizaron sus sistemas al grado de la reducción en fuentes de empleo..."; "...La inseguridad hizo que la burguesía y empresarios de alto nivel de esas empresas dejaran de acudir... ocasionando una reducción en la derrama económica..."; "...Se ausentaron de la ciudad por la inseguridad...". En la historia de la gastronomía tampiqueña, los platillos eran más elaborados y con la materia prima de la zona... sin embargo, lo que se explotó fue en la elaboración y presentación de los platillos: tacos, tostadas... antes brochetas, camarones rancheros, etcétera. Actualmente se fusionaron los tipos de comida como: la internacional con la mexicana, la mexicana con la china, entre otras. Las cadenas de multinacionales estadounidenses propiciaron la competencia del fast food que impactó en la juventud por la accesibilidad desde el aspecto económico. Lo que ocasionó que empresas tradicionales transformaran sus procesos de elaboración y calidad en los ingredientes para el consumo de la sociedad contemporánea. El discurso social está soportado de la historia y la tradición de la ciudad. El discurso mediático se apoyó por medio de publicidad impresa y radiofónica.

**Imaginario:** "...En la actualidad la juventud no cuenta con liquidez económica... entonces es necesario apearse conforme a la tendencia y el nivel socioeconómico..."; no es la economía el factor determinante en el gusto o preferencia de los jóvenes por asistir algún lugar, sino aspectos de integración social, visualidad y moda.

**CONCEPTO:** Resistencia.

Tabla 1. Datos analizados producto de la entrevista con la empresa e interpretación sociodiscursiva

habla de su selectividad—, jerarquía —asistencia con vestimenta formal o indumentaria elegante—, exclusión —lugar dirigido para la clase dominante de la sociedad—, presuposición de cultural —la asistencia inscribió a la clase burguesa—. Entonces, este medio gráfico con la articulación de la gráfica identificativa expuesta funciona como instrumento identificador y como ordenador de intereses de consumo. El diálogo con el otro se mantiene mediante una circulación tradicional y una continua, esta última se inserta en la urgencia de un grado visible de modernización con un elemento de apoyo como el anuncio luminoso. Pero a la vez con valores tradicionales en tensión con los hegemónicos.

Esa gráfica identificativa supuso una interpretación en la formalidad como un comercio de resistencia a la transformación global. Desde lo subjetivo: con la expresión de

contrastes orden histórico-social la sociedad de Tampico demuestra una intención progresista con fuerzas entre competencias multinacionales, gustos por lo nuevo, la moda y lo extranjero; pero en estratos sociales con la disposición a preservar lo tradicional de la cultura tampiqueña.

Predominó el imaginario comercial de la estética hegemónica extranjera emancipadora del valor simbólico y eso generó, en algunos casos, el incremento del valor económico. Este fenómeno sucedió en las eras de modernidad, posmodernidad hasta la hipermodernidad (Lipovetsky 2006, 10-27) causando fascinación en la generación Millennial que tuvo fascinación por los significantes mercantiles de la materialidad gráfica simbólica. Sin embargo, en los grupos sociales más vulnerables económica y generacionalmente de la generación de Baby Boomers (1946-1960) que



actualmente rondan entre los 59 a 73 años, se mantuvo su preferencia por el valor cultural e histórico del simbolismo de identidad. De modo que, las gráficas identificativas de resistencia conservaron su historia e identidad y se distinguieron en la cultura de élites—clase dominante—de la popular por medio de su imagen externa, invitando selectivamente al consumidor.

En ese sentido, se observaron imaginarios de kitsch<sup>6</sup> industrial con imitación estilística de formas y productos característicos, socialmente aceptados y consumidos. Por ejemplo, formas estéticas reproducidas tecnológicamente con materiales como parte del estilo de época por medio del color, la tipografía y el simbolismo (figura 3). Ese tipo de imaginarios se vincularon con aspiraciones de inclusión a sectores sociales de la burguesía por medio de la presencia tecnológica; por ejemplo, el paradigma de enclasmiento considerado como tensión entre los estilos de vida de grupos sociales (Bourdieu 1988). Existieron otros, como el progreso, la calidad, la garantía, la modernización, la internacionalización, el poder, etcétera. De ahí que derivaron algunos estilos discursivos sociales con significaciones incluyentes y excluyentes que fueron representados gráficamente por esos objetos culturales de diseño—gráficas identificativas—expuestos en el contexto urbano; por ejemplo, el de modernización con tecnología aplicada por el imaginario de modernidad con materialidad construida. Así como el de imitación, con la mimesis del estilo de nuevos materiales por medio del género gráfico corporativo. Sin embargo, en este texto sólo se profundizan los estilos de resistencia.

Es así como la sociedad de Tampico, y cualquier otra, tuvo una transformación social y cultural con significantes provistos de contenidos que influyeron para su reali-



Figura 3. Secuencia gráfica identificativa con estilo de época en la aplicación de los materiales con tecnología aplicada a partir del año 2018.

6 Estética pretenciosa, pasada de moda y considerada de mal gusto.

dad construida comercialmente. Por un lado, se percibió con tensión la modernización y los cambios estéticos con rasgos característicos o códigos de la cultura extranjera y su sentido de distinción. Por el otro, la resistencia a esos cambios vislumbrado en el arraigo a la tradición, a las costumbres, a las creencias populares y los valores culturales—artesanales como la gráfica popular— como estilo de vida representado gráficamente.

El teórico alemán Gui Bonsiepe (1985, 271) afirma que los diseños no mantienen un orden lineal, sino a su propia identidad. De modo que es posible hablar de la concepción gráfica con base en aspectos históricos determinantes de características de identidad e identificación gráfica locales. Las gráficas identificativas de resistencia expusieron visiblemente su personalidad construida como lucha contra la modernización a través de rasgos artesanales, es decir, enunciativamente la tecnología aplicada en ellas tradicionalmente. Sin embargo, a diferencia de la categoría de las gráficas identificativas tradicionales incorporaron cierta tecnología, que, en la mayoría de los casos, estuvo representada por un anuncio luminoso con soporte independiente de apoyo exterior (figura 4). Ese permaneció con ubicación por un costado a unos metros o por encima de la gráfica identificativa colocada en la fachada.

En efecto, las gráficas identificativas comerciales fueron modelos de la realidad y reflejo de los estilos<sup>7</sup> de vida



Figura 4. Anuncio luminoso de apoyo en la vía pública incorporado a unos metros de la entrada principal.

discursivos de ciertos grupos. Otras características discursivas fueron la memoria representada como modo acumulativo construido en la imagen gráfica; la retórica en la tipografía con resistencia; la temática de transculturización y la enunciación con la tecnología aplicada. En otras palabras, rasgos de la permanencia y la actualidad en los mecanismos meta-discursivos del género que permitieron establecer diferencias con las que se pudo registrar su relación con el estilo (Steimberg 1993).

De la misma forma que observamos cambios en los objetos con el paso del tiempo, los estilos están ligados a las variaciones producidas en los géneros discursivos. Es decir, se perciben como líneas de transmisión en la historia de esa sociedad. De acuerdo con Moles, (1992, 284) las percepciones ocasionan al paso del tiempo la re-impregnación de la memoria que conlleva a un modo acumulativo donde se construye la imagen con rol inductivo frente a estímulos de prácticas corporativas. Como referente histórico, la gráfica popular—o rotulación popular—, a diferencia de las gráficas identificativas de resistencia, surgió a contrapelo de la gráfica corporativa, estableciendo contrastes y articulaciones de contenidos que ocasionalmente no fueron comerciales, sino vinculados a temas políticos y artísticos principalmente. Las gráficas identificativas de resistencia se caracterizaron por su intuición, espontaneidad y desapego institucional, y su retórica se interpretó como contracultura por distanciamiento a la cultura dominante.

En efecto, la resistencia presentada por ese segmento estilístico (Fernández 1995) sugirió, por dos caminos, la disuasión con la saturación del espacio discursivo por medio del estilo gráfico impuesto —materialismo representado y mantenido—. Así como la persuasión por medio de su concepción estilística que intentó cambiar la estructura modificando su efecto de sentido gráfico—incorporación de tecnología aplicada—. En realidad, existieron ambas según los objetos de diseño analizados que presentaron discursiva y estilísticamente resistencia (figura 5). El significante cobró sentido con relación a los sucesos sociales que se intercam-

biaron y se reprodujeron textualmente en los diseños gráficos públicos en las fachadas.

En conclusión, esas gráficas cumplen con una permanencia sensible a la transformación que ocasionalmente se vincula con el imaginario de modernización bajo el mito de modernidad, actualidad, calidad, entre otras (figura 6) en el contexto urbano.



Figura 5. Ejemplos de gráficas identificativas de micro empresas tradicionales con resistencia estilística en Tampico: Restaurante Flamingo, Elite y Casa Aguayo. Todas ellas de autoría original y capturadas en el año 2016.



Figura 6. Construcción del nuevo centro comercial donde será ubicado el nuevo Jardín Corona, fotografías extraídas de la página de Facebook de Retail & Franquicias Report Tampico.

## Metodología para la inserción de mediatizaciones<sup>8</sup>

El presente trabajo de investigación está basado en un diseño flexible con hallazgos en el proceso de inves-

7 Cruces de géneros como efecto de construcción de un estilo epocal en el estilo de vida del año 1995 a 2013.

8 Mediatización, refiere a la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos. (Verón 2013)



tigación a partir de una metodología de tipo cualitativa mediante la entrevista como técnica de investigación. De acuerdo con Bardin, (1997) el análisis de contenido por medio de entrevistas posibilita la derivación de variables e indicadores que se incorporaron a los cuadros comparativos y descriptivos. Fue así como, por medio de la extracción de estructuras con la traducción de modelos discursivos de significación social y cultural en el análisis e interpretación de las mediatizaciones se realizaron las lecturas de los objetos de diseño (Verón 2013).

Junto con la aproximación transdisciplinar de la historia social, la antropología y la comunicación, además del diseño como fenómeno de estudio y eje referencial, el método cualitativo mantuvo un abordaje de tipo inductivo, del campo a la teoría, a partir de la selección de informantes clave con datos que emergieron de la interpretación y documentación triangulada con las entrevistas de los dueños de 17 microempresas: Arteli, Casa Aguayo, Conni Pizzas, Degas Café, Flamingo, Globito, Elite, Hotel Inglaterra, Posada de Tampico, Jardín Corona, La Sevillana, Las Novedades, Restaurante Loredó, Pastelería Pepis, Pipolo's cocina, El Porvenir, Supercream y la triangulación de autores. La realidad social se abordó desde la dialéctica de sus propias manifestaciones y fundamentos comunes con la comprensión de la complejidad del objeto de estudio, para la clasificación de los discursos y el momento de síntesis de manera inductiva. Algunos de esos entrevistados —que permanecen en anonimato por cuestiones de seguridad— demostraron resistencia cultural también representada discursivamente en la imagen de la empresa.

La resistencia estilística propuesta a partir de argumentos sociales representados en los objetos de diseño fue una representación de factores externos, políticos, económicos y sociales (Lozano 2018) donde, conjuntos textuales derivaron del corte empírico desde el punto de vista descriptivo y desde aspectos sociales con focalización social del estilo de vida y de época. De modo que, de acuerdo con la época en que se representaron gráficamente esos objetos de diseño gráficos identificativos en las fachadas comerciales, se condujeron aspectos socioeconómicos y políticos que circundaban —serie de mediatizaciones— en la historia de esa ciudad (tabla 2). La estética extranjera se interpretó como

transculturalizada, mimetizada y hegemónica, en las escenas de intercambios de consumo alienadas al capitalismo. Por ejemplo, la monumentalidad tecnológica en el anuncio luminoso simbolizó discursivamente la competitividad por el poder comercial; mensajes abstractos minados en costumbres globales, entre otros aspectos comunicacionales. Mientras que el sistema de intercambio discursivo se interpretó por medio de géneros, estilos y usos —variables en tiempo y espacio: idioma, forma, color y tamaño, etcétera—, con el análisis textual de la superficie del discurso y el reconocimiento mediático comercial. Fue así como se llegó a la comprensión de la intersección categórica social que se organizó sociodiscursivamente de acuerdo con Verón (2004).

En el marco de este enfoque, los datos se recogieron en las diferentes épocas mencionadas entre el año 1990 a 2013, y se determinaron de acuerdo con la construcciones y transformaciones gráficas presentadas. Respecto a las unidades de análisis, se conjuntó un corpus constituido a partir de fuentes primarias de imágenes de las gráficas identificativas en las fachadas tradicionales de las microempresas de Tampico. Las muestras visuales se seleccionaron en medios interactivos, redes sociales o directamente con capturas fotográficas en los establecimientos comerciales. La representatividad de la muestra fue reducida numéricamente, pero se estimó significativamente por la variabilidad del universo reflejado con permanencia mínima de 30 años y originarias de Tampico. Las descripciones incorporaron pruebas relevantes sobre el diseño en la vía pública estudiado como fenómeno social para la construcción de la evidencia empírica con respaldo teórico y procedimientos explícitos.

Las imágenes se consideraron herramientas de las gráficas identificativas en el contexto urbano que conjuntaron condensaciones de fenómenos complejos de resistencia en este estudio (tabla 3). Se ejemplificó así la muestra donde se observó incorporación de mecanismos con tecnología avanzada de impresión y manejo de color colorimétrico en sus aplicaciones promocionales y de divulgación, que se contrastaron diferencialmente con la rotulación tradicional mantenida en la fachada.

Gráficos identificativos	Género	Estilo
Dispositivos de impresión, dispositivo fotográfico, ordenamiento gráfico-espacial de manera específica de acuerdo con la jerarquía y el recorrido de la lectura.	Rasgos temáticos y retóricos sobre regularidades enunciativas. Medios gráfico-corporativos.	Diferencias retóricas, temáticas y enunciativas.
Gráficas identificativas en fachadas comerciales.  Gráfica o rotulación popular, a mano alzada con pintura industrial acrílica o vinílica.	En la descomposición del objeto cultural, son observables las diferencias y recurrencias históricas que instituyen a los medios gráfico corporativo, gráfico identificativo y gráfico comunicacional:  la gráfica corporativa en las fachadas comerciales de microempresas tradicionales de la ciudad.	Resistencia estilística: Rasgos de permanencia tipográfica, contemporaneidad y presencia de los mecanismos meta-discursivos del género corporativo.  Descripción: · Acontecimiento acumulado de época con renuencia a la modernización. · Diseño sobrio y distinguido. · Tipografía manual, palo seco en altas con kerning–interletrado–reducido. · Jerarquización cultural. · Autonomismo.

Tabla 2. Serie de mediatizaciones en el análisis de los gráficos identificativos: género y estilo

En el proceso de identificación se discutió el estilo discursivo que derivó de la interrelación entre hábitos, tradiciones y costumbres, en el estilo de vida de la cultura de masas; aspectos de consumo, económicos y políticos, como estilos de época. Eso, con la idea del fenómeno de diseño visto como proceso de producción de sentido con referentes sociales y conjunto de huellas representadas en lo gráfico comunicacional bajo la forma de operaciones discursivas (Eliseo Verón 2004, 99-133) (tabla 3). Por un lado, las variaciones se suscitaron como resultado de la modernidad y el progreso; por el otro, como resistencia a la transformación y arraigo a la tradición. En las macroposiciones se observó la resistencia; la permanencia; la modernidad tecnológica; la dominación sociocultural y hegemonía comercial. En lo micro, la gastronomía internacional—espe-

cialmente argentina—con platillos típicos de la comida regional, e ingredientes originarios de la zona; la vestimenta de etiqueta; los camareros con filipinas; el mobiliario de lujo; las mesas con manteles largos y la cristalería fina.

De acuerdo con la materialidad de la escritura de Verón (1993) y Steimberg (1993) se llegó a la obtención de los resultados tipificados del análisis discursivo hecho de las gráficas identificativas históricas comerciales expuestas, enunciados como:

- a. Gráficas identificativas, para los dispositivos de impresión, ordenamiento gráfico-espacial de manera específica, de acuerdo con la jerarquía y recorrido de lectura. Medio tradicional; rotulación gráfica popular. Mantiene una jerarquía visual en primer térmi-

Restaurante Loredó



Rotulación artesanal



Flyer digital

Restaurante Flamingo



Rotulación artesanal



Flyer digital

Elite Restaurante



Rotulación artesanal



Flyer digital

Casa Aguayo



Rotulación o gráfica popular



Página web

Tabla 3. Ejemplos contrastativos de resistencia gráfica y modernización tecnológica

no con el nombre y posteriormente del apoyo gráfico mediante un símbolo o palabra. Asimismo, sucede cuando el símbolo se transforma y aparece el gancho verbal: más.

- b. Medio gráfico, sociodiscursivo, a la exposición de la gráfica identificativa en la fachada. De expectación mediática en la hipermediatización, es decir, causa cierta fascinación ante el sujeto que está rodeado por propaganda, promociones de ofertas, otras gráficas cercanas, entre otras. La articulación queda asegurada como instrumento fundamental en la estructuración visual identificadora, histórica y ordenadora de intereses y pautas de consumo. Es un hecho que el diálogo con el otro se vuelve un discurso resistente desde la evolución de las formas hasta la actualidad política, social y económica. Mantiene una circulación ininterrumpida bajo la misma exposición.
- c. Tipo discursivo, como conjunto de texto publicitario. Fondos con alto contraste en la figura. Las formas orgánicas y abstractas con trazos que engloban la tipografía le restan espacio en la composición global. Sin embargo, distraen la atención del nombre y el giro se torna imperceptible. Uso de uno o dos colores corporativos. El nombre no mantiene una correspondencia con los trazos que lo conducen. Desproporcionalidad entre el espacio y la gráfica identificativa. Se percibe forzada al soporte asignado o existe proporción entre el nombre y los trazos laterales con mayor peso. Poco impacto: 1) Espacio: saturación del área con un mínimo de aire alrededor; 2) Equilibrio: justificación al centro; 3) Jerarquía: el símbolo; el nombre; el giro.
- d. Género, como la combinación de modelos formales de contenido y contexto. Medios gráfico-corporativos. El género gráfico corporativo, gráfico identificativo, gráfico comunicacional; en cualquiera de ellos es posible identificar el nombre, el color, la tipografía, el símbolo y el discurso.
- e. Estilo, para los cruces de géneros como efecto de construcción de un estilo de época, en el estilo de vida del año 1995 a 2013. El estilo se torna distinto por la evolución en las formas discursivas que corresponden a la transformación de los actores sociales. Sus mate-

riales de concreto parten de la misma construcción, es decir, son esculpidos manualmente con cemento, arena y agua; acabados pintados a mano; inspiran tradición; selectividad en la audiencia de la alta burguesía; nuevas generaciones. Se ubican en el espacio exterior, delimitado por la estructura horizontal por encima de la saliente del techo-teja construido. Imagen creada con relato permanente en la narrativa gráfica. Mantiene cierta variación del tamaño y con igualación de tinta. Su temporalidad de acuerdo con el desgaste de la pintura y el material por causa de factores climatológicos. Simbolizan resistencia.

De acuerdo con los resultados presentados en la tabla 3—correspondientes al análisis de las 17 microempresas—, la gráfica identificativa de resistencia se observó y analizó discursivamente como objeto cultural de diseño identificativo, producto de acumulaciones culturales y comunicacionales en el espacio urbano. Es claro que no son casos aislados, sino que existen por ahora coincidencias en la resistencia estilística presentada en los diseños. Pero, es también cierto que cada vez el diseño corporativo se centra en la actualización o modernización tecnológica, la aplicación de materiales de moda, el presupuesto otorgado por la técnica de aplicación o acabado de impresión, entre otros aspectos, condujeron a la pérdida de la memoria o gráficas artesanales.

Los ordenamientos discursivos de la gráfica identificativa se condujeron con modificaciones narrativas y acentuaciones como indicadores de una simplificación reaccionaria ante una época. De acuerdo con las teorías críticas sobre la transformación social de Adorno y Horkheimer (1969), la producción industrial y cultural entorpecen las mentes de las masas, cautivan y se incorporan al sistema para de ese modo reproducirlo (9-23). La producción o reproducción del gráfico y la pérdida de la unicidad en el contexto de la tradición, sucedió por la reproductibilidad técnica en el momento creativo de la afirmación individual (Benjamin 2012).

Debido a la unicidad en el proceso de reproducción con opción a la repetición y edición en la posproducción la creatividad individual se suplió por la multiplicidad.

Es decir, el gráfico al haberse copiado perdió su autenticidad—originalidad—, la existencia irrepetible en el lugar de su creación, también la experiencia estética que resultó de la aproximación entre el sujeto espectador y la significación de esta. Así, las gráficas identificativas tienen fijaciones de lenguaje propio, con su sintaxis y su vocabulario, y la estandarización de la producción material actúa ideológicamente, es decir, influye socialmente en los consumidores capitalistas condicionando su identidad—a lo global—.

Sin embargo, de acuerdo con Clifford (2001), la autenticidad procede de supuestos específicos sobre temporalidad, totalidad y continuidad (257), es decir, su riqueza evolutiva. De modo que, las transformaciones no representaron ser la alienación de un estilo o estética en particular, más bien, fue el relato constitutivo entre la fusión de dos o más elementos característicos con la obtención de uno nuevo. La gráfica identificativa histórica comercial significó la interrelación del lenguaje para la lectura y la escritura (Benjamin 2012, 26-27), el gráfico fue condicionante y constitutivo de conocimiento consiente—organizando y controlando su recepción— con impacto a las masas. Es decir, el objeto gráfico identificativo discursivamente permitió la expresividad de aspectos socioculturales y económicos por los que atravesó la cultura.

El ordenamiento discursivo social se vio representado en prácticas culturales y tradiciones discursivas, es decir, como objeto cultural con la acumulación de procesos subjetivos, taxonómicos y políticos, con valor y significado. De modo que, el diseño gráfico identificativo se relacionó con discursos del pasado y el futuro formando la identidad cultural de esa sociedad, con jerarquías de valor, exclusividad, estética, género, geografía, entre otros aspectos.

## Conclusiones

En conclusión, las fuerzas de resistencia estilística de las gráficas identificativas comerciales se presentaron como derecho a la visibilidad y a los modos de administrar esa visibilidad, y fueron consecuencia de la cultura tampiqueña al proceso industrial, expresado en el diseño tradicional con la apertura global del año 1994—de 1995 a 2013—. La transformación en la estética de la gráfica comercial formó parte de los cambios socioculturales de manera paulatina con la globalización como parte del proceso de modernización. Por un lado, como resultado, las gráficas identificativas comerciales históricas acumularon esos cambios o más bien, algunas de ellas como es el caso, presentaron resistencia estética-gráfica para poder continuar en la competencia comercialmente en Tampico. La resistencia estilística de la gráfica identificativa comercial discursivamente conjuntó tradiciones, costumbres, gustos en la historia sociocultural de esa sociedad tampiqueña.

Por otro lado, las gráficas identificativas comerciales con tecnología incorporada y estandarizada relacionadas con el imperialismo tecnológico y la modernidad determinantes en las expresiones simbólicas y bienes comerciales. De modo que, el imaginario social consideró el progreso con la aplicación de tecnología y lo relacionó con aspectos de calidad y distinción social. La apropiación de elementos gráficos identificativos por parte de los habitantes de esa sociedad, tuvieron relación con la producción material y el consumo. Eso sacó a la luz la diferencia entre la producción cultural de significado e identidad, es decir, perspectivas teórico-críticas para la comprensión de la construcción y transformación en esos diseños.

Definitivamente, las gráficas identificativas comerciales son objetos valiosos con significación histórica, valor de fondo, superficie y conocimiento, aun cuando estén reproducidas industrialmente sin valor sistemático, pero con valor clasificatorio y valor relativo. Los hallazgos aquí presentados fueron parte del desarrollo de un proyecto que, en conjunto, obtuvo otras categorías en estilos discursivos también concedidos por las transformaciones y acumulaciones comunicacionales. Sin embargo, se consideró importante dedicar un espacio particular a las gráficas identificativas históricas comerciales de resistencia que forman parte del proceso acumulativo y representado en la historia social y el paisaje urbano.



## Referencias

- Adorno, Theodor. W. y Horkheimer, Max. *La sociedad, lecciones de sociología*. Argentina: Editorial Proteo, 1969.
- Bardin, Laurence. *El análisis de contenido*. Madrid: Akal, 1986.
- Barnes, Barry. T. S. *Kuhn y las ciencias sociales*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1986.
- Becker, Howard. “Goffman, el lenguaje y la estrategia comparativa.” En *Para hablar de la sociedad, la sociología no basta*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2015.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ciudad de México: Ítaca, 2012.
- Bonsiepe, Gui. *El diseño de la periferia. Debates y experiencias*. Madrid: Gustavo Gili, 1985.
- Brunner, José Joaquín. “Tradicionalismo y modernidad en la cultura Latinoamericana”. *Escritos*. Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje 13, 14 (diciembre 1996): 301-333. Recuperado de [http://cmas.siu.buap.mx/portal\\_pprd/work/sites/escritos/resources/LocalContent/37/1/301-333.pdf](http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/escritos/resources/LocalContent/37/1/301-333.pdf)
- Clifford, James. *Dilemas de la cultura. Antropología, literatura y arte en la perspectiva posmoderna*. Madrid: Gedisa, 2001.
- Chaves, Norberto. *El diseño invisible: Siete lecciones sobre la intervención culta en el hábitat humano*. Buenos Aires: Paidós, 2005.
- Fernández, José Luis. “Estilo discursivo y planeamiento comunicacional.” *Oficios Terrestres* 1 (1995): 11-17.
- Greco, María Emilia. “Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (compiladores). 2008 Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular”. *Reseñas Bibliográficas*. Revista Argentina de Musicología 11 (2010): 149-153.

- Hall, Edward T. *The silent language*. Ciudad de México: Siglo XXI, 1973.
- Lipovetsky, Gilles. *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama, 2006.
- Lozano, Rebeca. “Gráficas identificativas en fachadas de microempresas en Tampico. Transformaciones culturales y comunicacionales por impacto comercial, 1994 a 2013.” Tesis doctoral, Universidad de Palermo, Buenos Aires, 2018.
- Lynch, Kevin. “La imagen del medio ambiente, la legibilidad.” En *La imagen de la ciudad*, 9-19. Barcelona: Gustavo Gili, 1984.
- Lynch, Kevin. *La imagen de la ciudad*. Madrid: Gustavo Gili, 2015.
- Moles, Abraham y Luc Janiszewski. *Grafismo funcional*. Madrid: CEAC, 1992.
- Steimberg, Oscar. *Semiótica de los medios masivos. El pasaje los medios de los géneros populares*. Buenos Aires: Atuel, 1993.
- Steimberg, Oscar. “Texto y contexto del género.” En *Semiótica de los medios masivos. El pasaje los medios de los géneros populares*. Buenos Aires: Atuel, 1998.
- Steimberg, Oscar. *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia, 2013.
- Tapia, Alejandro. *El diseño gráfico en el espacio social*. Ciudad de México: Designio, 2009.
- Thompson, John B. *Ideología y cultura moderna, Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2002.
- Verón, Eliseo. *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 1987.
- Verón, Eliseo. *La semiosis social, fragmentos de una teoría de la discursividad*. Madrid: Gedisa, 2004.
- Verón, Eliseo. *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.



Villafañe, Justo. La gestión profesional de la Imagen Corporativa. Madrid: Pirámide, 2008.

Villafañe, Justo y Norberto Mínguez. Principios de Teoría General de la Imagen. Madrid: Pirámide, 2002.

Villagrán, José. "Teoría de la Arquitectura". Cuadernos de arquitectura y conservación del patrimonio artístico. Número Extraordinario (abril 1980): 29-53.

Villoro, Luis. Estado plural, pluralidad de culturas. Ciudad de México: UNAM / Paidós, 1998.

Villoro, Luis. El pensamiento moderno. Filosofía del Renacimiento. Ciudad de México: Cenzontle / Fondo de Cultura Económica, 2010.

