

Diseño industrial y estética del movimiento Influencia de los valores estéticos en la historia de los medios gráficos en Europa y Japón¹

Michael Giesecke²

Resumen

El ensayo muestra cómo los valores estéticos predominantes en una cultura inciden en la aceptación o el rechazo de ciertos productos, independientemente de su funcionalidad práctica. El caso específico es el de la imprenta de Gutenberg, que no alcanza aceptación en el Japón del siglo XVI, porque los ideales de perfección y producción que la imprenta occidental representa chocan con las concepciones estéticas de la quiropraxis japonesa.

Palabras clave: Gutenberg, tipografía, estética, diseño industrial, medios gráficos de comunicación en Japón.

Industrial Design and The Aesthetics of Movement. Influence of Aesthetic Values in the History of Graphic Media in Europe and Japan

Abstract

The essay shows how the aesthetic predominant values in a culture have a bearing on the acceptance or rejection of certain products, independently of their practical functionality. The specific case is that of the printing of Gutenberg, which does not reach acceptance in the Japan of the XVIIth century, because the ideals of perfection and production that the western printing represents, collide with the aesthetic conceptions of the Japanese chiropraxis.

Key words: Gutenberg, typography, aesthetics, industrial design, graphics media communication in Japan.

Para citar este artículo
To reference this article
Para citar este artículo

Giesecke, M. Diciembre de 2011. Diseño industrial y estética del movimiento. Influencia de los valores estéticos en la historia de los medios gráficos en Europa y Japón. 14 (2), 345-356.

- 1 Publicado originalmente en: Stephanie Jacobs (ed.) (2009). *Zeichen, Bücher, Wissensnetze. 125 Jahre Deutsches Buchdruck und Schriftmuseum der Deutschen Nationalbibliothek*. Göttingen, pp. 39-50. Agradecemos la amable autorización del profesor Giesecke para la publicación de esta traducción, que estuvo a cargo de Fernando García Leguizamón, Universidad Piloto de Colombia. garcialeguizamon@gmail.com
- 2 Teórico alemán de los medios y la comunicación. Profesor de la Universidad de Erfurt. Entre sus obras más destacadas se encuentran: *El descubrimiento del mundo comunicativo. Estudios sobre historia de los medios desde una perspectiva cultural comparativa* (Suhrkamp, 2007); *De los mitos de la cultura bibliográfica a las visiones de la sociedad de la información* (Suhrkamp, 2002); *Cambio de sentidos, cambio lingüístico y cambio cultural. Estudios sobre la prehistoria de la sociedad de la información* (Suhrkamp, 1998), y *La imprenta en la modernidad temprana* (Suhrkamp, 1993). Universidad de Erfurt, Alemania.

Recibido: 15/07/11
Aceptado: 31/08/11

Desenho industrial e estética do movimento. Influência dos valores estéticos na história dos meios gráficos na Europa e no Japão

Resumo

Este ensaio mostra como os valores estéticos predominantes em uma cultura incidem na aceitação ou rejeição de certos produtos, independentemente de sua funcionalidade prática. O caso específico é o da imprensa de Gutenberg, que não atinge aceitação no Japão do século XVI, porque os ideais de perfeição e produção que a imprensa ocidental representa chocam com as concepções estéticas da quiropraxis japonesa.

Palavras-chave: Gutenberg, tipografia, estética, desenho industrial, meios gráficos de comunicação no Japão.

Recientemente, se ha vuelto a hablar mucho de un “cambio en los valores” y de la necesidad de no olvidarlos. Con ello se hace referencia en la actualidad, en primer lugar, a aquellas reglas que dan forma a nuestra convivencia social y política y a la actividad económica. Los valores, sin embargo, influyen en nuestra cultura de muchas otras maneras. Y los criterios según los cuales distinguimos lo bello de lo feo también son un caso especial de valores, ellos determinan nuestras decisiones a favor o en contra de productos, de formas de vida, de innovaciones y de la destrucción o el mantenimiento de nuestro entorno natural y construido. Se subestima notablemente el papel de los valores estéticos en la transformación de las culturas, incluyendo sus componentes técnicos y económicos. No obstante, los ideales de igualdad política se imponen solo en las comunidades que privilegian también la armonía en la dimensión estética. Los historiadores de la arquitectura han llamado la atención sobre las relaciones que existen entre principios políticos y estéticos.

Este breve ensayo se ocupa del significado de los ideales de belleza en la imposición de los medios gráficos de comunicación. Difícilmente hubiera logrado imponerse la tipografía de Gutenberg si ella no se hubiera concebido y experimentado en los siglos XV y XVI como una máquina de bella escritura. En los lugares donde las personas no la percibieron de esta forma no tuvo un éxito duradero. El fracaso de la primera introducción de la tipografía en Japón y, en general, en el este asiático, dependió de apreciaciones estéticas mucho más de lo que hasta ahora la literatura especializada ha querido admitir. Los productos de la primera tipografía, la de Gutenberg, fueron percibidos en Japón como algo feo. Apenas en el siglo XIX cambiaron los ideales estéticos —y muchos otros valores— facilitando el triunfo de la tipografía Motoki.

La tipografía de Gutenberg como máquina de bella escritura

Concordia et proportione, belleza a través de la justa proporción entre las cosas, fue lo que quiso lograr Gutenberg a lo largo de su vida: crear un libro de una armonía hasta entonces nunca vista para ganar la gracia divina y el elogio de la Iglesia. En la persecución de estos objetivos, poco se diferenciaba él de los pintores y copistas medievales. Los códices, “pintados” a mano en los *scriptoria* medievales, las más de las veces por monjes, no eran precisamente satisfactorios modelos de “verdaderas proporciones”. El gusto de los copistas que participaban normalmente en la producción de largos escritos era variable. Incluso el más grande talento artesanal se podía distraer, escribía en las mañanas de manera diferente a como lo hacía al entrar el ocaso, y su pluma se le resistía más después de la comida. Por el contrario, ¿no era la creación divina igualmente perfecta en todas partes? ¿No exigían la fe y la aspiración a actuar en armonía con la creación precisamente una reparación de la imperfección de los individuos? Sobre todo la sagrada escritura, que expresaba la voluntad divina de manera tan perfecta como la naturaleza, exigía una presentación y una reproducción cuidadosas.

Si las letras en cada palabra y las palabras en cada línea y en cada página de la obra debían ser dispuestas regularmente y sometidas a un principio general y no al fluctuante gusto de los escritores, era neces-

Difícilmente hubiera logrado imponerse la tipografía de Gutenberg si ella no se hubiera concebido y experimentado en los siglos XV y XVI como una máquina de bella escritura. En los lugares donde las personas no la percibieron de esta forma no tuvo un éxito duradero.

ria una forma de producción completamente nueva, a saber, la producción mecánica en serie. Gutenberg estaba dispuesto a mejorar el centenario arte manual de los *scriptoria*, de manera que al final pudiera el lector contemplar productos más bellos. El plan se orientaba al resultado —lo que hoy puede parecernos evidente—, no al proceso de producción. Belleza: era eso lo que exigía Gutenberg de la escritura en las páginas impresas. La historia del surgimiento, la génesis, permanecía invisible al lector, debía incluso sustraerse a su experiencia para lograr el efecto estético. Mientras que cualquier persona podía saber cómo se elaboraban los manuscritos, el proceso creativo de la impresión se mantenía como un misterio, lo que le confería cierta aura. El valor estético del producto se basaba también en su enigmática génesis. El halo de la tipografía no descansa en la irrepitibilidad del ejemplar, en un original; por el contrario, lo singular, lo irrepitible en el proceso, es la forma de la impresión con la composición de letras, que se retira y se destruye una vez que ha cumplido su función. El ideal estético de precisión de Johannes Gensfleisch, el mismo que a partir de 1427 se llamó “Gutenberg”, exigía la elaboración masiva de piezas idénticas, con una exactitud que es típica de la era industrial, pero desconocida para todas las formas de producción anteriores. Con la imprenta se inicia la marcha triunfal de la producción industrial masiva, y una estética propia, que hoy se denomina *design*. Es la esté-

tica del producto. El *diseño de producto* —formulación, por cierto, más bien tautológica— puede emerger cuando una cultura desvincula el proceso creador de lo creado y privilegia este elemento sobre aquel.

Los procedimientos gráficos anteriores al logro de Gutenberg dejan de servir cuando las copias ya no deben ser diseñadas de manera individual, sino que se aspira a fijar un mismo diseño para todos los ejemplares de una clase. La homogeneización de la escritura no se logra con un procedimiento simple de estampado o de prensado. Cada forma, cada letra, por ejemplo, seguía dependiendo de la destreza manual de quien la tallaba en madera y por eso cada impresión mostraba las mismas irregularidades de los textos manuscritos. La idea técnica básica de Gutenberg para compensar esta desventaja fue la repetición especular de formatos, un procedimiento bastante indirecto, como es el caso con toda buena técnica: primero, un talentoso calígrafo traza un alfabeto completo, con todos los signos adicionales. Este bosquejo, realizado por razones prácticas sobre pergamino o papel encerado, se pone luego sobre el metal en bruto y se calca. Un grabador hace el relieve de las formas en el metal y de allí surge un patrón (*Patrizze*). Este se impone sobre metal blando para sacar un molde de fundición: la llamada matriz. En este molde se vierte la aleación caliente de plomo para obtener las letras de molde. Las letras se juntan en líneas de escritura y éstas, finalmente, en páginas; se les aplica color y se imprimen.

Desde el punto de vista económico, este principio se justifica solamente cuando de la misma plantilla se hacen varios patrones, de él se extraen varias matrices, de una matriz se producen varios tipos y de un tipo se hacen, a su vez, varias impresiones. Esto significa que un calígrafo puede abastecer a varios grabadores, un grabador a varios talleres de fundición, un

La homogeneización de la escritura no se logra con un procedimiento simple de estampado o de prensado. Cada forma, cada letra, por ejemplo, seguía dependiendo de la destreza manual de quien la tallaba en madera y por eso cada impresión mostraba las mismas irregularidades de los textos manuscritos.

taller de fundición a varios talleres de impresión y cada uno de estos a muchos lectores.

En este punto, la genialidad de Gutenberg está en su persistencia. Cuatro veces repite un procedimiento en principio igual para lograr su objetivo. Cada parte del proceso debe armonizar con las demás. Y con la misma persistencia se lleva a cabo la industrialización desde la modernidad temprana en Europa. Se elaboran moldes (usando otros moldes) y se preparan las prensas adecuadas para fabricar masivamente productos de proporciones exactamente iguales. En un comienzo, solo el metal resultaba apropiado para este múltiple proceso transformativo. Por eso, con la imprenta se inicia un desplazamiento de la madera, hasta entonces el material más importante para la construcción de máquinas.

Con el tiempo, tanto el pensamiento de los técnicos como el pensamiento europeo en general se adaptaron a este proceso productivo. Pero no solo nuestro pensamiento se determina por los principios funcionales de la imprenta como arquetipo de la cultura industrial; el libro impreso como “medio dominante” en Europa redujo drásticamente la importancia de la comunicación oral, ligada a la presencia física y al “cuerpo” como medio. El libro moldea los ideales comunicativos de la sociedad, las estructuras “apropiadas” de percepción, las epistemologías e incluso los ideales de belleza que tienen los individuos. Todas las naciones industrializadas de la modernidad se caracterizan por su preferencia por un tipo determinado de experiencia visual y de medios de almacenamiento. Cuando se habla de *design* se piensa, en primer lugar y casi que exclusivamente, en modelos visuales de producción.

Mientras que en las naciones industrializadas modernas de Occidente la imprenta se convirtió en una tecnología crucial y en catalizadora de diversos procesos de transformación cul-

El libro impreso como “medio dominante” en Europa redujo drásticamente la importancia de la comunicación oral, ligada a la presencia física y al “cuerpo” como medio. El libro moldea los ideales comunicativos de la sociedad, las estructuras “apropiadas” de percepción, las epistemologías e incluso los ideales de belleza que tienen los individuos.

tural, los numerosos procedimientos técnicos para la multiplicación de información gráfica no alcanzaron en Japón ningún efecto comparable. La tipografía occidental pudo conquistar un pequeño nicho en el dominio comunicativo de la cultura japonesa únicamente por un tiempo limitado. Aun en esa breve fase, posterior a 1590, coexistieron los manuscritos, la impresión xilográfica y otros medios y procedimientos de distinta potencia, que gozaban incluso de más estima que la imprenta de tipos móviles.

La introducción de la tipografía de Gutenberg en el Japón y el regreso a la tabulografía

Todas las culturas han tecnificado la quiropraxis³ en mayor o menor medida y en diferentes direcciones. Junto a las formas de la quiropraxis determinadas por herramientas y a las tipografías, que abordaremos en detalle, podemos distinguir entre la impresión de estampado o sellado y el copiado en placas, de una o varias partes (figura 1). Durante más de mil años el almacenamiento de información en Asia se realizó típicamente por el copiado en tabletas de piedra, arcilla, madera o bronce, sobre las que

3 Este concepto se hace necesario porque existen muchas culturas, entre ellas la japonesa, que no conocen o conocieron la distinción entre escribir y pintar, y en las que la utilización de un concepto como “praxis de la escritura” despierta, por tanto, asociaciones equívocas.

Siglo y medio después de que se inventara en Europa la imprenta de tipos móviles elaborados con moldes manuales y matrices, y de que las redes mercantiles de información hubieran iniciado su marcha triunfal, los misioneros llevaron la tipografía al Japón.

se grababan textos (*tabulografía*). A estas tabletas (llamadas en chino “版” o “板”) se les podía aplicar color, cubrir con papel de seda y frotar manualmente los contornos. De esta forma era posible hacer múltiples reproducciones de un modelo, y en parte eso se hizo durante siglos. La impresión por estampado y sellado, que aparece en todas las altas culturas y que fue implementada también en el antiguo Japón, funciona técnicamente de manera similar.

De las formas de impresión por estampado y tabular más simples hay que distinguir aquellas que operan con bloques únicos de impresión, elaborados todavía a mano, compuestos de múltiples piezas. En este caso podemos hablar de “grafías tabulares” (*Tabulaegraphie*). A diferencia de lo que ocurrió en Europa, en Asia se realizaron numerosos esfuerzos para optimizar estas prácticas, lográndose dos tipos fundamentalmente diferentes de copiado tabular. En un caso se juntan sobre bandejas los sellos tallados en madera o en otros materiales u obtenidos por el procedimiento de fundido en arena. De estos bloques de impresión “vivos/móviles” (“活板” en chino, *huoban*) se obtienen sucesivamente varias copias, al cubrirlos con papel y frotarlos. El segundo procedimiento consiste en el copiado tabular de varias fases, empleado sobre todo en el Japón para el grabado de color en madera y la combinación de relieve y color en la impresión, con el que se logran impresiones de diferentes

bloques sobre el mismo pliego de papel. Mientras que para la reproducción de textos basta la impresión monocromática de una fase, la tecnificación de la pintura le dio impulso a la impresión policromática. El desarrollo del bloque de impresión policromático es el gran logro del Japón en el campo de los medios de comunicación gráficos, siendo esta una técnica para la que no existe parangón en Occidente.

Siglo y medio después de que se inventara en Europa la imprenta de tipos móviles elaborados con moldes manuales y matrices, y de que las redes mercantiles de información hubieran iniciado su marcha triunfal, los misioneros llevaron la tipografía al Japón. El principal promotor fue el legado Valignano, quien estaba firmemente convencido de que la imprenta era crucial para las labores misioneras. Fascinado por el éxito de la tecnología de Gutenberg, no intentó nunca hacer uso de los procedimientos de impresión tabular difundidos en Japón, sino que se concentró en la importación de los tipos móviles.

Los talleres de impresión de los cristianos lograron fundir tipos en plomo que imitaban las características del llamado “estilo de escritura continua” (“連綿体”, *renmentai*). Aunque este constituía un estándar de la quiropraxis en Japón, antes de las presiones impuestas por los misioneros no había sido tomado nunca por los japoneses como modelo para el labrado de sellos. No se puede estimar lo suficiente la importancia de esta reorientación de la letra de imprenta con signos gráficos predominantemente chinos a la praxis de escritura en la lengua materna y a la escritura cursiva. Ella es comparable con el distanciamiento del latín y el giro hacia las lenguas vernáculas que tuvo lugar en Europa al comienzo de la modernidad. En ambos casos, el cambio de código significó también una transformación de los contenidos y de la clase de lectores. Los misioneros imprimieron tipográficamente libros en latín y en japonés, de los

cuales se han conservado hasta hoy aproximadamente treinta obras. Junto a temas religiosos se encuentran títulos de la literatura clásica japonesa, diccionarios, un manual de lectura y escritura japonesa, etc.

Como consecuencia de la persecución al cristianismo, pronto quedó paralizada la impresión con tipos occidentales, ya hacia 1611. Pero también, en la primera mitad del siglo XVII, dejó de practicarse la impresión con sellos de bronce de “formas perdidas”, que había llegado al Japón como botín de las expediciones militares en Corea. A pesar del conocimiento que llegaron a tener los japoneses de los procedimientos de impresión con tipos móviles, se regresó lentamente al bloque de impresión xilográfico o, dicho más exactamente, se privilegiaron de nuevo los procedimientos xilográficos de impresión, ya que estos habían seguido en uso durante los siglos XVI y XVII, paralelamente a la experimentación con las nuevas técnicas. Para el caso de grandes ediciones, esta técnica era económicamente superior a todos los demás procedimientos. El receso que significó la impresión con tipos móviles europeos y con sellos de cobre coreanos sirvió para transportar nuevas informaciones que solo a raíz de la presión de las misiones habían sido descubiertas como objeto de comunicación gráfica masiva. A partir de este momento se amplía la brecha entre las historias de los medios en Japón y en Europa central.

La segunda introducción de la tipografía en el siglo XIX

Apenas en la segunda mitad del siglo XIX se empieza a dar un nuevo acercamiento. “En el segundo año de la era Meiji”, los procedimientos perfeccionados por el misionero norteamericano William Gamble, introducidos originalmente por misioneros en Shanghai para la impresión de libros en lengua china, se convirtieron en la tecnología clave para la industria bibliográfica

japonesa. Esta se apoya en principios diferentes de los de la tipografía de Gutenberg, que dominó en Europa por 400 años. En 1869-1870, durante su viaje de regreso de China hacia los Estados Unidos, Gamble recibió de parte de Shôzô Motoki la petición de que los instruyera a él y a sus colegas en el nuevo procedimiento galvanoplástico para la fundición de tipos. En la galvanoplastia es posible emplear madera como materia prima para la elaboración de los patrones y utilizarla repetidamente, sin que estos se gasten durante el “estampado”. Un patrón negativo, elaborado en boj (latín *buxus*), se estampa en un bloque de cera. Después de grafitarlo, el carácter positivo resultante se recubre de cobre a través de un proceso de galvanización. El modelo obtenido con el carácter negativo como una capa de cobre sobre la cera se recubre de cobre una vez más, de manera que se obtiene una matriz de cobre con el carácter positivo. La superioridad de esta técnica frente a otros ensayos realizados en Japón consiste en que logra reflejar con bastante precisión el complejo carácter tridimensional del patrón de madera en una matriz de metal duradera. La galvanoplastia aparece como una conciliación entre la madera y el metal con ayuda de la electroquímica y, de ahí, entre el tallado artesanal en madera —tan importante en la historia de los medios del este asiático— y la tecnología europea del procesamiento de metales. El tallado en madera y con este la destreza artesanal del tallador de moldes

El tallado en madera y con esta la destreza artesanal del tallador de moldes se convirtieron en elemento del proceso de producción de tipos metálicos. A diferencia de la tipografía gutenberiana, los procedimientos de la galvanoplastia lograron conectarse con la sensibilidad estética de amplios sectores de la sociedad japonesa.

se convirtieron en elemento del proceso de producción de tipos metálicos. A diferencia de la tipografía gutenberiana, los procedimientos de la galvanoplastia lograron conectarse con la sensibilidad estética de amplios sectores de la sociedad japonesa.

¿Por qué no logró imponerse la tecnología gutenberiana en Japón durante la modernidad temprana?

¿Cuáles pueden ser las razones para que una innovación, considerada en Europa todavía como irreversible, no haya podido imponerse en Japón, a pesar de haber sido puesta en práctica? Como causa del fracaso en la difusión de la tipografía y del regreso a la tabulografía no puede aducirse la falta de información o de saber pragmático sobre los procedimientos ni la carencia de materias primas o de destrezas artesanales. Procedimientos técnicos básicos como el de la fundición, por ejemplo, eran conocidos en ambas culturas. También el potencial humano y las habilidades artesanales eran similares. En el rechazo a la tipografía de Gutenberg, al parecer, fueron más decisivos los ideales que el saber o las habilidades.

La invención de Gutenberg produjo un viraje cultural radical porque sustituyó técnicamente la praxis artesanal, creando con ello un sistema gráfico de medios y de comunicación completamente nuevo. La tipografía simuló la escritura tan poco —o tanto— como el automóvil simula el montar en bicicleta. Ella no re-

La invención de Gutenberg produjo un viraje cultural radical porque sustituyó técnicamente la praxis artesanal, creando con ello un sistema gráfico de medios y de comunicación completamente nuevo.

presenta un mejoramiento de la escritura, una reforma, un “más-de-lo-mismo”, nada que se pueda interpretar satisfactoriamente como un cambio acumulativo. Ella niega la quiropraxis y la impresión tabular y por ello es revolucionaria. Solo al considerar el objetivo de la reproducción de informaciones escritas, alcanzable únicamente siguiendo un camino indirecto, se pueden comparar razonablemente la tipografía, la quirografía y la tabulografía. En Japón, por el contrario, *se mantiene la lealtad a los ideales de una práctica quirográfica multisensorial y a los medios gráficos como reflejo de la tactilidad y la habilidad humanas, y por eso se perciben los procedimientos automatizados de producción, al igual que sus resultados, como algo carente de belleza.*

La orientación del público y de los productores hacia la quirografía y sus normas estéticas se había conservado incluso mientras se experimentaba con otros procedimientos de impresión, alrededor de 1600. Para reproducir en japonés la manera de escribir y el estilo de la escritura haciendo uso de tipos, los artesanos habían fundido un gran número de ligaduras, las cuales representaban el enlace vertical de dos o tres caracteres (el japonés y el chino se escribían tradicionalmente en esa dirección). En lugar de labrar cada signo de manera aislada como tipo ideal, se intentaba representar con ligaduras varios signos en su contexto dinámico de escritura. Paradójicamente, el objetivo de emular la escritura cursiva como tal se podía lograr con más facilidad abandonando el uso de los tipos metálicos móviles y volviendo al bloque de madera. Aquí se podía trabajar (tallar) de manera “continua” y no se estaba obligado a fraccionar, analítica y fácticamente, el dinamismo de la escritura. La orientación hacia la producción de textos que mantuvieran la fluidez del manuscrito dificultó así la utilización y, finalmente, el establecimiento de la imprenta de tipos occidentales.

Los motivos de Gutenberg que, dado su éxito, bien pueden considerarse como representati-

vos de la Europa central, eran el *mejoramiento* de los textos, de la armonía y las proporciones de los escritos. A diferencia de lo que sucedía en el Japón tradicional, Gutenberg partía de que la escritura manual es imperfecta, carente de regularidad (“armonía”). No buscaba crear un precursor de la fotocopidora, y precisamente por ello desarrolló su técnica, basada en formas estandarizadas. Lo que quería eran libros más bellos que los que pudiera haber logrado jamás un copista, no su imitación. Los libros de impresión xilográfica no representan una competencia, porque ellos son solo una reproducción imperfecta de los manuscritos y acarrear, por tanto, sus deficiencias, aumentadas por la fragilidad del material. *Sin la comprensión de estos distintos ideales estéticos no se llega a entender ni el avance triunfal del invento de Gutenberg en Europa ni su fracaso en el Japón en el siglo XVII.* El pragmatismo económico y el funcionalismo aparecen solo como reacción a las exigencias del mercado, pero no pueden explicar la biblia gutenberiana de 42 líneas ni son el impulso para su invención.

En el mediano plazo, la orientación a la quiropraxis en el Japón del periodo Edo favoreció el renacimiento de la impresión xilográfica y tabular. *La precisión milimétrica que exigía la tipografía occidental, tanto en las herramientas como en los componentes, no se podía alcanzar ni con madera ni con arcilla.* Incluso la construcción de la prensa, que debe impedir cualquier transferencia de las fuerzas rotatorias a la placa impresora y de ahí al papel, se logra solo con la utilización de hierro, al menos en la parte crítica de la “caja”, es decir, en el elemento de construcción que transforma la rotación del tornillo en un movimiento vertical regular. Sobre todo en el proceso del “prensado” se puede notar con claridad la diferencia entre herramientas sencillas y máquinas sencillas. La imprenta europea no solo sustituye la destreza manual, sino que la combinación del tornillo y la palanca multiplica, como una po-

Los motivos de Gutenberg que, dado su éxito, bien pueden considerarse como representativos de la Europa central, eran el *mejoramiento* de los textos, de la armonía y las proporciones de los escritos. A diferencia de lo que sucedía en el Japón tradicional, Gutenberg partía de que la escritura manual es imperfecta, carente de regularidad (“armonía”).

lea, la efectividad de la fuerza muscular humana. Solo en la medida en que la técnica sustituye adicionalmente la fuerza muscular se convierte ella en una máquina que puede ser operada también por aprendices. El *frotado* o procedimiento de prensado por frotamiento depende completamente tanto de la habilidad de los dedos como de la fuerza de la persona. Mientras que en Europa el molde manual y la prensa contribuyeron a la sustitución técnica de los órganos humanos —de los medios corporales—, en Japón los procedimientos de frotamiento y reproducción acrecentaron más bien la dependencia respecto de la fuerza humana y la destreza manual.

La sociedad japonesa de la era Edo rechazó no solo el molde manual y la prensa tipográfica, sino también las armas de fuego como forma de tecnificación de herramientas de guerra. Noel Perrin ha aducido para ello igualmente lo que él llama “razones estéticas”: “En su manejo, una espada es sencillamente un arma más agraciada que una escopeta [...] La teoría estética japonesa contiene reglas muy precisas acerca de cómo debe una persona bien educada mover el cuerpo, pararse, sentarse o arrodillarse” (Perrin, 1982, pp. 48 y ss.). Un espadachín se moverá de acuerdo con esas reglas, pero un arcabucero debe violarlas para tener éxito. Como muestran los comentarios de la época, especialmente los

Puede ser que el cuerpo humano se haya mantenido en Europa como medida de belleza, pero con seguridad ha decrecido el significado del cuerpo en movimiento. La armonía de los modelos de productos, el diseño, vale más que la melodía del movimiento corporal, la estética del proceso o del movimiento.

referidos a la enseñanza del tiro, los hombres eran claramente conscientes de lo repugnante de sus posturas y movimientos al apuntar y disparar. “Hay que separar las rodillas”, aunque esto se oponga al principio de unidad de cuerpo, voluntad y fuerza, “para poder disparar arrodillado”. Por doquier se encuentran excusas para la realización de movimientos efectivos, pero percibidos al mismo tiempo como repulsivos. Aquí encontramos de nuevo el privilegio del movimiento “libre” y del cuerpo. Así como la pluma europea opone más resistencia que el pincel a la mano “pintora” y limita con ello el flujo libre del movimiento, del mismo modo languidece la elegancia cuando se apunta con la escopeta. Si una cultura valora más la libertad del movimiento corporal que la utilización efectiva de las máquinas, no se convertirá en entusiasta seguidora del molde de mano o del arcabuz de mecha.

A pesar de algunas diferencias en el detalle, la reserva para adoptar máquinas como sustituto de la fuerza muscular humana y de la habilidad manual, actitud acompañada de una relativa valorización de los medios corporales y la destreza física, fue un rasgo común a varios países asiáticos. El confucianismo y el budismo no ven en la técnica o en la curiosidad de las ciencias naturales una salvación. El predominio de una imagen holística del ser humano, de la que no

se excluyen el cuerpo y la acción corporal, tiene también consecuencias para las formas y los medios de comunicación que se prefieran. Puede ser que el cuerpo humano se haya mantenido en Europa como medida de belleza, pero con seguridad ha decrecido el significado del *cuerpo en movimiento*. La armonía de los modelos de productos, el diseño, vale más que la melodía del movimiento corporal, la *estética del proceso o del movimiento*.

Además, Japón y Europa se diferencian claramente en sus concepciones de lo que es una buena representación de un medio en otro. Mientras que en Europa la imagen se piensa de manera estrictamente plana y monomediática —ya se trate de un óleo, de una fotografía o de la gráfica de un libro—, en el Japón de la era Edo ella tuvo una estructura material y, por tanto, profundidad y características táctiles. El medio no es reducido unilateralmente a sus cualidades visuales. La cultura japonesa de la era Edo no privilegiaba el reflejo plano. Solo la separación, típica para Europa desde el gótico, entre génesis y validez, entre forma y material, nos permite ignorar ampliamente la materialidad de los medios de presentación en las teorías de la imagen y la percepción. En Japón, los variados materiales que se emplean en el proceso de producción son asociados por los destinatarios como una parte de él. La ontología del medio se mantiene viva. Por eso los colores, las herramientas y demás recursos de pintura (las escamas de pescado, el nácar, las tierras), los fondos, etc., desempeñan un papel importante. En el transcurso de la historia de la cultura los más diversos materiales han servido como “escritores” y como materiales de escritura. Todos ellos influyeron en la comprensión que se tenía de la caligrafía y de la escritura. Mientras que el pincel siguió siendo en Japón un instrumento de la quiropraxis universalmente utilizable, en Europa las herramientas se diferenciaron: el cañón de pluma se convirtió en herramienta de escritura y el pincel en herramienta pictográfica.

Si una cultura no concede especial valor a la aceleración en la reproducción, y si el proceso de la escritura no le resulta menos importante que su producto, entonces la tecnología de Gutenberg tendrá un escaso atractivo. Si, adicionalmente, se considera que los modelos dinámicos del proceso de la escritura permanecen plenos de significado y la semántica de los signos no se deja, por tanto, derivar completamente de su forma visual —como ocurre con muchos caracteres de la lengua japonesa—, entonces la tecnología gutenbergiana no resulta ser un instrumento apropiado para la reproducción técnica de signos. Si se quería tecnificar la quirografía, el grabado en boj resultaba, en todo sentido, mucho más adecuado que la tecnología de Gutenberg⁴.

Epílogo (2009)

Desde una mirada histórica retrospectiva la conclusión gana relevancia en la actualidad: el atractivo de la tecnología de Gutenberg y de sus seguidores disminuye en la medida en que se revalorizan en nuestra cultura el movimiento —especialmente el movimiento corporal humano— y las sinestesias. La dinamización que se

deja observar por doquier se aviene solo moderadamente con la estética del producto característica de la tipografía.

Referencias

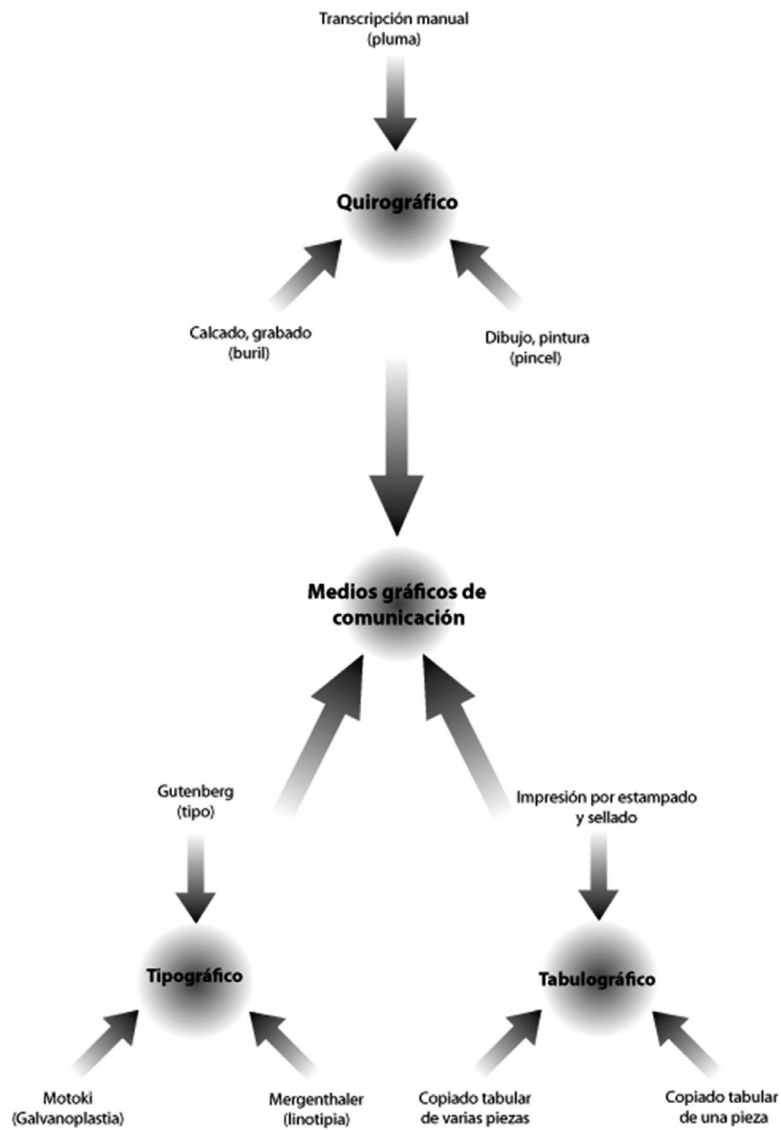
Giesecke, M. (2006) [1993]. *Der Buchdruck in der frühen Neuzeit (La imprenta en la modernidad temprana)*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Giesecke M. (2007). *Die Entdeckung der kommunikativen Welt – Studien zur kulturvergleichenden Mediengeschichte (El descubrimiento del mundo comunicativo. Estudios sobre historia de los medios en una perspectiva cultural comparativa)*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Perrin, N. (1982). *Keine Feuerwaffe mehr. Japans Rückkehr zum Schwert (No más armas. El retorno de Japón a la espada)*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
Yukawa, Sh. (en prensa). *Das Verschwinden des materiellen Prozesses – eine vergleichende Mediengeschichte der japanischen Schreib- und Druckkultur (La desaparición del proceso material: una historia comparativa de los medios en la cultura japonesa de la escritura y la imprenta)*.

⁴ Evidencias y fundamentaciones adicionales se pueden ver en Giesecke (2006, 2007, cap. 11) escrito conjuntamente con Shiro Yukawa: "Una historia cultural comparativa de los medios de comunicación gráfica en Japón y Alemania".

Figura 1. Medios gráficos de comunicación.



Agradecimientos

El equipo editorial de la revista *Palabra Clave* agradece a los siguientes investigadores sus aportes como evaluadores del volumen 14 de 2011.

Adolfo Chaparro Amaya

Universidad del Rosario, Colombia

Alejandro Espinosa Patrón

Universidad Autónoma del Caribe, Colombia

Andrés Casas Casas

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Ángela Preciado Hoyos

Universidad de La Sabana, Colombia

Carlos Del Valle Rojas

Universidad de La Frontera,
Chile

Carlos Eduardo Rodríguez

Investigador independiente, Colombia

Carlos Torres Parra

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Catalina Montoya Londoño

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Carlos Muñoz Muriel

Universidad Autónoma de Nuevo León,
México

Daniel Cabrera

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Daniela Grassau

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Denis Porto Renó

Universidad del Rosario, Colombia

Eduardo Arriagada

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Enrique Uribe Jongbloed

Universidad de La Sabana, Colombia

Fabio Andrés Riveros Salazar

Fundación Universitaria del Área Andina,
Colombia

Fernando Gutiérrez

Tecnológico de Monterrey, México

Francisco Javier Ruíz del Olmo

Universidad de Málaga, España

Francisco José Segado Boj

Universidad Internacional de la Rioja,
España

Francisco Sierra Gutiérrez

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Germán Arango Forero

Universidad de La Sabana, Colombia

Gladys Lucía Acosta

Universidad de Medellín, Colombia

Guillermo López García

Universidad de Valencia, España

Henry Rubiano Daza

Universidad Cooperativa de Colombia,
Colombia

Jerónimo Ripoll

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México, México

Jorge Iván Bonilla Vélez

EAFIT, Colombia

José M^a Herranz de la Casa

Universidad Europea Miguel de Cervantes,
España

José Miguel Túñez López

Universidad de Santiago de Compostela,
España

Juan Carlos Arias Herrera

University of Illinois, USA
Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Juan Carlos Suárez Villegas

Universidad de Sevilla, España

Juan Ramón Sánchez Carballido

Investigador independiente, Colombia

Luis Horacio Botero Montoya

Universidad de Medellín, Colombia

Luis Ignacio Sierra Gutiérrez

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Manuel Martínez Nicolás

Universidad Rey Juan Carlos, España

Maricela López Ornelas

Universidad Autónoma de Baja California,
México

Marta Cabrera Ardila

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Mauricio Vera Sánchez

Universidad Externado de Colombia, Colombia

Rafael Alberto Pérez

Universidad Complutense de Madrid, España

Raúl Alberto Acosta Peña

Universidad Jorge Tadeo Lozano, Colombia

Richard Tamayo Nieto

Investigador independiente, Colombia

Índice de artículos Volumen 14 de 2011

Álvarez-Nobell, A., & Lesta, L. Junio de 2011. Medición de los aportes de la gestión estratégica de comunicación interna a los objetivos de la organización. 14 (1), 9-30.

Giraldo-Dávila, A., Botero-Montoya, L., Molleda, J., & Bravo, V. Junio de 2011. Crisis transnacional global en relaciones públicas: el caso Chiquita Brands. 14 (1), 31-52.

Túñez-López, M., García, J., & Guevara-Castillo, M. Junio de 2011. Redes sociales y marketing viral: repercusión e incidencia en la construcción de la agenda mediática. 14 (1), 53-66.

Soní-Soto, A. Junio de 2011. Mitos y símbolos en la campaña de Barack Obama. 14 (1), 67-82.

Galán-Fajardo, E., & Rueda-Laffond, J. Junio de 2011. Narrativizando la historia: un enfoque interdisciplinar aplicado al relato televisivo. 14 (1), 83-100.

Londoño-Vásquez, D., & Frias-Cano, L. Junio de 2011. Análisis crítico del discurso y arqueología del saber: dos opciones de estudio de la sociedad. 14 (1), 101-122.

Seni-Medina, G. Junio de 2011. El discurso político desde la publicidad de consumo en la televisión. 14 (1), 123-136.

Puente, S., & Grassau, D. Junio de 2011. Periodismo ciudadano: dos términos contradictorios. La experiencia chilena según sus protagonistas. 14 (1), 137-156.

Molina-Jácome, I. Junio de 2011. Caracterización de la violencia urbana en Barranquilla desde la construcción noticiosa en la prensa popular. Caso del periódico Al Día. 14 (1), 157-180.

Porto-Renó D., Versuti, A. C., Moraes-Gonçalves, E., Gosciola, V. Diciembre de 2011. Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. 14 (2), 201-215.

Gómez-Sánchez A. I., Hellín-Ortuño, P. A., San Nicolás-Romera, C. Diciembre de 2011. La representación de la clonación en la ficción cinematográfica. Una aproximación metodológica para un análisis del discurso científico en el cine. 14 (2), 216-234.

López, J. A. Diciembre de 2011. El documental de los años sesenta como arte: consideraciones de la película Crónica de un verano. 14 (2), 235-246.

Tamarit A., Quintana P. N., Plaza J. F. Diciembre de 2011. ¿Quién habla de las mujeres en las noticias donde ellas son las protagonistas? 14 (2), 247-260.

González-Montero, S. A. Diciembre de 2011. El problema de la ideología. Elogio de las fantasías. 14 (2), 261-293.

Salzman, R., Albarran, A. B. Diciembre de 2011. Internet Use in Latin America. 14 (2), 297-313.

Arias, J. C. Diciembre de 2011. Death as a Condition for Life? Reply to Bernard Berelson's

"The State of Communication Research". 14 (2), 314-324.

Gómez Ramírez, C. Diciembre de 2011. Retención de clientes en agencias de eventos. 14 (2), 325-342.

Giesecke, M. Diciembre de 2011. Diseño industrial y estética del movimiento. Influencia de los valores estéticos en la historia de los medios gráficos en Europa y Japón. 14 (2), 345-356.