

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDÍA

MÁSTER EN POSTPRODUCCIÓN DIGITAL



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITÉCNICA
SUPERIOR DE GANDÍA

**“LA DECONSTRUCCIÓN Y SU ESTÉTICA APLICADA EN EL ÁMBITO DE LA
PUBLICIDAD TELEVISIVA”**

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

AUTOR: Julia Martínez Romero

TUTOR: Fco. Javier Pastor Castillo

Gandía, Julio de 2014

RESUMEN

Esta tesina tiene como objetivo analizar la técnica de la deconstrucción aplicada a la publicidad televisiva y determinar si esta técnica constituye una corriente estética aplicable en el ámbito de la publicidad. Para ello se estudian los orígenes del concepto de deconstrucción en las vanguardias artísticas, así como su evolución y los diferentes campos de aplicación de esta técnica. Tras este estudio se establecen una serie de referentes audiovisuales que usan el concepto de deconstrucción y se analiza cómo llevar a cabo el proceso en la fase de postproducción. Por último, se aplica el concepto de deconstrucción al ámbito de la publicidad televisiva estableciendo una serie de referentes actuales. La tesina concluirá determinando si la aplicación del concepto de deconstrucción en la publicidad televisiva constituye o no una determinada tendencia estética.

CONCEPTOS CLAVE: deconstrucción, publicidad televisiva, vanguardias.

ABSTRACT

The objective of this thesis is the assay of deconstruction technique at television advertising and to determine if this technique is an aesthetics on the advertising world. To test this way it studies the beginning of deconstruction concept on the vanguards, the progress of the concept and different applications of this technique. Then it finds some referents of deconstruction and it analyses the different techniques of postproduction to work with the deconstruction concept. To finish, it applies the deconstruction concept to the advertising and it finds some actual referents. This thesis will finish to say if the deconstruction concept on the advertising is or not an aesthetics.

KEY CONCEPTS: deconstruction, advertising, vanguards.

ÍNDICE

1. Introducción	pág 5
1.1 Introducción.	
1.2 Objetivos.	
1.3 Estructura de la memoria.	
2. Definición del concepto de deconstrucción	pág 7
2.1 Concepto deconstrucción.	
2.2 Oposición del término deconstrucción con otros conceptos.	
3. Origen del concepto de deconstrucción en las vanguardias artísticas	pág 15
4. Aplicación del concepto de deconstrucción en manifestaciones artísticas y audiovisuales desde finales del siglo XX hasta comienzos del XXI.	pág 29
5. La deconstrucción en la fase de postproducción.	pág 51
6. Aplicación del concepto de deconstrucción en el ámbito de la publicidad televisiva.	pág 61
7. Conclusiones personales.	pág 97
8. Bibliografía.	pág 99

1. INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Esta memoria está realizada como tesina del máster de postproducción digital de la Universidad Politécnica de Valencia, en su modalidad de tesina de investigación.

El tema a investigar es la deconstrucción aplicada al ámbito de la publicidad televisiva con la finalidad de poder establecer si este concepto determina o no una corriente estética concreta dentro de la publicidad televisiva y, a su vez, si este concepto es aplicable a la publicidad televisiva de unos determinados productos o podría aplicarse en general. Para ello se estudia en primer lugar el concepto de deconstrucción en cuanto a su significado, origen y aplicaciones en la historia desde la época de las vanguardias, centrándose en sus aplicaciones en la historia en el ámbito del arte y del audiovisual. A partir de aquí se establecen unos referentes audiovisuales que sirven de guía para observar cómo se ha aplicado el concepto en determinados trabajos audiovisuales y la evolución que ha tenido esta aplicación hasta la actualidad.

La aplicación de la deconstrucción en una obra audiovisual está en muchos casos ligada al trabajo de postproducción. Este campo es en el que se centra el capítulo cinco de esta tesina, y los referentes audiovisuales analizados en capítulos anteriores sirven de guía para determinar qué técnicas de postproducción son las más utilizadas y las adecuadas para trabajar en el concepto de deconstrucción.

Una vez están realizados los diferentes estudios se aplica el concepto y las técnicas analizadas al ámbito de la publicidad televisiva a través de unos referentes. Aplicado el concepto al ámbito de la publicidad televisiva se responde a las cuestiones planteadas aquí en el capítulo dedicado a las conclusiones. Aquí se determina, a partir de lo estudiado a lo largo de todos los capítulos de la tesina si, por una parte, el concepto de deconstrucción constituye una estética concreta dentro de la publicidad televisiva; y, por otra parte, si el concepto de deconstrucción aplicado a través de las técnicas de postproducción estudiadas son válidos para la publicidad televisiva de unos determinados productos o se puede aplicar a la publicidad televisiva en general.

1.2 OBJETIVOS

La tesina tiene como objetivo principal estudiar el concepto de deconstrucción como técnica aplicado a la imagen en movimiento y al ámbito de la publicidad televisiva y determinar si esta técnica propone una estética aplicable a este campo de representación.

Para llegar a una posible respuesta a esta hipótesis la tesina consta de los siguientes objetivos secundarios:

1. Estudiar los orígenes, antecedentes y evolución del concepto de deconstrucción. Vanguardias artísticas.
2. Establecer unos referentes claros de la deconstrucción de la imagen utilizada por creadores actuales.
3. Estudiar las diferentes formas de deconstrucción de la imagen y establecer una serie de obras audiovisuales contemporáneas como hitos en esta técnica.
4. Analizar el concepto de deconstrucción durante la fase de postproducción de la imagen en movimiento.
5. Analizar la aplicación del concepto de deconstrucción en el ámbito de la publicidad televisiva.

1.3 ESTRUCTURA DE LA MEMORIA

La tesina se estructura de manera global en tres partes. En primer lugar, se realiza una indagación sobre el concepto de deconstrucción en lo referente a su significado, sus orígenes y su relevancia dentro de diferentes modelos de representación. En segundo lugar, tras el análisis del concepto se procede a la búsqueda de referentes audiovisuales que hayan utilizado el concepto de deconstrucción. Por último, se lleva a cabo la explicación de las diferentes formas con las que se puede abordar el concepto de deconstrucción en la fase de postproducción y cómo se insertan estas dentro de la publicidad televisiva.

De esta forma, la tesina está formada por siete capítulos que están incluidos en esta estructura. Tras esta introducción el segundo capítulo trata la definición del concepto de deconstrucción examinándolo de manera aislada y también contraponiéndolo a otros conceptos como el de construcción.

En el tercer capítulo se investiga el origen del concepto de deconstrucción en el ámbito del arte haciendo referencia a las vanguardias.

Aquí finaliza la indagación sobre el concepto de deconstrucción y con el capítulo cuarto comienza la búsqueda de referentes. En este capítulo se analizan diferentes técnicas con las que se consigue la deconstrucción de los elementos que conforman una obra audiovisual.

En el capítulo quinto se explica como se puede llevar a cabo la tarea de deconstrucción de la imagen en la fase de postproducción de la obra.

En el capítulo sexto se procede a la aplicación del concepto de deconstrucción a través de la postproducción a la publicidad televisiva. Y, por último, en el capítulo séptimo se exponen las conclusiones personales.

2. DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE DECONSTRUCCIÓN.

2.1 CONCEPTO DE DECONSTRUCCIÓN.

Para explicar el concepto de deconstrucción en este capítulo se citan, en primer lugar, las definiciones que del mismo establecen diferentes instituciones y autores aplicándolo a diferentes ámbitos, aunque todas ellas con una base común que hace posible adaptar el concepto a cualquier campo. Posteriormente, para dejar claramente definido el concepto, se exponen una serie de términos sinónimos y también contrarios al de deconstrucción que permiten construir una idea precisa acerca del mismo.

Para comenzar es adecuado mostrar la definición que de este concepto proporciona la Real Academia Española:

1. Acción y efecto de deconstruir.
2. Desmontaje de un concepto o de una construcción intelectual por medio de su análisis, mostrando así contradicciones y ambigüedades.
3. Deconstruir: Deshacer analíticamente los elementos que constituyen una estructura conceptual.

Es necesario antes de continuar subrayar dos conceptos que ya se encuentran en la primera definición. Estos son los conceptos de **estructura** y **análisis**. Como se verá en el desarrollo de este capítulo estos dos conceptos están presentes en el resto de definiciones del término y son la clave para comprender la idea de deconstrucción. A medida que se amplíe la definición del concepto se observará que no hay deconstrucción sin estructura y sin análisis. Esta definición habla también de la deconstrucción tanto en cosas tangibles, objetos, imágenes... como en elementos intelectuales. Se pueden deconstruir de la misma forma ideas o significados. Esta idea de deconstruir tanto lo tangible como lo intangible entra en relación con las vanguardias artísticas.

El filósofo contemporáneo Jacques Derrida realiza la siguiente definición de deconstrucción aplicada al ámbito de la filosofía y la lingüística: *“La deconstrucción es la operación de desmontar un edificio o artefacto, para que puedan aparecer sus estructuras a la vista, sus nervaduras, y al mismo tiempo, pueda observar la precariedad de su estructura formal que, en el fondo, no explica nada; puesto que ni constituye un centro, ni un principio, ni una fuerza, y ni siquiera expresa la ley de los acontecimientos. No es algo meramente negativo ya que junto a la operación del desmontaje va implícita la afirmación de una propuesta constructiva”*¹. Hace referencia, al igual que la anterior definición realizada por la RAE, al análisis de las estructuras como forma de llegar a la base originaria de las mismas. Además de los conceptos de análisis y estructura señalados anteriormente, Derrida añade en su definición la idea de **desmontaje**, también ineludible a la de deconstrucción. La descripción del término que hace Derrida en su libro está ligada al campo de la filosofía y la lingüística, aunque también menciona al principio del mismo la relación del concepto con la arquitectura. Esta idea se expondrá de forma más extensa en los próximos capítulos. Derrida menciona que el concepto de deconstrucción no es un concepto negativo, no está ligado a la idea de destrucción sino más bien a la idea de deshacer un todo con el fin de analizar todas sus partes antes del ensamblaje de todas las piezas.

¹Derrida, Jacques. 1997. *El tiempo de una tesis: Deconstrucción e implicaciones conceptuales*. Barcelona: Proyecto A.

Fernando Luís Rolando, arquitecto y profesor de la Universidad de Palermo, realiza una definición del concepto de deconstrucción aludiendo al pensamiento del filósofo mencionado anteriormente Jacques Derrida: “*La deconstrucción forma parte de la crítica postestructuralista porque socava el logocentrismo de los estructuralistas. Hace una crítica del sistema estructuralista de analizar, que se centra en oposiciones binarias; el estructuralismo basado en estructuras y sistemas a los cuales la deconstrucción intenta derrotar*”². Rolando mantiene la explicación de Derrida en su definición afirmando que la deconstrucción implica desmontar las estructuras establecidas para su posterior análisis. Rolando hace una crítica al estructuralismo en cuanto a la inmovilidad de la estructura que esta corriente plantea. Para Rolando, y también para Derrida, las estructuras pueden ser modificadas sin llevar a cabo una destrucción, pero sí alterando el orden de esa estructura para dar lugar a algo nuevo, a una nueva estructura e incluso a un nuevo significado.

Teniendo en cuenta estas tres definiciones se puede establecer un planteamiento central extrapolable a cualquier ámbito al que se quiera aplicar el término deconstrucción. Las tres definiciones tienen una base común como es la idea de que la deconstrucción implica un análisis de la estructura de las cosas. Deconstruir implica volver a los orígenes, a la estructura de la que parte la construcción de un objeto, a los primeros bocetos. En este sentido puede nacer la duda de si la deconstrucción es anterior o posterior a la propia construcción. Se puede decir que la deconstrucción añade, no más información, sino diferentes puntos de vista de un mismo elemento que facilitan la comprensión de esas estructuras. En esta dirección se puede intuir el vínculo entre el concepto de deconstrucción y la corriente artística del cubismo en cuanto a la exposición simultánea de los diferentes puntos de vista para la visión de un todo, pero esta correspondencia será analizada con mayor detenimiento en el capítulo 3 dedicado al origen del término.

Esta idea que se está formulando sobre la deconstrucción puede ser, como ya se ha mencionado, aplicable a cualquier ámbito. Hasta el momento las definiciones proporcionadas se han centrado en el campo de la lingüística y la filosofía, con alguna mención a la arquitectura. Pero la funcionalidad de este concepto se puede ampliar a otros campos como la fotografía, el video, la publicidad... Todo lo que esté dotado de una estructura es susceptible de ser deconstruido. De la misma forma, a través de la deconstrucción se puede proceder al análisis de cualquier tipo de estructura ya sean imágenes, elementos, significados, espacios o movimientos. Con respecto a estos dos últimos conceptos hay que señalar las aportaciones de Muybridge³ y Marey⁴ en la deconstrucción para el análisis del movimiento y la obra de David Hockney⁵ centrada en la deconstrucción de fotografías para el análisis del espacio. Muybridge y Marey a finales del siglo XIX hicieron uso de la fotografía de diferente forma para analizar el movimiento. Muybridge [1] utilizó varias cámaras para fotografiar el galope de un caballo y así realizar diferentes instantáneas que capturaban cada uno de los movimientos que realizaba el caballo al galopar. De esta forma consiguió deconstruir el movimiento. Marey [2] más tarde hizo algo parecido basándose en el trabajo de Muybridge variando un poco la técnica. En este caso Marey realizó la descomposición del movimiento de un cuerpo humano haciendo uso de la exposición múltiple, en lugar de utilizar varias cámaras. En segundo lugar, cabe mencionar la obra de David Hockney [3] también basada en la fotografía. Hockney utiliza la fotografía deconstruyéndola para explorar las formas y los espacios añadiendo en la misma imagen todos los puntos de vista de lo que ha sido fotografiado. El trabajo de Hockney tiene influencias del cubismo.

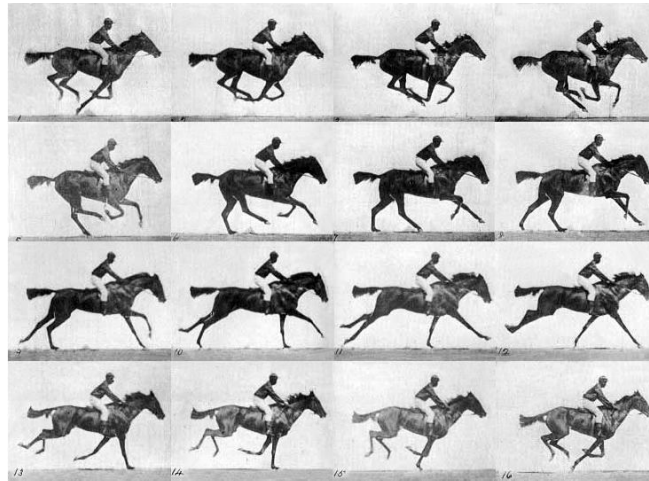
² Rolando, Fernando Luis. 2006. *Arte digital e interactividad*. Universidad de Palermo.

³ Fotógrafo e investigador británico. Conocido por sus estudios sobre la cronofotografía.

⁴ Fotógrafo e investigador francés. Conocido por sus estudios fotográficos sobre el movimiento.

⁵ Artista inglés conocido por sus trabajos en pintura y fotografía en la década de los 60.

Como se puede observar el concepto de deconstrucción, siendo siempre el mismo, no se aplica de igual manera en todos los ámbitos. Tal y como afirma Derrida⁶, la deconstrucción no es un método establecido que se aplique de la misma manera en todos los campos, sino que en cada uno de ellos la idea de la deconstrucción se reinventa.



[1] Trabajo de Muybridge sobre la descomposición del movimiento (1872).



[2] Trabajo de Marey sobre la descomposición del movimiento (1880).

⁶ Derrida, Jacques. *Ibíd.* Pág 8.



[3] Trabajo de David Hockney sobre la deconstrucción en la fotografía (1982 y 1983).

Antes de continuar con la definición de deconstrucción es necesario hacer un apunte sobre lo explicado hasta el momento. Se ha hablado de la deconstrucción como un proceso de desmontaje de una estructura para su posterior análisis. Es preciso aclarar que esta fragmentación de la unidad en las diferentes partes que la componen se hace de una manera ordenada a través de la deconstrucción. La deconstrucción mantiene un orden, no se trata de desmontar de una forma aleatoria o azarosa, sino que la estructura ya montada proporciona un orden que hay que seguir manteniendo en su desmontaje para que sea comprensible. Esto no significa que no se pueda alterar ese orden, pues ya se ha explicado que la deconstrucción implica reinventar el elemento que es objeto del proceso. La deconstrucción no puede dar lugar al desorden, porque dejaría de ser deconstrucción para ser algo totalmente diferente. En el ejemplo de los trabajos de Hockney se puede observar que la alteración del elemento fotografiado guarda un orden que permite comprender lo que se ve. Sobre esto se profundizará en mayor grado en los próximos capítulos.

Siguiendo con la definición, el término de deconstrucción guarda consigo otras acepciones que ayudan a comprender el significado completo de la palabra. Así, junto al sentido de este concepto aparecen otros como el de multiplicidad, fragmentación, representación o desmontaje. En primer lugar, se puede decir que la deconstrucción está ligada a la **multiplicidad**⁷, multiplicidad en cuanto a que una deconstrucción implica mostrar los diversos puntos de vista de aquello que se destruye, y no el único punto de vista que daría la representación de ese algo como unidad, como un todo estructurado. Aquí la consecuencia de la deconstrucción antepone el concepto de multiplicidad al de unidad. En segundo lugar, y en relación con esa diversidad de los puntos de vista que la deconstrucción lleva implícita, también se encuentra vinculado el término con la idea de la **fragmentación**⁸. Una estructura cuyas piezas están perfectamente ensambladas es fragmentada a través del proceso de deconstrucción para dejar visibles todas

⁷ Múltiple: vario, de muchas maneras, en oposición a simple (Real Academia Española).

⁸ Fragmentar: reducir a fragmentos (Real Academia Española).

sus partes, todas las piezas por las que está formada una unidad. En tercer lugar, deconstrucción es indudablemente otra forma de **representación**⁹. Una representación diferente a la que normalmente se impone como la representación de un todo unificado, la representación del todo y no de las partes. Pero no hay duda de que mediante la deconstrucción todo elemento es representado, de una nueva forma y a través de otros puntos de vista, pero representado. Por último, quizás la idea más ineludible a la deconstrucción es la de **desmontaje**¹⁰. Durante todo el capítulo se ha definido el concepto de deconstrucción estando presente esta idea, la concepción de que la deconstrucción no es más que la acción de desmontar un elemento de cualquier tipo con el fin de observar y analizar su estructura pieza a pieza. En este sentido la deconstrucción consiste en una **descomposición**¹¹ del elemento en cuestión. En cuanto a la idea de la descomposición en relación con la deconstrucción se pueden observar los trabajos anteriormente mencionados de Muybridge y Marey sobre la descomposición del movimiento. Es obvio que no hay desmontaje sin montaje, tal y como afirma Fernando Rolando en su definición. Debe existir una estructura ya montada para poder así proceder a su desmontaje. E indiscutiblemente este proceso finaliza con el montaje de nuevo de esa estructura. Este es un proceso cíclico en la medida en que montaje y desmontaje van de la mano, no puede haber el uno sin el otro, y ninguno de los dos finaliza el proceso, este siempre vuelve a comenzar. Una deconstrucción siempre necesita de un montaje que se pueda desmontar para después volver a ser montado, y que en algún momento posterior necesite ser de nuevo deconstruido comenzando el mismo proceso.

2.2 OPOSICIÓN DEL TÉRMINO DECONSTRUCCIÓN CON OTROS CONCEPTOS.

Ya se ha dejado definida la idea de deconstrucción exponiendo lo que significa. Pero Derrida contempla en su trabajo la posibilidad de explicar el concepto a través de lo que no es, en lugar de lo que es. A continuación se detallarán una serie de términos contrarios al de deconstrucción para subrayar la idea a partir de sus significados contrarios.

Construcción.

El primer concepto que puede parecer a simple vista un antónimo claro de la palabra deconstrucción es el de construcción. De forma literal ambas palabras tienen significados contrarios, pero en esencia no son términos antagónicos, ya que la deconstrucción conlleva el significado de una construcción de la estructura a partir de su desmontaje. Si desmontaje y montaje van ligados, inevitablemente deconstrucción y construcción también. Ambas ideas son complementarias de un mismo proceso que no se puede dar si falta alguno de esos dos procedimientos. Aunque la deconstrucción sea el proceso contrario al de construcción, la deconstrucción necesita de una construcción anterior y posterior.

Destrucción.

Por lo tanto, hay que seguir indagando sobre el término ya que la primera idea opuesta que surge no es, en realidad, tan antagónica como se suponía. De esta manera, para continuar con la aclaración del término deconstrucción, el primer concepto con el que se antepone el de

⁹ Representar: (1) hacer presente algo con palabras o figuras que la imaginación retiene. (2) Informar, declarar o referir (Real Academia Española).

¹⁰ Desmontar: (1) desarmar. (2) Separar los elementos de una estructura o sistema intelectual sometidos a análisis (Real Academia Española).

¹¹ Descomponer: (1) Desordenar o desbaratar. (2) Separar las diversas partes que forman un compuesto (Real Academia Española).

deconstrucción será el de **destrucción**¹², término que menciona Derrida en su trabajo. Tal y como explica Derrida el significado de la palabra destrucción es negativo, por ello el autor lo enfrenta al de deconstrucción, porque para él la deconstrucción no es un proceso negativo. A esta misma oposición hace referencia José Vela Castillo¹³ siguiendo el pensamiento del filósofo Derrida. El término destrucción lleva implícito el significado de inutilización de lo que se destruye. Pero, por el contrario, la idea de deconstrucción significa, según las definiciones dadas por estos autores y por la RAE, dar una nueva utilidad, reinventar el elemento deconstruido, no destruir o romper la utilidad que ya tiene el elemento. Se entiende deconstrucción no como un proceso destructivo o aniquilador, sino como un complementario al procedimiento de montaje.

Deformación

Otro concepto, antecesor del de deconstrucción en la época de las vanguardias, es el de **deformación**¹⁴. Deformar y deconstruir pueden parecer términos similares porque ambos conllevan una modificación del elemento. Pero deformación no es lo mismo que deconstrucción. Según la definición del concepto una deformación del elemento no implica análisis de su estructura, ni siquiera tiene porqué afectar a su estructura, sino más bien a su forma. La deformación no tiene en cuenta las partes que conforman la estructura, ni la analiza, se trata de modificar la forma de un todo. En el capítulo 3 quedará más clara la diferencia entre ambos conceptos al observar obras vanguardistas que pertenecen a ambos procesos.

Estructuralismo.

Siguiendo con el pensamiento del filósofo Derrida cabe mencionar una corriente filosófica con la que este enfrenta el concepto de deconstrucción en su trabajo. Derrida¹⁵ habla del **estructuralismo** en oposición a la deconstrucción. El estructuralismo es una corriente filosófica del siglo XX que también ha sido aplicada por varios autores en el ámbito de la lingüística. Toma su máxima relevancia en la década de los 60 con los trabajos de Levi Strauss¹⁶. A grandes rasgos, el estructuralismo trata de explicar las estructuras como unidades formadas por diferentes partes y por las relaciones entre estas. En principio se podría decir que deconstrucción y estructuralismo son términos muy similares, pero Derrida encuentra diferencias entre ambos, y por ello crea esta pareja de opuestos. Derrida afirma que la deconstrucción es a la vez estructuralista y antiestructuralista. Su semejanza con el estructuralismo viene dada por el hecho de que en ambos casos el objeto de estudio es la estructura de las cosas, aunque este estudio se hace de forma diferente en cada caso y el término estructura no es tomado de la misma manera. Ya se ha mencionado que en la idea de deconstrucción se encuentra implícito el concepto de multiplicidad, en referencia a la fragmentación de la unidad. La deconstrucción toma la estructura como la presencia de diferentes piezas que son susceptibles de ser analizadas por separado, y en las que se puede reinventar en cada caso las relaciones entre ellas y su orden interno. Pero Derrida toma el estructuralismo como un concepto contrario al de deconstrucción porque en el caso de la corriente estructuralista la estructura es tomada como un bloque, como algo formado por diferentes piezas susceptibles de un análisis pero que son inamovibles entre sí. Mientras que en el proceso de deconstrucción cada pieza puede ser analizada por separado aunque formen parte de una misma estructura, en el estructuralismo es necesaria la idea de la simultaneidad. *“La estructura como imagen espacial sólo es posible a partir de la simultaneidad,*

¹² Destruir: (1)reducir a pedazos o a cenizas algo material u ocasionarle un grave daño. (2)Dehacer, inutilizar algo no material (Real Academia Española).

¹³ Vela Castillo, José. 2010. *(de)gustaciones gratuitas. De la deconstrucción, la fotografía, Mies van der Rohe y el Pabellón de Barcelona*. Abada Editores. Pág

¹⁴ Deformar: hacer que algo pierda su forma regular o natural (Real Academia Española).

¹⁵ Derrida, Jacques. *Ibíd.* Pág

¹⁶ Pérez Rojas, Luis Beltrán. 2008. *Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación*. Revista digital Razón y Palabra.

es decir, del orden de la co-existencia”¹⁷. Aquí radica la diferencia entre ambos conceptos. Mientras que el estructuralismo apela a la unidad, a la totalidad de la estructura; el deconstructivismo apela a las partes, al desmontaje de esa estructura. “[...]Se puede afirmar que cualquier estructuralismo, estudia estructuras y que estas se entienden como sistemas o conjuntos de sistemas que tienen carácter de totalidad, transformaciones y autorregulaciones[...]

Método-estrategia.

Para terminar de analizar lo que no es la deconstrucción, a continuación se expondrá otro de los conceptos que señala Derrida en su trabajo y con el que crea una nueva pareja de opuestos. Derrida expone un enfrentamiento entre el concepto de **método**¹⁹ y el de **estrategia**²⁰, identificando la deconstrucción con este último. Para Derrida la deconstrucción no puede ser un método porque no se puede establecer un modelo deconstructivo que se aplique de forma mecánica en todos los casos, sino que en cada caso el concepto de deconstrucción se reinventa. “No puede identificarse la deconstrucción con un método en el sentido que se aplica cada vez a una singularidad, a un idioma; ha de inventarse de nuevo en cada caso”²¹. En esta misma línea se puede anteponer la deconstrucción a la idea de la exactitud. Tal y como apunta Derrida al afirmar que la deconstrucción no es un método, no es un proceso sistemático, se puede afirmar también que la deconstrucción es lo contrario a **exactitud**²². La deconstrucción no es un proceso exacto que se pueda aplicar de igual forma en cada caso o del que se sepa de antemano cuál va a ser el resultado. La deconstrucción es algo inexacto, en continuo desarrollo. En cada caso el proceso se reinventa, en cada caso aporta unos resultados diferentes del anterior.

Como se puede observar después de haber indagado un poco, la idea de deconstrucción es compleja y difícil de definir. En esto coinciden todos los autores que han escrito acerca de este concepto afirmando que no existe una definición exacta del mismo. Hasta aquí se ha intentado exponer la idea de lo que representa la deconstrucción recopilando las definiciones de diferentes autores e instituciones.

¹⁷ Bisset, Emmanuel. 2009. *Dimensiones políticas de la deconstrucción. Un análisis político de la discusión de Jacques Derrida con la fenomenología y el estructuralismo*. Asociación Revista de Filosofía de Santa Fe.

¹⁸ Pérez Rojas, Luis Beltrán. 2008. *Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación*. Revista digital Razón y Palabra.

¹⁹ Método: (1) modo de decir o hacer con orden. (2) Modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa (Real Academia Española).

²⁰ Estrategia: arte, traza para dirigir un asunto (Real Academia Española).

²¹ Derrida, Jacques. *Ibíd.* Pág

²² Exactitud: puntualidad y fidelidad en la ejecución de algo (Real Academia Española).

REFERENTES VISUALES

[1] Trabajo de descomposición del movimiento de Muybridge.

http://www.gophoto.it/view.php?i=http://laimagendescubierta.wordpress.com/files/2007/10/muybridge.jpg#.U39yk5R_udl

[2] Trabajo de descomposición del movimiento de Marey.

http://1.bp.blogspot.com/-ue_NLg0Mjwl/TbrZ_a4ezel/AAAAAAAAADY/O8uFAuloh98/s320/marey_polevault.gif

[3] Trabajo de David Hockney sobre la deconstrucción en fotografía.

http://www.hockneypictures.com/photos/photos_collages_03.php

[4] Trabajo de David Hockney sobre la deconstrucción en fotografía.

http://www.hockneypictures.com/photos/photos_collages_05.php Trabajo de David Hockney 2.

3. ORIGEN DEL CONCEPTO DE DECONSTRUCCIÓN EN LAS VANGUARDIAS ARTÍSTICAS.

A comienzo del siglo XX nacen las vanguardias artísticas con el propósito de cuestionar todo lo que la tradición del arte había impuesto en etapas anteriores, tanto en los elementos formales como en los estéticos y temáticos. Las vanguardias rompen con el concepto de arte como mera reproducción. Fue un período de experimentación en cuanto a la búsqueda de una representación poco naturalista y convencional de los elementos, aunque las referencias de las obras vanguardistas siempre se encuentran en la realidad. Pero esa realidad es entendida de forma diferente a como la pensaban los artistas de estilos anteriores. Ahora la realidad que se plasma en las obras no es fiel a la naturaleza, sino que es la realidad tal y como la percibe el individuo. La pretensión de estos artistas es acercar el arte a todos los ámbitos de la vida. Por ello usaban en sus obras objetos de la realidad además de los materiales propios de las obras de arte tradicionales como la pintura y el lienzo. Este cuestionamiento en el ámbito del arte se produce de forma paralela y como consecuencia a un cuestionamiento de la realidad, a una lucha contra la situación social que se vivió a comienzos del siglo XX.

Es en esa búsqueda de una representación alternativa de la realidad, más individualista y fiel a la propia percepción que el artista tiene de aquello que le rodea, en la que los artistas de vanguardia llevan a cabo una deconstrucción tanto en los elementos formales de la obra tales como los materiales, los trazos, el dibujo... como en los significados. Se da la vuelta a todos los cánones establecidos por el arte en otras etapas y se produce un cuestionamiento en cuanto a lo que se representa y el modo en que se representa. En este sentido se produce la descontextualización de algunas temáticas recurrentes en el mundo del arte como la religiosa, se comienzan a añadir materiales que nunca habían sido utilizados en pintura, escultura o arquitectura, y el arte se emancipa de los museos para encontrar su sitio en cualquier lugar.

En las vanguardias adquieren relevancia los elementos formales de una obra como la línea, el color, la textura, la composición y el dibujo, más allá del objeto que se representa es el cómo se representa. Pero estos elementos son deconstruidos de forma que no son representados como en la tradición artística, no de forma academicista, sino de forma innovadora. Las vanguardias llevan a cabo una propuesta de composición diferente a la de movimientos anteriores, y es aquí donde deconstruyen el espacio y la perspectiva buscando una nueva representación de la realidad.

Este cuestionamiento se lleva a cabo a través de una deconstrucción en diferentes ámbitos. Para introducir el tema de la deconstrucción en las vanguardias es interesante prestar atención a las instrucciones que da Tzara²⁴ para escribir un poema dadaísta. Aquí se encuentra la esencia de lo que los artistas de vanguardia consideran que es necesario para llegar a un arte que rompa con el propio arte, con el academicismo, y que lleve a una representación más profunda de la realidad:

Tomad un periódico.

Tomad unas tijeras.

Elegid en el periódico un artículo que tenga la longitud que queráis dar a vuestro poema.

Recortad el artículo.

Recortad con todo cuidado cada palabra de las que forman tal artículo y ponedlas todas en un saquito.

Agitad dulcemente.

Sacad palabras unas detrás de otras, colocándolas en el orden en que las habéis sacado.

Copiadlas concienzudamente.

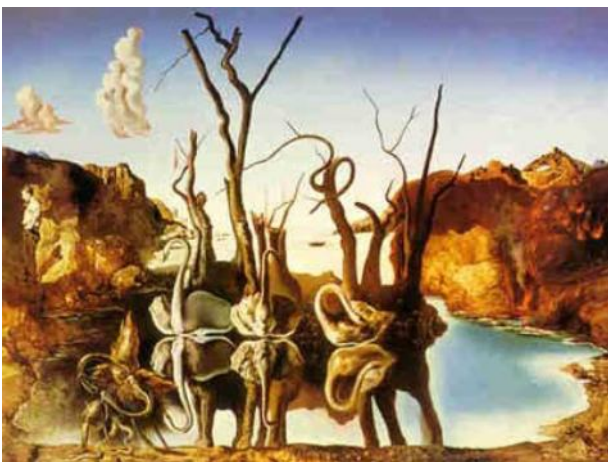
El poema está hecho.

²⁴ Poeta y ensayista autor de los primeros textos sobre el Dadá.

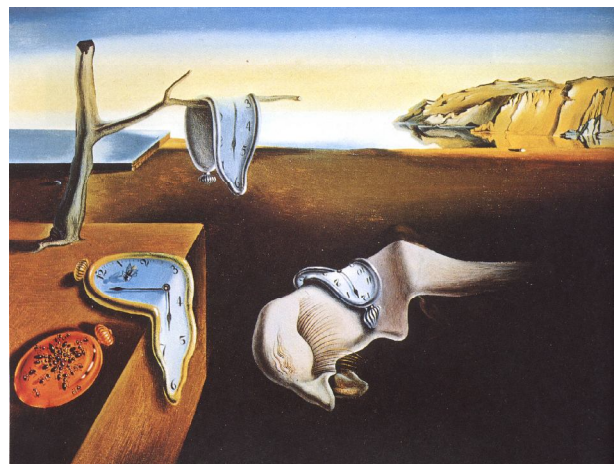
Ya os habéis convertido en un escritor infinitamente original y dotado de una sensibilidad encantadora...²⁵

Expresionismo y surrealismo.

Uno de los primeros movimientos de vanguardia que se cuestionó la forma de entender el arte y de representar la realidad fue el **expresionismo**. El expresionismo nace en Alemania a comienzos del siglo XX con la preocupación de liberarse de la representación fiel a la naturaleza y centrarse en mostrar la percepción interior de la realidad. Para los expresionistas esa representación se lleva a cabo a través de una deformación de la realidad haciendo un uso exagerado de los colores, un uso poco naturalista de la luz y las formas planas. Con el expresionismo también se introduce lo que se desarrollará con mayor empeño en otras vanguardias como el cubismo y el abstraccionismo, la reducción de la realidad a formas geométricas. En la misma línea en cuanto a temática y aspectos técnicos se sitúa el **surrealismo**. Los artistas surrealistas también se preocupan por la representación del mundo interior y del universo onírico. Esto se realiza a través de la deformación de los objetos representados y el uso de colores llamativos y el uso poco naturalista de la luz, dando lugar a representaciones alejadas de la realidad, aunque aun sin un gran nivel de abstracción. Esa deformación de los elementos que llevan a cabo los expresionistas y los surrealistas es un paso previo a la deconstrucción que se desarrollará en vanguardias posteriores. Uno de los artistas más destacados del período surrealista en España es Dalí, cuyas obras se caracterizan por la representación de mundos oníricos [1 y 2]. Tanto el expresionismo como el surrealismo inician el proceso de romper con el arte como principio de identidad de la realidad, y sus aspectos técnicos se basan en el uso de los colores, las líneas y el dibujo.



[1] Cisnes que se reflejan como elefantes, de Dalí (1937).



[2] Persistencia de la memoria, de Dalí (1931).

Cubismo.

La primera vanguardia que aplica el concepto de deconstrucción como tal en la realización de sus obras es el **cubismo**. En el cubismo existe un cierto racionalismo a la hora de hacer una obra. Tal y como decía Tzara en el manifiesto Dadá "...el cubismo nació del simple modo de mirar un objeto...". Los elementos a los que los cubistas le otorgan la máxima relevancia son la perspectiva, el volumen y el espacio. Estos elementos son deconstruidos en las obras cubistas

²⁵ Mario de Micheli. 2002. *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Alianza.

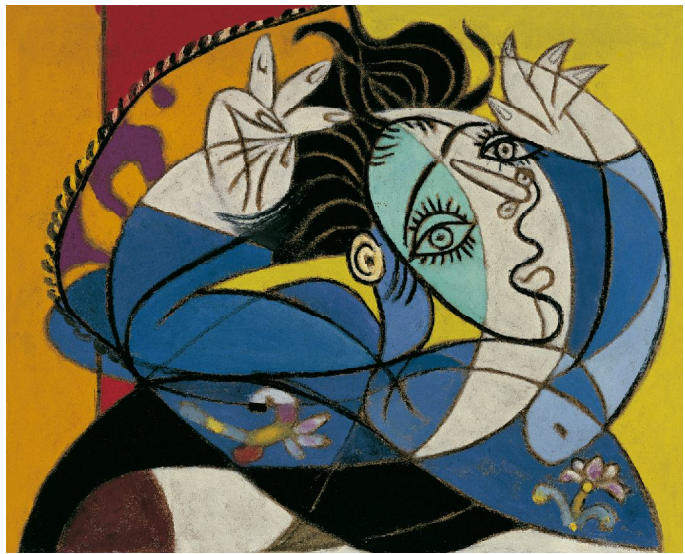
proporcionando una visión diferente a la que hasta el momento se había mostrado en otras tendencias artísticas. La deconstrucción de los elementos representados en cuanto a la perspectiva y el espacio se produce con la finalidad de representar de manera simultánea los diferentes puntos de vista de la imagen plasmada en el lienzo. Con esa deconstrucción se otorga también dinamismo a la imagen. Uno de los principales exponentes del cubismo en España es Picasso. Picasso fragmenta la perspectiva de los objetos que representa en sus obras. Una de las características del cubismo es la reducción de las formas a geometría. Esta característica está presente en la obra de Picasso. Al reducir los elementos a formas geométricas, a la base de su estructura, se produce una deconstrucción de todo aquello que se representa. Esta deconstrucción de la perspectiva y la reducción a formas geométricas se puede observar en cuadros como El Guernica [3], Jaqueline sentada [4] o Mujer con los brazos levantados [5]. En ese empeño por la deconstrucción los cubistas también hacen uso del collage y el fotomontaje, al igual que los dadaístas, para construir sus obras. Esa deconstrucción que hacen los cubistas se puede decir que se lleva a cabo en etapas distintas. En el cubismo se diferencian tres momentos: el cubismo primitivo, el cubismo analítico y el cubismo sintético. En el cubismo primitivo se presta especial importancia al volumen y a los planos amplios. Pero a partir de 1909, con el cubismo analítico, comienza la desintegración del objeto representado. El objeto se descompone en todas sus partes y se analiza, quedando el volumen reducido al mínimo al igual que el color, que en ocasiones se reduce a la monocromía. Tras la descomposición o deconstrucción de los objetos, en 1910 comienza la etapa de la reconstrucción de los mismos tras el análisis de todos sus puntos de vista. Empieza así el cubismo sintético, donde se reconstruye el objeto visto por todos sus lados haciendo uso de elementos formales obviados en los momentos anteriores como la línea quebrada y la policromía.



[3] El Guernica, de Pablo Picasso (1937).



[4] Jaqueline sentada, de Pablo Picasso (1954).



[5] Mujer con los brazos levantados, de Pablo Picasso (1936).

Futurismo.

El futurismo nace en Italia alrededor del año 1909. En esta época Italia se ve influenciada por las corrientes artísticas que estaban surgiendo en el resto de Europa a través de dos revistas: La Critica²⁶ napolitana e Il Leonardo²⁷ florentino. Las obras futuristas ponen de manifiesto la revolución industrial, la exaltación de la máquina y el dinamismo. En ese afán de representar la realidad como realidad industrial, el futurismo realiza sus obras a través del proceso de la deconstrucción de los elementos representados como si de una máquina se tratara. Es la vanguardia que presta más atención a la realidad industrial en esa preocupación por alejarse del carácter estético e improductivo del arte de siglos anteriores. Tanto en pintura como en escultura, las obras futuristas están dotadas por un gran dinamismo en sus formas, formas geométricas y emancipadas de su estructura previa, deconstruidas. Uno de los artistas que más ha trabajado el futurismo en escultura es Boccioni²⁸. Entre las obras de Boccioni en el campo de la escultura futurista destacan algunas como Formas únicas de continuidad en el espacio [6] o desarrollo de una botella en el espacio [7], en las que se observa la herencia del cubismo en cuanto a las formas geométricas y el dinamismo de la escultura, que parece luchar contra su propia estructura natural. En sus obras pictóricas también se encuentra esa deconstrucción de las formas y la preocupación de los futuristas por la representación del movimiento. Algunas de las obras más destacadas de la pintura de Boccioni son dinamismo de un ciclista [8] o la ciudad se levanta [9]. La preocupación de los futuristas por deconstruir los elementos de forma que adquieren una representación más industrial que naturalista influirá en décadas posteriores en la realización de publicidad. Los futuristas, al igual que el resto de las vanguardias, encuentran en la publicidad y la comunicación una forma de acercar el arte a la vida, de realizar un arte funcional y no estético. El arte futurista estará muy presente en el ámbito de la publicidad a la hora de promocionar productos propios de la era contemporánea y la revolución industrial, tales

²⁶ Revista de 1903 creada por Benedetto Croce, filósofo, historiador, escritor y político italiano.

²⁷ Revista de 1903 creada por Giovanni Papini, poeta, ensayista y filósofo italiano.

²⁸ Umberto Boccioni: pintor y escultor italiano. Autor del *manifiesto técnico de la escultura futurista* (1911).

como el automóvil o las máquinas, y también en la publicidad de cualquier tipo de producto, como se puede apreciar en la cubierta del libro-objeto fabricado por Depero.



[6] Formas únicas de continuidad en el espacio, de Boccioni (1913).



[7] Desarrollo de una botella en el espacio, de Boccioni (1912).



[8] Dinamismo de un ciclista, de Boccioni (1913).



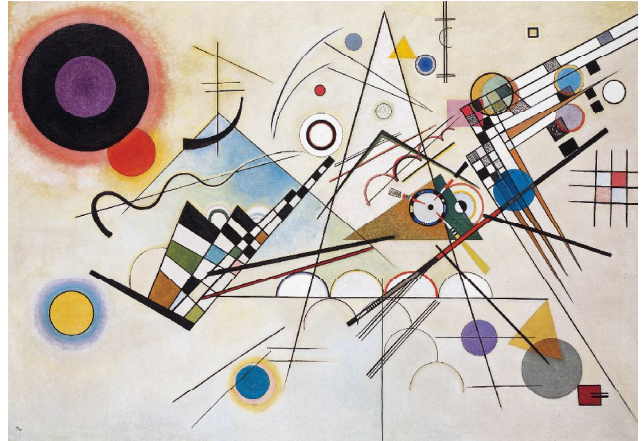
[9] La ciudad se levanta, de Boccioni (1910).

Abstracción.

El **abstraccionismo** es el máximo exponente de la reducción de lo que el artista percibe de la realidad a formas geométricas. En obras como las de Kandinsky [10 y 11], Malévich [12 y 13] o Mondrian [14] se puede observar esta deconstrucción de la realidad en las formas básicas de la geometría. En esta vanguardia se diferencian tres corrientes que tuvieron su origen en Rusia, centro del abstraccionismo, divididas por su percepción de lo que debía ser arte. Mientras el rayonismo y el suprematismo no encuentran la relación del arte con la vida, el constructivismo aboga por un arte directamente relacionado con la sociedad, un arte que abandona su cariz estético para tomar características funcionales y estar al servicio de la representación de la realidad social que le rodea. En cuanto a los aspectos técnicos, el constructivismo es la corriente que lleva más al extremo el concepto de la abstracción, utilizando en sus cuadros únicamente formas geométricas básicas como el cuadrado, el rectángulo y el círculo. El mayor representante de este movimiento es Tatlin que, en su búsqueda por un arte integrado de forma práctica en la sociedad y con un carácter funcional, se convierte en uno de los pioneros del diseño industrial. En el abstraccionismo, así como en otras corrientes de vanguardia, huye de toda imitación a la realidad en el mundo del arte. El abstraccionismo se asemeja a otras corrientes de vanguardia como el cubismo y el futurismo. Al cubismo en cuanto a temas formales por la representación de la realidad reducida a formas geométricas, y al futurismo en cuanto a la temática social en las obras de arte y a la realización de un arte más funcional que estético que pone en relieve todas las características relacionadas con la revolución industrial y la llegada de las máquinas a la sociedad.



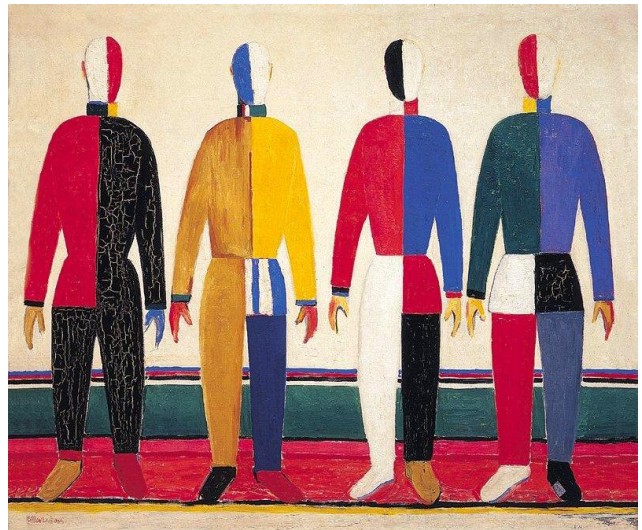
[10] Negro y violeta, de Kandinsky (1924).



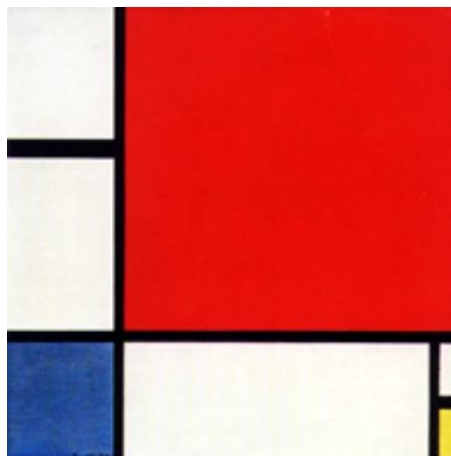
[11] Composición nº8, de Kandinsky (1923).



[12] Cruz negra y roja, de Malévich (1918).



[13] Deportistas, de Malévich (1931).



[14] Composición en rojo, azul y amarillo, de Mondrian (1930).

En las obras cruz negra y roja [12] y Deportistas [13] de Malévich se observa de forma clara la deconstrucción de los objetos. En la primera, la estructura de una cruz es deconstruida dando lugar a dos rectángulos colocados de forma perpendicular entre sí. En el segundo caso, el cuerpo humano es deconstruido a su mínima estructura a través de la línea, la textura y el color. La máxima abstracción se encuentra en el caso de Mondrian [14], donde solo se diferencian figuras planas con colores planos. Hay ausencia de volumen o perspectiva. En cuanto al uso de las formas geométricas, la línea y la policromía, hay algunas influencias del cubismo sintético. Dentro del constructivismo, Mondrian será el máximo exponente de una corriente relacionada con el nacimiento del abstraccionismo y con los elementos formales y temáticos del cubismo y el futurismo. Esta corriente a la que pertenece la obra de Mondrian se denomina neoplasticismo. El neoplasticismo defiende la máxima abstracción de la realidad hasta llegar a una composición básicamente formada por líneas. En las obras del neoplasticismo [14] aparece solo lo elemental, no hay objetos de la realidad, solo formas y colores planos que han sido abstraídos de los referentes dando una visión simplificada de su estructura. En esta corriente también adquiere mucha importancia el espacio. En la obra de Mondrian [14] se observa como el espacio está fragmentado en diferentes planos que se relacionan entre sí a través de líneas.

Dadaísmo.

Alrededor de 1916, en Zúrich, se da un paso más en la preocupación de los artistas por alejar el arte del academicismo con el surgimiento del **dadaísmo**. En esa propuesta de acercar el arte a la vida y desligarlo de propuestas academicistas, el arte es tomado en el dadaísmo como una actitud. No solo se habla en el dadaísmo de obras de arte, sino de objetos con características funcionales, desligados de cualquier convencionalismo o pretensión estética más allá de su utilidad. “...La obra de arte no debe ser la belleza en sí misma porque la belleza ha muerto...”²⁹. “...La palabra Dadá simboliza la relación más primitiva con la realidad que nos rodea...”. “...Por primera vez, el dadaísmo no se sitúa de manera estética ante la vida...”³⁰. Pero para los dadaístas no se trata solo de crear objetos u obras de arte, estas creaciones tienen que ir acompañadas de una actitud, de unos determinados hechos, de unas acciones. El arte debía ser una provocación para el espectador, una forma de reaccionar ante lo que le rodea. Un hecho conocido en este sentido es la exposición que realiza Ernst en Colonia en el año 1920. En esta exposición se produce una descontextualización de diferentes elementos en busca de una reacción del público. Los hechos más señalados de la exposición son la presencia de una niña vestida de comunión recitando versos obscenos a la entrada de la exposición, y el recibimiento a la misma pasando por medio de unos retretes. El dadaísmo plantea una deconstrucción de significado más que de forma. Plantea esa deconstrucción a través de la descontextualización de los elementos otorgándoles un nuevo sentido. Del mismo modo que experimenta con el significado de los elementos representados, también les otorga una nueva utilidad a los objetos al incluirlos como parte o materiales de las obras realizadas. Aunque la deconstrucción dadaísta se encuentra más cercana al campo de los significados que al ámbito más técnico y formal, también se encuentran algunos ejemplos en este terreno que serán más desarrollados por otras vanguardias. En primer lugar, se puede encontrar la deconstrucción en el ámbito formal del lenguaje en los poemas dadaístas, que tal como explica Tzara en el escrito mostrado anteriormente, se construyen a partir de trozos de textos puestos en un orden diferente al que se encontraron, modificando así su estructura y su significado. En segundo lugar, la deconstrucción en el dadaísmo da lugar a nuevas representaciones artísticas que serán desarrolladas también por otras vanguardias como el collage y el fotomontaje. Aquí la obra está construida a partir de trozos de diferentes elementos, fotografías, imágenes...que se yuxtaponen para dar lugar a una nueva estructura diferente a la originaria. Es decir, diferentes obras se deconstruyen para dar lugar a una nueva. Los pioneros de estas técnicas fueron Hausman³¹ y Heartfield³² que

²⁹ Tzara, Tristán. 1918. *Manifiesto Dadá*. Revista Dadá de Zurich.

³⁰ Huelsenbeck. 1918. *Manifiesto Dadá*.

³¹ Artista y escritor austriaco del período dadaísta.

realizaron diversos collages y fotomontajes con una función crítica y de propaganda. Con este sentido propagandista se acercaba el arte a la vida cotidiana. El dadaísmo introduce el uso de objetos cotidianos, que no se habían considerado artísticos en etapas anteriores, para la realización de las obras de arte. Uno de los pioneros en esta práctica es Duchamp con la fabricación de sus ready-mades. Estas obras están compuestas por elementos de uso cotidiano que adquieren el valor de obra por la concepción que el artista tiene al exponerlos y el lugar en el que se exponen. Uno de los primeros ready-made de Duchamp fue rueda de bicicleta [15], expuesto en 1913.



[15] Rueda de bicicleta, de Duchamp (1913).

Los artistas de vanguardia, en su afán por acercar arte y vida, se interesan por el campo de la comunicación y la publicidad como una forma de que el arte, a través de estos medios, se encuentre al servicio de la sociedad y forme parte de ella. Uno de los movimientos más tardíos que se interesa por estos ámbitos en la década de los 50 es el **Pop Art**. El Pop art hace uso de los collages y los fotomontajes que se habían heredado del cubismo y el dadaísmo y los pone a disposición de la publicidad y la comunicación. Las obras del pop art se componen de fragmentos de diferentes imágenes de prensa, publicidad...utilizadas de forma irónica, que se reconstruyen dando lugar a un nuevo orden, a una nueva composición, de forma que se deconstruye tanto su estructura inicial como su significado dando lugar a algo nuevo. Uno de los artistas más representativos del Pop art es Andy Warhol. En su obra se puede observar el uso irónico de imágenes pertenecientes a otros ámbitos. Pero el collage y el fotomontaje no están presentes únicamente en las imágenes estáticas, sino que a partir de este momento comienza una nueva corriente en el cine y en video denominada found footage. El found footage consiste en deconstruir de la misma forma las estructuras y los significados yuxtaponiendo diferentes imágenes, pero en este caso se trata de imágenes en movimiento. A mediados del siglo XX surgen artistas dedicados al found footage como Paik³², Baruchello³⁴ o Griffi³⁵.

³² Artista alemán del período dadaísta.

³³ Videoartista y exponente del estilo found footage.

³⁴ Pintor y artista italiano.

³⁵ Director de cine y pintor italiano, exponente del cine experimental.

Con la publicidad los vanguardistas apelan a la utilidad del arte más que a un arte estético. La publicidad en las vanguardias es la representación de un arte funcional. Muchos artistas de las vanguardias trabajaron también en publicidad como Delaunay, Man Ray, Schwitters y René Magritte.

Existen tres artistas relevantes por sus trabajos en publicidad en la época de las vanguardias: Rodchenko³⁶, Depero³⁷ y Cassandre³⁸. Rodchenko hace uso del fotomontaje en sus trabajos para publicidad. Se forma en el constructivismo ruso, y de él adquiere la preocupación por la fisonomía de la tipografía y su colocación en el espacio. Rodchenko utilizó la imagen junto con la tipografía fragmentando el espacio y rompiendo con el orden de escritura, lectura y composición heredado por la tradición del arte. En muchos de sus trabajos la propia tipografía se convierte en imagen y añade dinamismo haciendo con ella composiciones en diagonal o aumentando progresivamente el tamaño de las letras. Comienza a realizar sus trabajos para publicidad tras la Revolución Rusa de 1917, acercando así las artes plásticas a la vida cotidiana. En sus trabajos para publicidad, como el cartel en el que se promocionaba una marca de chupetes [16] y el cartel publicitario de la editorial Leningrado de la Gosizdat [17], se pueden observar características heredadas del constructivismo como la representación a partir de formas geométricas, el uso restringido del color y la fusión de la tipografía con la imagen.

Otro de los artistas destacados en el ámbito de la publicidad durante la época de las vanguardias es Depero. Depero se forma en la corriente del futurismo italiano, y al igual que Rodchenko vió en la publicidad una forma de llevar el arte al pueblo, de que el arte estuviera en la calle formando parte de la vida de la gente. En sus obras, como el libro-objeto [18], se observa la herencia del futurismo sobre la fascinación por lo industrial. En esta obra existe un juego con la tipografía colocándola no de forma lineal, sino modificando el orden de escritura. Al igual que en los trabajos de Rodchenko, Depero realiza en sus obras una reducción de las imágenes a formas geométricas. Depero innovó en el ámbito de la publicidad realizando construcciones arquitectónicas basadas en la tipografía [19].

Al igual que los anteriores, Cassandre también se caracteriza por la importancia que le otorga a la tipografía en sus obras publicitarias. Utiliza en sus carteles la tipografía de forma concisa, sin inundar el espacio, pero dotándola de relevancia en el cartel gracias a su composición o situación. Cassandre se ve influenciado por diferentes corrientes de vanguardia como el cubismo y el futurismo. En el cartel para vino Dubonnet [20] hace referencia tanto al cubismo como a la descomposición del movimiento de Muybridge y Marey. Además de realizar el diseño gráfico de carteles publicitarios, Cassandre también trabajó en el diseño de tipografías como la bifur [21], la acier [22] y la peignot [23].

³⁶ Aleksandr Rodchenko. Pintor, escultor, fotógrafo y diseñador gráfico ruso.

Mateos, Santos. M. 2012. *Arte y publicidad en las vanguardias históricas*. Revista Universitaria Questiones publicitarias.

³⁷ Fortunato Depero. Pintor, escultor y publicista italiano.

Mateos, Santos. M. 2012. *Arte y publicidad en las vanguardias históricas*. Revista Universitaria Questiones publicitarias.

³⁸ Adolphe Jean-Marie Mouron (Cassandre). Cartelista y diseñador gráfico francés.

Mateos, Santos. M. 2012. *Arte y publicidad en las vanguardias históricas*. Revista Universitaria Questiones publicitarias.



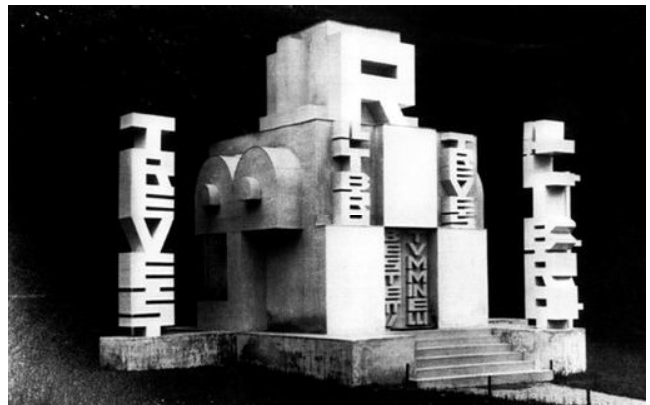
[16] Cartel para Chupetes Rezinotrest, de Rodchenko (1923).



[17] Cartel para la editorial Leningrado de la Gosizdat, de Rodchenko (1925).



[18] Libro-objeto, de Depero (1927).



[19] Pabellón tipográfico para la Bienal Internacional de arte decorativo en Monza, de Depero (1925).



[20] Diseño para el cartel de vino Dubonnet, de Cassandre (1932).

A B C D E F G H I
J K L M N O P
Q R S T U
V X Y
Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

BIFUR
CASSANDRE

ACIER

**ABCDEF G
HIJKLMN
OPQRSTU
VWXYZ**

[21] Diseño de la tipografía bifur, de Cassandre (1929).

[22] Diseño de la tipografía acier, de Cassandre (1930).

PEIGNOT

AA Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

[23] Diseño de la tipografía peignot, de Cassandre (1937).

REFERENTES VISUALES.

- [1] Cisnes que se reflejan como elefantes. Dalí, Salvador.
<http://arteyacargamar.weebly.com/uploads/1/9/9/3/19931187/3915655.jpg?568>
- [2] Persistencia de la memoria. Dalí, Salvador.
<http://uploads5.wikipaintings.org/images/salvador-dali/the-persistence-of-memory-1931.jpg>
- [3] El Guernica. Picasso, Picasso.
http://www.gophoto.it/view.php?i=http://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/obras/DE00050.jpg#.U344eJR_ucl
- [4] Jacqueline sentada. Picasso, Picasso.
http://museopicassomalaga.org/media/fotos/31_fg.jpg
- [5] Mujer con los brazos levantados. Picasso, Picasso.
http://museopicassomalaga.org/media/fotos/19_fg.jpg
- [6] Formas únicas de continuidad en el espacio. Boccioni, Umberto.
http://www.gophoto.it/view.php?i=http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fd/%27Unique_Forms_of_Continuity_in_Space%27,_1913_bronze_by_Umberto_Boccioni.jpg
- [7] Desarrollo de una botella en el espacio. Boccioni, Umberto.
http://web.educastur.princast.es/proyectos/jimena/pj_leontinaai/arte/webimarte2/WEBIMAG/SXX/IMAGENES/ESCULTURA/boccioni/bocbot3.JPG Desarrollo de una botella en el espacio.
- [8] Dinamismo de un ciclista. Boccioni, Umberto.
<http://misiglo.files.wordpress.com/2012/07/olimpiadas-588i-olimpiadas-2012-dinamismo-de-un-ciclista-boccioni-1913-e-peristilo-wordpress1.jpg>
- [9] La ciudad se levanta. Boccioni, Umberto.
http://lh4.ggpht.com/-GiCqoBZ91O0/Tx2zv3MTdwl/AAAAAAAAAFhs/T6uldWgpiZY/Umberto_Boccioni_La%252520ciudad%252520se%252520levanta%252520C%2525201910%252520Museo%252520de%252520Arte%252520Moderno%252520Nueva%252520York.thumb%25255B9%25255D.jpg?imgmax=800
- [10] Negro y violeta. Kandinsky, Vasili.
<http://www.indexarte.com.ar/imgs/obras/negro-y-violeta.jpg>
- [11] Composición nº8. Kandinsky, Vasili.
<http://www.indexarte.com.ar/imgs/obras/composicion-VIII.jpg>
- [12] Cruz negra y roja. Malévich, Kazimir.
<http://www.gophoto.it/view.php?i=http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/70/Malevitj.jpg/99px-Malevitj.jpg>
- [13] Deportistas. Malévich, Kazimir.
http://reproarte.com/images/stories/virtuemart/product/malewitsch_kasimir/sportler_in_suprematistischen_konturen.jpg
- [14] Composición en rojo, azul y amarillo. Mondrian, Piet.
<http://acernuda.com/wp-content/uploads/2013/10/composicion-rojo-azul-amarillo.jpg>
- [15] Rueda de bicicleta. Duchamp, Marcel.
http://sp4.fotolog.com/photo/4/18/27/tot_art/1232123109472_f.jpg
- [16] Cartel de chupetes Rezinotrest. Rodchenko, Aleksandr.
<http://nspyro.files.wordpress.com/2012/01/04-mayakovsky-rodchenko-1923.jpg?w=560>

[17] Cartel editorial Leningrado la Gosizdat. Rodchenko, Aleksandr.
<http://www.museothyssen.org/microsites/exposiciones/2006/Vanguardias/img/fundacion/sala3/n3.jpg>

[18] Libro-objeto. Depero, Fortunato.
http://disenoypreimpresionmozadr.files.wordpress.com/2011/12/depero_dinamo.jpg

[19] Pabellón tipográfico para la Bienal Internacional de arte decorativo de Monza. Depero, Fortunato.
<http://www.centroarte.com/images/depero/depero22.jpg>

[20] Cartel vino Dubonnet. Cassandre.
http://3.bp.blogspot.com/-PVvMcY7_xQ4/UYQYPvb5VpI/AAAAAAAAAN8/5gKBJ9Qp7XA/s1600/dubonnet.jpg

[21] Bifur. Cassandre.
http://theredlist.com/media/database/graphisme/History/1920/007_1920_theredlist.jpg

[22] Acier. Cassandre.
<http://www.idesigni.co.uk/images/resources/cassandre/3.jpg>

[23] Peignot. Cassandre.
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/9f/Cassandre_Peignot.svg/198px-Cassandre_Peignot.svg.png

4. APLICACIÓN DEL CONCEPTO DECONSTRUCCIÓN EN MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y AUDIOVISUALES DESDE FINALES DEL SIGLO XX HASTA COMIENZOS DEL XXI.

Las vanguardias influyeron en los movimientos artísticos que nacieron en los años posteriores. El arte que se realizó a finales del siglo XX y comienzos del XXI heredó esa deconstrucción de las imágenes de la realidad con la finalidad de romper con el orden establecido y reinventar las estructuras. Uno de los artistas más destacado en este campo a partir de la década de los 60, influenciado por las primeras vanguardias y el pop art, es David Hockney³⁹. En su obra destaca el trabajo fotográfico realizado a partir de la década de los 70, haciendo collages y fotomontajes [1] en los que fragmenta las imágenes y su perspectiva, proporcionando varios puntos de vista, al igual que ocurría en las obras cubistas. A partir de la década de los 80 Hockney comienza a desarrollar sus trabajos en el terreno de los collages. Anteriormente había realizado collages como base para la realización de sus cuadros, y no como exploración de la fotografía. En sus collages Hockney fragmenta tanto el espacio como el tiempo, fragmentando movimientos, acciones... a través de la fragmentación de sus fotografías; o componiendo sus collages con trozos de fotografías referentes a diferentes momentos. Con esto Hockney trabaja sobre la deconstrucción del espacio de la que ya se habían preocupado los vanguardistas, pero da un paso más al plasmar en sus obras una deconstrucción temporal. El propósito de Hockney en la realización de sus collages es reflexionar acerca de la percepción, del modo de ver. Otra de las características que identifica a las obras de Hockney es la composición asimétrica y de formas irregulares. Sus collages no tienen una composición cuadrada o rectangular como es habitual en fotografía.



[1] Collage Merced river, de David Hockney (1982).

La segunda mitad del siglo XX, tras la época de las vanguardias, está caracterizada por la presencia del arte conceptual. Esta corriente es una prolongación del arte realizado en años anteriores. Profundiza en los conceptos que ocuparon a las vanguardias artísticas de la primera mitad del siglo, otorgando la máxima importancia a los ready-mades de Duchamp, la inclusión de objetos cotidianos en las obras de arte, el cuestionamiento del arte tradicional como una mera pretensión estética y el carácter efímero e intrascendente de la obra de arte como resultado. El arte conceptual tiene un carácter de experimentación heredado también de las vanguardias. El

³⁹ Pintor y fotógrafo británico.

arte conceptual continua experimentando con los materiales y la propia construcción de la obra, hasta llegar a un punto en que los artistas conceptuales consideran que la realización de la obra es prescindible, lo verdaderamente relevante es el concepto, la idea que lleva a la materialización. La obra es el resultado de un trabajo intelectual y no un resultado estético. Para los artistas conceptuales, el arte no es objeto de exposición sino de comunicación. A través de sus obras estos artistas pretenden comunicar algo y dar lugar a una reacción del público. En esta etapa el arte ya no es unidireccional sino que busca la respuesta del espectador. Los artistas conceptuales, al igual que los vanguardistas, no buscan que el público contemple sino que reaccione. Con el arte conceptual también se lleva a cabo una deconstrucción de los objetos representados de forma que se indaga en su estructura, en el concepto, representándolo de manera reducida y no tal y como el objeto se encuentra en la realidad. Esta deconstrucción en el arte conceptual se observa en la obra de Sol Lewitt variaciones de cubos incompletos [2]. Con esta obra Sol Lewitt realiza una producción en serie, aniquilando así todo el valor de autenticidad o singularidad de la obra de arte. Con esta producción en serie el artista pone de manifiesto el carácter industrial de la época. En esta obra se representan cubos deconstruidos en una serie de líneas y vacíos que recuerda a la estructura de un cubo tradicional, pero se ha variado el orden de su estructura. Otro artista que representa este movimiento es Yves Klein, que otorga a sus obras el carácter de lo efímero. En escultura aeroestática, de 1957, se presenta una obra efímera, que dura tan solo unos pocos minutos, en la que una estructura formada por globos azules se fragmenta liberando estos globos, haciendo que la escultura desaparezca como tal. Además, en estas obras se introducen objetos que en estilos anteriores a las vanguardias de la primera mitad del siglo XX no habían tenido lugar en las obras de arte, como en este caso los globos de Klein.

En la misma línea de propuesta de la obra de arte limitada temporalmente se encuentra Robert Morris, quien lleva a cabo esta propuesta con su obra stream cloud en 1966. Aquí la obra estaba formada por una nube de vapor, lo que la hacía cambiante y temporalmente fugaz.

Otros artistas del arte conceptual van un paso más allá en la importancia que adquiere el proceso intelectual de realización de una obra, como es el caso de Joseph Kosuth. En su obra una y tres sillas [3] la idea pasa a formar parte de la obra, estando presente su materialización (la silla), su imagen (una fotografía de la silla) y su definición. Aquí el objeto se deconstruye mostrando todas sus acepciones y significados, y dando lugar a un resultado en el que la idea y la obra, la parte intelectual y la realización, no son dos procesos aislados.



[2] Variaciones de cubos incompletos, de Sol Lewitt (1972).



[3] Una y tres sillas, de Joseph Kosuth (1965).

Otra de las manifestaciones artísticas que desarrollaron el concepto de deconstrucción tras la época de las vanguardias fue la arquitectura deconstructivista de finales del siglo XX. La arquitectura deconstructivista surge en la década de los 80, pero no se define como un estilo o un movimiento estético, sino más bien como una manifestación dentro de la arquitectura de la segunda mitad del siglo XX con unas características concretas. *“Es la confluencia, desde 1980, en la obra de unos cuantos arquitectos importantes, de enfoques similares que dan como resultado formas similares. Es una concatenación de tendencias afines en varios lugares del mundo”*⁴⁰. Aunque la arquitectura deconstructivista no tiene su referente en el pensamiento filosófico de Derrida, sí que tiene elementos en común con este aplicados a la arquitectura ya que en esta tendencia artística se cuestiona el orden tradicional de las estructuras arquitectónicas proponiendo una visión alternativa de las mismas. Las estructuras arquitectónicas son desmontadas y analizadas proponiendo un orden nuevo en su construcción. Algunas de las construcciones que hacen visible la idea de deconstrucción son splitting: four corners [4], de Gordon Matta Clark o el local expositor de Best Products [5] del centro comercial de California Arden Fair. Ambas construcciones ponen de manifiesto falsos fallos de construcción, mostrando una arquitectura deconstruida, fragmentada, que cuestiona la estabilidad de su estructura en apariencia. La base de la arquitectura deconstructivista es romper con el orden y dotar de dinamismo la estructura. Esto se hace posible mediante la fragmentación de la estructura, el uso de líneas diagonales y quebradas y la superposición de placas y de diferentes materiales. Un ejemplo de arquitectura deconstructivista que muestra la superposición de capas con líneas oblicuas es el museo Guggenheim de Bilbao [6], de Frank Gehry. Este arquitecto tiene otras obras con la misma línea de construcción como el museo de arte Weisman [7] o la casa danzante de Praga [8]. El deconstructivismo propone una arquitectura no lineal que deja visible la estructura de la construcción.



[4] Splitting: four corners, de Gordon Matta Clark (1974).

⁴⁰ Johnson, Philip. Wigley, Mark. *Arquitectura deconstructivista*. Editorial Gustavo Gili S.A.



[5] Local expositor de Best Products del centro comercial de California Arden Fair, (1977).



[6] Museo Guggenheim, de Frank Gehry (1997).



[7] Museo de arte Weisman de Minnesota, de Frank Gehry (1993).



[8] La casa danzante de Praga, de Frank Gehry (1996).

Estas prácticas de deconstrucción también han estado muy presentes en el terreno de la publicidad a partir de la segunda mitad del siglo XX, tras la fusión que realizaron las vanguardias entre las artes plásticas y la publicidad. Los videoclips son un tipo de publicidad fundamental para los músicos y en ellos también se han manifestado esas nuevas técnicas de representación. Pero desde la década de los 60 la deconstrucción está presente en cualquier forma de publicidad, desde los carteles a los spots. Tras las vanguardias surgieron agencias de publicidad que llevaron a cabo en sus trabajos esas premisas formales y estéticas que habían surgido en la primera mitad del siglo XX, y que ya habían influenciado la publicidad en esa época. Una de las agencias de publicidad más importantes que surgen en la década de los 50 es la Doyle Dane Bernbach (DDB), fundada por Bill Bernbach⁴¹, Ned Doyle⁴² y Mac Dane⁴³. Esta agencia de publicidad se hizo popular con las campañas realizadas para la marca Volkswagen, caracterizadas por la deconstrucción de las imágenes de los automóviles en los carteles [9] [10]. Otros nombres destacados en la publicidad de las últimas décadas del siglo XX son Helmut Krone⁴⁴ y Julian Koenig⁴⁵, que formaron parte de las campañas para Volkswagen de la DDB.

A partir de 1950 se realizan carteles publicitarios con diseños que hacen referencia a las vanguardias de la primera mitad del siglo XX. En Francia destaca Raymond Savignac⁴⁶, cuyos diseños para carteles publicitarios muestran la influencia de referentes y corrientes artísticas de principios del siglo XX. En el cartel realizado por Savignac para la marca de neumáticos Dunlop [11] se puede ver la influencia de Cassandre y la semejanza de este diseño con algunos carteles de Cassandre como el que realizó en 1930 para vinos Dubonnet. Por otra parte, Savignac también está influenciado por las primeras vanguardias, sobre todo por el cubismo, al igual que Cassandre, en cuanto a la representación de las formas y las múltiples perspectivas de los elementos que forman parte de sus carteles [12]. En sus obras se observa la deconstrucción de los elementos representados, bien fragmentando las figuras y descomponiéndolas o bien jugando con la deconstrucción de la perspectiva.

A partir de la década de los 60 la publicidad deja de ser algo intuitivo y se ponen numerosos esfuerzos en realizar una publicidad de forma eficaz y reflexiva más que estética, aunque sigue estando muy influenciada por el arte. En este período también se produce un desarrollo del diseño gráfico y del uso de la tipografía, esta última influenciada por la Bauhaus, que abogaba por una tipografía funcional. Al principio la publicidad en televisión se parece a la publicidad radiofónica, con gran relevancia del elemento sonoro. Pero poco a poco el spot adquiere independencia y desarrolla el impacto visual por encima de los elementos sonoros. En la segunda mitad del siglo XX se pasa de una publicidad que pretende persuadir a una publicidad que pretende sugerir, que busca las emociones del consumidor.

⁴¹ Publicista estadounidense.

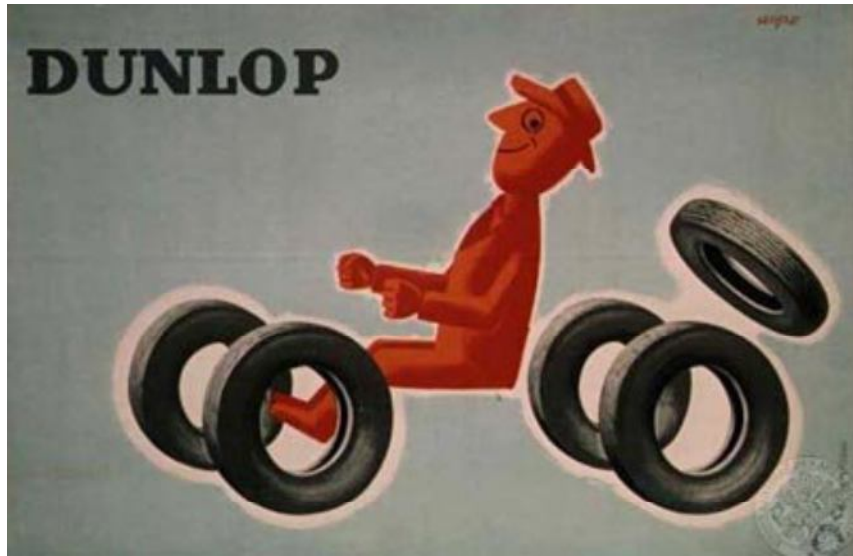
⁴² Publicista estadounidense.

⁴³ Publicista estadounidense.

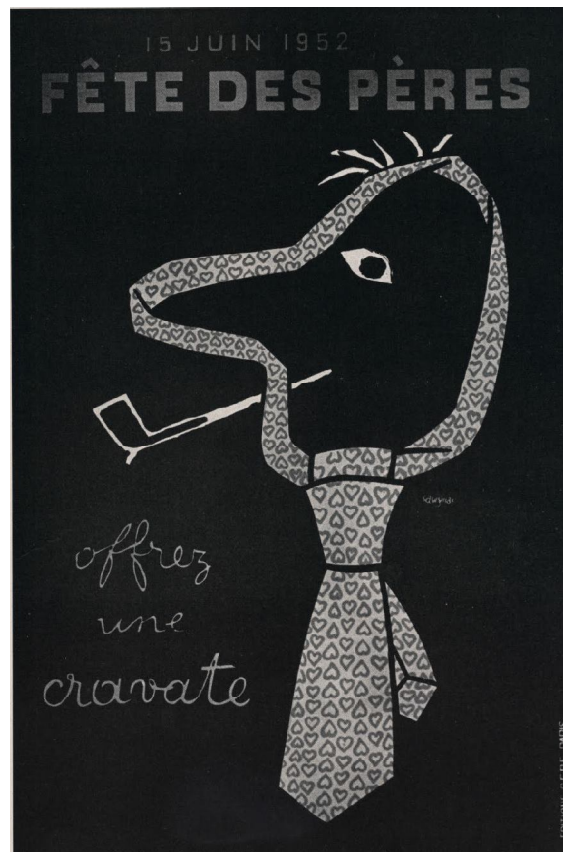
⁴⁴ Director de arte de la DDB, considerado uno de los pioneros de la publicidad moderna.

⁴⁵ Publicista estadounidense.

⁴⁶ Cartelista francés.



[11]Cartel para Dunlop, de Savignac (1953).



[12] Cartel fête des pères, de Savignac (1952).

A partir de los 70 vuelve a adquirir fuerza la técnica del fotomontaje, tanto en publicidad como en el arte. También aparece desde la década de los 60 una técnica llamada decollage, como antítesis al collage. El decollage realiza la deconstrucción de las imágenes eliminando partes de ellas. En esta técnica destacan Vostell⁴⁷[13] y Mimmo Rotella⁴⁸ [14]. En esta época adquieren relevancia los fotomontajes de Gordon Matta-Clark⁴⁹, con una estructura muy similar a los fotomontajes realizados por Hockney en cuanto a la composición de formas irregulares [15]. A diferencia de Hockney, que realiza sus fotomontajes sobre todo con paisajes y retratos, Matta-Clark utiliza como tema principal en sus composiciones elementos arquitectónicos que deconstruye, otorgándoles así un nuevo orden. En la misma línea se encuentra el trabajo de Rauschenberg⁵⁰, que también compone collages con formas irregulares a través de la fragmentación física de la fotografía. Rauschenberg realiza sus collages con imágenes pertenecientes a la cultura de masas [16] [17], lo que relaciona sus trabajos con las influencias del Pop art. Un trabajo similar a estos es el que realiza Richard Misrach⁵¹ en sus collages. Aunque los elementos representados no son los mismos, y este compone sus collages con formas cuadradas o rectangulares como ocurre con la fotografía tradicional, tiene en común con los anteriores la deconstrucción de sus fotografías sobre el mismo material [18]. Su técnica se asemeja al decollage de Vostell y Rotella.



[13] Coca-cola, de Vostell (1961).

⁴⁷ Artista alemán.

⁴⁸ Pintor italiano.

⁴⁹ Artista estadounidense.

⁵⁰ Pintor y artista estadounidense.

⁵¹ Fotógrafo estadounidense.



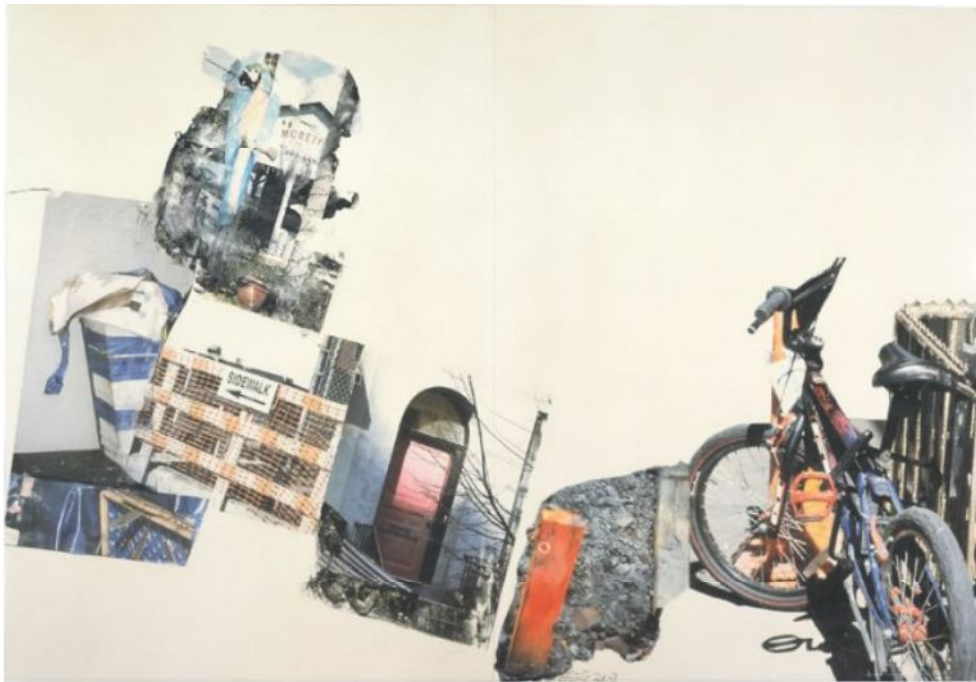
[14] Cinemascope, de Mimmo Rotella (1962).



[15] Office baroque, de Gordon Matta-Clark (1977).



[16] Water Stop, de Rauschenberg (1968).



[17] Collage de la serie Scenarios, de Rauschenberg (2002-2004).



[18] Collage de la serie Desert Cantos, de Richard Misrach (1989).

En España, el desarrollo del fotomontaje a partir de la década de los 70 está ligado al grupo Nueva Lente⁵². Ligados al trabajo en esta revista aparecen diversos fotomontadores cuyo trabajo en cuanto a la deconstrucción en fotografía destaca en las últimas décadas del siglo XX. En estos años el trabajo en fotografía es más estético y experimental, se diferencia de la fotografía realizada durante la Guerra y la Postguerra, que se caracterizaba por la temática documental. A principios de los 70 destaca Jorge Rueda⁵³, ligado al grupo Nueva Lente. Los fotomontajes de Jorge Rueda se caracterizan por una fuerte carga de crítica religiosa y sexual, y se aprecia en su estética la influencia del surrealismo. Otro artista destacado a finales del siglo XX es Joan Fontcuberta⁵⁴, que realiza su deconstrucción en fotografía de una forma plástica, jugando físicamente con el negativo de la imagen [19]. Muchos de estos artistas que retoman la fotografía a partir de la década de los 70 y 80 están relacionados con la pintura. Es el caso de Iñigo Royo⁵⁵, que a finales del siglo XX retoma su trabajo con la fotografía aplicando la técnica del fotomontaje [20]. También realiza algunos trabajos en video.

En el siglo XXI aumentan las posibilidades estéticas y creativas del collage y el fotomontaje gracias al desarrollo de las técnicas digitales. Se utiliza el fotomontaje con fines de experimentación artística, publicitaria, editorial, político propagandística y científica. En esta etapa los artistas ven mayores posibilidad creativas en el mundo digital para continuar con las premisas estéticas y formales que se habían ido desarrollando durante el siglo XX acerca de la deconstrucción de la imagen como una nueva forma de representación de la realidad. Además, debido a que el net art se desarrolla usando recursos en línea se encuentra en él la posibilidad de llevar el arte a un gran número de personas buscando la comunicación con el público. Una

⁵² Revista española de fotografía experimental fundada en 1971 por Jorge Rueda.

⁵³ Fotógrafo español y fundador de la revista Nueva Lente.

⁵⁴ Artista y fotógrafo español.

⁵⁵ Artista y fotógrafo español.

obra que se posiciona en esta tendencia es Cyclops [21], de Mark Napier⁵⁶. Mark Napier comienza a hacer arte utilizando procesos informáticos y digitales volviendo así a la cuestión que había preocupado desde la época de las vanguardias sobre el replanteamiento del concepto de arte, posicionándose así como uno de los pioneros del net art.. Cyclops se compone de una serie de fotografías de rascacielos neoyorkinos cuya estructura pone a prueba en las imágenes a través de procesos digitales. En sus fotografías estos rascacielos están en continua construcción y deconstrucción dejando a la vista su estructura más interna a través de las líneas de su construcción, mostrando diferentes perspectivas, prestando atención a los materiales de los que está fabricado el edificio, todo esto a través de procesos digitales. Al igual que muchos artistas del siglo XXI, Napier desarrolla sus trabajos tanto en fotografía como en video.

Otro artista destacado del siglo XXI es Nick Knight⁵⁷, que realiza fotomontajes deconstruyendo rostros humanos [22] a través de la yuxtaposición de diferentes imágenes y también la retirada de material fotográfico de algunas imágenes. A partir del año 2000 experimenta con las técnicas de deconstrucción de la imagen tanto en fotografía como en video, realizando algunos trabajos de publicidad y video arte.



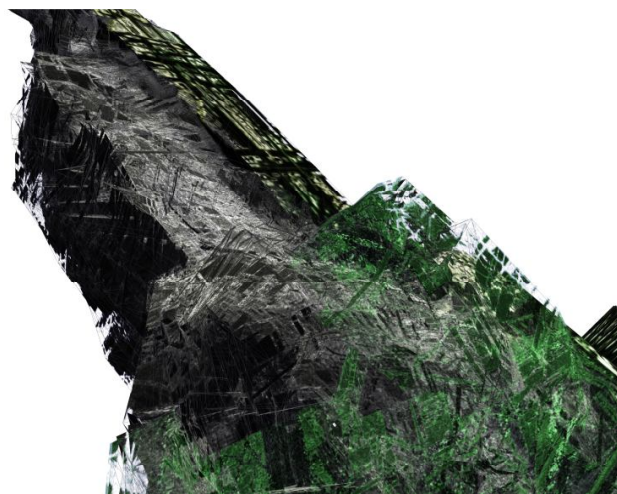
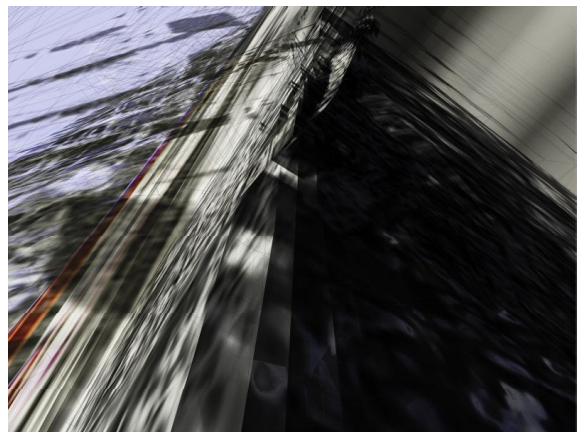
[19] La fragua de Vulcano, de Joan Fontcuberta (1994).

⁵⁶ Artista pionero en la corriente del net art.

⁵⁷ Fotógrafo y editor web británico.



[20] Memoria, de Iñigo Royo (1988).



[21] Fotografías de la serie Cyclops, de Mark Napier (2006).



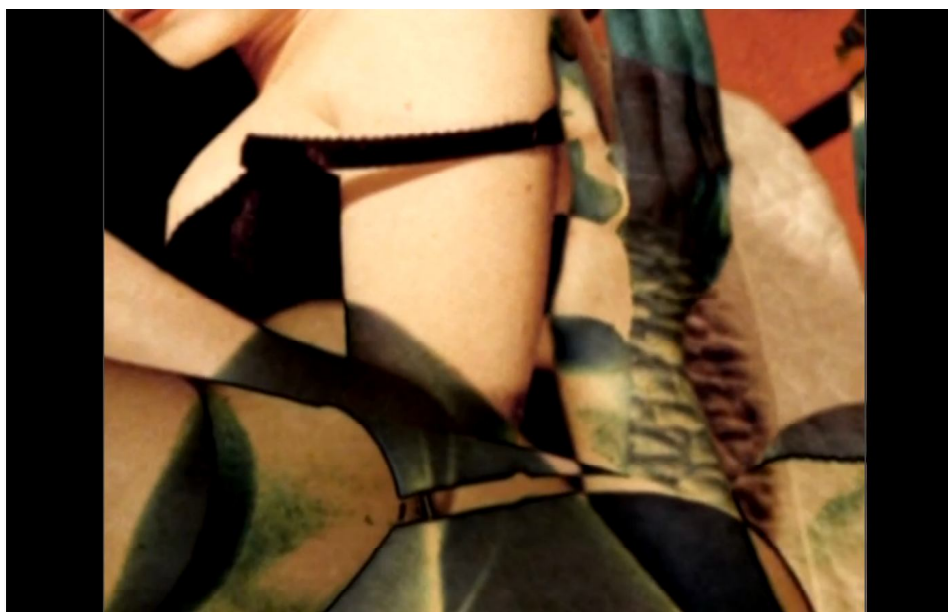
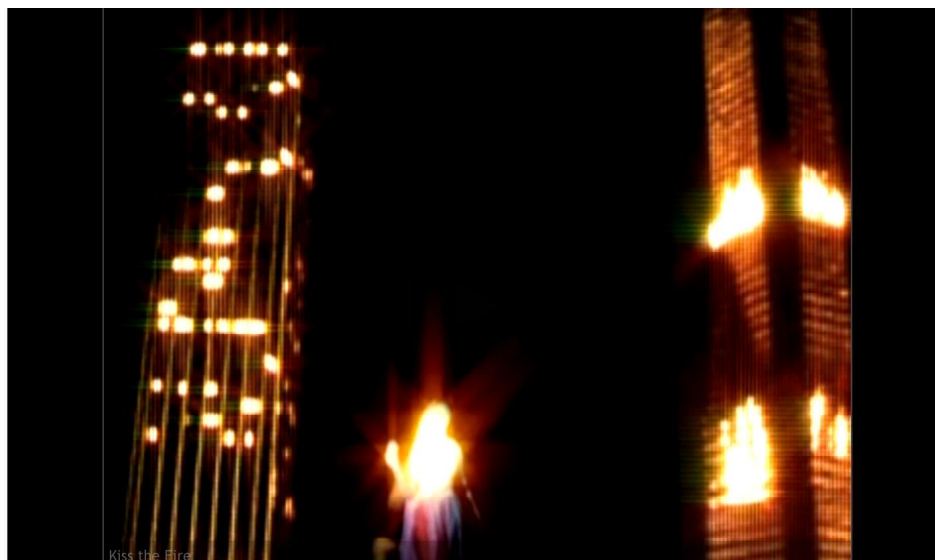
[22] Sweet, de Nick Knight (2000).

Con la llegada del digital muchos artistas han visto la oportunidad de continuar en sus obras las premisas de los vanguardistas y seguir experimentando en el campo de la representación y la deconstrucción de las imágenes. Con la llegada de la era digital muchos artistas optaron por exprimir estos recursos estéticos en la imagen en movimiento. Surgen así videoartistas que deconstruyen la imagen en sus videos dando lugar a una nueva representación de la realidad que viene de la época de las vanguardias. Una de las artistas más actuales en España que se dedica en sus últimos trabajos a la deconstrucción de la imagen en movimiento es María Cañas⁵⁸. Los trabajos de María Cañas se caracterizan por el uso de la técnica del found footage, el montaje de imágenes de archivo de diferente procedencia con las que, a partir de su descontextualización, se propone una nueva historia. Además, en algunos de sus últimos trabajos como Kiss the fire [23] o kiss the murder [24], utiliza técnicas visuales de deconstrucción de la imagen explorando así el potencial de la imagen por sí misma a la hora de configurar una nueva realidad para el espectador. En estas dos obras se hace uso del collage y el fotomontaje de la imagen en movimiento a través de la composición multicapa. También deconstruye la imagen en colores, luces y líneas, o provocando una visión doble de los elementos como se puede observar en kiss the murder. María Cañas no solo deconstruye la imagen como tal, la estructura de la imagen que ha sido grabada previamente, sino que también deconstruye los significados haciendo uso de fragmentos de las obras de otros artistas, y realiza una deconstrucción de los géneros cinematográficos para dotarlos de un nuevo significado. El trabajo de María Cañas es un trabajo metalingüístico, innovador con el propio medio.

En la misma línea del trabajo de María Cañas con la deconstrucción en video y el uso de la técnica del found footage se encuentra Virgil Wildrich⁵⁹ con su obra Fast Film [25] del 2003. En esta obra se contruye una historia clásica a partir de imágenes conocidas de la historia del cine con las que se compone un collage audiovisual a lo largo de todo el filme. La historia se compone superponiendo imágenes de diferente procedencia y estableciendo un nexo de unión entre todas ellas a través del montaje y la composición multicapa. Las imágenes escogidas de otras obras son deconstruidas tanto semántica como formalmente, y la unión de todos los fragmentos da lugar a una nueva estructura. En el resultado están claramente diferenciados cada uno de estos fragmentos, por lo que es sencillo proceder a su análisis.

⁵⁸ María Cañas. Videoartista Sevillana. Premio a mejor película en el Festival Márgenes 2013 con *Sé villana. La Sevilla del diablo*.

⁵⁹ Virgil Wildrich: Director y productor cinematográfico y artista multimedia.



[23] Plano de kiss the fire, de María Cañas (2007)

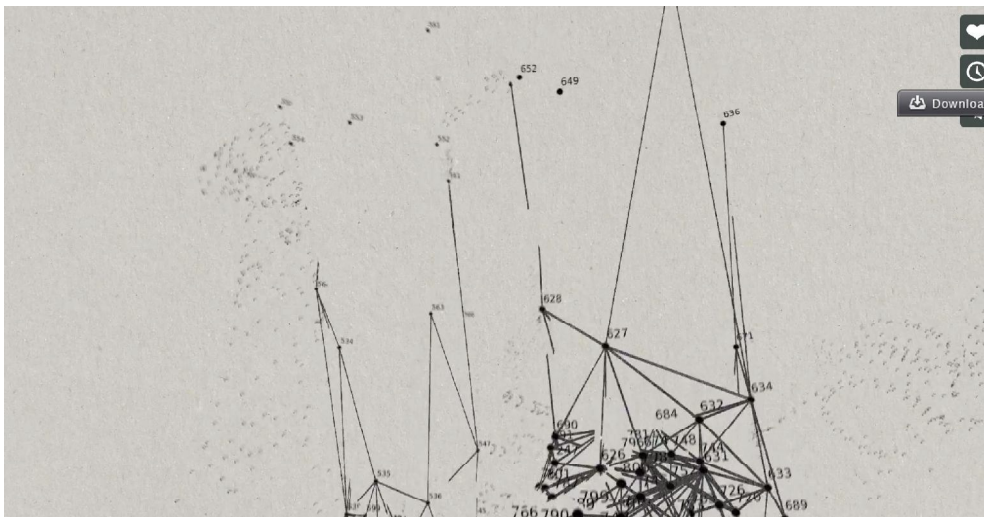


[24] Planos de kiss the murder, de María Cañas (2008).



[25] Planos de Fast Film, de Virgil Wildrich (2003).

Aunque la deconstrucción de las imágenes en la actualidad está más ligada al ámbito del videoarte y el cine experimental, también se ha extendido esta práctica al terreno de los videoclips. Un ejemplo interesante es el videoclip para la canción my number [26] del grupo Foals, dirigido por Christopher Barrett⁶⁰ y Luke Taylor⁶¹. En este videoclip las figuras se descomponen en números cuya unión revelaría la estructura de los elementos, como los juegos infantiles en los que se dibuja a través de la unión de esos números. Otro ejemplo interesante es el videoclip para la canción Bloc Party [27], de Ratchet, dirigido por Cyriak⁶². En este videoclip se produce una deconstrucción de las personas que aparecen en él, componiendo los fragmentos en un orden distinto dando lugar a un collage audiovisual.

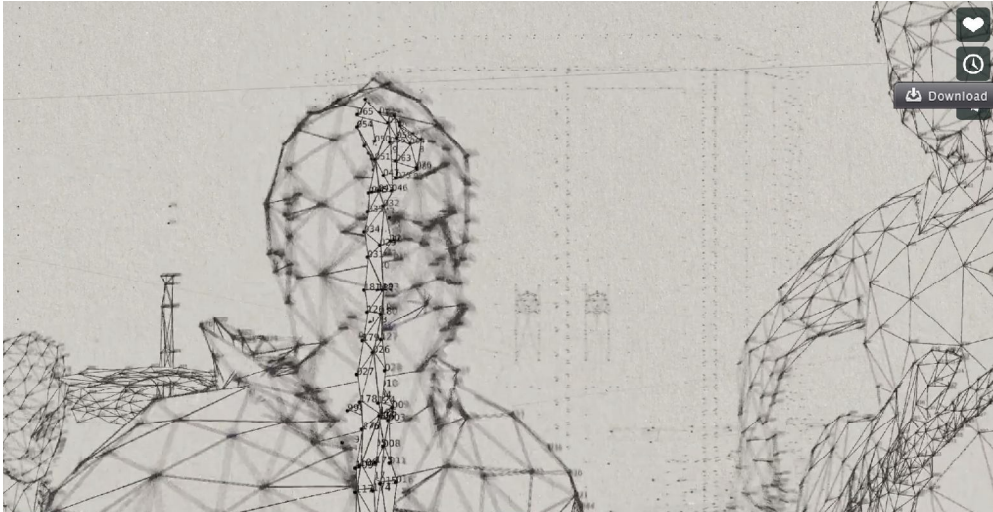


[26] Fotogramas videoclip My number, dirigido por Christopher Barret y Luke Taylor (2013).

⁶⁰ Christopher Barrett: director y productor cinematográfico.

⁶¹ Luke Taylor: director y productor cinematográfico. Junto con Christopher Barrett forma el grupo US, empresa de realización de videoclips.

⁶² Animador británico.



[26] Fotogramas videoclip My number, dirigido por Christopher Barret y Luke Taylor (2013).



[27] Fotogramas del videoclip Bloc Party, dirigido por Cyriak (2013).



[27] Fotogramas del videoclip Bloc Party, dirigido por Cyriak (2013).

REFERENTES VISUALES

[1] Collage Merced river, de Hockney:

http://www.hockneypictures.com/photos/photos_collages_02_large.php

[2] Variaciones de cubos incompletos, de Sol Lewitt:

http://restoringpublicpossessions.files.wordpress.com/2011/08/lewitt_lg.jpg?w=342&h=398

[3] Una y tres sillas, de Kosuth:

http://fernandoaviles.com/wp-content/uploads/image/2009/11/2429833987_f3570b6760_o.jpg

[4] Splitting: four corners, de Gordon Matta Clark:

<http://metopal.com/wp-content/uploads/2011/12/splitting.jpg>

[5] Local expositor de Best Products del centro comercial de California Arden Fair:

<http://cdn2.all-art.org/Architecture/images20/405.jpg,%20http://cdn2.all-art.org/Architecture/images20/405.jpg>

[6] Museo Guggenheim, de Frank Gehry:

http://es.wikipedia.org/wiki/Museo_Guggenheim_Bilbao#mediaviewer/Archivo:Guggenheim-bilbao-jan05.jpg

[7] Museo de arte Weisman de Minnesota, de Frank Gehry:

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/41/Weisman_Art_Museum.jpg

[8] La casa danzante de Praga, de Frank Gehry:

http://es.wikipedia.org/wiki/Casa_Danzante#mediaviewer/Archivo:Prag_ginger_u_fred_gehry.jpg

[9] Publicidad de la DDB para Volkswagen:

<http://www.edwinhimself.com/blog/2010/11/14/classic-volkswagen-ads-by-doyle-dane-bernbach/>

- [10] Publicidad de la DDB para Volkswagen:
<http://notes.andrewromano.net/post/66582573/toasted>
- [11] Cartel para Dunlop, de Savignac:
<http://www.gophoto.it/view.php?i=http://www.lesartsdecoratifs.fr/local/cache-gd2/1c717d401e459598f8a2f94ff7a7f552.jpg>
- [12] Cartel fête des pères, de Savignac:
http://37.media.tumblr.com/tumblr_m9uub3yT5D1qmw1oho1_1280.jpg
- [13] Coca-cola, de Vostell:
http://www.gophoto.it/view.php?i=http://depixelesybits.files.wordpress.com/2013/06/01-18_vostell_wolf_coca_cola_1961_decollage_210x310.jpeg#.U5irbl1_udl
- [14] Cinemascope, de Mimmo Rotella:
http://artuzel.com/sites/default/files/styles/art_slider/public/%D0%9C%D0%B8%D0%BC%D0%BC%D0%BE%20%D0%A0%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B0%20Cinemascope,%201962.jpg?itok=FZiAk0WR
- [15] Office baroque, de Gordon Matta-Clark:
<http://fundacionhelgadealvear.es/wp-content/uploads/2011/01/13.jpg>
- [16] Water Stop, de Rauschenberg:
http://www.tate.org.uk/art/images/work/P/P07/P07444_10.jpg
- [17] Collage de la serie Scenarios, de Rauschenberg:
<http://www.re-title.com/public/artists/2007/1/robert-rauschenberg-1.jpg>
- [18] Collage de la serie Desert Cantos, de Richard Misrach: Bañuelos Capistrán, Jacob. 2008. *Fotomontaje*. Editorial Cátedra.
- [19] La fragua de Vulcano, de Joan Fontcuberta:
<http://ezagutubarakaldo.barakaldo.org/cihma/Image/erakusketak/fontcuberta.jpg>
- [20] Memoria, de Iñigo Royo: <http://www.royoyarantegui.com/inigo/memoria.html>
- [21] Cyclops, de Mark Napier: http://potatoland.org/cyclops/prints_sept_2006/
- [22] Sweet, de Nick Knight: <http://nickknight.com/main.html>
- [23] Kiss ther fire, de María Cañas:
<http://www.margenes.org/index.php/muestras-y-estrenos/29-cinemateca/muestras-y-estrenos/mar%C3%ADa-ca%C3%B1as/225-kiss-the-fire-2.html>
- [24] Kiss the muder, de María Cañas: http://www.youtube.com/watch?v=gA_GHEKIZO4
- [25] Fast Film, de Virgil Wildrich: <http://vimeo.com/18666211>
- [26] [27] My number, de Christopher Barrett y Luke Taylor; Bloc party, de Cyriak:
<http://onandupon.com/mejores-videos-del-2013-parte-2/>

5. LA DECONSTRUCCIÓN EN LA FASE DE POSTPRODUCCIÓN.

A finales del siglo XX y comienzos del XXI las nuevas herramientas digitales facilitan la manipulación tanto de imágenes estáticas como de imágenes en movimiento. Se abren paso nuevas técnicas con las que resulta más sencillo y más rápido realizar procedimientos de manipulación de la imagen como corrección de color, efectos visuales... De la misma forma, las técnicas manuales que tradicionalmente habían utilizado los artistas en la deconstrucción de sus pinturas, sus fotografías o sus videos son desarrolladas y renovadas por la tecnología digital. Nacen diversos programas informáticos que ofrecen nuevas posibilidades tanto técnicas como creativas en fotografía y video. En las últimas décadas, con el avance tecnológico, los artistas vuelven a ver una oportunidad para definir nuevas formas de representación a partir de la deconstrucción de las imágenes y los elementos puestos en ellas.

Con el arte digital se da un paso más allá en lo que había supuesto la deconstrucción en las imágenes en las corrientes artísticas del último siglo. Con el arte digital se comienza a realizar una deconstrucción sobre la estructura, no de los elementos que forman la imagen, sino de la propia imagen. Aparece así una estética denominada glitch, que pone de manifiesto los errores digitales de la imagen con un uso estético, dejando a la vista las piezas que conforman una imagen digital. Con el glitch continua la afirmación de los vanguardistas de un arte imperfecto que rompe con el ideal de belleza clásico, un arte que no es invisible y que deja a la vista las herramientas y los materiales utilizados. Al igual que las vanguardias, la estética glitch nace como una forma de experimentación acerca de los modos de representación de la imagen digital. Al tratarse de obras realizadas con medios informáticos y digitales, adquieren relevancia la fotografía y el video. Tanto en fotografía como en video se empieza a experimentar con la deconstrucción de las imágenes por medio de la manifestación de los errores digitales. Pero el término experimentación no significa que no hubiese una determinada intención, todo lo contrario, la experimentación llevada a cabo en el terreno del net art es una experimentación meditada. Al igual que en la experimentación llevada a cabo por las vanguardias artísticas, el net art prevé unos resultados determinados y no cualquier efecto. Uno de los ejemplos más actuales de esta tendencia estética es el videoclip dirigido por Nabil Elderkin⁶³ para la canción de Kanye West welcome to heartbroken [1]. El videoclip en su totalidad es una muestra de la tendencia glitch, todas las imágenes grabadas previamente están retocadas digitalmente mostrando una imagen con errores, simulando una baja resolución del video y la deconstrucción de la imagen en píxeles.

La deconstrucción de las imágenes en movimiento es posible principalmente gracias a la composición multicapa. Realmente la composición multicapa facilita la fusión de diferentes imágenes en un mismo plano otorgándoles carácter de unidad. Pero dentro de la composición multicapa existen diferentes herramientas que realizan el proceso inverso. Es decir, herramientas que descomponen la imagen en capas, tratando a cada uno de sus elementos por separado. Con la composición multicapa, que se realiza a través de programas de composición y efectos visuales, se puede trabajar una imagen de múltiples maneras, separando elementos y yuxtaponiéndolos a otras imágenes o a fragmentos de otras imágenes. Estos programas tienen diversas herramientas con las que trabajar la deconstrucción. Uno de los resultados que se puede obtener de la deconstrucción de la imagen en movimiento es el video collage. La técnica del collage ya existía a principios del siglo XX, y volvió a tomar fuerza en la década de los 50 con el Pop art, en las artes plásticas y en fotografía. Pero, con el desarrollo de las técnicas digitales, el collage vuelve a adquirir relevancia en trabajos de fotografía y video, donde aparece el video collage. Aunque muchos autores hablan de video collage y found footage para referirse a lo mismo, aquí se distinguen ambos conceptos. El found footage consiste en la yuxtaposición de imágenes de distinta procedencia pero no en el mismo plano, sino una detrás de otra. En este

⁶³ Fotógrafo y director de cine y videoclips norteamericano.

sentido se puede mencionar a María Cañas o a Nam June Paik⁶⁴. Aunque los trabajos de ambos son principalmente de found footage, compuestos por imágenes de archivo que se suceden una detrás de otra formando una historia, también se encuentran algunos momentos en los que la deconstrucción de la imagen se encuentra en un mismo plano, dando lugar a un collage [2].

Máscaras

A la hora de realizar la deconstrucción de la imagen en movimiento la herramienta básica son las **máscaras**. Con esta herramienta se puede trabajar de la misma forma en la que trabajaban tradicionalmente los artistas a la hora de componer sus collages. Recortando y uniendo, pero esta vez a través del ordenador. Con la máscara se puede seleccionar una determinada parte de la imagen con el fin de aislarla del resto y yuxtaponerla con otras imágenes. Una vez que se aísla una parte de la imagen del resto de elementos, ese fragmento seleccionado se puede manipular de manera independiente, ya es una imagen por sí misma. Esta es la técnica más básica de deconstrucción de la imagen en la fase de postproducción. Un ejemplo del resultado que se puede obtener a través de las máscaras es el del spot de mixta [3], en el que a través de las máscaras se parte la pantalla en tres partes para mostrar tres imágenes diferentes en el mismo plano. Otras herramientas con las que se puede deconstruir una imagen que ha sido grabada con una cámara son el croma, el matte painting o la rotoscopia.

Croma

Con el **croma** se selecciona una parte de la imagen y se eliminan otras, que se sustituyen con imágenes nuevas. Lo que realmente hace el croma es crear una máscara, en la que se selecciona la parte de la imagen que quedará opaca y la que quedará transparente, es decir, establece un canal alfa. De esta forma se fragmenta la imagen, eliminando la parte de ella que no interesa que quede en el resultado final de la composición. Lo más habitual es que se grabe al actor sobre un fondo verde o azul, que en la fase de postproducción será sustituido por otra imagen en la que quedará integrado el personaje. Pero el mismo proceso se puede hacer utilizando el verde no solo como fondo, sino para cubrir cualquier parte de la imagen que se quiera sustituir por otra. Por ejemplo, determinadas partes del cuerpo del actor pueden ser cubiertas por un tejido verde que haría de croma para sustituir las en postproducción por otras imágenes. De esta forma se puede llevar a cabo la deconstrucción de determinados elementos de la imagen a través del uso del croma.

Matte painting

Algo parecido se hace con el **matte painting**. Con esta técnica se realizan máscaras sobre una imagen, pero esta vez no para preservar el material que queda dentro de la máscara, sino para eliminarlo. La máscara convierte esa área en transparente, y ahí es donde se inserta una imagen diferente para realizar una composición ficticia. La técnica de matte painting se utiliza normalmente para la recreación de escenarios. Durante el siglo XX la técnica de matte painting se ha realizado de forma manual, pintando los decorados que iban a formar parte de la película. Pero a partir de la década de los 90, con el desarrollo digital, los escenarios son recreados por ordenador uniendo digitalmente varias imágenes. Al igual que el croma, esta es una técnica que se ha usado habitualmente para integrar los actores grabados en un fondo que no estaba en la grabación. Pero la técnica del matte painting puede ser utilizada para sustituir cualquier parte de la imagen consiguiendo el resultado deseado.

⁶⁴ Compositor y videoartista surcoreano.

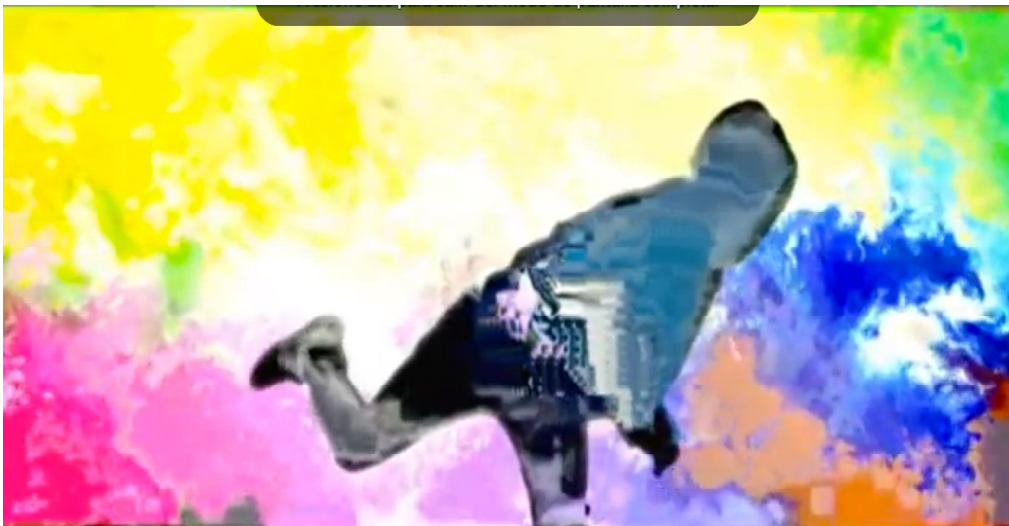
Rotoscopia

Por último, la **rotoscopia**. La rotoscopia es una técnica inventada por Max Fleischer⁶⁵ en 1914. Antes de la era digital, la rotoscopia era un procedimiento manual con el que se capturaba el movimiento de un actor, normalmente para realizar trabajos de animación. A partir de la grabación del actor, cada fotograma se redibujaba a mano para dotar al personaje del mismo movimiento. La rotoscopia es una técnica que consiste principalmente en reemplazar cada fotograma de la grabación por dibujos. Con la era digital se han desarrollado programas con los que realizar trabajos de rotoscopia o captura del movimiento con una mejor calidad en su acabado. La rotoscopia permite definir el movimiento del personaje, descomponerlo, como a principios del siglo XX hacían con la fotografía Muybrigg y Marey. Pero también es un proceso por el que se pueden separar los diferentes elementos de la imagen, aislar la figura del fondo. Con esta técnica se realiza una división de la imagen por capas, de modo que cada uno de los elementos puede ser manipulado de manera independiente. Redibujando los fotogramas, además de capturar el movimiento se puede deconstruir la imagen escogiendo qué elemento de ella, qué textura, qué color... quedará en el resultado final. De esta forma se pueden reducir los elementos grabados a siluetas, contornos o colores. La rotoscopia nació como una técnica de captura del movimiento para realizar trabajos de animación. Pero con la era digital y el desarrollo de software especializados las aplicaciones de la técnica de rotoscopia aumentan. Esta técnica puede ser muy útil a la hora de integrar elementos procedentes de diferentes imágenes en un mismo plano, tanto a la hora de realizar video collage como de recrear escenarios imposibles de filmar. Un ejemplo de publicidad que recurre a la rotoscopia es el anuncio del perfume de Guerlain [4]. En este caso todos los elementos del spot están dibujados a través de la técnica de la rotoscopia. Esta técnica permite que algunos de los elementos del spot se deconstruyan como es el caso del plano en el que un collar de perlas se fragmenta para formar la figura de la torre Eiffel.

Además de estas técnicas específicas que requieren un trabajo manual por parte del editor, los programas de composición multicapa y efectos visuales también tienen efectos predeterminados que pueden servir para llevar a cabo la deconstrucción de la imagen. Estos efectos, como por ejemplo los diferentes plugins de partículas de after effects, son efectos configurados previamente para realizar la deconstrucción de la imagen. Aunque están configurados, es posible manipularlos para poder personalizar el efecto. Con ellos la imagen a la que se le aplica el efecto se descompone en partículas, con la forma, la cantidad y el movimiento deseado. Actualmente, con el desarrollo de software especializados, aumentan las posibilidades de manipulación y deconstrucción de la imagen en movimiento.

Todas estas técnicas se pueden combinar en el mismo trabajo para conseguir el resultado deseado. Las técnicas anteriores son principalmente pertenecientes a la imagen 2D, pero también es posible trabajar la deconstrucción de la imagen a través de la animación 3D. Es el caso del spot para la marca Citroën de 2007 [5] [6], en el que a través de la animación 3D se conseguía deconstruir el coche anunciado en todas sus piezas y transformarlo en un robot. Aquí la animación 3D se combinaba con la captura del movimiento de un actor para dotar al robot de mayor realismo. Una vez realizada la combinación de la animación del robot en 3D con el movimiento del actor, se hace la combinación de imágenes que dan lugar al resultado final. El robot se incluye en un fondo recreado virtualmente. En este ejemplo, a partir del modelado 3D se logra deconstruir la estructura inicial del objeto para dar lugar a un objeto nuevo.

⁶⁵ Uno de los pioneros en la creación de dibujos animados.



[1] Fotogramas del videoclip welcome to heartbroken, de Nabil Elderkin (2009).



[2] Fotogramas de Global Groove, de Nam June Paik (1973).



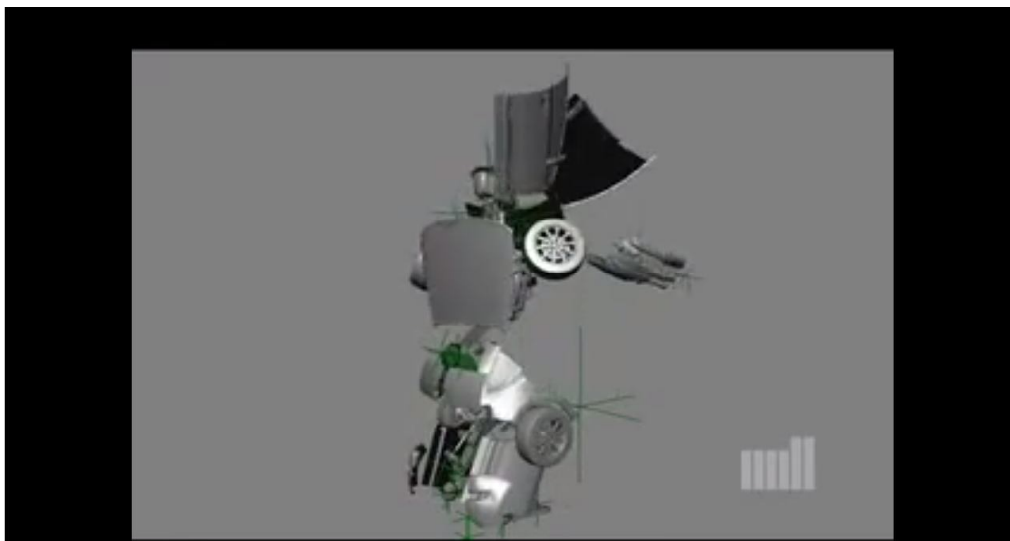
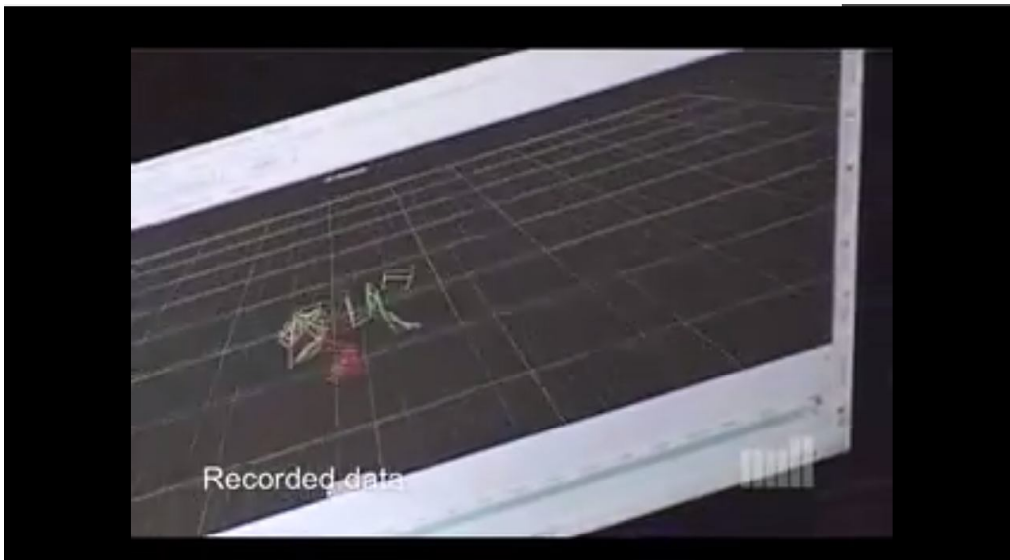
[3] Fotogramas spot Mixta.

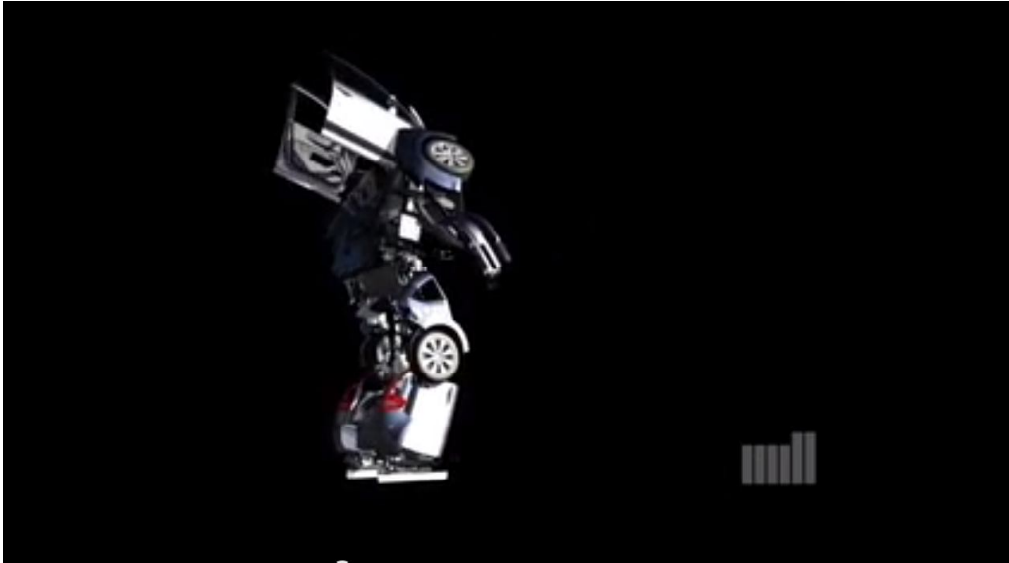


[4] Fotogramas spot de Guerlain.



[5] Fotogramas spot citroen.





[6] Imágenes making off spot citroen.

REFERENTES VISUALES.

[1] Fotogramas del videoclip welcome to heartbroken, de Nabil Elderkin (2009):

<http://www.youtube.com/watch?v=wMH0e8kIZtE>

[2] Fotogramas de Global Groove, de Nam June Paik (1973):

<http://www.youtube.com/watch?v=lnLcRXfd3NI>

[3] Fotogramas spot Mixta:

<http://www.youtube.com/watch?v=q3MxL4yRmaY>

[4] Fotogramas spot de Guerlain:

<http://www.youtube.com/watch?v=Js5ZzrcdYPw&list=TLqkwUkqzu0YoemjDaDgEGKGHfX542wt7>

[5] Fotogramas spot citroen: <https://www.youtube.com/watch?v=y66TJ2I8I6I>

[6] Imágenes making off spot citroen: https://www.youtube.com/watch?v=pmOi_cl5hH0

6. APLICACIÓN DEL CONCEPTO DE DECONSTRUCCIÓN EN EL ÁMBITO DE LA PUBLICIDAD TELEVISIVA.

En los últimos años muchos trabajos que usan el video como base se han servido de las nuevas tecnologías digitales para otorgar a sus obras un mayor espectáculo visual. Tanto en cine, como en video arte, incluso en espacios televisivos se han empezado a utilizar, a veces de forma exagerada, los efectos visuales que facilitan el desarrollo digital tanto en video como en fotografía. Es también el caso de la publicidad, que cada vez le otorga una mayor relevancia a la imagen. A comienzos del siglo XXI la publicidad televisiva ha cargado sus trabajos de efectos visuales y técnicas digitales de postproducción con las que hace más atractivo el producto que intenta vender.

El concepto de deconstrucción desarrollado por los artistas de las primeras vanguardias y las técnicas aplicadas al mismo surgidas en la era digital son utilizadas en la actualidad en la publicidad televisiva con diferentes funciones. Hay casos en los que la deconstrucción de la imagen o de los elementos que conforman la imagen se usa con un fin estético, como una forma de representación atractiva del producto anunciado o para otorgarle un carácter de espectacularidad a la imagen. Pero, en otras ocasiones, el producto anunciado se deconstruye en el spot con otros fines como el de representar las características del producto o mostrar la estructura que lo forma. El concepto de deconstrucción en la publicidad televisiva se utiliza de una u otra forma dependiendo de qué característica del producto es a la que se le quiere dar mayor relevancia.

A continuación se analiza el concepto de deconstrucción dentro de la publicidad televisiva en relación a la publicidad de unos productos en concreto, en los que en los últimos años es habitual encontrar esta técnica a la hora de representar el producto. Estos sectores son, principalmente, el automovilismo, las bebidas, los cosméticos y los productos de salud.

Automovilismo:

En los últimos años han proliferado los anuncios de marcas de coche en los que se hace uso de la animación 3D. Antes de comenzar a utilizar las técnicas de postproducción para llevar a cabo la deconstrucción de los elementos, ya existían anuncios relacionados con el sector del automóvil que hacían uso de la deconstrucción de una manera manual. Un buen ejemplo de esto es el spot de Honda de 2004 [1], donde aparecen las piezas del coche por separado formando el producto en un juego de sincronización de movimientos. En este spot se hace referencia al arte del siglo XX al mostrar una representación de los móviles de Calder⁶⁶ con los cristales del coche colgando de alambres. Otro ejemplo interesante, que aborda más el concepto de reconstrucción que de deconstrucción, es el spot de Nissan de 2012 [2].

Después otras marcas utilizarían las herramientas de postproducción para llevar a cabo la misma idea, pero con los medios digitales las posibilidades se multiplican. En algunos casos se utiliza la animación 3D y la captura del movimiento para convertir los coches en robots. Estos spot ponen de manifiesto con estas técnicas de postproducción y efectos visuales la modernidad y el avance tecnológico de sus productos, y usan para ello el robot, que es la imagen de la modernidad. Es el caso de los spots realizados a partir de 2005 para el modelo de citroen c4 [3]. La cualidad a la que el spot le otorga relevancia es la tecnología de la que está hecha el producto. A partir de aquí se han realizado diversos spot para la marca citroen en los que se muestra la última tecnología de la que disponen estos vehículos a través de la imagen del robot. Es el caso del spot realizado también para el modelo de citroen c4 en el año 2007 en Francia [4]. El eslogan de este spot era “*vous n’imaginez pas tout ce que citroen peut faire pour vous*” (“no puedes imaginar todo lo que citroen puede hacer por ti”). En este caso las cualidades que se anuncian del nuevo modelo de citroen son su sistema de frenado, la dirección asistida y el control dinámico de estabilidad. Para ello el coche

⁶⁶ Escultor estadounidense, conocido por la creación del móvil y por ser el precursor de la escultura cinética.

aparece en la nieve, un terreno difícil para la conducción. Para mostrar la habilidad del coche en estas circunstancias el vehículo es transformado en un robot que atraviesa el terreno sin ningún problema. La cualidad que se representa con ello es que ese coche supera fácilmente todas las dificultades de conducción y de forma segura, lo que se muestra en los movimientos concisos y decididos de robot que se logran gracias a la captura del movimiento de un actor. En ambos casos se realiza una metáfora con la imagen del robot, con lo cual se le atribuyen al coche cualidades como la precisión, la modernidad, la tecnología, el progreso...

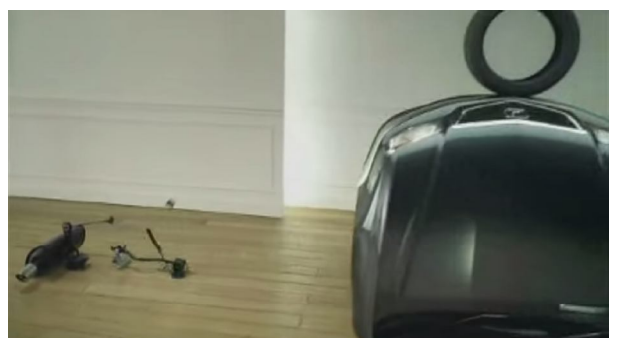
Hay otros casos en los que la deconstrucción en la publicidad de automóviles se usa para mostrar las piezas de las que está fabricado el vehículo, normalmente para subrayar la calidad técnica del producto. Este es el caso del spot del Ford CMax [5] en el que el vehículo anunciado se va formando poco a poco, dejando visibles todas las piezas que lo componen. El mensaje que se transmite en este spot es que el coche está fabricado con piezas de calidad y con la última tecnología. Además, otra característica que pone de manifiesto el spot es que un coche de esa calidad está al alcance de cualquiera. Esto está representado con el hecho de que sea el propio comprador del vehículo el que lo va formando en el spot.

El caso del spot para la marca Audi [6] cuya representación se basa en el cubo de rubik es uno más en el que la deconstrucción del coche anunciado pone de manifiesto la calidad técnica del vehículo. En este caso la imagen acompaña al eslogan del spot, "*effizienz-technologie, intelligent kombiniert*" ("tecnología de eficiencia, combinada de forma inteligente"). La representación del cubo de rubik está relacionada directamente con el mensaje, ya que el eslogan no solo pone de manifiesto la calidad técnica de las piezas que forman el producto, sino que además lo que le otorga calidad al producto es la combinación inteligente de todas esas piezas. Para ello se representa un cubo de rubik cuyas caras contienen las piezas del vehículo. Estas se van moviendo a la vez que las piezas del vehículo encajan, formando finalmente el vehículo anunciado.

La publicidad televisiva para marcas de coches se divide principalmente en dos grupos según el tipo de mensaje que transmite. En los casos anteriores la publicidad se basaba en exaltar las cualidades técnicas del vehículo. Pero hay otros casos en los que se alude a la parte más emocional para persuadir al posible comprador. Es el caso del spot que se realizó en 2006 para el modelo Audi RS4 [7] y el spot de la marca Honda [8] cuyo eslogan es "*the power of dreams*" ("el poder de los sueños"). En el primer caso aparecen las piezas del coche dibujadas realizando movimientos para encajar las unas con las otras. La imagen es monocromática. Esto, junto a los sutiles movimientos de las piezas y el acompañamiento sonoro constituyen una llamada emocional para el espectador. Aunque este spot tiene como función esencialmente llamar la atención al espectador a través de la emoción, no deja de mostrar la calidad técnica del producto. La imagen, tanto los dibujos como el movimiento, se asemeja al engranaje de un reloj. Por ello transmite calidad, precisión. En el segundo caso el eslogan es claro, "*el poder de los sueños*". Con un juego de manos alguien va transformando diferentes juguetes en vehículos de todo tipo, desde un coche hasta un avión. El mensaje que transmite el spot es el de poder cambiar tu vida gracias a un vehículo de la marca honda. En estos dos casos el spot no está vendiendo un coche, está vendiendo emociones.

La deconstrucción en publicidad se ha desarrollado principalmente en los últimos años en el terreno de la publicidad para automóviles. El empleo de esta técnica hace que se pueda mostrar el vehículo de una forma diferente, no tal cual es, sino tal como al cliente le gustaría que fuera. La publicidad de estos productos ha explotado la deconstrucción de los elementos de dos formas diferentes. Por un lado, para mostrar todas las piezas del coche por separado y así exaltar la calidad técnica del producto. Y, por otro lado, para la realización de juegos visuales en la imagen que logren persuadir al cliente mediante la apelación a sus emociones.

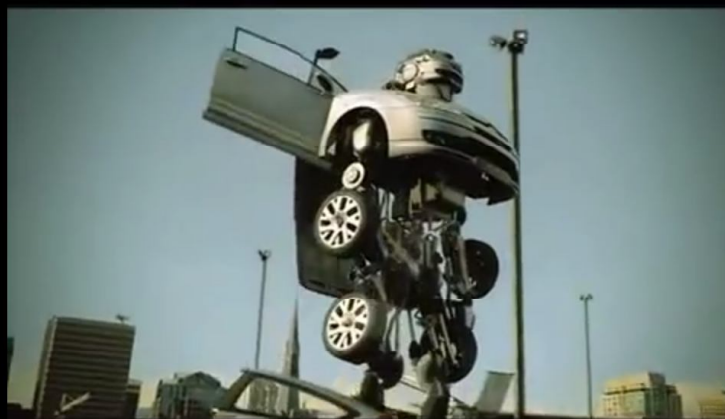
Aunque el ejemplo más llamativo, por la explotación de estos efectos visuales, puede ser la publicidad para marcas de automóviles, existen spots para otro tipo de productos que también hacen uso de estas técnicas de deconstrucción con diferentes propuestas.



[1] Fotogramas del spot de Honda (2



[2] Fotogramas del spot de Nissan (2012).



[3] Fotogramas del spot de citroen c4 (2005).

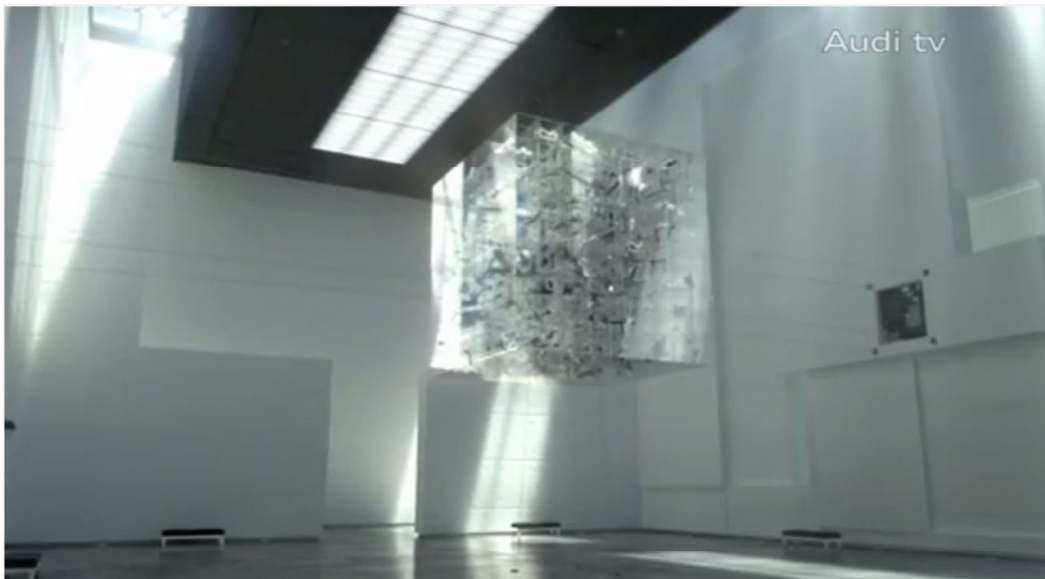
Région des Grands Lacs, Canada. Essais Citroën C4



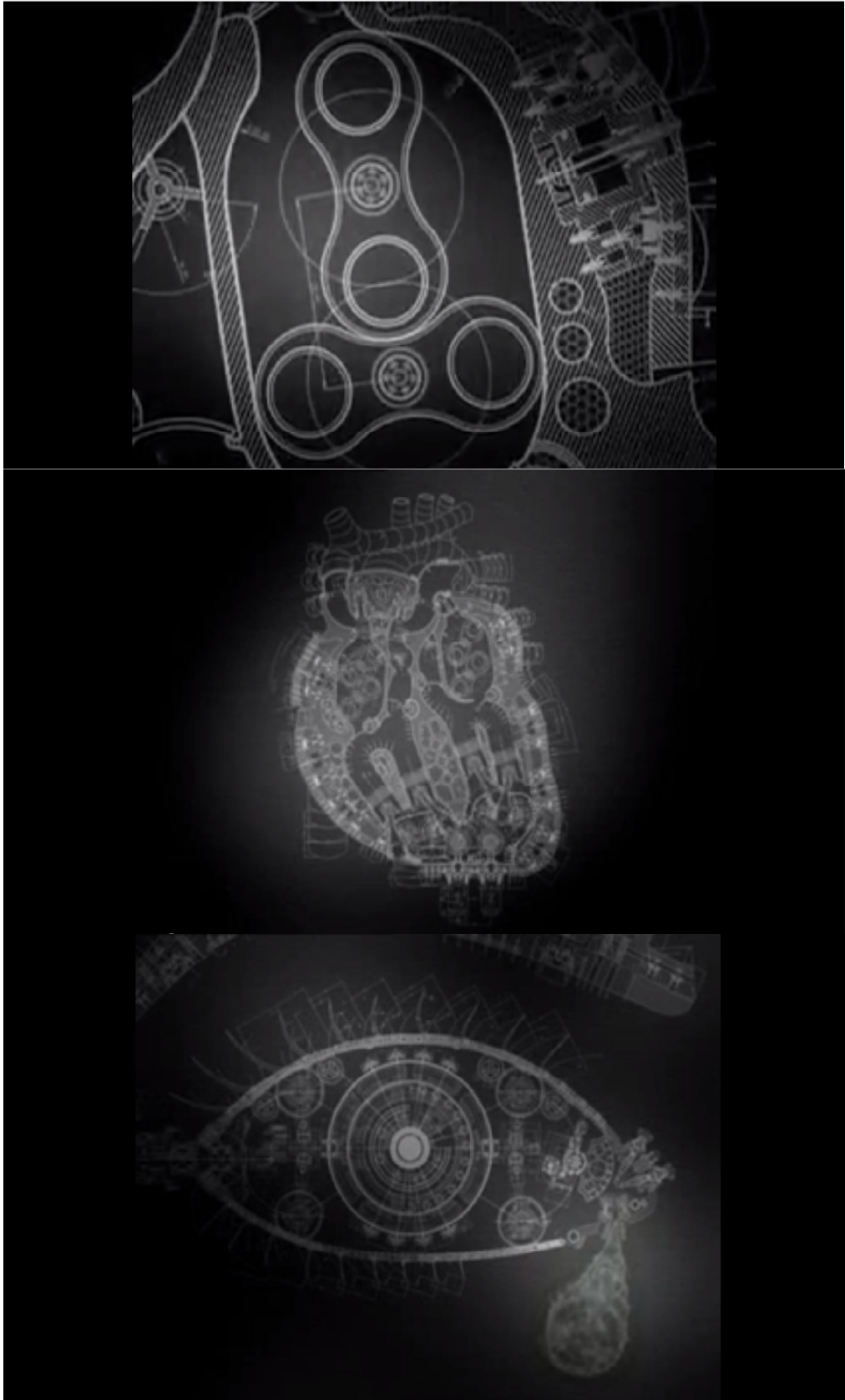
[4] Fotogramas del spot del citroen c4 (2007).



[5] Fotogramas del spot del citroen CMax (2013).



[6] Fotogramas del spot de Audi A4 (2009).



[7] Fotogramas del spot de Audi RS4 (2006).



[8] Fotogramas del spot de Honda (2013).

Bebidas

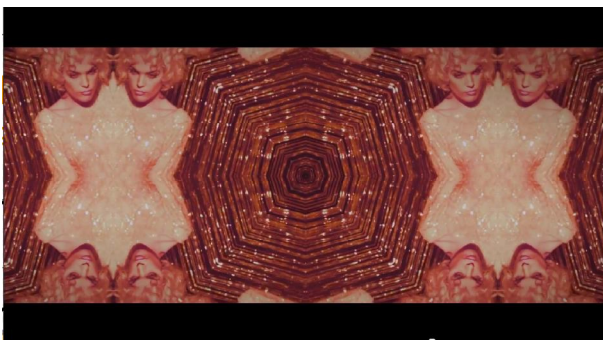
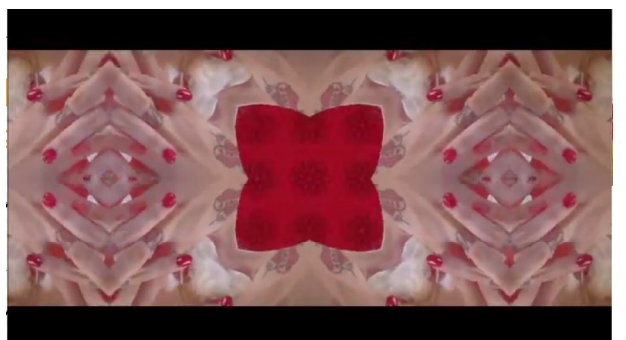
Otro caso en el que se encuentran trabajos realizados para publicidad televisiva con el uso de técnicas de deconstrucción es el de los spots de bebidas alcohólicas. En los ejemplos encontrados de estos spots que usan la deconstrucción de los elementos, esta se realiza de una manera diferente a como se realiza en los spots de marcas de automóviles. En estos la deconstrucción servía principalmente para mostrar la estructura que conformaba el producto anunciado, para representar la calidad de su estructura interna. En el caso de los spots para bebidas la deconstrucción no se usa para dar a conocer la estructura de la misma. Aquí la deconstrucción se utiliza más bien como una alternativa a la representación tradicional del producto, como una búsqueda por plasmar la imagen del producto de una manera más estética, mucho más visual y atractiva para el cliente. Por norma general, en la publicidad para bebidas alcohólicas lo que se vende no es la calidad del producto en sí, sino conceptos más abstractos como las emociones que le puede hacer sentir al cliente consumir ese producto. En este caso la deconstrucción sirve como un reclamo mucho más tentador que facilita la representación de esos conceptos abstractos, que no podrían ser captados directamente de la realidad con una cámara. Lo que se pretende en este tipo de spots a través de la deconstrucción es hacer visible aquellos conceptos que no lo son, pero que es necesario que lo sean para que el cliente se sienta tentado a consumir ese producto. Por supuesto, esto no se logra únicamente a través de la deconstrucción de los elementos. A esto se añade un determinado acompañamiento sonoro, una elección de la gama cromática... Todos esos elementos en su conjunto hacen posible transmitir ese tipo de mensajes a través de la publicidad. Pero en los spots analizados a continuación el principal elemento visual que conforma el anuncio es la deconstrucción. Un caso interesante de este tipo de publicidad son los spots realizados para la marca de whisky Four roses en la campaña "poker inspiration" [9] del año 2013. En estos spots aparecen varios elementos visuales de relevancia. En primer lugar, aparecen técnicas de deconstrucción de la imagen y también de desdoblamiento de los elementos que recuerda en ocasiones a algunos de los trabajos realizados por María Cañas. Pero, además de la deconstrucción, aparecen otros juegos visuales como el realizado por el espejo que es doblado por la actriz que protagoniza el spot, lo que hace que se deforme su imagen de manera manual, sin recurrir a la postproducción. También es importante señalar que se hace uso de la deconstrucción de significados a la que hacía referencia el capítulo 2 mencionando la deconstrucción de Jacques Derrida. En este spot no solo se deconstruyen los elementos que aparecen en el video, sino que además se deconstruye el significado y los símbolos de la tradicional baraja de póker. Algunos de esos elementos que varían su significado original también sirven para realizar la deconstrucción de la imagen. Es el caso del rombo, que aparece al comienzo del spot en el centro de la pantalla y que ayuda a deconstruir la imagen inicial para dar paso al siguiente plano. Además, también hay partes en las que no solo se deconstruye la imagen, sino que también se realiza una deconstrucción de la tipografía, al principio, cuando la imagen está formada por tipografía y esta se deconstruye con la aparición del rombo de la baraja de póker, y en la parte en que aparece la botella.

Otro caso en el que se usa la deconstrucción es el anuncio de Mixta ya mencionado en el capítulo anterior en referencia al uso de máscaras para llevar a cabo la deconstrucción en la fase de postproducción. En este caso la deconstrucción se utiliza para hacer visible la reacción que produce el producto en el consumidor. Al igual que en el caso anterior, se trata de mostrar visualmente las emociones, de apelar emocionalmente al posible consumidor. En el caso anterior se hacía mediante una imagen atractiva visualmente, con el uso de técnicas de postproducción que le aportaban espectacularidad a la imagen. En el caso del spot para Mixta se realiza para visualizar las diferentes reacciones que provoca el producto en un mismo plano.

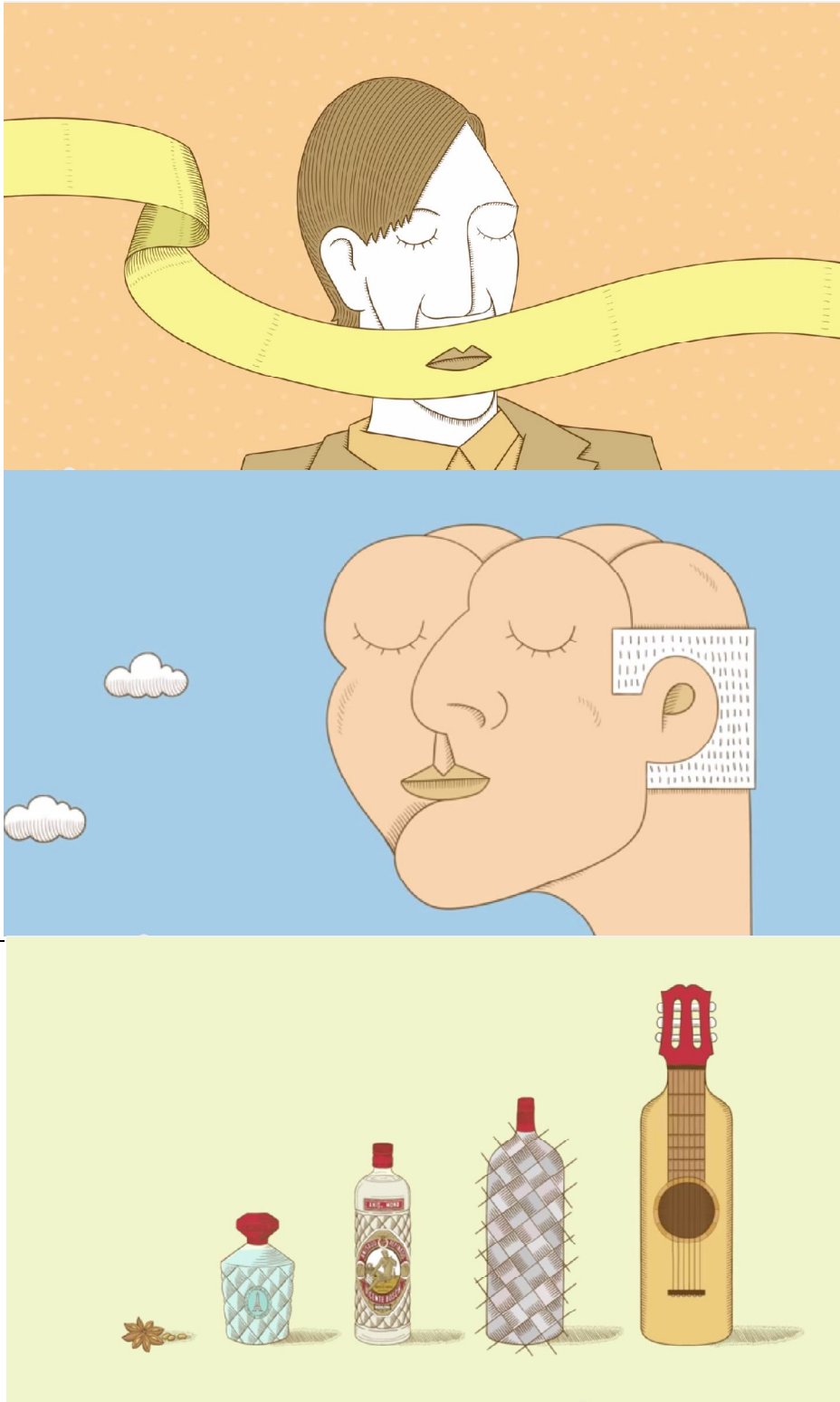
En el spot de 2013 para la marca de Anís del mono [10] se realiza la deconstrucción de los elementos a través de la técnica de la rotoscopia. El anuncio en su mayoría fragmenta la imagen con la realización de planos cortos. Pero hay determinados elementos de la imagen que

aparecen deconstruidos en un mismo plano. Estos son principalmente los dos planos en los que se hace referencia a Picasso y las vanguardias, y el plano en el que se cuenta en imágenes la evolución de la botella de la marca anunciada y las influencias que esta ha tenido en otros ámbitos. Aunque el anuncio en su totalidad no está basado en la técnica de la deconstrucción, sí que aparecen algunos elementos contruidos a partir de este concepto. Un caso parecido es uno de los spots de la marca Johnnie Walker, en el que al igual que en el ejemplo anterior se cuenta la historia de la marca. En este caso, la deconstrucción solo aparece al final del spot para dar paso al imago tipo de la marca. El actor que representa a Johnnie Walker en el spot se deconstruye a través de la técnica de la rotoscopia para convertirse en el isotipo de la marca [11].

A través de estos ejemplos se observa que al anunciar estos productos la deconstrucción de la imagen se utiliza como una alternativa a la representación tradicional de los elementos, con la única finalidad de atraer al cliente y de hacer el spot fácilmente reconocible y recordable. En lugar de capturar la imagen del producto anunciado con una cámara se realiza un juego de imágenes que logra captar con mayor eficacia la atención del espectador. El uso de estas técnicas de postproducción hacen que estos spots se diferencien de la publicidad que habitualmente han realizado las marcas de su competencia. Esto ocurría sobre todo cuando comienza a desarrollarse la tecnología digital en video. Hoy en día los medios están repletos de este tipo de publicidad televisiva, por lo que la utilidad de estos spots en cuanto a diferenciarse de la competencia ya no existe. Pero, aun así, se siguen haciendo, ya que el espectador del siglo XXI está acostumbrado al consumo de este tipo de técnicas de video, cargadas de postproducción, y las reclama.



[9] Fotogramas del spot de Four roses "poker inspiration" (2013).



[10] Fotogramas del spot de Anís del mono (2013).



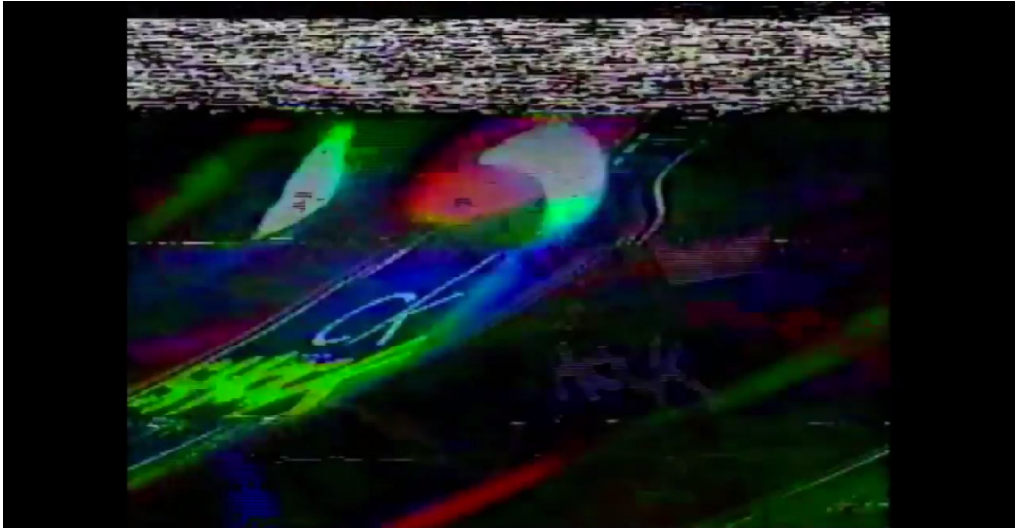
[11] Fotogramas del spot de Johnnie Walker (2009).

Cosméticos

Otro grupo en el que se sigue en varias ocasiones la pauta de la deconstrucción es el de los spots dedicados a productos cosméticos. En este caso se produce una mezcla entre los dos grupos anteriores en cuanto a la finalidad con la que se usa el concepto de deconstrucción de la imagen para realizar la publicidad de productos de cosmética. Por un lado, en ocasiones es sobre todo una propuesta estética, como es el caso del spot realizado para la marca de perfumes Guerlain al que se hace referencia en el capítulo anterior. En este caso la deconstrucción es una propuesta de representación que tiene como finalidad resultar más atractiva visualmente que la tradicional imagen del frasco de perfume que habitualmente se presenta. Otro spot en el que usa la deconstrucción de la imagen como una propuesta estética es el spot realizado para el perfume de la marca Calvin Klein [12], que utiliza la deconstrucción de la propia imagen digital poniendo en práctica la estética glitch, que da lugar también a la propia deconstrucción de los elementos. En este caso la técnica con la que se realiza el spot podría ir ligada a la imagen del producto. Se vende una imagen de modernidad que se puede observar también a través de los actores que protagonizan el spot, caracterizados con estilos urbanos, y el acompañamiento musical. Para transmitir este tipo de imagen resulta adecuado utilizar este tipo de técnicas de postproducción con una propuesta poco tradicional.

Pero, en otras ocasiones, la deconstrucción de la imagen no es solo una propuesta estética, sino que se convierte en la forma de representación más adecuada para mostrar los efectos que crea el producto anunciado en el cuerpo. En estos casos el elemento de la imagen que se suele deconstruir es el cuerpo del actor, de forma que se haga visible la estructura interna del mismo y poder así mostrar los resultados del producto. Este caso se puede observar en el spot de la marca nivea [13] en el que se anuncia una crema hidratante. Aquí unas gotas de agua forman cuerpos humanos, representando la metáfora de la hidratación. En el spot que realiza la misma marca para anunciar su desodorante [14] es más evidente esa deconstrucción del cuerpo humano para mostrar los resultados del producto anunciado.

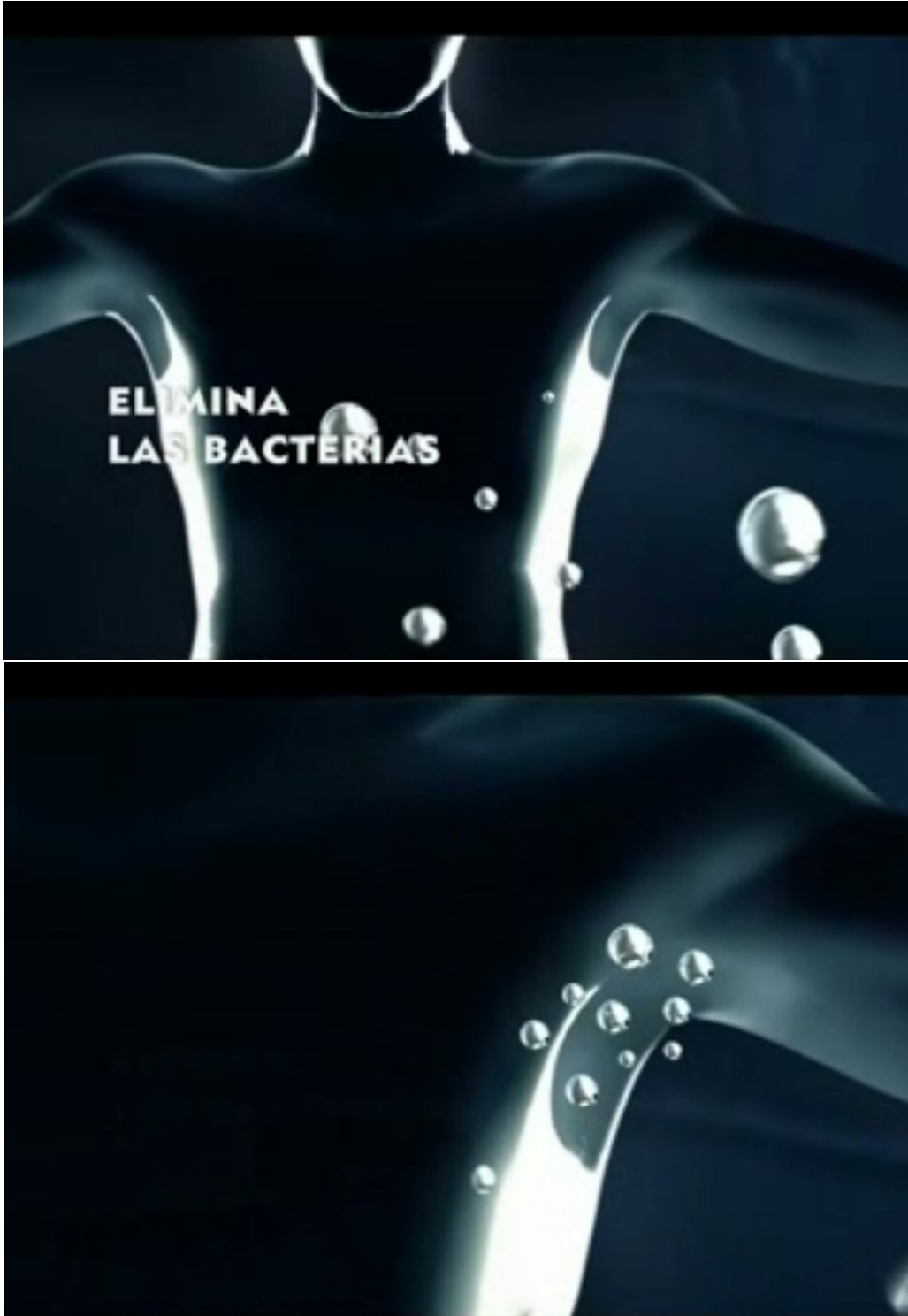
Habitualmente, los anuncios dedicados a productos cosméticos como cremas, tratamientos corporales, productos capilares... son los que más utilizan la deconstrucción de la imagen de una manera más funcional que estética. Esto está presente en los ejemplos anteriores. Los spots de este tipo de productos suelen recurrir, por norma general, al mismo procedimiento en cuanto a la representación del producto anunciado. En primer lugar, se presenta el cuerpo humano en deconstrucción para observar los efectos que tiene el producto sobre él. A continuación, se sale de la imagen deconstruida para mostrar el resultado en imagen real del producto. Otro ejemplo en el que se puede observar esta técnica, que es extrapolable a muchos anuncios de este tipo de productos, es el spot del producto anti imperfecciones de la marca Vichy [15]. Por el contrario, los anuncios dedicados a productos como perfumes usan la deconstrucción de la imagen buscando una representación más estética y atractiva del producto.



[12] Fotogramas del spot de Calvin Klain (2011).



[13] Fotogramas del spot de crema Nivea (2010).



[14] Fotogramas del spot de desodorante Nivea (2009).

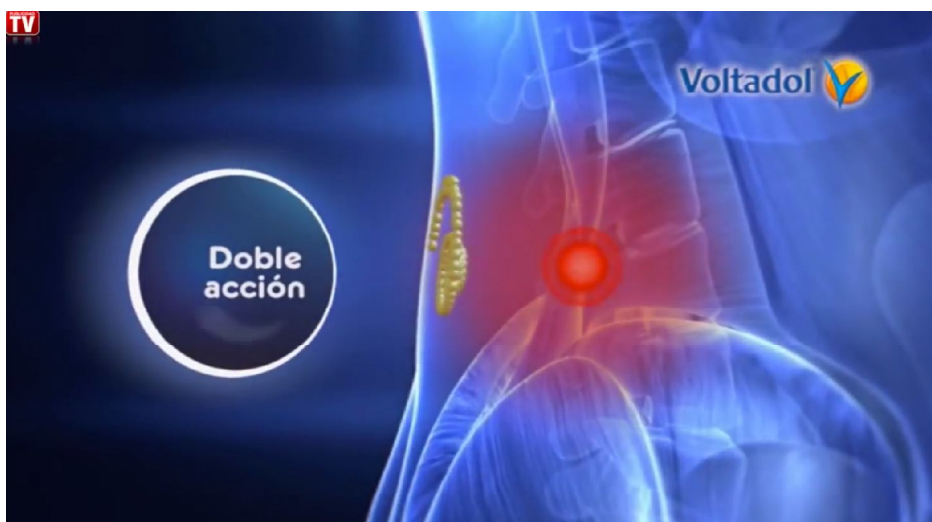


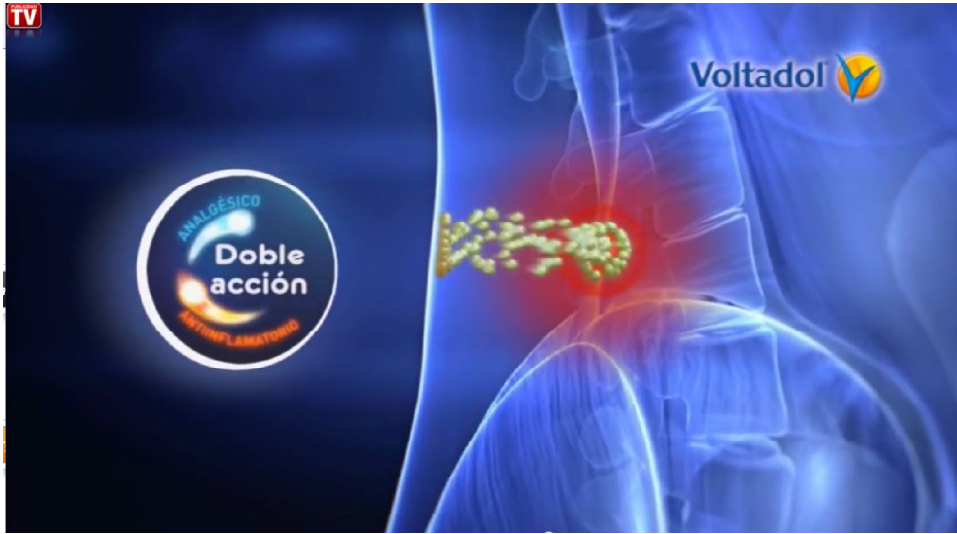
[15] Fotogramas del spot de anti imperfecciones de Vichy (2009).

Salud

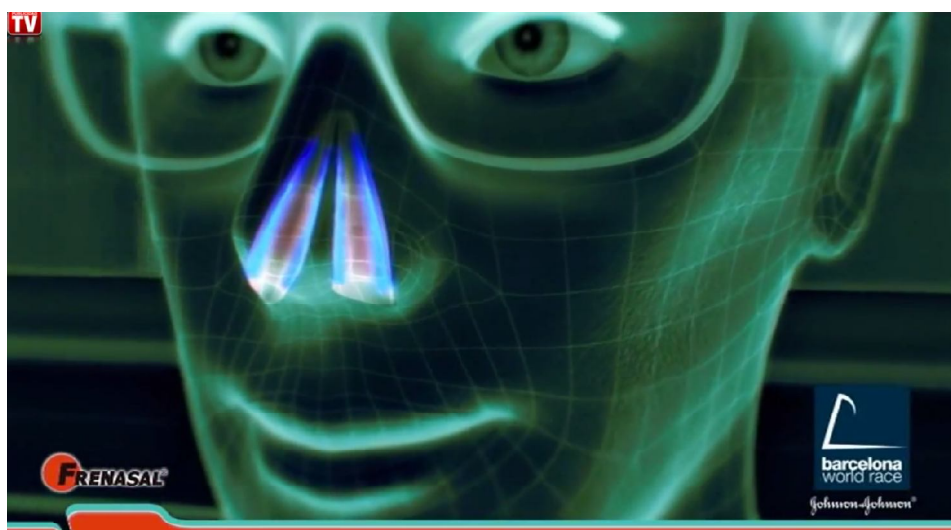
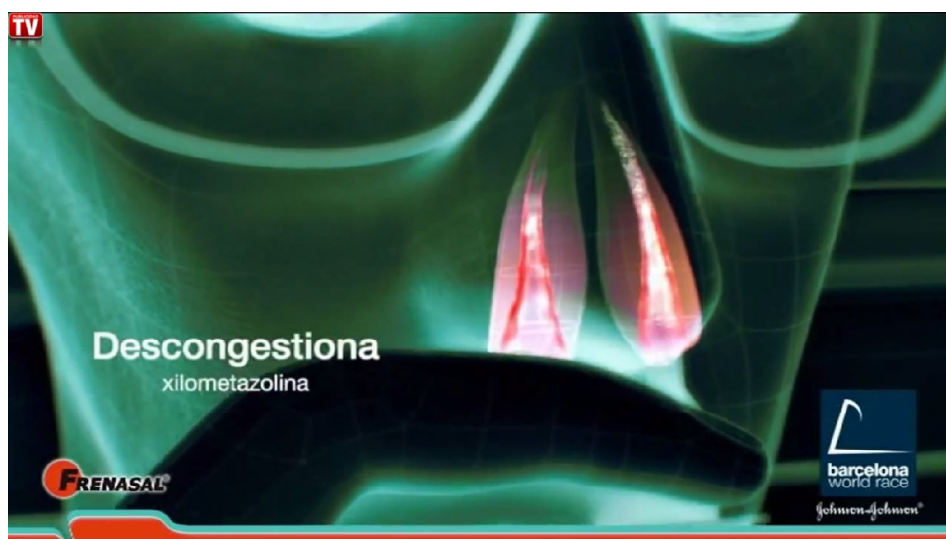
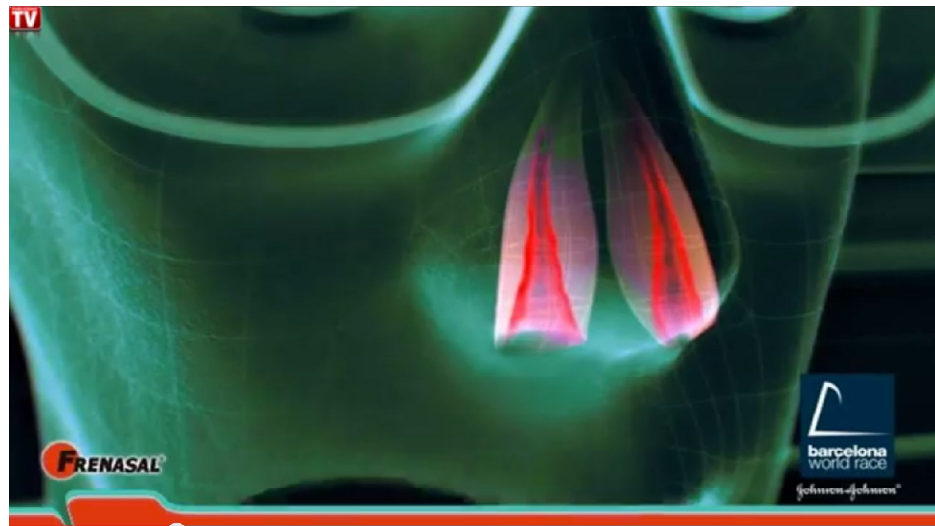
Al igual que en la publicidad para marcas de cosméticos, en los spots para marcas de medicamentos o de otros productos de salud también existe una tendencia a representar el cuerpo humano en deconstrucción para poder así mostrar los resultados del producto anunciado. Generalmente en este tipo de spots no hay una propuesta estética a través de la deconstrucción, sino una propuesta funcional. En esta línea se pueden encontrar anuncios de medicamentos, como por ejemplo el spot realizado para Voltadol [16] o el realizado para Frenasal [17]. En ambos casos se deconstruye el cuerpo humano para mostrar su estructura interna y así poder representar lo que ocurre antes y después de tomar el medicamento.

También existen otros productos relacionados con la salud que no son medicamentos pero en cuya publicidad se sigue la misma línea que en los anteriores en cuanto a la deconstrucción de los cuerpos para mostrar los efectos del producto. Aquí se encuentran, por ejemplo, el spot realizado para la empresa óptica Federópticos [18] y para la marca de dentífrico Corega [19]. En el caso del spot para Federópticos hay dos momentos en los que hay un proceso de deconstrucción. Por un lado, en la primera parte del spot, cuando aparece un ojo que ocupa toda la pantalla y este se va fragmentando para que se introduzcan otras imágenes en las que aparecen personas que llevan puesto el producto anunciado, las gafas. Por otro lado, en la segunda parte del spot se deconstruye la máquina de graduación de la visión en puntos de colores que conforman el isotipo de la empresa, que aparece al final del spot.

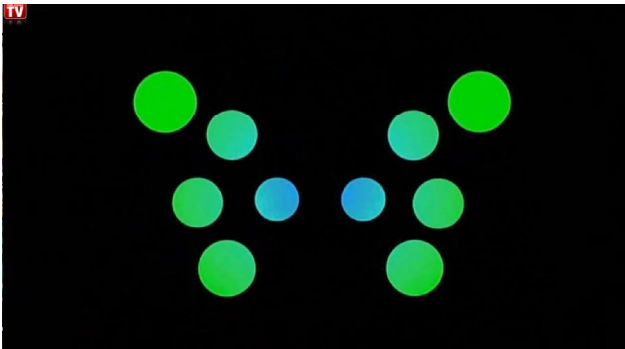
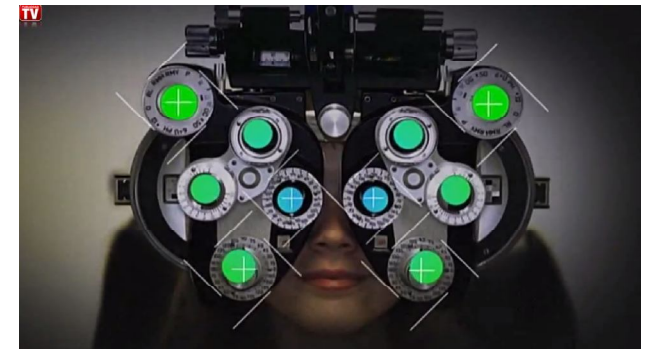
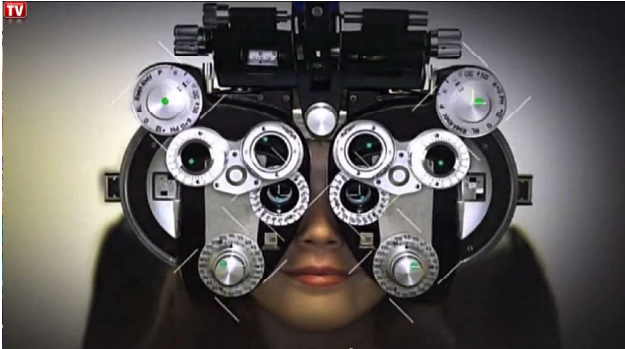




[16] Fotogramas del spot de Voltadol (2014).



[17] Fotogramas del spot de Frenasal (2013).



[18] Fotogramas del spot de Federópticos (2014).



[19] Fotogramas del spot de Corega (2014).

Otros

En el caso de la publicidad de los productos mencionados anteriormente se sigue una pauta común a la hora de utilizar la técnica de la deconstrucción para representar el producto anunciado. Pero también existen casos aislados de spots en los que se utiliza la deconstrucción de la imagen, aunque no sea una norma general como lo es en el caso de publicidad de coches, cosméticos o medicamentos. Por ejemplo, la marca Asics [20] realizó un spot para anunciar un nuevo modelo de zapatillas deportivas en el que a través de la deconstrucción representaban el carácter de la marca. En este spot aparecía un actor corriendo con las zapatillas anunciadas. El cuerpo del actor se deconstruye en diferentes palabras que expresan estados negativos como la duda o el estrés. A medida que este actor emprende su carrera con las zapatillas, estas palabras se desprenden de su cuerpo, hasta desaparecer finalmente. En este caso la deconstrucción ha sido utilizada como una propuesta estética para visualizar la esencia de la marca, desprenderte de las emociones negativas a través del deporte, deporte realizado con el producto anunciado.

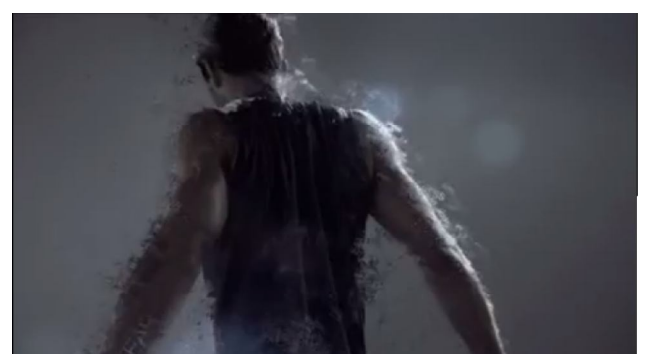
Otros ejemplos son el del spot de la marca de relojes Omega [21] y el spot de Acciona [22]. En el primero aparece la maquinaria del reloj anunciado emulando una ciudad, y cada uno de sus elementos deconstruidos en piezas de reloj. En el segundo caso se vuelve a llevar a cabo la deconstrucción del cuerpo de una persona reclamando el desarrollo sostenible. En este caso se combinan tanto técnicas de postproducción como técnicas manuales, a través de la utilización de muñecos que se rompen físicamente.

En el caso del spot de la marca de colchones Pikolín [23] se realiza la deconstrucción de rostros de personas y animales, cuya composición da lugar a diversos collages que van alternando los fragmentos de las imágenes deconstruidas.

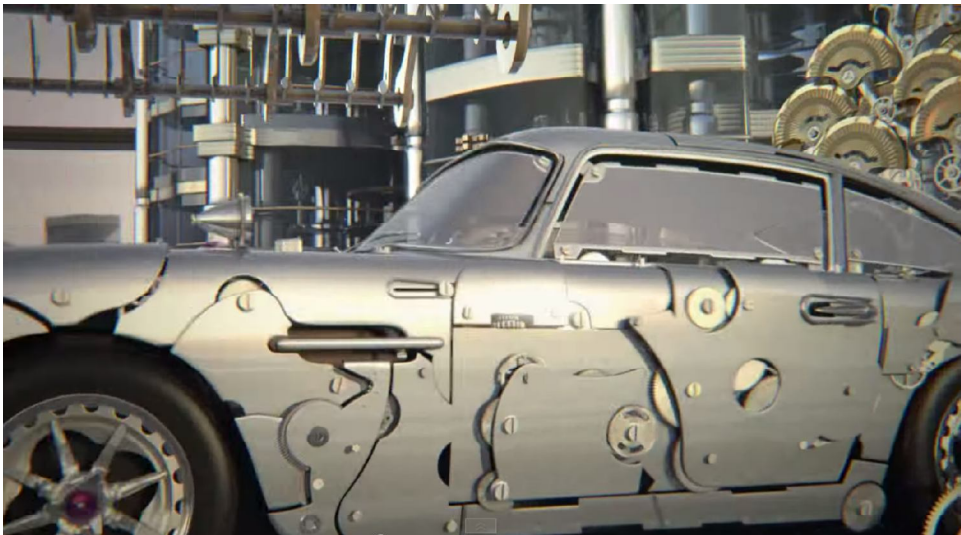
De la misma forma se encuentran casos aislados de deconstrucción en publicidad televisiva de marcas de alimentación, como el spot de la bebida de Solán de Cabras llamada "fruta esencial" [24]; de compañías de seguros, como el spot de Direct seguros [25]; o el spot de la empresa Fnac [26]. Otro ejemplo en el que se produce la deconstrucción tanto de los elementos visuales de la imagen como de la tipografía es el spot de la empresa XLRMusic [27], en el que presenta la nueva gira de verano del artista David Guetta. En estos dos últimos casos se produce además una deconstrucción de la tipografía que recuerda a la importancia que adquirió la tipografía y su deconstrucción en la época de las vanguardias y a los carteles publicitarios realizados por artistas como Rodchenko⁶⁷

No es habitual encontrar spots de estas marcas o de estos productos que utilicen la deconstrucción, no es una pauta común como ocurría en los productos referidos en los apartados anteriores. En estos casos la deconstrucción se toma como una forma de representación que se cree acertada en ese caso en concreto, y no para todos los productos similares.

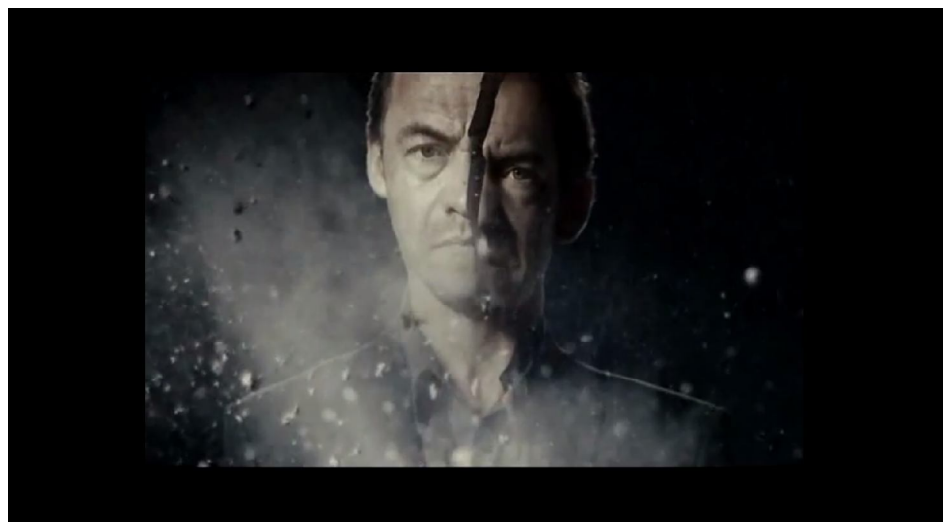
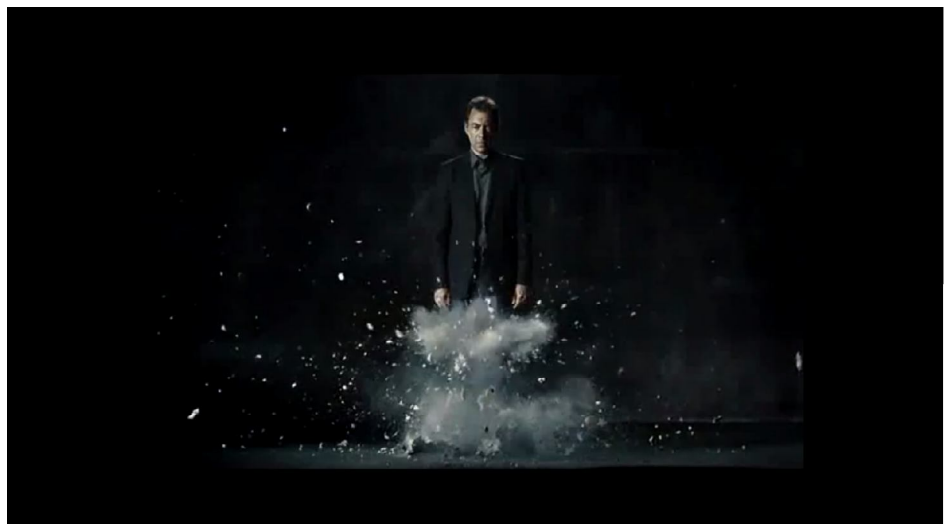
⁶⁷ Mirar capítulo 3, *Origen del concepto de deconstrucción en las vanguardias artísticas*.



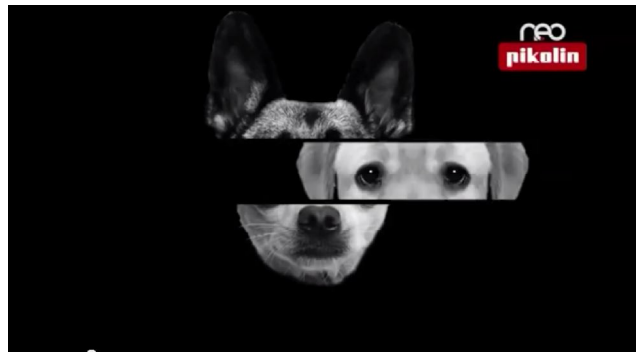
[20] Fotogramas del spot de Asics (2010).



[21] Fotogramas del spot de Omega (2013).



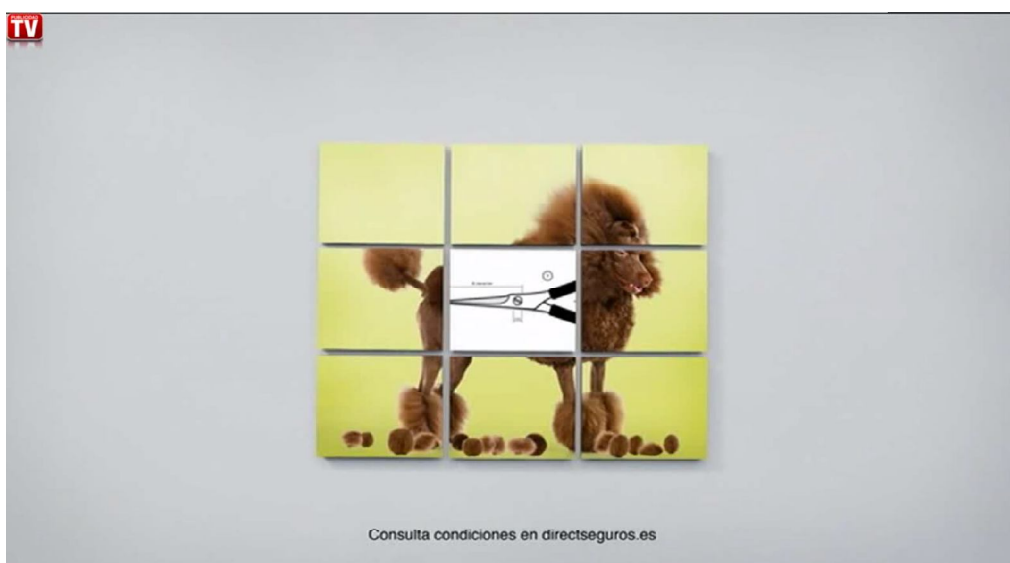
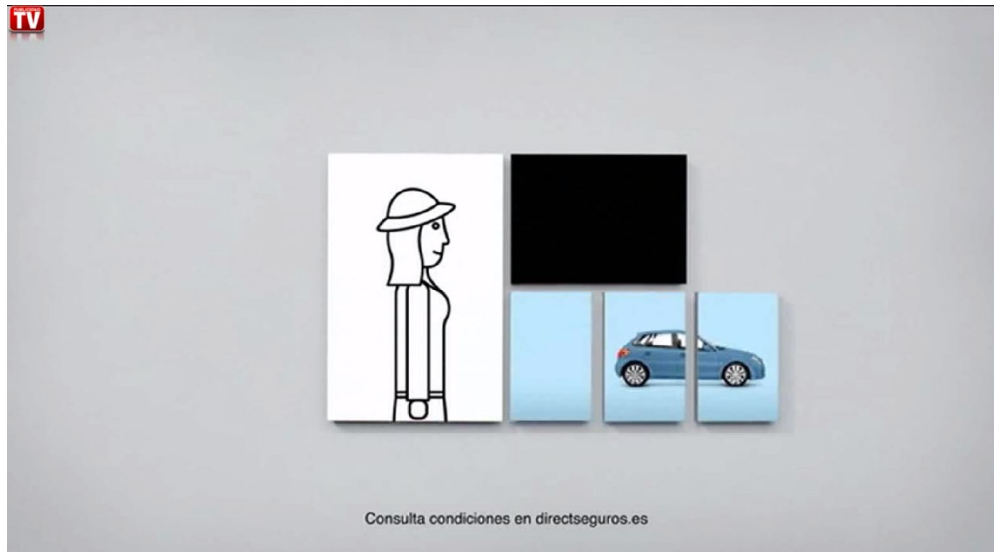
[22] Fotogramas del spot de Acciona (2009).



[23] Fotogramas del spot de Pikolin (2012).



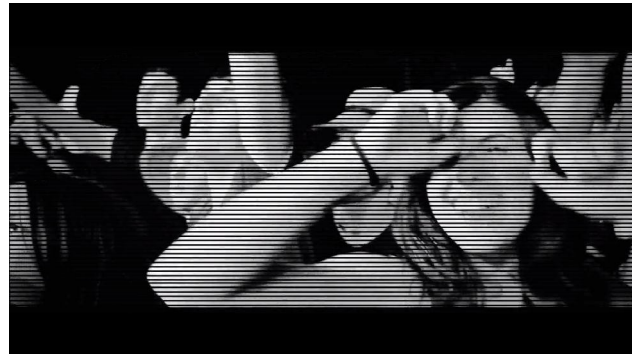
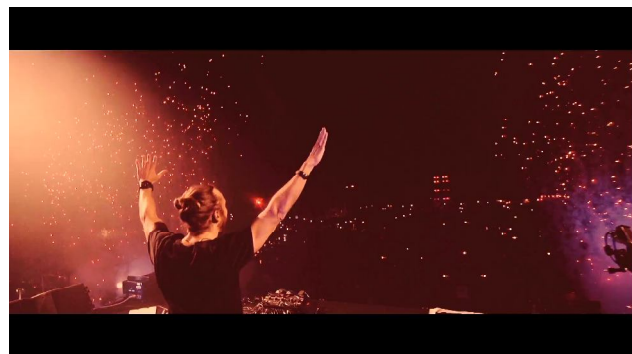
[24] Fotogramas del spot de Fruta esencial (2010).



[25] Fotogramas del spot de Direct seguros (2014).



[26] Fotogramas del spot de Fnac (2010).



[27] Fotogramas del spot de XLRMusic (2014).

REFERENTES VISUALES

- [1] Fotogramas del spot de Honda de 2004: <http://www.youtube.com/watch?v=clx3agUf-xU>
- [2] Fotogramas del spot de Nissan de 2012: <http://www.youtube.com/watch?v=0MFBxSHPeSM>
- [3] Fotogramas del spot de Citroen c4 de 2005: <https://www.youtube.com/watch?v= 2AIT6 Aaeo>
- [4] Fotogramas del spot del Citroen c4 de 2007: <https://www.youtube.com/watch?v=y66TJ2I8I6I>
- [5] Fotogramas del spot del Citroen CMax: <http://www.youtube.com/watch?v=kaodxJMVf0Q>
- [6] Fotogramas del spot de Audi A4: <https://www.youtube.com/watch?v=QggS6gdeR0w>
- [7] Fotogramas del spot de Audi RS4: <https://www.youtube.com/watch?v=DMGJFZAaR-c>
- [8] Fotogramas del spot de Honda:
https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Dxy4n0UT82o
- [9] Fotogramas del spot de Four roses "poker inspiration":
<http://www.youtube.com/watch?v=PgxmhY0eXk>
- [10] Fotogramas del spot de Anís del mono: <http://www.youtube.com/watch?v=s959ZkKzqyl>
- [11] Fotogramas del spot de Johnnie Walker: <http://www.youtube.com/watch?v=WlyzTP2TIDs>
- [12] Fotogramas del spot de Calvin Klain: https://www.youtube.com/watch?v=m_ei9IQqex0
- [13] Fotogramas del spot de crema Nivea:
<http://www.publipubli.com/locion-corporal-xeramance-de-lutsine-e45-piel-hidratada-24-horas/>
- [14] Fotogramas del spot de desodorante Nivea:
<http://www.publipubli.com/silver-protect-de-nivea-for-men-protege-tus-axilas-con-iones-de-plata/>
- [15] Fotogramas del spot de anti imperfecciones de Vichy:
<http://www.publipubli.com/normaderm-de-vichy-acaba-con-las-imperfecciones-de-tu-piel/>
- [16] Fotogramas del spot de Voltadol:
<https://www.youtube.com/watch?v=rqGDq2rF0so&list=TLv24ZSSxpVsSWKm2lxZx4q7wSFNllu6Do>
- [17] Fotogramas del spot de Frenasal: <https://www.youtube.com/watch?v=5VfdYSCr6Rg>
- [18] Fotogramas del spot de Federópticos: <https://www.youtube.com/watch?v=rVew7DRA5-k>
- [19] Fotogramas del spot de Corega: <https://www.youtube.com/watch?v=T2w-SxM6QUw>
- [20] Fotogramas del spot de Asics:
http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=vzFoAMFQ6R0
- [21] Fotogramas del spot de Omega:
https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=N3dnsjOdpOA
- [22] Fotogramas del spot de Acciona: https://www.youtube.com/watch?v=dZPjguQB_WI

[23] Fotogramas del spot de Pikolín:

<https://www.youtube.com/watch?v=wEbDI2F5mnU&list=PLC5pR0omN3haXNnEMH7i-zihIbILyArua>

[24] Fotogramas del spot de Fruta esencial: <https://www.youtube.com/watch?v=aBR64SMHrqc>

[25] Fotogramas del spot de Direct seguros: <https://www.youtube.com/watch?v=BNgc1RF15xk>

[26] Fotogramas del spot de Fnac:

<http://www.tapsayr.com/wp-content/themes/salient/includes/portfolio-functions/video.php?post-id=1054&iframe=true&width=854>

[27] Fotogramas del spot de XLRMusic: <http://vimeo.com/96065638>

7. CONCLUSIONES

A través del estudio realizado se ha establecido una línea cronológica en lo que ha sido el origen y desarrollo del concepto de deconstrucción en el ámbito del arte y el audiovisual. A través de este estudio y de los referentes analizados se pueden responder las cuestiones planteadas al inicio de esta tesina. La cuestión principal era determinar a través de la indagación en la historia y aplicación del concepto, si a la hora de emplear este en el ámbito de la publicidad televisiva podía o no constituir una corriente estética.

Para responder a este interrogante, además del estudio realizado a lo largo de la tesina, es necesario establecer una definición del concepto corriente estética. El principal problema a la hora de argumentar esta respuesta es la inexistencia de una definición clara y concisa de este concepto. En la búsqueda de información acerca del mismo observo que no hay ningún autor o referencia bibliográfica que aporte una definición acerca de lo que es una corriente estética. A pesar de esto, sí encuentro que la mayoría de los autores utilizan el término para referirse a diferentes estilos o corrientes dentro de la historia del arte. Por lo tanto, el primer paso, tras el estudio realizado en el ámbito de la historia del arte y de la publicidad televisiva, es establecer una definición del concepto. Para ello, en primer lugar, me baso en ver a qué se refieren los autores cuando hablan de corriente estética. Habitualmente, los autores se refieren a corriente estética para denominar los diferentes estilos artísticos. En segundo lugar, me apoyo en la definición de estética que proporciona la Real Academia Española:

1. Adj. Perteneciente o relativo a la estética.
2. Adj. Perteneciente o relativo a la percepción o apreciación de la belleza.
3. Adj. Artístico, de aspecto bello y elegante.
4. F. Ciencia que trata de la belleza y de la teoría fundamental y filosofía del arte.
5. F. Conjunto de elementos estilísticos y temáticos que caracterizan a un determinado autor o movimiento artístico.
6. F. Armonía y apariencia agradable a la vista, que tiene alguien o algo desde el punto de vista de la belleza.

En la definición de estética que proporciona la RAE ya existen algunas referencias al ámbito del arte. Teniendo en cuenta esta definición se podría establecer la siguiente explicación acerca del concepto corriente estética: corriente estética sería el conjunto de elementos tanto técnicos como visuales y de composición que influyen en un determinado momento en la realización de obras tanto artísticas como audiovisuales, y que determinan el canon de belleza y el ideal de representación de esa época.

A falta de una definición del concepto, será esta la que tenga en cuenta a la hora de responder a la cuestión planteada. Teniendo en cuenta que el uso de la deconstrucción no es un hecho generalizado a todo tipo de publicidad realizada en una determinada época, no se puede tomar la deconstrucción dentro de la publicidad televisiva como una corriente estética, ya que no marca el ideal de belleza o representación de la publicidad en un período determinado. En este caso, la deconstrucción en publicidad televisiva supondría, más que una corriente, una propuesta estética. Es cierto que el uso de esta técnica no determina un estilo publicitario en un período de tiempo, pero sí supone una nueva forma de representación de algunos productos. Esta propuesta estética comienza en el ámbito de la publicidad tras la época de las vanguardias en la realización de carteles, y se vuelve a recuperar su uso en el terreno de los spots con el desarrollo de la era digital. En este sentido, la propuesta estética que supone la deconstrucción en la publicidad televisiva viene determinada, en primer lugar, por el desarrollo tecnológico; y, en segundo lugar, por la saturación de imágenes y publicidad a la que el espectador se ve sometido en la actualidad, lo que hace que este reclame cada vez imágenes más atractivas e impactantes. La publicidad se convierte en un elemento cotidiano que está presente en todas partes, y esto hace que disminuya la capacidad de atención o de impacto del espectador con respecto a la

publicidad. Con ello, cada vez se hace más complicada la competencia, la diferenciación. A través de las diferentes herramientas de postproducción se le facilita al espectador una imagen mucho más espectacular, capaz de diferenciarse de la competencia en el terreno de la publicidad y capaz de crear una marca de identidad, como es el caso de los spots del modelo de Citroen C4 analizados en el último capítulo. En los últimos años la publicidad ha hecho uso de la postproducción y los efectos visuales para anunciar sus productos. Pero, a pesar de vivir en una época en la que cualquier tipo de imagen está saturada por estos efectos, la deconstrucción propone una nueva forma de representación alejada de la representación tradicional. Con la deconstrucción se fragmenta aquello que se quiere mostrar.

Un segundo interrogante que se planteaba al inicio era si la deconstrucción dentro de la publicidad televisiva era aplicable exclusivamente a la publicidad de unos determinados productos o, por el contrario, podría utilizarse en general a la publicidad de cualquier tipo de marca o producto. Tras haber realizado el análisis en el ámbito de la publicidad televisiva en el capítulo 6, pienso que la deconstrucción puede aplicarse a cualquier tipo de publicidad independientemente del producto o servicio que se anuncie, aunque existen algunos matices. En el capítulo 6 veíamos cómo la deconstrucción se puede realizar en la publicidad con dos funciones. Por un lado, la función meramente estética y, por otro lado, con un carácter más funcional. En el caso de que la finalidad de utilizar la deconstrucción en un spot sea estética, esta herramienta puede aplicarse a la publicidad de cualquier tipo de producto ya que no estaría especialmente ligada a este, sino a la propuesta de imagen. Es decir, se trataría de una forma de representación dentro de un trabajo audiovisual, y no de una propuesta de representación de un producto en concreto. Por el contrario, si la finalidad deconstruktiva tiene un carácter más funcional, como ocurre en el caso de la publicidad para automóviles o medicamentos, en los que la deconstrucción se utiliza como una herramienta para mostrar visualmente la estructura o características del producto anunciado, esta sería adecuada para la publicidad de unos productos y no de otros. El hecho de que no sea adecuada no significa que no se pueda usar, pero en caso de utilizarse no tendría el mismo impacto que si se hace con los productos adecuados o simplemente con una finalidad estética.

De esta forma, queda concluida la tesina estableciendo que la deconstrucción en la publicidad puede ser utilizada siempre, aunque solo en algunos casos de forma adecuada, y que esta constituye una propuesta estética y no una corriente dentro del ámbito de la publicidad en televisión.

BIBLIOGRAFÍA

- Allen, Damian. 2007. Encyclopedia of visual effects. Apple Certified.
- Apollinaire, Guillaume. 1912. *Manifiesto cubista*.
- Baigorri Ballarín, Laura. 1997. *El video y las vanguardias históricas*. Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Bañuelos Capistrán, Jacob. 2008. *Fotomontaje*. Editorial Cátedra.
- Barroso Villar, Julia. 2005. *Tema, iconografía y forma en las vanguardias artísticas*. Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Breton, André. 1924. *Manifiesto del surrealismo*.
- Checa Godoy, Antonio. 2007. *Historia de la publicidad*. Editorial Netbiblo.
- Derrida, Jacques. 1997. *El tiempo de una tesis: Deconstrucción e implicaciones conceptuales*. Barcelona: Proyecto A.
- Johnson, Philip. Wigley, Mark. *Arquitectura deconstructivista*. Editorial Gustavo Gili S.A.
- Marinetti, F.T. 1909. *Manifiesto Futurista*. Revista Figaro.
- Mario de Micheli. 2002. *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Alianza.
- Martínez Aniceto, Constantino. 2005. *Video Digital. Efectos Especiales*. Anaya.
- Mérida Mejías, Sara. 2013. *Rotoscopia y captura del movimiento. Una aproximación general a través de sus técnicas y procesos en la postproducción*. Trabajo final de Máster, Universidad Politécnica de Valencia. Escuela Politécnica Superior de Gandía.
- Saborit, José. 1988. *La imagen publicitaria en televisión*. Cátedra.
- Tzara, Tristán. 1918. *Manifiesto Dadá*. Revista Dadá de Zurich.
- Vela Castillo, José. 2010. *(de)gustaciones gratuitas. De la deconstrucción, la fotografía, Mies van der Rohe y el Pabellón de Barcelona*. Abada Editores.
- Wolf Lieser. *Arte digital. Nuevos caminos en el arte*. H.F. Fullmann.

Artículos

- Alfonso, Graciela Marta. 2013. *Deconstrucción y bordes de la pintura en la obra de Jasper Johns*. Plurescentes. Artes y Letras.
- Biset, Emmanuel. 2009. *Dimensiones políticas de la deconstrucción. Un análisis político de la discusión de Jacques Derrida con la fenomenología y el estructuralismo*. Asociación Revista de Filosofía de Santa Fe.

- Davison, Phil. 2013. *Bob Levenson: advertsing director who helped inspie the series "Madmen"*. The independent.
- Durand, Jacques. *Retórica e imagen publicitaria*.
- Furió Vita, Dolores. 2014. *Apropiacionismo de imágenes, found footage*. Universidad Politécnica de Valencia.
- Hernández Sánchez, Domingo. 2000. *Arte conceptual y mundo invertido*. Taula, Quaderns de pensament.
- Lara-Barranco, Francisco. J. 2002. *Arte conceptual: renuncia estético-emocional hacia el objeto*. Revista del Laboratorio de Arte de la Universidad de Sevilla.
- Levenson, Bob .2011.*Bill Bernbach at 100*. Campaign.
- Mateos, Santos. M. 2012. *Arte y publicidad en las vanguardias históricas*. Revista Universitaria Questiones publicitarias.
- Pérez Gauli, Juan Carlos. 1998. *La publicidad como arte y el arte como publicidad*. Revista Arte, individuo y sociedad.
- Pérez Rojas, Luís Beltrán. 2008. *Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación*. Revista digital Razón y Palabra.
- Rolando, Fernando Luis. 2006. *Arte digital e interactividad*. Universidad de Palermo.
- Schianchi, Alejandro. 2012. *El error en los aparatos como posibilidad estética*. Revista Artnodes.
- Simó Mulet, Toni. 2013. *Características y divergencias en las prácticas de montaje de John Heartfield y Alexander Rodchenko*. Revista Arte y Sociedad.
- Wong, Roberto. 2014. *David Hockney: la búsqueda del infinito*. Revista Letras Libres.

Fuentes electrónicas

www.rae.es

www.hockneypictures.com

http://www.widrichfilm.com/fastfilm/main_en.html

<http://www.widrichfilm.com/english/film2.htm>

<http://www.margenes.org/index.php/muestras-y-estrenos/titulares/117-mar%C3%ADa-ca%C3%B1as.html>

<http://onandupon.com/mejores-videos-del-2013-parte-2/>

www.ddb.com

<http://www.campaignlive.co.uk/>

<http://nickknight.com/>

<http://www.royoyarantegui.com/>

www.losmejoresanunciosdetelevision.com

www.publipubli.com

<http://www.tapsayr.com>