

LECTURA Y DEBATE. DEFINIENDO EL DISEÑO

Fragmentos que definen el diseño y su práctica. Diferentes acercamientos sobre lo disciplinar.

AICHER, Otl

"El mundo como proyecto"

México, Gustavo Gilli, 1994.

"Seguramente no es ningún mérito especial de los diseñadores gráficos el que aún no encajen en ninguna figura profesional oficialmente consagrada por el estado y, por tanto, no posean ni títulos ni grados.

Probablemente hayan sido hasta ahora sencillamente olvidados. Más son ya muchos los que trabajan para que esto cambie. Un motivo más para apurar la libertad de que uno disfruta cuando realiza su trabajo en su propio nombre."

"La del diseñador gráfico es una de las últimas profesiones libres aún no forzadas a ajustarse al corsé de la figura profesional, y, por ende, a normas y directrices. No hay de ella ninguna carrera en la que el estado la acompañe con pruebas y controles. El diseñador gráfico es un diseñador, es lo que sabe ser."

" Los diseñadores gráficos constituimos aún un sector indómito de la sociedad. No vivimos en ningún redil. Y lo disfrutamos. Nuestra propia actividad nos clarifica lo que es el diseño gráfico y nos obliga a buscar la claridad acerca del rumbo que éste debe tomar. Esta autonomía del saber es como el aire de las montañas. Probablemente sea incluso la condición de la verdadera creatividad experimentada como un crecimiento natural infundido del afán de emprender desarrollos propios y no dirigidos, y donde la libertad de obrar es sentida como condición para alcanzar la seguridad y la autoconfianza, condiciones éstas elementales de toda capacidad de obrar" *páginas 159, 160 y 164*

BONSIEPE, Gui

"Del Objeto a la Interfase. Mutaciones del Diseño"

Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1999.

" ... El tema de la cosmética en el discurso proyectual es viejo. Ya en los años '50 cuenta Max Bill se había opuesto a lo que él llamaba la concepción del diseñador industrial como un peluquero. Sin ninguna sombra de duda, esta concepción está cargada de connotaciones negativas, pues inscribe el diseño industrial en el campo de lo superficial, lo marginal, lo no serio. Esta caracterización sobrevive, con esfumados diversos, en una visión del diseño industrial que considera los atributos estéticos, el aspecto, la forma exterior como los principales elementos.

Los diseñadores industriales -y los diseñadores en general- no deben sorprenderse si ven definida su actividad en este contexto reducido. Pueden de todas maneras hacer notar que los aspectos estéticos considerados secundarios, tienen gran importancia para muchas, muchísimas personas. La supervivencia de empresas enteras puede depender de estos supuestos juegos cosméticos. La obstinación con la que se sostiene el topos de la cosmética revela la inercia y el esquematismo de las explicaciones dominantes, que tratan de explicar un fenómeno, pero de modo limitado y equivocado. Más que una concepción que ve al diseñador industrial dando containers para las estructuras técnicas desarrolladas por los ingenieros, puede ser útil proponer un esquema diferenciado desde el punto de vista hermenéutico: el esquema ontológico del diseño."

"... El esquema está compuesto por tres ámbitos unidos -como se expondrá a continuación- por una categoría central. En primer lugar existe un usuario o agente social, que desea efectivamente cumplir una acción. En segundo lugar se encuentra una tarea que él mismo quiere ejecutar, por ejemplo: cortar pan en fetas, pintarse los labios, escuchar música rock, tomarse una cerveza o aplicar el torno a una muela. En tercer lugar existe un utensilio o un artefacto del que necesita el agente para llevar a término la acción -un cuchillo para el pan, un lápiz de labios, un walkman, un jarro de cerveza, una micro turbina de precisión de alta velocidad (20.000 vueltas por minuto) Y aquí aparece la cuestión de cómo se pueden conectar, hasta formar una unidad, a tres elementos tan heterogéneos: el cuerpo humano, el objetivo de una acción, un artefacto o una información en el ámbito de la acción comunicativa. La conexión entre estos tres campos se produce

TIEMPO DE REALIZACIÓN	1 CLASE
MODALIDAD	INDIVIDUAL
PRESENTACIÓN	INDIVIDUAL

a través de una interfase. Se debe tener en cuenta que la interfase no es un objeto, sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta (artefacto, entendido como objeto o como artefacto comunicativo) y objeto de la acción. Éste es justamente el dominio irrenunciable del diseño industrial y gráfico."

"... La interfase es el ámbito central hacia el que se orienta el interés del diseñador. Gracias a la proyectación de la interfase se articula el campo de acción en la etapa de utilización de los productos; la interfase vuelve accesible el carácter instrumental de los objetos y el contenido comunicativo de la información."

"...Para abrir una nueva perspectiva, puede ser útil una reinterpretación del diseño prescindiendo del marco de referencia de la Gute Form o del good design con sus relativas preocupaciones sociopedagógicas. Esta reinterpretación se formula a continuación bajo la forma de siete características o tesis sobre el diseño:

- Es un dominio que se puede manifestar en todos los campos de la catividad humana.
- Está orientado hacia el futuro.
- Hace referencia a la innovación. El acto proyectual trae al mundo algo nuevo.
- Está referido al cuerpo y al espacio, sobre todo al espacio visual.
- Apunta a la acción eficaz.
- Lingüísticamente está anclado en el ámbito de los juicios.
- Se dirige hacia la interacción entre el usuario y el artefacto. El dominio del diseño es el dominio de la interfase.

" Existe el peligro de caer en la trampa de generalizaciones vacías e infundadas del tipo: "todo es diseño". Sin embargo, no todo es diseño y no todos son diseñadores. La expresión se refiere más bien a un potencial, al que todos tienen acceso y que se manifiesta en el descubrimiento de nuevas prácticas sociales en la vida cotidiana. Todos pueden llegar a ser diseñadores en el campo de su disciplina. El ámbito en el que se desarrolle la actividad proyectual debe ser siempre un ámbito definido. Un empresario, o director, que organiza su empresa en una forma nueva, realiza diseño, seguramente sin saberlo. Un ingeniero en sistemas que concibe un procedimiento para reducir los desvíos de las valijas en el transporte aéreo está haciendo diseño. Los contenidos del proyecto no se limitan a productos materiales. El proyecto es una actividad de base con ramificaciones capilares en todas las actividades humanas, de modo que ninguna profesión puede pretender un monopolio sobre el proyecto" *páginas 17, 21 y 22*

FRASCARA, Jorge

"Diseño gráfico para la gente"

Buenos Aires, Gustavo Gilli, 1997.

"En suma: el diseño de comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Una comunicación llega a existir porque alguien quiere transformar una realidad existente en una realidad deseada. El diseñador es responsable por el desarrollo de una estrategia comunicacional, por la creación de los elementos visuales para implementarla y por contribuir a la identificación y a la creación de otras acciones de apoyo destinadas a alcanzar los objetivos propuestos, es decir, la creación de esa realidad deseada. Es indispensable un estudio cuidadoso del público, en particular cuando se intenta generar cambios en sus actitudes y comportamientos. La evaluación de la efectividad de la campaña debe formar parte del proceso de diseño y sirve para ajustar los componentes y mejorar los efectos de la campaña comunicacional." *página 23*

MEURER, Bernd.

(Es profesor de diseño en la Facultad de diseño de Darmstadt)

En FRASCARA, Jorge "Diseño gráfico para la gente". Buenos Aires, Gustavo Gilli, 1997.

"El diseño está impedido sobre todo porque mucha gente, tanto los diseñadores como los no diseñadores, lo ven como la creación de respuestas incuestionables. En ese contexto, el sociólogo Ulrich Beck habla de la "cultura de la certidumbre", y su marcado destino. Sin duda, la búsqueda de absolutos es un fenómeno tan viejo como el tiempo. Pero la certidumbre excluye a la duda, y así se transforma en dogma. La duda va de la mano de la incertidumbre. Y dudar acerca de lo que existe, de lo que uno piensa y de lo que uno hace es el

TIEMPO DE REALIZACIÓN	1 CLASE
MODALIDAD	INDIVIDUAL
PRESENTACIÓN	INDIVIDUAL

aspecto más importante de la acción creativa. La duda es el prerrequisito de la creatividad. El diseño debe ser eficaz, pero en su eficacia debe también verse a sí mismo como un problema auto-creado. Debe reconocer la duda fundamental de su propia acción y crear un conocimiento público de esto. El diseño debe liberarse del modo de pensar unidimensional, enfocado en tareas solucionadoras, y en cambio, verse como la constante creación de nuevas tareas."

SPENCER, Herbert

The Penrose Annual, Número 57, Londres, 1964

"...Muchas de las metas y objetivos originales de las organizaciones profesionales, como la Society of Industrial Artists, parecen haberse alcanzado. El diseño como profesión está instituido; se respeta el trabajo del diseñador; la industria generalmente acepta el pago de sus honorarios sobre una base profesional razonable; hay un gran número de establecimientos educativos con personal y materiales para que, mediante la capacitación, los estudiantes alcancen un nivel profesional aceptable, y la mayoría de los diseñadores adhiere a un código de conducta profesional..."

"... Sin embargo, y por fortuna, la profesión del diseño no ha obtenido solo reconocimiento sino también responsabilidades. Creo que es a través de estas responsabilidades que la profesión podrá salir de ese callejón sin salida en el cual parece haberse metido, en particular en el caso del diseño gráfico."

"... El diseño como profesión es joven. En realidad, hace apenas unos treinta años que existe como actividad independiente de la pintura, la escultura o la arquitectura. Cada vez más, en los últimos veinte años, el diseño gráfico e industrial y la tipografía pasan a manos profesionales formados para cumplir con las exigencias propias de la profesión y ofrecer un trabajo de alto nivel de idoneidad técnica. Pero muchas escuelas de arte y diseño se contentan simplemente con generar profesionales expertos antes que hombres capaces de buscar soluciones en forma lógica y creativa ."

PARIS-CLAVEL, Gerard

Revista Tipográfica Año XI Nro. 33 Bs. As

"El diseño cobra sentido realmente si persigue un objetivo social. Con su capacidad de expresión simbólica puede fomentar el conocimiento y cuestionamiento de los problemas que aquejan a nuestra sociedad."

(...)"Transformar su trabajo en una actividad personal, darle un sentido, es la preocupación fundamental de todo verdadero acto creador. El diseño gráfico es una herramienta que permite expresar el pensamiento, y la expresión es el paso obligado de las ideas. El diseño gráfico permite expresarlas en un plano simbólico y también compartirlas (...). La actividad del grafista (diseñador gráfico) como productor de imágenes sociales es bella, es la felicidad del intercambio, de temas compartidos con personas y con comunidades que luchan con generosidad en este terreno.

(...) El rol social del diseñador gráfico no es el de expresar pensamientos que no son suyos sino inscribirse en la sociedad en armonía consigo mismo, aunque corra el riesgo de entrar en combate con los otros.

KEPES, György ,

La función del diseño moderno, 1949

"...¿Qué es la función en el diseño? Responder a esta pregunta de modo lógico es contestarla según sea relevante al propósito que la originó. Para reconocer la validez de una lógica del diseño, primero hace falta reconocer el propósito inicial. ¿Cuál es, entonces, el propósito del diseño hecho por el hombre? ¿Basta con responder que el propósito de un edificio es dar refugio, que el propósito de una silla es sostener el cuerpo humano, que el de un libro es permitir que se lo lea? ¿Pueden entenderse tales funciones sólo dentro del estrecho radio de lo que consideramos que es su función, o es necesario que indagemos más aún hasta llegar a una raíz común y definitiva de todos esos propósitos?

Las raíces de aquellos pensamientos que hoy parecen obvios -y que con frecuencia repetimos mecánicamente- pueden buscarse en las ideas y obras de los grandes pioneros que nos dieron esos pensamientos no hace mucho tiempo. Es evidente que ellos querían decir más de lo que en general implicamos actualmente. Louis Sullivan, cuya obra y textos se convirtieron en la fuerza inspiradora del pensamiento del diseño

TIEMPO DE REALIZACIÓN	1 CLASE
MODALIDAD	INDIVIDUAL
PRESENTACIÓN	INDIVIDUAL

contemporáneo, era muy consciente de la profundidad y el alcance de los temas en cuestión. Acerca de su objetivo, escribió lo siguiente:

"Hacer una arquitectura que se adecue a su función, una arquitectura realista basada en la necesidad utilitaria bien establecida: que todas las demandas prácticas de la utilidad tengan prioridad como base del planeamiento y el diseño; que no se interponga ningún dictado arquitectónico ni ninguna tradición ni superstición". Y también escribió, ubicando su pensamiento en un contexto más amplio: "Es posible y probable que el hombre haya sido el único fundamento verdadero que dio distinción a las obras que aparecían en primer plano como cosas separadas".

Para él, así como para todos los grandes que dieron los primeros pasos para que pudiéramos pensar mejor, siempre fue obvio que el diseño no se hace por el diseño mismo, que el diseño es para el hombre.

LEDESMA, María

"Diseño Gráfico, ¿un orden necesario?"

En ARFUCH, CHAVES, LEDESMA Diseño y comunicación. Buenos Aires, Paidós, 1997

"Lo que diferencia al Diseño en sentido estricto del diseño en general o método proyectual es que el primero, más allá de todas las premisas lógicas referidas a los condicionamientos externos, posibilidades internas, funciones probables y fines previstos tiene, en el mismo nivel, una premisa estética; junto a lo planificable está la intuición del diseñador que confluye en una prefiguración. Esta unión de proyectualidad lógica e intuición estética es lo que genera un objeto de diseño...que transforma el aspecto funcional -comunicar, usar- en un texto u objeto con una diferencia cualitativa que lo hace otro respecto de su intuición y función. El objeto de diseño no sólo llena una necesidad social; al hacerlo crea un producto que se establece como un hiato entre la demanda del receptor y la intuición del emisor"

"El Diseño debe ser considerado como una disciplina en la que se entre cruzan saberes y haceres diversos. Empleo la palabra ´entre cruzamiento´ de manera absolutamente intencional. Con ella quiero remarcar que no están yuxtapuestos sino que se conectan los unos con los otros y, en su encrucijada, a manera de síntesis, surge la prefiguración -bajo el aspecto icónico- del objeto diseñado. Así, el concepto de Diseño lleva implícitos tres aspectos:

- prefiguración
- materialización proyectual y
- ´habitabilidad´ social.

Estos tres aspectos están unidos indisolublemente. La prefiguración, como se dijo, en líneas generales implica planificación de soluciones, pero el proyectar en el proceso de Diseño, en tanto está unido a los modos del habitar, supone además un elemento estético que se plasma a través de los sistemas de representación disponibles. La materialización proyectual se refiere a la concreción efectiva del proyecto y la habitabilidad, a los valores sociales que operan en la comunidad, puestos en juego y modificados por el diseño." *páginas 38-39*

"El Diseño Gráfico es una forma de comunicación específica (...) Sin embargo, en su especificidad está aún por determinarse. Sostenido en la tríada canal visual, medios y carácter masivo, el Diseño Gráfico es un tipo de comunicación que apela al canal visual a través de medios que establecen una distancia entre emisor y receptor y cuyo carácter es colectivo. No es un medio de comunicación de masas: es una forma que, como tal, admite circular y desarrollarse en distintos medios. Diarios, revistas, libros, calles, televisión, Internet, todos son medios que albergan esta forma particular de comunicación. Su ámbito comunicacional parece claro: de raigambre urbana, el Diseño Gráfico circula en todas partes pero remite a la ciudad. Su carácter de comunicación es siempre colectivo y social en tanto plantea, a públicos masivos, comunicaciones de entidades públicas o privadas. Estas generalidades permiten plantear la pregunta ¿existe una comunicación propia del Diseño Gráfico? *páginas 46-47*

"El Diseño Gráfico es uno de los mecanismos de los que dispone la cultura para procesar y comunicar información. Es sabido que todas las construcciones culturales cumplen con esta función: la especificidad del Diseño Gráfico reside en el tipo de información. Cuando se dice que cubre la comunicación visual necesaria

TIEMPO DE REALIZACIÓN		1 CLASE
MODALIDAD		INDIVIDUAL
PRESENTACIÓN		INDIVIDUAL

para la vida social, se está diciendo una verdad a medias. Las primeras preguntas que surgen son: ¿qué se quiere decir con necesaria? y ¿a qué vida social se refiere?. Es aquí donde cabe agregar un concepto distinto: el Diseño Gráfico organiza cierto tipo de información legible y visible y, por otro lado, regula ciertos comportamientos. El Diseño Gráfico es un proceso de cohesión cultural que, en alguna de sus manifestaciones, opera sobre toda la sociedad y, en otras, sobre sectores sociales determinados y específicos.

En esta actuación, el Diseño Gráfico ha configurado su estructura, creando su propio sistema (sistemas) de significaciones (la relación con lo verdadero y lo falso, con lo "bueno" y lo "malo"); ha generado sus códigos específicos y, finalmente, ha producido efectos de percepción, de recepción y comportamientos. Esto significa que, además de los comportamientos buscados, el Diseño Gráfico ha generado conductas relacionadas con él mismo, en tanto ha modificado la visión del receptor sobre el propio Diseño. Estas conductas están vinculadas a la percepción y a la configuración del receptor urbano." *página 54*

CHAVES, Norberto

"Arte aplicada o técnica de la comunicación: dos vertientes en la práctica del Diseño Gráfico"

En ARFUCH, CHAVES, LEDESMA Diseño y comunicación. Buenos Aires, Paidós, 1997.

"El segundo gran ciclo industrial, el de mediados del siglo XX, apela al Diseño como un medio de producción indispensable para lograr el éxito de su proyecto: esencialmente 'la producción para el consumo', entendida ya como 'producción del consumo'. El Diseño se transforma de utopía cultural en técnica de la producción industrial en el mercado de la oferta.

(...) En la práctica, que no en el manifiesto, el Diseño deja de ser un personero del Arte que se ha infiltrado entre los ingenieros. Se afirma e institucionaliza como disciplina autónoma asociada a la producción y respondiendo sintéticamente a todos sus requisitos: técnicos, utilitarios, simbólicos y estéticos; comerciales, industriales, comunicacionales y promocionales.

Se libera así su capacidad de integración técnica en todo tipo de proceso. Invade, como método abstracto, todo ámbito productivo en que se imponga la necesidad de prefiguración. asume todos los lenguajes que reclame el mercado. Y se superespecializa en áreas temáticas, socioeconómicas y tecnológicas.

(...) El Diseño implica, por su propio concepto, una pérdida de espontaneidad e ingenuidad en la producción. El Diseño en sentido estricto –no laxo– es una rama de la planificación. Su modo de producción simbólica difiere esencialmente del Arte. En el Diseño los códigos operan de modo opaco, visible. El plano del meta-lenguaje se mantiene a la vista y sólo en procesos largos o ámbitos muy particulares se observan casos de 'naturalización'. " *páginas 107- 109 1*

"(...) es en el propio medio cultural y técnico del Diseño Gráfico donde se genera una versión menor (...)

Tal concepción del Diseño Gráfico se apoya en una serie de a priori que operan en general de modo tácito. Según ella, el Diseño Gráfico es un trabajo de enriquecimiento del mensaje básico mediante:

- la manipulación de los textos: distorsión, decoración, 'iconización' de la tipografía, etc.
- la incorporación de elementos ilustrativos o decorativos: alegorías, íconos alusivos al tema, complementos gráficos abstractos, etc.
- la diagramación inusual, imaginativa, de la pieza; transgresiones al orden de lectura, alteración de la posición de los textos, tratamiento compositivo pictórico de las masas escritas o icónicas, etcétera.

En su totalidad, estas operaciones tienen por objetivos:

- un refuerzo de los contenidos semánticos del mensaje por complementación o redundancia,
- una enfatización de la función vocativa mediante el recurso de la transgresión,
- una valorización estética de la pieza mediante la inclusión de elementos extrapolados generalmente de las artes plásticas." *páginas 110-111*

"Y si rastreamos las causas de la baja definición de los perfiles profesionales dentro del Diseño Gráfico, daremos antes que nada con el empirismo propio de una profesión anclada aún en los oficios.

El Diseño es una profesión que, si bien nace de la crítica a las Artes Aplicadas, sigue inscribiéndose en un modelo cultural próximo a ellas. El perfil sociocultural de sus agentes, modelado por el mercado, coincide

TIEMPO DE REALIZACIÓN	1 CLASE
MODALIDAD	INDIVIDUAL
PRESENTACIÓN	INDIVIDUAL

con el de un oficio técnico-artístico sin plataforma disciplinar autónoma.

El desdén hacia la teoría es, en sentido estricto, una supervivencia que origina una suerte de sincretismo: un rasgo de la cultura bajo-industrial presente en una fase avanzada de una disciplina específica de la producción alto-industrial. la cabeza suele ir siempre más lenta que la mano." *página 123*

"La teoría seguirá siendo resistida como un cuerpo extraño a la práctica diseñística; pues esta última ya esta signada por el insight, la imaginación, la ocurrencia, y no por el manejo consciente y planificado de procesos que orienten y den curso a la intuición y la creatividad. Por efecto de lo anterior, la cultura del diseño queda marcada por una fuerte tendencia fetichista: el producto centra toda la atención de sus miembros. Y tal fijación es, incluso, más observable en los propios productores que en los consumidores.

La delectación en los propios productos parece ser un atributo inalienable de la cultura del Diseño. Tras los destellos del objeto quedan tácitos, no analizados, ni siquiera verbalizados, los procesos y las condiciones de producción. Las variables técnicas, semióticas, psicológicas, culturales, etc., operan de modo inconsciente en la mente del diseñador. El producto 'lo dice todo', es decir lo encubre todo." *página 126*

ARFUCH, Leonor

"El diseño en la trama de la cultura: desafíos contemporáneos"

En ARFUCH, CHAVES, LEDESMA Diseño y comunicación. Buenos Aires, Paidós, 1997

"¿Hay, efectivamente, un cuerpo de saberes que configuran el campo del diseño? (...) ¿Es arte, técnica, comunicación, dominio instrumental o disciplina académica? Las polémicas suelen inclinar la balanza en una u otra dirección, pero quizá sea más productiva la aceptación de la coexistencia, de la multiplicidad, aún cuando puedan darse acentuaciones diferentes según los casos. En efecto ¿por qué reducir la trama compleja en la cual se inscribe la actual idea de 'diseño' -perspectiva que hereda un trabajo de siglos- a un 'mensaje', un gesto, un saber distanciado de la teoría, a una práctica, una tecnología más o menos computarizada, un knowhow de recursos morfológicos y formales?

(...) Considerada en el plano del sentido, la pieza de diseño es, entonces, más que un "mensaje" ya dotado de intencionalidad y finalidad, un intertexto y, como tal, dialoga con múltiples lenguajes, verbales o no verbales, se inscribe en la circulación impredecible de imágenes, visiones del mundo, estilos, tendencias: es a la vez presente, pasado, y también, eventualmente, ejercicio de anticipación.

Como toda práctica significativa, su textura es abierta, metafórica: palabra, trazo, figura, forma, espacialidad, contexto, se articulan de manera contingente, en acatamiento de la norma o en rebeldía hacia la institución (¿acaso, como en el arte, que generó el poder corrosivo de las vanguardias, no alienta en el diseño la posibilidad de la divergencia, del antidiseño?). Libertad considerable, aunque no absoluta: como todo discurso, está sometido a determinaciones sociales e institucionales, a hábitos perceptuales, a modos de apropiación. Y, por supuesto, a las marcas de la teoría. Pese a que no existe práctica sin teoría, esta última, en relación con el diseño, puede desaparecer, hacerse inconsciente, quedar oscurecida en lo que se vislumbra como mero impulso, creatividad, invención (y no es que queramos arrebatarles a estas palabras su fuerza y su derecho: ellas tienen que ver con el ejercicio de la autonomía, con aquello vinculado a la singularidad del sujeto, su autoafirmación, su experiencia).

Pero también el silencio de la teoría puede obedecer a la naturalización de las prácticas, a un cierto automatismo del hacer que anularía la necesidad de reflexión. Y hay aún otro "olvido" de la teoría, que quizás esté ligado al concepto foucaultiano del poder del saber y que tiene que ver con la construcción de posiciones de autoridad: aquel que niega, a sabiendas, los presupuestos, las concepciones, las creencias que sustentan el propio trabajo, tornándolo así misterioso, inexplicable." *páginas 224-225*

"Pero si la práctica artística o profesional puede optar por poner entre paréntesis la conceptualización, negarse a explicitarla, reducirla a un "porque sí", en el ámbito universitario ella constituye la apuesta esencial, aún en las materias más "prácticas". Hacer del ejercicio profesional, de las herramientas que se utilizan para ello. de los objetivos y las finalidades, objeto de la reflexión, es precisamente lo que distingue a la Universidad de otras instancias de aprendizaje. Lo que en otros campos es opción es aquí obligación: obligación de dar

TIEMPO DE REALIZACIÓN	1 CLASE
MODALIDAD	INDIVIDUAL
PRESENTACIÓN	INDIVIDUAL

cuenta de los presupuestos que sostienen un campo de saberes, una modalidad de trabajo, una valoración o, por lo menos, de dejar planteada la indagación en torno a ellos. Cuestión que abre caminos insospechados a la investigación.

Pero esta indagación, tratándose del diseño en tanto práctica significativa, no se limita al ejercicio individual de producción de un mensaje o al diálogo, sumiso y fantaseado como escena temida con el 'comitente': también le concierne la interrogación, más comprensiva, sobre públicos, audiencias, receptores, estilos, tendencias, sobre las temáticas y problemáticas que atraviesan el horizonte contemporáneo. No hay un 'afuera' de la práctica, sino que ésta se teje de modo indisociable en la urdimbre sociocultural. Por consiguiente, la enseñanza deseable del diseño va más allá de la morfología, de las estrategias comunicacionales, del uso afinado de las diversas 'cajas de herramientas' -para tomar la famosa metáfora con que Wittgenstein aludía al lenguaje-, para involucrarse de lleno en la coyuntura histórica, en el devenir de la sociedad." *página 226*

"Ni un poder totalizador ni una manipulación inocua: he aquí el desafío del diseño en épocas de grandes transformaciones, desafío que pone en escena, centralmente, la cuestión de la responsabilidad.

responsabilidad profesional y también académica: ¿cómo desentenderse alegremente de tales coyunturas, cómo entrenar a nuestros estudiantes en el acatamiento del mercado, cómo olvidar, en aras de la celebración del rediseño al infinito, la cualidad de la crítica, como razón de ser de la universidad? La crítica como ejercicio obligado de la profesión, pero además como práctica política, en el sentido más amplio del término: como resguardo contra la cancelación del sujeto ético, y también, por qué no, como rebeldía, como antídoto. Si el arte y la filosofía cultivaron siempre sus propios anticuerpos, si el diseño nació precisamente como utopía de un mundo mejor, ¿por qué no pensar hoy, desde este espacio, más que su conformismo, su molestia, más que su adecuación, su virulencia, su potencialidad desconstruictiva ? *página 228.*

LEDESMA, María

"El diseñador como operador cultural"

En LEDESMA, Lopez y otros, Comunicación para diseñadores. Bs As, CEADIG, 2001

"El diseño gráfico opera con las "máquinas tecnológicas de información y comunicación", opera en la informática, en los medios; opera entonces, "en lo más profundo de la subjetividad humana... memoria, inteligencia, sensibilidad, afectos y fantasmas inconscientes".

Desde esta concepción, es obvio suponer que nos dirigimos a un diseñador preocupado no sólo por los modos técnicos de producción y reproducción sino también por el análisis de los hechos culturales en los que se desarrolla su obra y que su obra contribuye a desarrollar. Nos dirigimos a un diseñador consciente de los efectos que su obra y la disciplina producen en el ámbito social. Nos dirigimos finalmente a un diseñador crítico capaz de situarse frente a la lógica de la disciplina, anticipar su desarrollo y decidir actuar de manera positiva para favorecer su incidencia no sólo en beneficio de los poderosos sino también de los más desposeídos."

TIEMPO DE REALIZACIÓN		1 CLASE
MODALIDAD		INDIVIDUAL
PRESENTACIÓN		INDIVIDUAL