

periodista reescriba el titular después, o bien que busquemos ideas en las imágenes para apoyar los titulares. Si el presupuesto da para hacer una producción fotográfica, es genial. Sino, la gran cantidad de bancos de imágenes a los que podemos acceder por internet con búsquedas por conceptos es más que suficiente.

Insisto, depende del presupuesto y de los tiempos.

El caso puntual de las memorias, como comenté, algunas organizan concursos para acompañar los libros, y en otros, se suele usar el material gráfico de sus otras publicaciones que realizaron durante el año. Esto último es una ventaja, porque ya tenemos las imágenes súper ajustadas de color, ya que hubo un cromalín previo.

En cuanto a los gráficos, plantearlos con hojas de estilos, como unidad en cuanto a cuerpos tipográficos y una paleta cromática suficiente es lo recomendable.

Y tanto para esto como para las ilustraciones, aunque muchos diseñadores hacemos más que diseñar, es bueno tener en cuenta que estas cosas se contratan, ya sea infografistas o ilustradores.

Por último, y no menos importante, como en cualquier caso del diseño de un libro, el cálculo del ancho del lomo, por suerte, nos lo brindan en la imprenta en base al gramaje del papel que se va a utilizar, por lo tanto se hace al final, una vez aprobado todo por el cliente cuando se sabe por fin, la cantidad de páginas.

Todas estas cosas, que aprendí trabajando, me hubieran servido de mucho si me las hubieran enseñado en la facultad. Entiendo que son muy específicas, pero no estamos exentos –en esta era globalizada– de que se nos presente un cliente que requiera estos servicios.

**Abstract:** Educational problems from the approach in which students are not prepared enough to design corporate publications and annual reports. They are works for big customers that generally are followed by an executive account, so that designers do not have direct contact with the client. What to bring them to come out more prepared.

**Key Words:** Corporate magazines - Design - Education - Publications - Customer.

**Resumo:** O trabalho aborda a problemática educativa desde o enfoque em que os alunos não estão suficientemente preparados para o design de publicações corporativas e memórias anuais. São trabalhos para grandes clientes que geralmente leva um executivo de contas, por o que os designers não temos contato direto com o cliente. É por isso que o trabalho apresenta aqueles elementos que fazem que os alunos possam estar mais preparados.

**Palavras chave:** Revistas corporativas - Design - Educação - Publicação - Cliente.

(\*) **Laura Vigo.** Fotógrafa Profesional, EFTI, Madrid. Especialista en internet e intranets. ETSIT, UPM, Madrid. Diseñadora Gráfica de la Fadu/Universidad de Buenos Aires. Especialista en publicaciones editoriales corporativas. Directora de Arte en Elevé Design.

(\*\*) El presente escrito fue presentado como conferencia dentro del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2012). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

## Los tres mensajes de la forma: metafórico, kitsch y literal

Juan Enrique Amoroso, Rodrigo Fernández Buffa y Jorge Eduardo Pokropek (\*)

Actas de Diseño (2014, Julio),  
Vol. 17, pp. 237-240. ISSN 1850-2032  
Fecha de recepción: abril 2012  
Fecha de aceptación: agosto 2012  
Versión final: febrero 2013

**Resumen:** El presente escrito pretende explicitar un conjunto de argumentos que demuestren la ventaja de guiar la práctica proyectual hacia una producción de forma que enfatice el estímulo de lecturas metafóricas abiertas, incrementando así la intensidad de la experiencia estética destinada al fruidor. Cumplir este objetivo exige revisar diversos criterios e instrumentos conceptuales que permitan establecer operatorias eficaces para un diseño más intencionado y riguroso del mensaje objetual. Un mensaje objetual más rico, profundo e intenso cuya interpretación exija al fruidor mayores compromisos intelectuales y emocionales, evitando la banalización o trivialización, tanto del objeto, como del sujeto, y alejando en ambos la posibilidad de establecer una relación kitsch degradante o infecunda.

**Palabras clave:** Mensaje - Metáfora - Kitsch - Objetual - Forma.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 239-240]

## Comentarios preliminares

Sabemos que la metáfora es una figura del lenguaje que aporta un plus de sentido al acto comunicativo ampliando así el recorte de lo real desde una experiencia estética. Sabemos también que toda forma artística lo es por estimular algún tipo de lectura metafórica sobre la que se estructura su mensaje estético.

Sabemos asimismo que las formas objetuales urbanas, arquitectónicas, industriales, gráficas e indumentarias, constituyentes de nuestro entorno existencial, se originan y determinan para la satisfacción de necesidades humanas utilitarias o prosaicas y espirituales o poéticas. Sabemos entonces que la producción de forma objetual, mediante procesos proyectuales o de diseño, debe focalizarse en incrementar la calidad de vida humana, mejorando la lectura del mensaje objetual, así como su profundidad y riqueza para favorecer interacciones sujeto-objeto más eficientes y gratificantes.

También sabemos que, como diseñadores o productores de forma, somos responsables de los mensajes éticos y estéticos que nuestros productos comunican, lo cual nos exige un compromiso consciente en la obtención de un control riguroso sobre los mecanismos mediante los cuales aquellos se expresan. Desde este enfoque y en el marco teórico que brinda la morfología, entendida como disciplina científica orientada hacia una producción poética, diremos que la forma objetual tiende a incrementar su eficacia comunicacional cuando se configura metafóricamente.

## La configuración metafórica abierta

La configuración metafórica abierta se conceptualizará inicialmente como una manera de producir formas objetuales donde la concreción material y la organización formal estimulen en el sujeto interpretante la lectura de un mensaje estético.

Entenderemos asimismo como configuración metafórica abierta a la forma objetual producida desde aquella lógica proyectual que la genera mediante operaciones retóricas que determinan su lectura como forma ambigua y auto-reflexiva.

Entenderemos también como configuración metafórica a un tipo específico de estructuración del mensaje objetual dirigido a exaltar mediante su lectura la dimensión poético-espiritual del sujeto fruidor sin menoscabo de la satisfacción de su dimensión prosaico-utilitaria.

Entendida la forma objetual como un signo o sistema de signos diremos que ésta posee configuración metafórica cuando a su significante se le puede atribuir analogía o semejanza estructural con grupos armónicos de significados o nociones aun cuando éstos no posean referente plástico (paz, serenidad, violencia, amor, odio)

Será obvio señalar que cuando la forma objetual posea configuración metafórica abierta estimulará una lectura “abierta e inagotable” definible como “semiosis ilimitada”, siendo esta modalidad de lectura la base de toda experiencia estética.

La configuración metafórica, entendida desde un enfoque etológico y psicológico será aquella que estimule en el fruidor por “simpatía formal” y a través del mecanismo de transformaciones propioceptivas ciertas conductas y

emociones vinculadas coherentemente con las características de la organización formal (movimiento, quietud, euforia, sosiego, tensión, distensión, alegría, tristeza, etc.) (Hesselgren, 1973) (Arnheim, 2001) (Dondis, 1990). Desde este enfoque también será evidente que la configuración metafórica abierta es el mecanismo idóneo para producir “formas emocionantes”, es decir, formas cuya expresión sensible estimule en el sujeto fruidor intensas respuestas emocionales.

Observemos que al hablar de configuración metafórica abierta implicamos la existencia conceptual de configuraciones metafóricas cerradas, las cuales, en principio deberían evitarse como foco de la práctica proyectual pues tenderían a recortar o empobrecer el mensaje estético contenido en el mensaje global. Advirtamos que entendemos por metáforas cerradas, a aquellas cuya percepción ya no produce un plus de sentido mediante un shock emotivo-intelectivo debido a estar gastadas por un empleo excesivo que las torna obvias y obsoletas. A ellas se refiere Elena Oliveras (1993) cuando habla de “metáforas muertas” por excesivamente lexicalizadas.

Evidentemente el empleo protagónico de signos convencionales y frecuentes en la configuración del mensaje objetual tenderá a la configuración de metáforas cerradas que banalizan la posible experiencia estética al estimular un simulacro de ella, conduciendo al objeto portador a la condición de kitsch.

Advirtamos que si bien Marta Zatonyi (1990) afirma que no existe “objeto kitsch” sino relación kitsch entre sujeto fruidor y objeto, otros autores –Jencks (1977), Eco (1984) (1986) Moles (1973) (1983)– aluden a una “condición kitsch” propia de los objetos estéticos empobrecidos o vulgarizados, que, en el decir de Eco, se focalizan en la prefabricación e imposición del efecto emotivo sin exigir esfuerzos interpretativos y simulando una experiencia estética de descubrimiento activo donde un fruidor indolente o perezoso finge creer o cree tener una experiencia estética legítima.

Eco (1984, p. 118) dice:

Es kitsch aquello que se nos aparece como algo consumido, que llega a las masas o al público medio porque ha sido consumido, y que se consume (y en consecuencia, se depaupera) precisamente porque el uso a que ha sido sometido por un gran número de consumidores ha acelerado e intensificado su desgaste.

Evitar diseñar objetos que “caigan” en la “condición kitsch” y empobrezcan el entorno existencial del sujeto exige o prioriza configurarlos conscientemente como “metáforas abiertas”.

Observemos asimismo que la noción de “configuración metafórica” ya sea abierta o cerrada implica obviamente la noción opuesta de “configuración literal”. Entendemos en principio por configuración literal aquella concreción material cuya organización formal estimule en el sujeto fruidor lecturas intensas y protagónicas de aspectos destinados a la satisfacción de necesidades humanas prosaico-utilitarias, minimizando aquellas dirigidas a su dimensión poética.

Según Moles (1983) los objetos expresan sus funciones prosaico-utilitarias mediante sus denotados (o función

primaria en el decir de Eco). El grupo de los significados denotados constituye el “aspecto semántico” sobre el que se apoya el “aspecto estético” o conjunto de significados connotados (función secundaria). Será obvio señalar entonces que las configuraciones literales exaltan el aspecto semántico y las metafóricas el aspecto estético.

Obviamente también debemos aceptar que ‘probablemente algunos objetos marcadamente utilitarios como las herramientas puedan y deban evitar poseer configuración metafórica.

Advirtamos asimismo que no debemos confundir la configuración metafórica de un objeto intencionada desde un acto de diseño consciente con aquella posible configuración metafórica inconsciente que sin embargo promueve o estimula lecturas abiertas en el fruidor quien en función de su riqueza o pobreza cultural, puede asignárselas o no. Sabemos que los objetos promueven lecturas que pueden ser tanto coherentes como aberrantes a sus funciones primarias o secundarias. Una configuración metafórica intencionada debe obviamente evitar lecturas aberrantes... Oportunamente profundizaremos sobre las lógicas propias de la configuración metafórica abierta. Reiteremos por ahora que, para ser convenientemente ambigua y auto-reflexiva, la configuración metafórica debe sostenerse prioritariamente sobre los signos que guarden o propongan alguna semejanza o analogía estructural con las nociones abstractas que buscamos expresar (libertad, democracia, serenidad, fuerza, vitalidad, alegría, etc.) por ello seguramente su configuración descansará protagónicamente en la organización formal de signos “naturales” en el decir de Jencks (1977), es decir, indiciales e icónicos. Signos que si bien exigen, según Eco, algún tipo de aprendizaje o manejo convencional, poseen una relación entre significados y significantes escasamente arbitraria, estimulando en forma filogenética la lectura o significación. Advirtamos en este sentido que, en principio, deberíamos minimizar el empleo de signos convencionales sujetos a inestabilidades culturales que implicarían su obsolescencia o transformación.

Aquí no podemos ahondar en este y otros temas. Digamos, por ahora, que la noción de configuración metafórica abierta es, en definitiva, una noción útil para analizar, generar, clasificar y comprender un universo de formas objetuales de protagónica presencia en nuestro entorno. Esta noción establece o propone numerosos interrogantes: ¿Cuántos tipos de configuración metafórica existen? ¿Cómo pueden clasificarse? ¿Cuáles son las diferencias o similitudes entre las configuraciones metafóricas de las formas arquitectónicas, gráficas o industriales? ¿Existen tantas configuraciones metafóricas objetuales como tropos del lenguaje? ¿Qué operaciones retóricas son las más favorables para la organización formal de cada tipo objetual? ¿Existen casos en que la configuración metafórica de la forma objetual sea innecesaria o indeseable? ¿Qué mecanismos perceptuales conviene estimular en el sujeto fruidor para desencadenar la lectura del mensaje estético? ¿Qué tipos de lectura o interpretación contiene o propone el mensaje objetual global? ¿Qué enfoques hay para clasificar los tipos de mensajes y sus lecturas? ¿Cómo se intensifica una lectura sobre otra? ¿Existe alguna configuración formal que vehiculice mejor el mensaje estético? ¿Cómo se concibe e instrumenta la me-

taforización o traducción formal de una noción abstracta como “sabiduría”, “vejez”, “paz”, “alegría”, o “tristeza”? ¿Qué configuraciones estimulan respuestas conductuales en función de lecturas de origen filogenético? ¿Son las transformaciones propioceptivas la base biológica del proceso de metaforización?

Estos interrogantes y otros muchos más que, aún no es posible o pertinente enunciar, serán oportunamente contestados dentro y desde la explicitación del marco teórico que origina y determina el presente escrito.

Como adelantáramos nuestro marco teórico configura una mirada desde la morfología entendida como disciplina científica orientada hacia una producción poética, intencionando así una selección de enfoques y saberes que confluyen en una guía eficaz para la práctica proyectual entendida como construcción de conocimiento.

Conocimiento útil para producir formas más intensas, ricas y profundas, en las que podamos transmutarnos y expresarnos para al fin encontrarnos a nosotros mismos.

#### Bibliografía

- Arnheim, R. (2001) *La forma visual de la arquitectura*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Dondis, D. A. (1990) *La Sintaxis de la imagen*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Eco, U. (1984) *Apocalípticos e integrados*, Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1986) *La estructura ausente*, Barcelona: Lumen.
- Hesselgren, S. (1973) *El Lenguaje de la Arquitectura*, Buenos Aires: Eudeba.
- Jencks, C. (1977) *El lenguaje de la arquitectura posmoderna*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Moles, A. (1973) *El Kitsch. El arte de la felicidad*, Buenos Aires: Paidós.
- Moles, A. (1983) *Teoría de los objetos*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Oliveras, E. (1993) *La metáfora en el arte*, Buenos Aires: Almagesto.
- Zatonyi, M. (1990) *Una estética del arte y del diseño*, Buenos Aires: CP67.

**Abstract:** This paper seeks to explain a set of arguments that prove the advantage of guiding the design practice into a form that emphasizes production stimulating open metaphorical readings, increasing the intensity of aesthetic experience intended to spectator. Obtain this objective requires review several criteria and conceptual tools that enable to establish effective operative for a more deliberate and rigorous design objetual message. A rich, deep and intense objetual message whose interpretation requires the spectator greatest intellectual and emotional commitments, avoiding the trivialization, the object and the subject, and away in both the possibility of a fruitless relationship or degrading kitsch.

**Key words:** Message - Metaphor - Kitsch - Objetual - Form.

**Resumo:** O escrito pretende explicitar um conjunto de argumentos que demonstrem a vantagem de guiar a prática projetual a uma produção de forma que enfatize o estímulo de leituras metafóricas abertas, incrementando a intensidade da experiência estética destinada ao fruidor. Cumprir este objetivo exige revisar critérios e instrumentos conceituais que permitam estabelecer operatórias eficazes para um design mais intencionado e rigoroso da mensagem objetual. Uma mensagem objetual mais rica, profunda e intensa, cuja interpretação exija

ao fruidor maiores compromissos intelectuais e emocionais, evitando a banalização do objeto e do sujeito, e removendo em ambos a possibilidade de estabelecer uma relação kitsch degradante ou infecunda.

**Palavras chave:** Mensagem - Metáfora - Kitsch - Objetual - Forma.

(\*) **Juan Enrique Amoroso.** Arquitecto y Especialista en Lógica y Técnica de la Forma, FADU-UBA. Maestrando en Lógica y Técnica de la Forma FADU-UBA. Profesor en FADAU-UM y FADU-UBA.  
**Rodrigo Fernández Buffa** Arquitecto y Especialista en Investigación

Proyectual FADU-UBA. Profesor de Diseño en FADAU-UM; Docente e investigador de la carrera de Investigación Proyectual de FADU UBA. **Jorge Eduardo Pokropek.** Arquitecto y Especialista en Lógica y Técnica de la Forma, FADU-UBA. Maestrando en Lógica y Técnica de la Forma FADU-UBA, Profesor en en FADAU-UM y FADU-UBA.

(\*\*) El presente escrito fue presentado como conferencia dentro del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2012). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

## Exploración como proceso creativo en la conceptualización de la idea

Actas de Diseño (2014, Julio),  
Vol. 17, pp. 240-243. ISSN 1850-2032  
Fecha de recepción: abril 2012  
Fecha de aceptación: agosto 2012  
Versión final: febrero 2013

Liliana D'Pablo y Claudia Rangel (\*)

**Resumen:** La escuela de arquitectura de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS), de la ciudad de Cúcuta, Colombia propone el desarrollo de procesos pedagógicos, como método de exploración en la permanente búsqueda de la forma, estructura, el envolvente y la fenomenología de cada una de las propuestas de los primeros talleres; a través de un contacto directo con el arte y la experimentación de materiales, conceptualización de ideas y materialización de las mismas. Este proceso es desarrollado a través de un constante laboratorio experimental dentro y fuera del aula generador de instalaciones artísticas y habitáculos penetrables conceptualmente diseñados a partir de un proceso riguroso de investigación y experimentación que evidencia la sensibilidad hacia las artes y la arquitectura del nuevo milenio.

**Palabras clave:** Abstracción - Espacialidad - Experimentación - Exploración - Geometrización - Fenomenología - Objeto - Sujeto.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 242-243]

## Construcción de Herramientas mentales a partir de la experimentación por procesos de inducción como metodología aplicada a la enseñanza de la Arquitectura

Nuestra escuela de Arquitectura busca sensibilizar a los estudiantes que inician su formación profesional para que desarrollen la capacidad de percepción, intuición, exploración de materiales y formas, y su interpretación del mundo, por medio de proyectos escultóricos, de instalaciones artísticas que evidencien las nociones de espacialidad, lugar, habitar y experiencia sensorial; con el fin de lograr una marcada identidad como futuros diseñadores y arquitectos del nuevo milenio.

Se hace necesario entonces entender el medio local (Cúcuta - N. de S.) y el contacto global (medio virtual - internet) para lograr un equilibrio entre las experiencias de estudiantes y docentes muchos de los cuales fuimos formados en la escuela clásica que tiene postulados bastante difíciles de desmontar si se trata de interactuar con la obra. Se reconoce entonces la importancia de sensibilizar la experiencia individual y la capacidad de romper paradigmas acerca de conceptos como estética, arte, espacio, lugar, habitar.

La ubicación estratégica de nuestra ciudad tiene significados marcados en los comportamientos colectivos; lo comercial, la moda, la moneda extranjera, la música, la relación directa con Venezuela (San Antonio y Ureña), la Universidad Pública, factores que influyen en la concreción y materialización de las ideas. Debe ser entonces la academia un espacio de intercambio conceptual y el docente "maestro" en el sentido de disponer el universo para que el estudiante se nutra a través de su experiencia y construya su propio pensamiento.

Los proyectos de Diseño de los primeros semestres de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS), tienen como objetivo primordial lograr que el estudiante transforme, intervenga, genere experiencias en un espacio; Se reafirman los conceptos de estética de no ceñirla a lo bello, sino a la ciencia de las cualidades de nuestra sensibilidad. La obra de Arquitectura como Arte solo en el habitar. Desarrollo de la capacidad sensitiva de preguntarse una y otra vez cómo una obra me aporta, me transforma, qué me transmite. Ha sido un enriquecimiento constante, se aprende a aprender.

La cultura globalizada en la red, involucra nuevas tendencias, nuevos comportamientos, pero lo sensible a pesar de la marcada saturación de la imagen... siempre