

6. Base de datos para cálculo del costo y planos de construcción de mobiliario. Aarón Rubio Chalup, diseño industrial en la UACJ, noviembre 22 del 2006.
7. Guía de Diseños para Mobiliario Urbano, Marisol Martínez García, diseño industrial de la UACJ, 22 noviembre del 2006.
8. Elaboración de Demo para recorrido virtual y folleto para la empresa. Erwin Aguirre García, diseño Industrial, enero 19 del 2006.
9. MODEXPENDE, módulo para expendedores de revistas, Alejandro Esparza Macias, diseño industrial de la UACJ, mayo del 2006.
10. Lastra portátil para alumnos o practicantes de joyería y bisutería, Zayra Nahar Peñaloza Barcenás, diseño industrial de la UACJ, noviembre del 2006.
11. Medios de Transporte para Instrumentos Musicales, Lizbeth Yanelli Domínguez Escudero, diseño industrial de la UACJ.
12. Cocineta Integral, Ruth Berenice Gómez Meza, diseño industrial de la UACJ, noviembre del 2006.
13. Enfriadora de productos plásticos. Carlos Mario Moreno Ruiz, diseño industrial de la UACJ, noviembre del 2006.

Javier Antonio Lom Holguín. Catedrático de la UACJ, Maestro en Ciencias de la Ingeniería Industrial, con enfoque hacia el área de Ergonomía, tiene diplomado en Manufactura Esbelta, Kaizen, Poka Yoke, Justo a Tiempo, Kanban, Confiabilidad, es Asesor y Capacitador Certificado en la norma de "Diseño de Cursos y Capacitación" y cuenta con más de 12 años de experiencia en ambientes industriales.

Argumentación y retórica: la lingüística e la imagen

Blanca Estela López Pérez

Los procesos de comunicación han jugado un papel trascendental en la evolución de la sociedad humana. El lenguaje es entonces un vehículo para ideas, conocimientos y pensamientos producto de la vida cotidiana, el cual no se limita al habla sino que también comprende a los escritos y la manera en que éstos son dispuestos, ornamentados y estructurados.

En vista de que algunos de los preceptos de las retóricas antigua y clásica podrían haber resultado en una compleja aplicación a las actividades discursivas (pensemos en los principios lógicos en la inventio), o bien en la reducción de la retórica a la ornamentación, autores como Chaïm Perelman y Stephen Toulmin nos proporcionan esquemas de argumentación más pertinentes a las necesidades discursivas del ámbito judicial y también el de la comunicación (Gráfico 1, p. 173).

Para Perelman, la preocupación por los juicios de valor y la participación de opinión de la audiencia en la argumentación dan pie para la propuesta de la Nueva Retórica. Bajo el precepto de la inexistencia de un modelo lógico específico que abarcara los juicios y el constante quiebre del principio de no-contradicción, la discusión se vuelve necesaria (en aspectos jurídicos, principalmente) y la argumentación un proceso central. "[...] la teoría de la argumentación –concebida como una nueva retórica o una nueva dialéctica–, cubre todo el campo del discurso que gusta persuadir o convencer, cualquiera que sea el auditorio al cual se dirige y cualquiera sea la materia sobre la cual versa." (Perelman; 1997, 24)

A diferencia de la demostración, la finalidad de la argumentación no implica el probar la verdad de una conclusión (o de nuestra tesis central) sino lograr que la audiencia se adhiera a dicha conclusión obtenida a partir de premisas las cuales gozan de aceptación previa. En consecuencia, el lograr la adhesión de la audiencia a nuestra tesis dependerá de la vinculación que ésta guarde con las premisas expuestas. Como en esta postura retórica la opinión de los oyentes es vital,

cabe la posibilidad de que nuestra tesis no sea juzgada desde la dicotomía verdad/falsedad (ya que no se trata de un proceso analítico) sino desde la de lo admisible/lo inadmisibles (según el esquema de valores e ideas vigente en la audiencia).

Aquí llegamos a un punto importante en la teoría de Perelman (Perelman; 1997, 48): el problema que implica construir argumentos basados en juicios que versen sobre lo real es que la contraparte (es decir, juicios de valor y/o jerarquía) se encuentra opuesta a los principios universales de lo verdadero/razonable y adentrando la discusión en el terreno de lo preferible/admitido, donde, de hecho, sí es posible el proceso dialéctico necesario para la argumentación. Por otro lado, también es posible limitar la aplicación del principio del tercero excluido propuesto por la lógica aristotélica; lo verdadero o real corresponde a un objeto de la investigación científica, no admite grados, pero para la argumentación tanto los valores como los juicios implican ciertos niveles o circunstancias de probabilidad. La opinión habrá de caracterizarse, en este sentido, por no necesitar la admisión de pruebas definitivas; en caso de presentarse alguna, no existirá argumentación.

La identificación de los valores, opiniones y juicios de la audiencia será un factor necesario para lograr el objetivo de persuasión. "Los valores universales juegan un papel importante en la argumentación, pues ellos permitirán presentar los valores particulares, aquellos sobre los cuales se establece el acuerdo de grupos particulares, como un aspecto más determinado de los valores universales." (Perelman; 1997, 50) Estas percepciones específicas de lo universal proporcionarán elementos estructurales esenciales tanto para la disposición del texto discursivo como para la ornamentación; de igual manera, esta identificación puede aplicarse a la imagen del producto de diseño y sus características (nivel de abstracción, tipo de representación, color, tamaño, etc.).

De manera general, los siguientes serían los puntos relevantes de esta Nueva Retórica de Perelman:

- La teoría de la argumentación es construida desde una perspectiva filosófica; a pesar de ser una propuesta racional, dista de ser científica. En consecuencia, su uso habrá de restringirse a aquellas áreas del hacer humano que no posean métodos espe-

cializados para la resolución de problemas; es decir, áreas donde la opinión y los juicios de valor y jerarquía sean recurrentes y sea necesario producir la adhesión del público a una determinada tesis por medio de argumentación.

- Es necesario definir la fuerza de un argumento desde las características particulares que cada audiencia presenta al orador dependiendo de la situación contextual.
- Con respecto a los universales, es posible presentar de manera semejante un argumento ante sujetos que pertenezcan al mismo contexto. (Perelman, Olbretch-Tyteca; 1995, 52)
- La argumentación forma parte del proceso de comunicación; por ende, las estructuras de dicho proceso argumental deberán abordarse desde la perspectiva pragmática antes que desde la instrumental.
- La conclusión de la argumentación debe llevarnos a acuerdos que habrán de constituir parte de lo que

ese auditorio considerará a futuro como admisible. “Estos argumentos no sólo interactúan los unos con los otros, sino que los auditores pueden, además, tomar estos mismos argumentos y la relación de éstos con el orador, como objeto de una nueva argumentación.” (Perelman; 1997, 76)

La teoría de Perelman ha recibido críticas sobre todo en lo referente a su aparato conceptual y sobre sus definiciones por considerarse abstractas y demasiado universales. Sin embargo, cabe rescatar su interés por los valores, los juicios, opiniones y jerarquías que, si bien su definición puede no ser del todo precisa, proporcionan categorías a considerar en los procesos de persuasión y argumentación donde es posible contar con el apoyo de otra clase de herramientas, métodos y conceptos que ayuden a la construcción de un argumento eficaz y pertinente.

Un modelo que es oportuno en la construcción dialéctica de argumentos corresponde al propuesto por

Gráfico 1

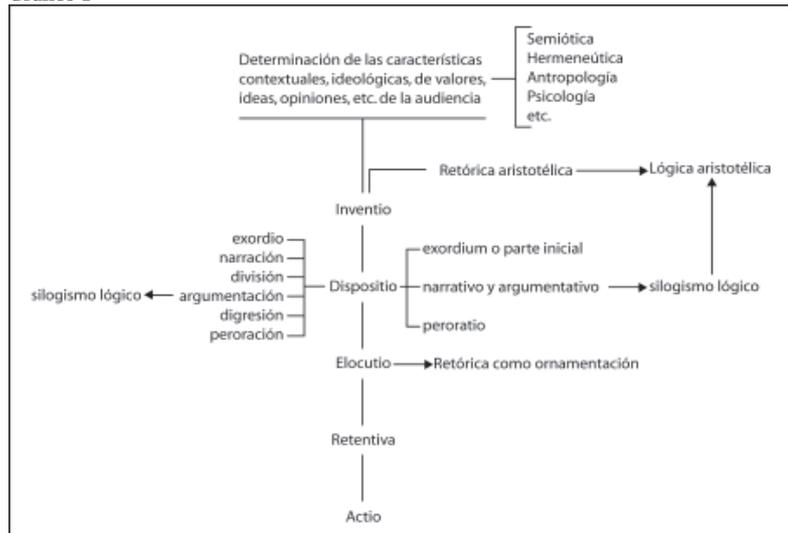


Gráfico 2

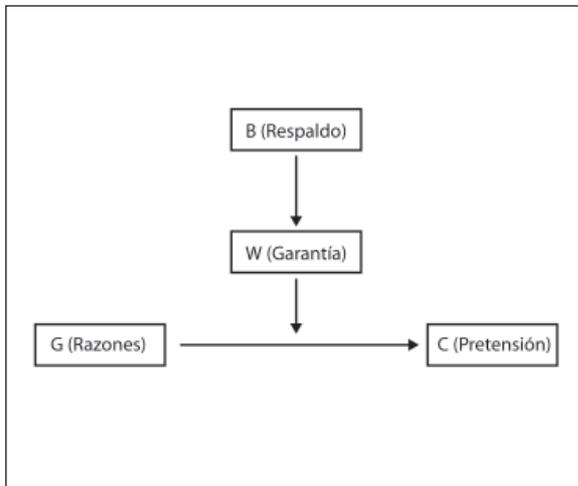
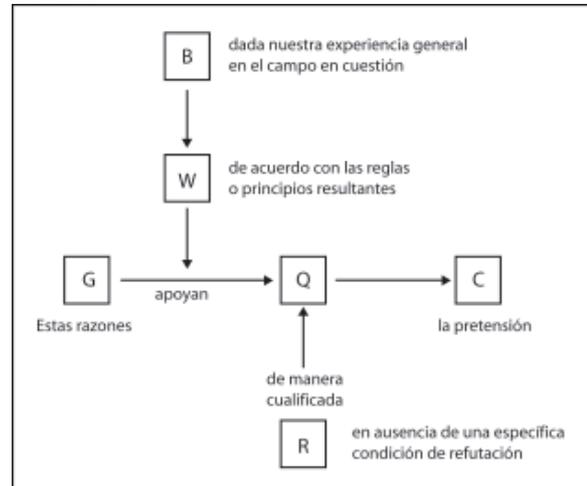


Gráfico 3



Toulmin. Para el autor, argumentar es “[...] la actividad total de plantear pretensiones, ponerlas en cuestión, respaldarlas produciendo razones, criticando esas razones, refutando esas críticas, etc. [...]” (Atienza, 2000) La atención del autor se centrará en los procesos mediante los cuales los argumentos generan una cadena de refutaciones que pongan de manifiesto la racionalidad de dicho argumento así como también la fuerza de sus razones en oposición a las razones dogmáticas que impiden la concatenación anteriormente mencionada.

En el modelo argumental de Toulmin encontramos cuatro elementos básicos: pretensión, razones, garantía y respaldo. El primero corresponde tanto al punto de inicio como al punto final al que pretendemos llegar (podría ser semejante a la narratio). Las razones son “[...] los hechos específicos del caso, cuya naturaleza varía de acuerdo con el tipo de argumentación de que se trate [...]” (Atienza, 2000). En el caso de las garantías, éstas tienen la función de permitir el paso de un enunciado a otro, de las razones expuestas (aceptadas o no por el interlocutor) hacia la pretensión; éstas comprenden la estructura general y la operación de la totalidad del discurso. Cuando la garantía es puesta en tela de juicio, entonces la argumentación requeriría del cuarto elemento: el respaldo. Sin embargo, este último elemento puede encontrarse ausente. (Gráfico 2, p. 173)

De esta manera, si la pretensión es aceptada por el público objetivo no existirá polémica ni cuestionamiento (es admisible prescindir de la exposición de garantías o respaldos); en caso contrario, es necesario exponer razones (*grounds*) que sustenten la vinculación entre nuestro punto de partida y nuestra pretensión (*claimt*). Aquí es posible que retomemos la idea de Perelman donde los valores, ideas y opiniones de la audiencia son fundamentales para poder validar tanto las razones como las garantías. La garantía permite además tener una visión clara de cómo nos encontramos construyendo la cadena argumental.

Otro elemento importante dentro de esta perspectiva argumental comprende la fuerza del argumento; es decir, si nos quedásemos exclusivamente en la estructura lógica formal, la conclusión a la que podemos llegar es inefable. Pero en el caso de la interacción social difícilmente podremos llegar a una misma resolución en todos los casos (podemos evocar aquí los juicios según valores y el establecimiento de jerarquías basadas en opiniones e ideas particulares). “[...] G (de *grounds* = razones), W (de *warrant* = garantía) y B (de *backing* = respaldo) prestan a C (de *claimt* = pretensión) un apoyo más débil que suele expresarse mediante calificadores modales (*qualifiers*), como presumiblemente, con toda probabilidad, plausiblemente, según parece...” (Atienza, 2000) Siguiendo la intención de que los argumentos acomodados en este modelo adquieran suficiente fuerza persuasiva, es necesario que existan puntos comunes de inicio. Estas ideas iniciales pueden ser tomadas del contexto, de lugares comunes donde se encuentre ubicada nuestra audiencia (aunque Toulmin no utiliza el término lugares comunes). Podemos otorgar a este auditorio cierto nivel de adhesión a ideas universales; pero no deja de ser necesaria la exploración de las

particularidades con las que estos universales son estructurados y significados. (Gráfico 3, p. 173)

A diferencia de modelos como el de Perelman, la propuesta de Toulmin persigue la aplicación general de la argumentación y no exclusivamente para áreas específicas como el ámbito jurídico. (Escandell; 1996, 114) Además, este modelo proporciona una vía de aplicación práctica que nos puede ser muy útil para la construcción de argumentos aplicables a los productos de diseño gráfico.

A pesar de que autores como Perelman (Walton; 1996, 71) sostienen la idea de un auditorio universal, será necesario no dejar de tomar en cuenta el precepto clásico sobre la especificidad contextual; es decir, el compendio particular de creencias e ideas desde las cuales una audiencia interpreta un discurso o imagen y le otorga insignificado. La identificación de estos sistemas de creencias nos proporciona el código a utilizar en cada estructura discursiva. Sin embargo, aquí podremos observar que tanto los esquemas clásicos como modernos y contemporáneos no proporcionan un método que forme parte del modelo retórico para llevar a cabo dicha labor. En consecuencia, los modelos retóricos que nos permiten la construcción de un argumento lógico eficaz para la persuasión requerirán ser completado o apoyado con alguna herramienta que sirva para identificar los códigos por los que las interacciones sociales se rigen; es decir, modelos semióticos, hermenéuticos, antropológicos, etc.

Desde la perspectiva de la particularidad de los casos de comunicación visual también será necesario tomar en cuenta los medios que el diseño gráfico utiliza. Aquí es conveniente señalar que las operaciones realizadas por un producto de diseño varían con respecto a las de un orador y, en consecuencia, las diferencias en cuanto a la interacción deben ser tomadas en cuenta para la construcción del argumento y del diseño. También será necesario hacer adecuaciones para adaptar los procesos retóricos a las interacciones que los medios digitales ofrecen. Siendo así, los modelos retóricos consideran la secuencia argumental como una característica primordial en el proceso de persuasión; en este caso autores como A. Tapia proponen al referirse a los nuevos entornos en que se desarrolla el diseño que las secuencias no se ven alteradas y hacer recaer el peso de la argumentación en las formas de navegación (pensando en páginas web) mas no en la arquitectura de información. En este sentido, los modelos retóricos deberían dar prioridad a la articulación de estructuras argumentativas (estructuras que, desde la perspectiva sistémica, son atemporales y no requieren ser exploradas siguiendo una secuencia siempre que el patrón general pueda quedar claro) más que a las secuencias de la navegación (considerando que aunque es posible tener cierto control sobre lo que el usuario puede hacer en ellas, el punto de acceso puede depender de las ligas que un buscador de sitios arroja; así, la secuencia puede verse alterada).

Bibliografía

- Perelman, Chain. (1997) *El imperio retórico. Retórica y argumentación*. Barcelona: Editorial Norma.

- Perelman Chaim y Olbrechts - Tyteca L. (1995) *La Nueva retórica*. México: Colofón.
- Escandell Vidal, M. Victoria. (1996) *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Ariel
- Atienza, Manuel. (2000) *Las razones del derecho. Teorías de la argumentación jurídica*. México: UNAM.
- Walton, D.G. (1996) *Argument Structure. A Pragmatic Theory*. Toronto: University of Toronto Press

História e pedagogia: a influência da Bauhaus para o ensino do design

Carolina Amorim Lourenço y Sônia Marques Ribeiro

Introdução

Este resumo expandido enfatiza a história da Bauhaus –pano de fundo para a compreensão da pedagogia instituída– sem, no entanto, perder o foco na pedagogia da escola e sua influência para o ensino do design. Visa, fundamentalmente, apresentar resultados parciais da pesquisa *Bauhaus: a influência de sua pedagogia para o ensino do design*, em andamento. O objetivo geral da pesquisa consiste em avaliar como a prática pedagógica da Bauhaus influenciou o ensino do design. Parte-se do pressuposto de que as concepções pedagógicas aplicadas pela Bauhaus foram determinantes para o ensino do design. A Bauhaus foi importante não só para o design, mas também para a arquitetura e para as artes, sendo uma escola pioneira. Ao unir arte, técnica e indústria esta escola deu forma ao que se conhece como design industrial. O curso preliminar instituído por Johannes Itten –onde os alunos desenvolviam a capacidade de observação e tinham contato com materiais, cores e formas– pode ser considerado como a espinha dorsal para a pedagogia da Bauhaus. A relevância de tal escola é registrada em vários livros e estudos. Assim sendo, a necessidade de se construir uma base teórica sólida para o profissional de design é motivação para a pesquisa em curso.

A Bauhaus –escola de artes e ofícios– fundada no ano de 1919, na República de Weimar (Alemanha), tem uma história rica em inovações e lutas, até ser fechada por um regime governamental totalitarista em 1933. O primeiro diretor da Bauhaus, o arquiteto Walter Gropius, anunciou que o escopo específico da escola era o de quebrar as barreiras entre o artista e o artesão praticando uma “comunidade de todas as formas de trabalho criativo e, em sua lógica, interdependência de um para com o outro no mundo moderno” (Gropius, 1972). Considerava a base do saber fazer de suma importância para todo artista. Mais do que causar uma revolução do pensamento dos arquitetos, escultores e pintores era pretensão de Gropius conferir ao artista uma posição social que fora perdida no século XIX, propiciando-lhe atuar socialmente e de maneira construtiva na configuração da realidade (Semper¹, apud. Wick, 1989).

De acordo com Rainer Wick, a história da Bauhaus, pode ser dividida em três partes: a fundação (1919-1923); a consolidação (1923-1928); e a desintegração (1928-1933). Em sua primeira fase (1919-1923), Gropius estruturou a escola e fez as contratações necessárias para o seu bom funcionamento. Lyonel Feininger e Johannes

Itten, bem como o escultor Gerhard Marck, foram chamados a lecionar na Bauhaus em 1919. Dentre estes Johannes Itten tornou-se um dos mais importantes mestres da Bauhaus. O curso preliminar instaurado por ele foi a base para todo o desenvolvimento pedagógico da Bauhaus. Ainda, a personalidade forte de Itten, suas atitudes boêmias, sub-culturais e suas atividades quase religiosas eram pontos de divergência com Gropius. Além destes pontos de divergência, Itten buscava um caminho individual, ignorando o mundo econômico, enquanto Gropius (então diretor da escola) buscava o contato com a indústria. (Wick, 1989). Estas divergências acabaram por culminar com o afastamento de Itten em 1923.

Em sua segunda fase, a de consolidação, a Bauhaus (1923-1928) firmou-se e reorganizou as suas oficinas alterando-lhes os nomes bem como os mestres. A Bauhaus funcionava da seguinte forma:

Cada estudante da Bauhaus tinha de trabalhar, no curso de sua formação, em uma oficina por ele escolhida, depois de haver concluído com êxito o preparatório. Ali estudava ao mesmo tempo com dois mestres, um de artesanato e outro do design. Era preciso que passasse por dois professores diferentes, pois não havia artesãos que possuíssem suficiente fantasia para dominar problemas artísticos, nem artistas que possuíssem suficientes conhecimentos técnicos para dirigirem uma seção de oficinas (Gropius, 1975, p. 40).

Com o advento dos políticos conservadores ligados ao partido de direita que venceu as eleições nacionais de 1924, a Bauhaus foi ameaçada de dissolução no ano de 1925. É importante dizer que a Bauhaus era uma estatal e dependia de recursos do governo que considerava as idéias da escola subversivas demais para a época. Acrescenta-se o fato de alguns professores tais como, Paul Klee, Wassily Kandinsky, Moholy-Nagy, serem considerados bolchevistas e comunistas. Com isso são cortados os subsídios para a escola. Apesar de todos estes fatos, Gropius projetou e construiu um conjunto de prédios para ser a nova sede da escola na cidade de Dessau (Alemanha). No ano de 1926 a Bauhaus mudou-se para esta cidade.

Neste período consumou-se de fato a orientação da Bauhaus no sentido do estabelecimento de tarefas voltadas para a funcionalidade [...]. Sob a tese “arte e técnica: uma nova unidade, uma abstração instrumentalista” domina a formulação de objetivos da Bauhaus (Wick, 1989, p. 56).

Em 1928, Gropius despediu-se da Bauhaus, marcando o início da fase de desintegração. Nesta fase, a da desintegração, que vai de 1928 até 1933, o suíço Hannes Meyer sucedeu Gropius. Sob a sua direção, “[...] a Bauhaus abandonou definitivamente a idéia de uma escola de arte, e tornou-se absolutamente imperiosa a idéia de um local de produção voltada à satisfação de necessidades sociais” (Wick, 1989, p. 57).