

desenvolviam a capacidade de observação e tinham contato com os materiais, as cores e as formas, pode ser considerado como a espinha dorsal para a pedagogia da Bauhaus. Esta forma de ensinar possibilitou conciliar no aluno a técnica dos artesãos e a criatividade dos artistas. Enfim, pode-se dizer, com os dados levantados até o momento, que a pedagogia instituída pela Bauhaus teve grande influencia sobre o design.

#### Notas

1. Semper, Gottfried, *Wissenschaft, Industrie und Kunst*. Braunschweig, 1852, p. 69
2. John Ruskin () e William Morris (), foram dois importantes representantes do movimento Arts and Crafts (artes e ofícios) que também tinha como pressuposto unir a arte e a técnica inspiradas nas *bauhütten*.

#### Referências bibliográficas

- Droste, M. *Bauhaus: 1919 - 1933*. 1ed. Berlim: Bauhaus - Archiv

Museum Für Gestaltung, 1994.256p.

- Gropius, W. *Bauhaus: nova arquitetura*. 3a ed. São Paulo: Perspectiva S. A., 1972.
- Wick, R. *Pedagogia da Bauhaus*. São Paulo: Martins Fontes, 1989. 464 p.

#### Sites da internet

- Bauhausarchiv. Bauhaus. disponível em <<http://www.bauhaus.de/english/bauhausarchiv/index.htm>>. Acesso em 10 e 11 de Maio de 2005.
- Vilabol.uol. Bauhaus. Disponível em: <<http://bauhaus00.vilabol.uol.com.br/html/home.htm>>. acesso em 07 e 10 de Maio de 2005.
- Multimeios. Bauhaus. Disponível em <http://www.multimeios.org/bauhaus/manifesto.html>. Acesso em 28 e 29 de Agosto de 2006.

**Carolina Amorim Lourenço**. Estudante: bolsista de iniciação científica pela FAPEMIG UEMG - (ED/UEMG - CPqD)

**Sônia Marques Ribeiro**. Professora Mestre: coordenadora do projeto de pesquisa (ED/UEMG - CPqD)

## La responsabilidad social y el diseño gráfico

Candelaria Moreno

Vengo de un país con una tradición de diseño increíble conocida por la mayoría de ustedes, donde el diseño era aplicado en todos los artículos que se usaban en la vida diaria. Esa pasión por el diseño se quedó dormida en alguna parte del camino. Habiendo sido un país lleno de culturas tan maravillosas y creativas no hemos continuado desarrollando y aplicando nuestros talentos por mucho tiempo.

Hace algún tiempo, no mucho en realidad, parece que nos hemos ido despertando de un largo letargo y vemos cómo está desarrollándose con gran ímpetu a pasos agigantados debido a las nuevas necesidades de esta creciente sociedad de la información.

El Instituto Toulouse-Lautrec fue fundado hace 22 años con la visión de hacer del diseño una verdadera profesión. Fue fundada por un grupo de estudiantes de Economía que tenían una academia pre universitaria. Ellos con una gran visión se dieron cuenta de la importancia que tenía el diseño para los negocios y para el desarrollo del Perú, ya que es un elemento identificador y diferenciador en este mundo globalizado.

En la época en que se fundó TL, existían en el Perú sólo dos sitios donde estudiar Diseño Gráfico, en uno sólo admitían mujeres pues era del Opus Dei y el otro estaba orientado hacia el arte, por lo tanto no se veía el lado profesional del diseño gráfico que está al servicio de un cliente al que se le resuelve un problema de comunicación visual y también se le da asesoría. Fuimos la primera institución educativa que hizo del diseño una verdadera profesión e incluyó dentro de sus programas académicos, el uso de la computadora como una herramienta para el diseño y la primera en enseñar multime-

dia, es decir en incorporar los medios digitales al quehacer del diseño; estar en vanguardia es nuestra característica. También somos fundadores del primer y único concurso de diseño en el Perú, el premio PADIS, que reconoce no sólo a los mejores diseñadores del país sino también a las empresas que emplean a estos diseñadores haciendo del diseño una estrategia de negocios. Durante el año 2005 se llevó a cabo la 5ta versión de este importante premio que se otorga cada dos años y tuvimos el honor de contar como miembro del Jurado al Decano de la Facultad de Comunicación y Diseño de esta Universidad, Sr. Oscar Echevarría.

Para todos los que estamos hoy en día en el mundo de la educación es un reto el formar diseñadores que tengan claro el rol que les toca cumplir dentro de la sociedad. Es una labor que no es fácil si consideramos que vivimos en un mundo cada vez más globalizado y donde las personas se van sintiendo menos identificadas con su medio inmediato y más parte de un mundo que es físicamente lejano. Esto se torna más difícil aún en los países latinos donde la mayoría de las veces nos hemos querido parecer a alguien sin mirar a nuestro alrededor todo lo que tenemos para sentirnos orgullosos de lo que somos, de dónde provenimos y de lo que tenemos.

Considero muy importante el que los jóvenes conozcan de cerca la realidad de la sociedad donde se desarrollan para así poder entender lo que sucede, por qué sucede y cómo se puede contribuir a que algunas situaciones cambien. Es importante que conozcan su país, su realidad, conozcan su problemática y cuál es su rol dentro de la sociedad desde la profesión de diseñadores gráficos. El diseño gráfico es una profesión de comunicación visual, por lo tanto es una herramienta muy útil y fundamental en la educación de una sociedad. La manera de transmitir mensajes puede ayudar a resolver de una mejor forma diferentes tipos de problemas tales como salud, valores, solidaridad, identidad, como muchos otros.

Es por esto que desde el año 1998, mucho antes de que se empezara hablar de la responsabilidad social en las empresas y en la educación del Perú, el Instituto Toulouse-Lautrec instauró el TRAE (Trabajo Real aplicado a empresas) como parte de su metodología de enseñanza, en el que, en lugar de trabajar proyectos ficticios, los alumnos trabajan con clientes reales.

Cuando recién empezamos a trabajar los TRAE, nosotros teníamos que buscar a las instituciones para poder llevarlos a cabo. Actualmente son las instituciones quienes nos buscan para apoyarlos. El TRAE consiste en hacer un convenio con alguna institución, organización sin fines de lucro o entidades gubernamentales que tengan como objetivo la mejora de la sociedad peruana. Por lo general, la mayoría de este tipo de instituciones no cuenta con fondos suficientes para realizar sus labores y menos aún para hacer uso del diseño en sus actividades. El Instituto los apoya a través de nuestros alumnos que realizan para ellos los trabajos que requieren, pudiendo así tener contacto con un cliente real: investigando acerca del problema a resolver, diseñando, validando, luego sustentando, exponiendo la idea y ejecutando el proyecto.

Los temas que se trabajan son para dar solución a la problemática de nuestra sociedad, tales como violencia familiar, niños en abandono, recuperación de técnicas prehispánicas para la textilería y artesanía, revaloración de instrumentos musicales peruanos, revaloración de productos peruanos, cáncer en los niños, alimentación preventiva del cáncer, trabajo infantil, maltrato a los animales, cuidar el ornato, falta de identidad peruana, ecología y protección del medio ambiente, promoción de valores, recuperación de lugares turísticos, prevención del sida, educación sexual, revaloración de nuestro patrimonio, entre otros.

Para poder llevar a cabo la Metodología TRAE se realizan diversas actividades como la coordinación con la institución, coordinación entre los cursos, realización del Brief, visita a la institución o lugares de aplicación (resulta muy importante porque al visitar el lugar, el alumno vive y conoce totalmente la realidad, a su cliente y al producto), trabajo de equipo, investigación, conexión con conocimientos previos, uso de tecnologías, profesores especializados en el tema que ejercen la profesión y que enseñan; se puede encontrar profesores del área de interiores y de comunicaciones intercambiando ideas con los diseñadores e interactuando, ya que es una institución abocada a la enseñanza de carreras creativas. Es importante resaltar la relación que se establece entre el profesor y los alumnos, una relación de total comunicación, donde el profesor es un guía que permite y motiva al alumno a descubrir sus potencialidades y las desarrolla.

Al entrar en contacto con el tema, el alumno conoce de cerca temas que le eran ajenos o que conocía muy poco, se sensibiliza y se compromete con el proyecto y es por eso que se obtienen mejores resultados que el de un proyecto ficticio.

Esto no solo aporta a la institución y a la sociedad sino que aporta grandemente en el desarrollo personal y profesional del alumno, lo enriquece, permitiéndole experimentar el contacto con un cliente real, tener que

ajustarse a sus necesidades, resolviendo su problema de una manera profesional y además desarrollar un proyecto que se llevará a cabo en la realidad y que lo beneficiará al tener dentro de su portafolio proyectos que están en el mercado, lo cual es ampliamente ventajoso pues favorece la autoestima y la imagen profesional de nuestros alumnos.

El alumno que tiene la oportunidad de experimentar esta metodología no queda igual, se transforma porque identifica que dentro de lo que es su carrera, puede aportar a la sociedad en que se desarrolla de una manera activa. Conoce más de cerca lo que sucede a su alrededor, en su país, se identifica con él y va siendo conciente del rol que le toca cumplir para poder construir y vivir en una sociedad mejor.

La institución u organización que recibe la ayuda, valoriza la labor y función del diseñador ya que lo ayuda a alcanzar sus objetivos de una manera más directa, más rápida y mejor.

El instituto se beneficia formando líderes creativos e innovadores con un sentido crítico y responsabilidad social que sabrán cumplir a cabalidad con su rol dentro de la sociedad, siendo líderes y agentes de cambio.

Entre los TRAE más destacados realizados por nuestros alumnos están:

- Jacarandá: se realizó la campaña de difusión para las labores que realiza este centro de asesoría y protección contra la violencia familiar que pertenece a la Municipalidad de Miraflores.
- Leamos con Gabicho: diseño, ilustración y diagramación de libro para aprender a leer en quechua-español para la Asociación GAV, Generación de Alternativas Vivenciales, que trabaja por la educación de Huancavelica, el departamento más pobre del Perú. También se realizó en conjunto un workshop de diseño con profesores y estudiantes de los colegios de Huancavelica, donde se trabajó el tema de Identidad Nacional.
- Yachaywasi: ONG que busca rescatar las técnicas textiles prehispánicas.
- Foro Latinoamericano de Políticas Educativas, FLAPE: se realizó la identidad visual y los elementos de identidad que son utilizados por esta entidad a nivel latinoamericano.
- Central de Emergencia 105: se realizó la identidad visual para esta entidad de la Policía Nacional, con el objetivo de mostrarla como una central moderna y dinámica.
- Instituto Peruano de Paternidad y Parejas Responsables, Inppares: ONG orientada a la difusión de Campañas de Educación Sexual, planificación familiar y paternidad responsable. Su objetivo es la concientización, promoción y planificación en temas relacionados a las enfermedades de transmisión sexual y VIH. Bajo este objetivo, crearon el Centro Juvenil Futuro como un lugar donde los jóvenes se pueden capacitar, desarrollar herramientas personales y participar en la comunidad con especial atención a los derechos humanos con énfasis en los derechos sexuales y reproductivos. Para esta entidad se realizó el Plan Publicitario para el Centro Juvenil Futuro y la campaña de lanzamiento de Condones YES.

- Adainen (Asociación de Damas de Ayuda al Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas): campaña de educación alimentaria con el proyecto *Mi Lonchera Amiga* para la prevención del cáncer infantil.
- Prompyme - Proyecto Ceviche Imagen del Perú: capacitación y asesoría para los dueños de cevicherías y personal a cargo, participante de este gran proyecto.
- Prompyme - Proyecto Jr. De la Unión: Entidad Gubernamental que promueve las PyMEs y que busca el desarrollo de las mismas. Recuperación del centro histórico y de la tradicional avenida Jr. De la Unión, se realizó en conjunto con el área de interiores que rediseñó las tiendas de esa avenida y el área de diseño se encargó del logotipo y aplicaciones para esa zona comercial.
- Prompyme - Proyecto Casa Villa: entidad gubernamental que promueve las PyMEs y que busca el desarrollo de las mismas. Se realizó el programa de Señalética al Parque Industrial de Villa El Salvador donde se encuentran los grandes fabricantes de muebles y donde se llevó a cabo un evento similar a Casa Cor, denominado Casa Villa para promocionar a los artesanos de Villa El Salvador. Se realizó la identidad visual y todos los elementos de identidad necesarios para el lanzamiento y ejecución del evento.
- Municipalidad de Antioquia: programa señalético para el pueblo del mismo nombre que está ubicado en el valle del Río Lurín, que está siendo restaurado por la UNESCO y la ONG CIED Perú cuyas fachadas fueron pintadas de acuerdo al diseño ganador del Premio de la UNESCO, por el artista plástico Enrique Bustamante. En este proyecto se buscó orientar el recorrido del público a los lugares de interés guardando la unidad e identidad gráfica que tiene el pueblo.
- Municipalidad de Chocope: programa señalético para la Municipalidad de Chocope, provincia de Ascope, Departamento de La Libertad. Mediante este TRAE, los alumnos han elaborado las señales para dirigir al público hacia los sitios de interés del distrito de Chocope, entre los cuales se encuentra Complejo Arqueológico El Brujo que últimamente ha hecho noticia pues se encontraron los restos de la Señora de Cao, una momia mujer de 1,600 años de antigüedad.
- Scouts: se hizo una campaña de publicitaria para difundir las actividades de las Girl Scouts y el diseño y programación de la página web para el grupo Scouts San Isidro 72, uno de los grupos Scouts del Perú, formado por los Scouts del Colegio María Reina. Fue fundado en 1972 y desde hace 30 años vienen realizando actividades con los alumnos de ese colegio.
- ASPEC: campaña publicitaria para la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios. ASPEC es una asociación civil sin fines de lucro, creada por los propios consumidores y usuarios en 1994 con la finalidad de defender sus derechos. Desde su nacimiento ha ejercitado una permanente labor de vigilancia ciudadana exigiendo el cumplimiento de las normas de protección al consumidor y difundiendo las mismas. ASPEC actúa en diversos temas tales como alimentación, salud, servicios públicos, transporte, educación, productos y servicios en general, entre otros, fomentando el desarrollo de una tecnología peruana adecuada y globalmente competitiva.
- Dinez: se diseñó y desarrolló un CD ROM multimedia para promocionar las actividades que realiza esta ONG. Dinez es una ONG que tiene como misión contribuir al cambio social de nuestro país en favor de la niñez, promoviendo propuestas de desarrollo integrales que permitan mejorar sus condiciones de vida haciendo respetar y vigilar el cumplimiento de sus derechos y erradicando todo tipo de maltrato infantil.
- ONG Inventar: para la cual se desarrolló el Programa de Identidad Visual. Inventar es una organización social sin fines de lucro impulsada por Emprendedores Sociales e Inventores y apoyada por Ashoka - Emprendedores Sociales. Trabajan por romper la dependencia que tienen las comunidades pobres hacia tecnologías foráneas, lograr competitividad a través del desarrollo de tecnología propia y formar a la juventud en un ambiente científico estimulante. Su misión es: desarrollar y promover el pensamiento creativo de los niños y jóvenes para que aprendan a transformar el conocimiento, la creatividad e innovación en activos de valor económico, social y cultural fomentando el desarrollo de una tecnología peruana adecuada y globalmente competitiva.
- AECI Asociación Española de Cooperación Internacional que busca orientar y asesorar a los artesanos del Valle del Colca, se trabajó no solo en el diseño del Programa de Identidad sino que se hicieron talleres para contribuir al diseño de nuevas piezas artesanales.
- Organización Internacional Ashoka, diseño de identidad corporativa y video para la promoción de los emprendedores sociales auspiciados por Ashoka, que trabajan en diferentes áreas del desarrollo de nuestro país.
- Clínica Hogar San Juan de Dios, apoyando la campaña navideña con el diseño de empaques para los pañetones que venden para conseguir fondos y atender a los niños desvalidos con enfermedades de polio y motoras.
- OACA, Oficina de Asesoría y Consultoría Ambiental: se desarrollaron diversos proyectos como el vídeo institucional, el diseño de su imagen corporativa, el programa señalético y el diseño del albergue turístico para el Proyecto Valle Verde. ONG que busca salvar el último valle de Lima, el valle del Río Lurín.
- Asociación Amigos de los Animales, con la campaña publicitaria y vídeo institucional que promociona las acciones que desarrolla en beneficio de los animales.
- Save the Children Suecia, con la publicación *La Infancia en el País de los Espejos, estudio sobre el tratamiento de la niñez por el periodismo. Un acercamiento a la Construcción de las Imágenes de Niños y Niñas en la Prensa Peruana*. También se relizaron diversas campañas publicitarias para alertar sobre el trabajo infantil y la necesidad de resolver este problema social de gran magnitud.
- Instituto Nacional de Cultura del Callao, con proyectos de revitalización del distrito de la Punta.

- Museo de Arte y Tradiciones Populares, con proyectos de Identidad Corporativa.
- Museo de Antropología e Historia Natural, con proyectos de Identidad Corporativa y Señalética.
- Instituto de Investigación, Promoción y Comunicación Social Generación, con el vídeo institucional.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones, con las campañas de educación vial y a favor del uso del cinturón de seguridad.
- Compañía de Bomberos de Lima, con el vídeo institucional.
- Municipalidad de Surco, con el vídeo para el relanzamiento de Serenazgo y campañas de ayuda a los niños necesitados. Tarjeta de Navidad para los vecinos de la Municipalidad.
- AHORA - Asociación de Hoteles, restaurantes y afines de La Libertad, con la creación de la Imagen Turística de Trujillo y Huanchaco y módulos de información turística.
- INDECOPI, apoyo a la Campaña de Difusión del SAC-Servicio de Apoyo al Consumidor.
- Organización Internacional Ashoka, diseño de identidad corporativa y video para la promoción de los emprendedores sociales auspiciados por Ashoka, que trabajan en diferentes áreas del desarrollo de nuestro país.
- Proyecto Laudate: entidad que viene aportando mucho a la investigación y difusión de nuestras manifestaciones culturales, donde la música juega un rol fundamental. Los alumnos de Diseño elaboraron un CD rom para difundir su último hallazgo: unas partituras de música barroca que datan del siglo XVIII y que han sido recopiladas en un CD, como parte de una estrategia de difusión que incluye conciertos en nuestro país y diferentes lugares del mundo.
- Andenes: es un centro de tratamiento para las adicciones, que busca mejorar la calidad de vida de sus pacientes, a través de un programa de rehabilitación basado en el método Minessotta de los 12 pasos. Los alumnos de diseño han contribuido con mucho entusiasmo y compromiso con esta labor, realizando dos productos comunicativos, CD multimedia y cam-

paña publicitaria, que colaborarán con la difusión de este centro y la información necesaria para prevenir y rehabilitar personas que sufren de diversas adicciones.

- Olimpiadas Especiales: como parte de un programa experimental que con los miembros del Jurado Gonzalo Castillo de Chile y Oscar Echevarria, decano de esta Universidad, acordamos llevar a cabo como proyecto piloto para desarrollar el tema de Diseño Inclusivo entre los 3 países y luego compartir las experiencias. Durante el semestre que acaba de concluir, se trabajó este tema en la mayoría de los talleres y queremos compartir en este evento esta experiencia académica que hemos desarrollado para poder encontrar la mejor manera de conectar a los alumnos con las necesidades reales de la sociedad no incluida y de esta manera ampliar el rango de acción de nuestros futuros diseñadores.

Se desarrollaron los elementos de Identidad Visual y Manual Corporativo, el diseño y programación de la página web y el CD rom para las Olimpiadas Especiales. Olimpiadas Especiales es una organización mundial sin fines de lucro fundada en 1968 por Eunice Kennedy en Estados Unidos. La misión de Olimpiadas Especiales es proporcionar entrenamiento deportivo y competición atlética durante todo el año en una variedad de deportes de tipo olímpico, a todas las personas mayores de ocho años de edad con discapacidad intelectual, dándoles continuas oportunidades para desarrollar la aptitud física, demostrar valor, experimentar alegría y participar en un intercambio de dones, destrezas y compañerismo, con sus familias, otros atletas de Olimpiadas Especiales y la comunidad en general.

Estar en educación es una tarea de responsabilidad social porque formamos personas, por lo tanto en la medida en que acerquemos a los jóvenes a nuestra realidad social y les demos conocimiento con valores y ética, tendremos profesionales identificados con su nación, conscientes de su rol como diseñadores y generadores de cambio en todo el sentido de la palabra para hacer de este mundo, un mundo mejor donde vivir.

## Desde la docencia y la investigación fotográfica: la trasposición, su devenir / su límite

Alejandra Niedermaier

### Introducción

Con la intención de continuar con la interrogación sobre qué desplazamos y qué condensamos en el lenguaje fotográfico, comenzada en el artículo publicado en las Actas del Encuentro 2006, este trabajo se referirá específicamente a una característica que forma parte de la producción de sentido contemporánea. Como todo lenguaje, la fotografía no debe ser estudiada como un hecho cerrado y acabado sino que se deben

estudiar también, sus mutaciones, es decir, todas las nuevas formas que puede llegar a adoptar.

Los conceptos desplazamiento y condensación que Freud desarrolló para la actividad onírica también son relevantes para el campo visual. El concepto de desplazamiento se refiere al traslado en imágenes de las preocupaciones esenciales del hombre individual y colectivamente. En cuanto a la condensación, toda imagen contiene una importante densidad de significaciones. Los textos visuales juegan con el sentido de su materia, sentido como sensualidad (en términos de su palpable vivacidad y seducción), sentido como significación (tanto para el emisor como para el receptor).

La fotografía no es un objeto unificado. Funcionan en ella, todos los mecanismos del a la vez, o sea, tanto la