

a dicho usuario individual o social. Productos con identidad regional en un mundo globalizado.

2. En la Currícula de las Carreras:

- Se parte de un Ciclo Preparatorio Nivelador y Orientativo, común a todas las carreras de diseño, en donde se forma al alumno en las invariantes en el proceso de diseño, comunicación y morfología con un concepto de unidad en los resultados del producto: Espacio, mensajes, objetos e indumentaria. Este Ciclo nivela, instrumenta y orienta hacia la especialización del alumno en un área del diseño, pero con un concepto integral e interdisciplinario tanto en los procesos como en los resultados.
 - Se mantiene la visión Integral en los conceptos impartidos en el desarrollo de cada una de las asignaturas en la currícula de las carreras incluyendo:
 - Disciplinas comunes referidas a las invariantes en el proceso de diseño.
 - Disciplinas comunes en el área humanística y cultural: Por ej: asignaturas como Historia y Teoría del Diseño, Psicología, Sociología, etc.
 - Seminarios extracurriculares de diferentes temas de Diseño, comunes a los alumnos de las diferentes carreras y abiertos a la comunidad. Dictados por profesores de diferentes universidades de país y profesionales destacados, que se integran al Proyecto Institucional.
 - Talleres de simulación de práctica profesional con problemáticas concretas que requieren la participación interdisciplinaria de los alumnos del último año de las diferentes carreras de diseño. Posibilitando la proyección de los alumnos al ámbito laboral, las relaciones entre los diferentes actores en la concreción del diseño, la organización de sus propios estudios o empresas, la ejecución de los diseños y su legalización basados en un corpus filosófico-ético.
 - Trabajo Integral de Vinculación Productiva, último trabajo de las diferentes carreras de diseño. Trabajo con comitente real, para instituciones de bien público, sin fines de lucro. El alumno debe resolver el problema de diseño específico definido por el comitente con la aprobación de éste y la supervisión de los profesores de las diferentes asignaturas de la carrera específica. Pero además debe integrar en su proyecto, premisas para las otras ramas del diseño. Ejemplo: En Diseño en el Hábitat: resolución del espacio, premisas de diseño de señalética, arquigrafía, equipamiento, indumentaria corporativa etc.
- La aprobación parcial y final se realiza mediante un Jury intermedio y otro final con profesores invitados.

3. En la práctica Taller (Diseño Industrial, en el Hábitat, Indumentaria, Gráfico: Es la materia troncal de cada una de las carreras y es impartida en todos los años, en ella se integran en el proceso de diseño y en las instancias de evaluación, las tres disciplinas fundamentales para la resolución de un problema específico de diseño: Diseño, Morfología y Comunicación.

- Metodología de enseñanza y aprendizaje
 - Fundamentación Metodológica: La presencia del

Ser humano y el Espacio son los ejes conceptuales en todas las carreras.

Considerando el conocimiento del Hombre en todos sus aspectos, ergonómicos y culturales, síntesis de su tiempo y de su hábitat.

Un profundo conocimiento del espacio, caracterización y representación es una premisa fundamental en las carreras de diseño que se dictan: indumentaria, gráfico, industrial, hábitat. Ej. Señalética en Diseño Gráfico. Instalaciones para exhibición de Indumentaria, etc.

- El objetivo de las carreras terciarias en nuestro proyecto es afianzar los contenidos respecto al concepto de ser humano individual o social, antropometría, ergonomía, cultura en sus actividades cotidianas con el equipamiento adecuado y la definición del espacio circundante en un contexto y hábitat determinado.

No obstante, en la metodología se parte de invariables y generalidades de contenidos en el proceso de enseñanza y de aprendizaje en el CPN y se realizan permanentemente en la materia troncal Taller análisis de productos del hábitat universal, nacional, patagónico, regional y local para resolver problemas de diseño en donde confluyen todas las asignaturas las cuales complementan el concepto integral de diseño.

- El afianzar contenidos con una menor cantidad de variables en una carrera de nivel terciario permite una salida laboral luego de tres años de aprendizaje, proyectándonos en una segunda instancia de aprendizaje donde se integren disciplinas que aborden problemáticas de mayor complejidad tales como la arquitectura, el diseño urbano, el planeamiento etc.

* Antropóloga. Arqueóloga. Profesora "Conocimiento y Crítica". Escuela de Diseño en el Hábitat. Fundación Hábitat Patagónico. ARQ.

** Liliana Salvo de Mendoza. Coordinadora Institucional Escuela de Diseño en el Hábitat. Fundación Hábitat Patagónico.

** ARQ. Profesora en Docencia Superior. Profesora "Práctica Profesional" Escuela de Diseño en el Hábitat. Fundación Hábitat Patagónico.

Contactos y divergencias en los conceptos de arte y diseño (a012)

Arte - diseño ¿sinónimos o antónimos?

María Graciela Valberdi* e Inés Ester Cárdenas**

Comenzaremos el análisis de esta cuestión desde la perspectiva del significado de ambos conceptos.

El arte, como una manifestación sensible, es un lenguaje destinado a expresar el mundo del hombre, un mundo lleno de visiones personales y sueños, un mundo que revela, por medio de un idioma, un resultado, la creación, la obra, que es única y original, elaborada en base a elementos de la naturaleza o de la fantasía.

En momentos de grandes mutaciones culturales como el actual, cuando muchos códigos han sido transgredidos y muchos conceptos abandonados, cuando las nuevas tecnologías han invadido y transformado nuestro mundo y las tradicionales artes plásticas viven la competencia feroz de la explosión técnica de la imagen, el arte se adapta a las coyunturas que le toca vivir, que ni se crea ni se destruye sino que, como materia, se transforma y conforma de acuerdo a las circunstancias históricas de cada momento.

En lo referente a l diseño, no sólo se tiene en cuenta la acción creadora de su hacedor, sino que dicha acción va más allá de la simple expresión de quien la concibe, pues apunta a un fin, generalmente utilitario, ligado a exigencias prácticas. Lo que determina al diseño es, en primer lugar, la existencia de un problema a resolver, de un fin, de un propósito y, en segundo lugar, el proceso de concepción, el plan mental, el programa para llegar a esa solución. Por lo tanto, la creación resuelve lo funcional y estético, además de reflejar el mundo de la época.

En primer lugar, la principal preocupación del artista es concebir la obra en base a sus necesidades y búsquedas, mientras que el diseñador tiene que agrandar a los demás, satisfacer las necesidades del público, de su cliente o de los clientes de su cliente.

En segundo lugar, a los artistas no les agrada que se les diga cómo tiene que ser su obra, mientras que los diseñadores tienen que seguir ciertas instrucciones y pautas en sus trabajos, ya que su papel consiste en prestar un servicio. Una unidad de diseño debe ser colocada frente a ojos del público y transmitir un mensaje preestablecido; un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor

En tercer lugar, los artistas no tienen porqué estar en sintonía con los valores de la sociedad, ya que buena parte del arte actual, por ejemplo, critica o combate esos valores, mientras que para el diseñador es esencial conectar con su época o, al menos, responder como un eco a sus exigencias, dado que la utilidad del diseñador para un fabricante reside, en buena parte, en su capacidad para detectar el gusto popular de ese momento.

En cuarto lugar, el artista, como ya dijimos, suele crear un producto único, mientras que el diseñador, que apunta más a productos de consumo, ha de tener en cuenta los métodos y costos de producción.

Arte y diseño hubo siempre, pero el diseño como actividad comercial recién adquiere su peculiaridad en el s. XX, con independencia de la producción.

El punto de partida para el diseño como profesión fue el momento en que los diseñadores abrieron sus propios estudios. Por supuesto que primero hubo que convencer a las empresas de que necesitaban diseñadores, lo que se logró a fines de los años 20 cuando los empresarios reconocieron la necesidad del diseño como medio para generar beneficios.

A pesar de ser fieles servidores de sus clientes, los diseñadores gustan venderse a sí mismos. Desde el punto de vista emocional, los diseñadores abogan por un valor individual de su obra.

Y como el diseño, aún más que el arte, está orientado al negocio y al lucro, en el mercado como observaba el crítico inglés Deyan Sudjic, es beneficioso para el negocio,

fomentar el mito del diseñador como super-estrella, cosa común en el mundo de los diseñadores de moda como *Pierre Cardin*, *Arman*, o el diseñador de muebles *Philippe Stark* a quien se pide ahora que diseñe cualquier cosa.

Algo similar sucede con los artistas y el arte ya que de acuerdo a lo planteado por Juan Acha, en el circuito comercial, las obras se producen por encargo, se intercambian o se venden directamente a los coleccionistas. El valor de cambio suplanta al valor de uso y la obra de arte es tomada como inversión financiera. Razones de prestigio incrementan los precios hasta la exageración. En todo lo hasta ahora expuesto, se plantean tanto divergencias como convergencias entre ambos conceptos. Ahora veamos qué pasa con ellos en momentos y con personajes claves de la historia.

Como ya dijimos, el artista que trabaja para sí, se complace en su obra sin preocuparse, en un principio, del mercado y, por lo tanto, es casi absolutamente subjetivo, mientras que el diseñador, al tener una preocupación utilitaria y funcional, se orienta hacia una resolución objetiva del producto. Tanto en arte como en diseño, esto no es tan tajante, ya que muchos productos pueden reflejar los gustos subjetivos del diseñador y acomodarse, además, a la función, así como muchas veces el artista puede recibir un encargo específico y tiene que modificar su obra porque ha recibido ese encargo de un cliente que sabe bien lo que quiere y por lo tanto, debe cumplir con un objetivo.

En claro ejemplo son las largas disputas de *Miguel Ángel* por los encargos que recibió de los Papas Julio II y León X, de los problemas con que tropieza el artista a la hora de controlar sus ideas subjetivas para agrandar al patrón. Sin embargo, nadie se atrevería a afirmar hoy que el Juicio Final, la Creación o el David son obras comerciales. Los frescos de Miguel Ángel para el techo de la Capilla Sixtina demuestran lo débil de esta dicotomía. El papa, como representante de las necesidades de la Iglesia, influyó en las ideas de Miguel Ángel que también resultaron modificadas por la finalidad directa del mural. Se trataba de una explicación visual de la "Creación" para un público mayoritariamente analfabeto, incapaz de leer la Historia Bíblica y de imaginar el dramatismo de la historia de una manera palpable.

Profundizando esta cuestión, podemos afirmar que todo "creador", sea artista o diseñador, tiene dos modos de responder a sus impulsos creativos: El primero que apunta a lo subjetivo, expresivo y emocional, a ese sentimiento y mundo interior de fantasía del hombre, y el segundo, que lo hace poner el énfasis en lo racional, lo intelectual y objetivo, que pone el acento en el cálculo, la medida y la matemática, es decir, es más conceptual.

Podríamos seguir analizando ejemplos y encontrando relaciones entre las formas del arte y el diseño, pero, de algún modo, el planteo inicial de esa aparente divergencia, se da fundamentalmente desde el punto de vista de la finalidad de ambos conceptos, pues a la hora de analizar el origen creativo, todas las diferencias desaparecen para dar lugar a la interioridad de su creador que se manifiesta en un sentido más objetivo o más intelectual.

* Licenciada en Artes y Decoradora de Interiores, Facultad de Artes, Universidad Nacional de Tucumán.

** Decoradora de Interiores y Diseñadora de Interiores y Equipamiento, Facultad de Artes, Universidad Nacional de Tucumán.

Creatividad en el diseño: De la idea al concepto (a013)

Luis Rodrigo Viana Ruiz*

La ponencia recoge la experiencia docente en el campo académico y profesional, en las áreas de la comunicación, el diseño, la publicidad y la lingüística; brindando una mirada a los procesos creativos desde el pensamiento de diversos autores, relacionándolos y contratándolos.

Se parte del funcionamiento de la mente (Steven Pinker) y su apoyo fundamental en el lenguaje como eje estructurador. Se trabajan tópicos de análisis del discurso Teun A. van Dijk, inteligencia emocional de Howard Garner, los actos de habla (Austin y Searle) y técnicas publicitarias con Luis Bassat.

Se presentan caminos y soluciones creativas que responden a estrategias claramente delimitadas en diseño y publicidad, trabajando el proceso del pensamiento desde el uso del lenguaje escrito y audio visual.

* Publicista, docente universitario, candidato a magíster en lingüística. Universidad de Medellín - grupo CGP. Colombia.

Crítica y venganza (a014)

Un análisis de la mini serie en historietas *V for vendetta* bajo la óptica crítica de Theodor Adorno

Artur Rodrigo Itaquí Lopes Filho*

Pocas corrientes teóricas, de acuerdo a nuestro entendimiento, desarrollaron una crítica de cultura con tanta profundidad y radicalidad como la Teoría Crítica de la Sociedad, con destaque para su más eminente pensador, Theodor Wiesengrund Adorno (1903-1969), siendo reconocido hasta los días actuales por su trabajo en cuestiones que fundamentaron la cultura y la existencia humana en la era moderna, radicalmente marcada por la realidad del mundo capitalista.

Siguiendo la línea de raciocinio defendida por la óptica de este pensador, el mundo moderno presenta en su evolución un inequívoco proceso de degradación (o regresión) intelectual, como reflejo del fracaso y de la transformación sufrida por la razón "esclarecida".

La racionalidad instrumental puebla todos los sectores de la civilización occidental -y de su sistema económico hegemónico- incluyendo un sector que hoy es clave para la ideología capitalista y burguesa, su cultura. De acuerdo con la crítica adorniana, la sociedad busca la total integración de sus individuos y lo hace mo-

dernamente no por métodos de control, opresión o represión, sino por formas persuasivas y de convencimiento de las masas. Esta es la importancia estratégica de ese amplió sector contemporáneo que envuelve la información (erróneamente entendida como "comunicación"), la diversión y el entretenimiento (algo genérica y confusamente mezclado con cierta idea de "cultura").

Escrita en 1988, una historieta presentó en sus páginas una supuesta alusión a tal crítica escrita por Adorno, mostrando el año de 1997 como una decadencia del arte, de la cultura y del intelecto. Los libros, la música, las películas y las más distintas representaciones artísticas habían sido "descartadas" y por muchos olvidadas a favor de una masificación cultural. La mini serie lleva el título "V de venganza" (V for Vendetta), obra escrita por el "crítico" escritor Alan Moore, donde presenta en su narrativa la cazada solitaria de un "vengador" que termina por representar un revolucionario contra una situación vigente, donde su país tarda a marchar ciegamente rumbo a una decadencia intelectual.

Presentar en las páginas de este clásico de las historietas contemporáneas, la crítica social hecha por Theodor Adorno en su obra "Dialéctica del esclarecimiento" (1947), promoviendo así un análisis crítico de la mini serie "V de venganza" es el principal objetivo de la presente comunicación.

* Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Mestrando em Filosofia, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Porto Alegre, RS, Brasil.

Cultura > diseño < cultura (a015)

El Caso de Brasil

Elisa Reinhardt Piedras*

Este trabajo tiene por objetivo estudiar las relaciones establecidas entre el diseño y la cultura de un determinado espacio y tiempo, destacando el papel del profesional de diseño en la formación y crítica cultural de una sociedad.

Con base en las ideas de estudiosos como Faiga Ostrower y Rafael Cardoso Denis, abordamos el diseño, y trabajamos según la metodología interdisciplinaria propuesta por Rita Couto, así como a través del análisis de los aspectos formales, funcionales, metodológicos y simbólicos de los objetos de diseño, discutidos por André villas-Boas.

Proponemos un análisis de la evolución de la cultura y del diseño en Brasil, relacionando hechos históricos de carácter geográfico, político, económico, tecnológico o artístico en una cronología histórica, con el contexto cultural resultante y sus influencias sobre el diseño. Esta relación es ilustrada con imágenes de productos y gráficos diseñados en Brasil desde el siglo XV hasta hoy.

Observamos las intersecciones entre el Brasil colonia y el consumo de productos provenientes de la metrópoli, a pesar de las riquezas del Brasil y de la pluralidad de