

El diseño de un paisaje apunta fundamentalmente a crear los ámbitos espaciales necesarios para permitir la reconexión del ser humano con la naturaleza y no a crear solamente una composición estética ente agradable. El paisaje es una necesidad primaria del ser humano porque además de producir el deleite de la percepción de la belleza, le da la posibilidad de sumergirse en una comunicación profunda, vital y significativa con su entorno. El hombre sigue siendo un «ser-en-la-naturaleza», y de ésta toma energía. La naturaleza—el paisaje—le permite la contemplación del cosmos, crea el ámbito necesario para el ocio creativo, que se halla en la percepción del orden subyacente en el mundo natural. El diseño de un paisaje no es un artefacto, sino algo vivo y cambiante, como la misma existencia del hombre, y de ahí su necesidad, su profundidad y sus características diferenciales en cuanto a cómo debe ser diseñado.

Sobre esto se hará un análisis en un futuro trabajo, apuntando a establecer criterios específicos de diseño para el paisaje, los que también deben formar la base metodológica de la enseñanza de dicha disciplina.

### Notas

<sup>1</sup> Norberg-Schulz, Christian, *Meaning in western architecture*, Biblioteca UP, 722, NOR. Hay versión en castellano: “El significado en la arquitectura occidental”, Buenos Aires, Ediciones Summa, 1973.

<sup>2</sup> Norberg-Schulz, Christian, *Existence, space and architecture*, London, 1971.

<sup>3</sup> Fenología, movimiento filosófico de principios del siglo XX, iniciado por Husserl como método de descripción del contenido intencional de las actitudes y vivencias psíquicas, y desarrollado por Martin Heidegger (1889-1976) en su obra «*Sein und Zeit*» («Ser y tiempo», 1927), donde abordó el problema de la existencia humana encerrada en la temporalidad, el «ser-en-el-undo», necesariamente determinado como «ser en los otros». La fenología describe las estructuras de la experiencia tal y como se presentan en la conciencia, sin recurrir a teoría, deducción o suposiciones procedentes de otras disciplinas tales como las ciencias naturales.

<sup>4</sup> Torres Arroyo, José Guillermo, *El paisaje, objeto del diseño*, Buenos Aires, UP, 2002 (publicado como Proyecto de Desarrollo dentro del Programa de Desarrollo Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo).

<sup>5</sup> El autor ha observado con frecuencia que los alumnos tienen una confusión respecto a la manera de abordar el diseño del paisaje, aplicando a éste una metodología proyectual que es propia de los diseños “hard”, como la arquitectura y el interiorismo.

<sup>6</sup> César Naselli, *El diseño del paisaje*, colección Summarios, volumen V, Buenos Aires, 1978; Jean Zeitoun, *La notion de paysage*, revista AA N° 145.

<sup>7</sup> Torres Arroyo, José Guillermo – op. cit.

<sup>8</sup> Norberg-Schulz, Christian – op. cit.

<sup>9</sup> En realidad, un diseño del paisaje nunca tiene un «estado final», pero se lo suele proyectar pensando en todas las plantas habiendo alcanzado su tamaño máximo, lo cual es una falacia. Las plantas cambian día a día y de año en año, por sí mismas crecen vegetativamente, y para hacer más complejo aún el problema, esto depende también del clima (tema estudiado por la Fenología), del suelo (Edafología) y del estado fitosanitario de los individuos (Fitopatología).

<sup>10</sup> Norberg-Schulz, Christian – op. cit.

<sup>11</sup> Julián Marías, filósofo español, discípulo de José Ortega y Gasset, en un ciclo de conferencias en Buenos Aires, Colegio de La Salle, 1961.

<sup>12</sup> Heidegger, Martin – «Ser y tiempo», 1927.

<sup>13</sup> Heidegger, Martin, op. cit.

## Crónica casi académica de una experiencia de aprendizaje.

Gustavo Valdés de León

*“Desde el Cerro de La Silla  
se divisa el panorama  
cuando empieza a amanecer  
de esta tierra noble y sultana  
y que por nombre lleva, si señor  
Ciudad de Monterrey”*

**Corrido popular norteño**

### Presentación

Monterrey, fundada en 1596, capital del estado de Nueva León, es uno de los más importantes polos de desarrollo industrial del norte de México; a la producción de cemento, vidrio, acero, cerveza y maquinarias se suma la actividad de miles de empresas dedicadas a la «maquila», que proveen de piezas semiterminadas a las grandes transnacionales.

Es también un dinámico centro cultural; además de la Universidad Autónoma de Nuevo León (tercera de México en población estudiantil: 110.000 alumnos distribuidos en 25 escuelas preparatorias, 3 escuelas técnicas y 26 carreras de grado) cuyo folleto informativo significativamente se edita en inglés, funcionan en la ciudad, el Instituto Tecnológico de Monterrey, de prestigio internacional, la Universidad de Monterrey y la Regiomontana, entre otras instituciones de enseñanza superior.

Monterrey, la «Ciudad de las Montañas», también conocida como «La Sultana del Norte» está asentada en un valle y se extiende por las estribaciones de la Sierra Madre, coronada por el Cerro de La Silla—que tiene, para mí, entrañables resonancias de niñez—y es una urbe moderna, atravesada por autopistas—sin peaje—más parecida a una ciudad del «Primer mundo que al estereotipado modelo latinoamericano, pobre y subdesarrollado.

Fue en este escenario en el cual, gracias a una invitación de la Facultad de Artes Visuales de la UANL, el profesor Adrián Candelmi y el autor de esta nota, cumplimos una intensa labor académica, entre el 14 y el 18 de octubre pasado, en el marco del 13avo. Encuentro Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico allí realizado.

### Enseñar diseño en México

Nuestro compromiso como invitados especiales—es decir, extranjeros, categoría que compartimos con Norberto Chaves y con integrantes del Estudio Mariscal, de Barcelona—consistió en coordinar sendos talleres de diseño gráfico con alumnos provenientes de distintas universidades mexicanas y, además, en lo que a mí respecta, dictar una conferencia pública sobre el estado actual de la teoría del diseño gráfico y la presentación de la Maestría de Diseño de la Universidad de Palermo—cuya representación asumimos.

### En el taller

Bajo el título “Globalización, diseño e identidad nacional”, el Taller que coordiné se desarrolló abordando la globalización como modalidad económica del capitalismo tardío, caracterizada por la

concentración del capital financiero, pérdida de autonomía política por parte de los estados-nación dependientes, borramiento de las fronteras nacionales, en un escenario de profundos cambios tecnológicos, en especial en el área de la comunicación y la informática; la globalización, marcadamente unilateral, ha generado, como expresión en el campo de la cultura, la emergencia de un discurso único, con pretensiones hegemónicas; a la estandarización del producto y su consumo sigue la homogeneización cultural y la fragmentación de las identidades nacionales y étnicas –características de las tendencias posmodernas.

En este proceso el diseño, el diseño gráfico y la publicidad han jugado un rol estratégico, contribuyendo a imponer en los imaginarios sociales el «imperio de las marcas», símbolos gráficos del imperio económico, en un contexto en el cual las grandes empresas transnacionales más que fabricar productos «fabrican» ideologías y diseñan ideología. En ese marco, la defensa de la identidad nacional deviene resistencia cultural y política frente a las agresivas fuerzas globalizadoras.

Como caso testigo de este proceso la crisis argentina representó un ejemplo aleccionador: se expusieron la debacle económica, la ruptura institucional, la decadencia de las capas medias, la inorgánica respuesta popular («Que se vayan todos») expresada en cacerolazos y asambleas, el surgimiento de un nuevo sujeto social –el movimiento piquetero–, la inoperancia cómplice de la clase política –y se mostró la variada expresión gráfica que este proceso ha generado: afiches, pintadas callejeras, movilizaciones, carteles y otras expresiones de gráfica informal.

Un capítulo especial mereció el análisis del despliegue gráfico-publicitario en ocasión del Campeonato Mundial de Fútbol Corea-Japón y el intento frustrado, de legitimar mediante un éxito deportivo y una agresiva actitud triunfalista la identidad nacional lacerada por el desastre económico y la impotencia política.

Se presentaron, además, proyectos de Comunicación Visual producidos por alumnos de las materias Comunicación y Diseño Multimedia I y II de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Palermo, con el objetivo de diseñar la identidad visual y la promoción de compañías nacionales de aviación, en defensa de la política de «cielos argentinos» frente a pretensión globalizadora de «cielos abiertos». Se describió el proceso de producción del diseño, desde los relevamientos previos, el diseño de la marca y de los manuales de uso, hasta las campañas de lanzamiento y productos editoriales e informativos.

A lo largo de cuatro intensas jornadas de trabajo se proyectaron más de 400 diapositivas y se explicaron y discutieron diferentes autores (A. Negri y M. Hardt, N. Klein, F. Jameson, P. Anderson, R. Bayardo y M. Lacarrieu –compiladores–, N. García Canelini y otros) así como textos propios.

### En el teatro

El ciclo de «Conferencias Magistrales» estuvo a cargo de profesionales destacados del Diseño gráfico mexicano y dos invitados extranjeros, el autor de esta nota y Javier Mariscal, y se realizó en el Teatro de la Universidad, para un público de 600 personas integrado por talleristas, profesores que asistían al Encuentro Nacional y estudiantes de los diversos estados.

Las conferencias previas a la nuestra se caracterizaron por la profusa exhibición de imágenes –trabajos profesionales, gráficos informativos (uno, incluso, titulado en inglés)-con gran despliegue tecnológico; tendencia a lo visual-espectacular, que culminaría con el ingenioso y divertido show artístico con que Javier Mariscal cerró el ciclo.

Por el contrario, nuestra intervención fue exclusivamente discursiva, reivindicando el Diseño gráfico como acto de habla, como hecho lingüístico, y con el objetivo de denunciar el vacío teórico que domina en ese campo y el lugar subalterno que todavía ocupa la profesión como consecuencia fáctica de dicho vacío –además de presentar a nivel internacional la Maestría de Diseño de la UP.

Planteamos con toda energía la necesidad de superar la mera empiria, de abandonar de una buena vez la «crítica del gusto» de corte subjetivista e irracional tan frecuente en los medios universitarios, así como la utilización acrítica de «teorías» tomadas en préstamo de otras disciplinas en un vano intento de ocultar la pobreza teórica propia –«teorías» que van desde la reivindicación de la obsoleta «herencia» de Bauhaus y la imposición autoritaria del «pensamiento de la Arquitectura» a la problemática comunicacional hasta la repetición litúrgica de modelos comunicacionales mecanicistas –anquilosados en la fórmula «Emisor-Receptor»– que la investigación social ha descartado pero que todavía inexplicablemente sobreviven en las aulas y en los textos.

Se examinaron los distintos paradigmas que signaron el surgimiento de la carrera del Diseño gráfico en el nivel universitario –el de las facultades de Arte (Universidad de La Plata) y el de las facultades de Arquitectura (Universidad de Buenos Aires) y en qué medida tales paradigmas se han constituido en obstáculos epistemológicos que impiden el desarrollo autónomo del Diseño gráfico, en tanto disciplina social.

El surgimiento, en la década del 90, de institutos universitarios dedicados en forma exclusiva a las cuestiones de Diseño y Comunicación, con un enfoque transdisciplinar, –como es el caso de la Universidad de Palermo– ha introducido un modelo más adecuado para la enseñanza y la práctica de una profesión cuya razón de ser no es otro que la de optimizar la comunicación entre sujetos sociales y el intercambio simbólico de los hombres en una sociedad dada.

En este marco presentamos la Maestría de Diseño de la Universidad de Palermo, como producto de su desarrollo institucional y en respuesta a demandas reales de la sociedad y de la dinámica propia de la disciplina, que, con dificultades, está alcanzando su «mayoría de edad», como un espacio idóneo para la reflexión sobre la práctica y para la construcción teórica.

Al finalizar nuestra intervención el interés del público, tanto estudiantes como profesores, se tradujo en numerosas preguntas, algunas de las cuales originaron nuevos interrogantes, y el pedido de profundizar, en otro contexto y por otros medios, las cuestiones planteadas.

En el aspecto operativo participamos en una reunión de trabajo con la Arq. Abigail E. Guzmán Flores, directora de la Facultad de Artes Visuales de la UANL, el Dr. Jesús María Lozano, sub-

director de Posgrado de dicha institución y el Prof. Norberto Cháves, durante la cual, por mi intermedio, la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP ofreció su asesoramiento a la UANL para la elaboración del diseño curricular y los contenidos programáticos de la Maestría de Diseño que la universidad regiomontana proyecta implementar.

### Algunas conclusiones

Después del informe verbal –y visual– que el profesor A. Candelmi y yo brindamos a los colegas de la Facultad el pasado miércoles 6 de noviembre, poco puedo agregar respecto a la generosidad y hospitalidad que nos brindaron las autoridades, profesores y estudiantes mexicanos y mexicanas –así como agradecer la oportunidad invaluable que tuvimos para intercambiar experiencias con nuestros pares aztecas y, sobre todo, interactuar con estudiantes foráneos en un contexto cultural diferente.

No obstante creo oportuno insistir en la actitud de respeto y consideración con que se trata al profesor universitario en México, expresado lingüísticamente en la forma en que es interpelado: “ maestro”, término no casual que denota un alto reconocimiento social – muy distinto a la desvalorización crónica que soportan nuestros “docentes” universitarios, sobre todo en el ámbito oficial.

La Asociación Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico de México (ANEDG) agrupa a las 35 instituciones más importantes de un total de 119 escuelas universitarias, públicas y privadas, del país, con una matrícula total de cerca de 25.000 estudiantes. En el encuentro realizado en Monterrey, además de debatir sobre temas específicos de la enseñanza del diseño gráfico en la actual coyuntura económica y política, se estableció la sede del próximo Encuentro en Tijuana, estado de Baja California Norte. Para nosotros resulta impensable –y no sólo por problemas económicos– una organización similar por cuanto la misma se convertiría de inmediato en botín de guerra de las mezquinas rencillas sectoriales y parroquiales que caracterizan nuestro escenario académico. Pese a todo, la universidad argentina –a la cual en alguna medida, estábamos representando– aún goza de un alto prestigio intelectual en el imaginario social mexicano.

En este contexto, estimamos que la Universidad de Palermo quedó favorablemente posicionada en el ámbito académico regiomontano y mexicano y que nuestra participación –tanto la de Adrián Candelmi como la mía– constituyó un buen punto de partida para la inserción institucional de la Universidad de Palermo en el escenario latinoamericano, con un perfil polémico e innovador.

### Última lección

Ya finalizado el Encuentro, en el vuelo de Monterrey al Distrito Federal, trabo conocimiento con el DCG (Diseñador en Comunicación Gráfica) Jorge M. Guzmán Aldaco quien ha participado en el Encuentro y me informa que disponiendo de dos «años sabáticos» que ha acumulado por sus años de docencia en la Universidad Autónoma Metropolitana los está utilizando para cursar el doctorado en la especialidad –oportunidad que, como es sabido, no existe en absoluto para los «docentes» universitarios en la Argentina.

Resulta evidente que un país, como México, que ha creado mecanismos institucionales y jurídicos que estimulan de esta manera la producción de conocimientos, está mejor posicionado respec-

to al futuro que la Argentina –en la cual el modo de producción de conocimiento se sostiene casi exclusivamente en la vocación personal, y el esfuerzo individual, en la «prepotencia de trabajo», en la acertada y vigente expresión de Roberto Arlt, ante la ausencia general de apoyo institucional a la investigación y a la formación sistemática de cuadros docentes –en particular en el ámbito de la enseñanza pública–.

El profesor Guzmán Aldaco quizá sin proponérselo me brindó una de las más útiles lecciones, de todas las que recibí en este corto pero intenso viaje al norte mexicano

## Composición versus «copiar y pegar»

Violeta Villar

La asignatura Comunicación Oral y Escrita, en su módulo de escritura, propone la enseñanza del proceso de adquisición del código escrito y su diferenciación del código oral. Para alcanzar tal fin yo propongo un gran número de trabajos prácticos ya que considero que el oficio de escribir, así como la naturalidad necesaria para expresarse en público, se logra en gran medida con una práctica intensiva. Por esto propongo lo que yo denomino Trabajos prácticos cerrados donde los jóvenes encuentran la información necesaria para la construcción del texto dentro de ellos mismos, vale como ejemplo la consigna: «cómo me veo a los 30»; pero también son necesarios los Trabajos prácticos abiertos, donde los estudiantes deben recurrir a diferentes fuentes de información para la componer un texto, ejemplo: «Texto descriptivo –3 carillas máximo–». Ante éstos últimos una importante proporción de alumnos considera que no está ante una tarea de composición, sino más bien frente a un trabajo de búsqueda centrada en un determinado escrito que reúna las características de lo pedido. ¿Dónde encuentran las respuestas? En internet.

Los portales de Internet, unos de los protagonistas de la nueva era tecnológica, son como los hipermercados de la vida real, donde se puede encontrar información, datos o noticias, participar en foros, consultar el estado del tiempo, pero también es posible hacer compras y pagar a través de la Red, reservar las entradas para el cine, tener acceso a cuentas de correo electrónico e incluso pedir espacio para diseñar páginas web personales. No es difícil imaginar que también existen –y abundan– las páginas donde los alumnos pueden consultar y bajar archivos con trabajos prácticos resueltos. Estas páginas, verdaderos «centros de recursos de estudiantes», ofrecen gratuitamente un menú por demás interesante: apuntes, monografías, tesis, ensayos y hasta exámenes parciales y finales. La facilidad para encontrar información es sorprendente; millones de párrafos se ordenan por materia, por país de procedencia, por universidad por cátedra de tal facultad, por extensión e incluso por puntaje de evaluación obtenido por ese trabajo. En español, los más conocidos son:

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)  
[www.elrincondelvago.com](http://www.elrincondelvago.com)  
[www.lasalvacion.com](http://www.lasalvacion.com)  
[www.altillo.com](http://www.altillo.com)  
[www.lafacu.com](http://www.lafacu.com)