

emisor técnico –siguiendo el esquema clásico de Billorou, es decir el creativo-, de confundirse con la fuente –empresa, marca- permite mantener un cierto grado de anonimato. En muchos casos, ese anonimato sirve para realizar una comunicación libre de todo compromiso en cuanto a las repercusiones que esos mensajes producen sobre la opinión pública. Pareciera entonces que el criterio válido se cierce sobre la satisfacción de las demandas del anunciante –y vaya si es válido- con un mensaje lo más original posible, y se pierde la noción de las implicancias que, en cuanto a valoraciones negativas que sobre la imagen de la marca o de la empresa, puedan adherirse a partir de ideas poco claras, agresivas u ofensivas sobre los intereses particulares de los públicos. Durante la última década – tiempo que coincidió cronológicamente con la fascinación por la globalización política y económica- disciplinas como la publicidad se corrieron –también por intereses políticos, económicos y coyunturales- del ámbito de la comunicación social al ámbito perteneciente a las ciencias empresariales y el marketing. Como todo movimiento ese corrimiento, aparentemente necesario por las condiciones contextuales, trajo aparejado ventajas y desventajas; entre las primeras, se ha enriquecido la visión sobre el negocio publicitario; entre las segundas, como todo extremismo, el énfasis sobre el negocio hace perder de vista, o al menos confundir, en algunos casos, el aspecto social y sus repercusiones posibles. Tal vez sea el momento para, a través de un enfoque que tenga en cuenta los aspectos sociales –las necesidades de la sociedad en su conjunto, de los grupos particulares, sus creencias, opiniones, como se las define desde el ámbito del marketing- incluirlos en tanto valores indispensables en la formación de profesionales creativos responsables.

A modo de *racconto* provisorio

¿Cómo trabajar entonces para que nuestros estudiantes puedan superar algunos de estos preconceptos sobre el trabajo creativo? Trabajo que debe realizarse –creo- no solamente en miras a la formación profesional, sino también como parte de una formación más general, democrática y humana. Pues bien, a continuación se presentan algunos puntos al respecto, que representan sólo un intento de orientar la enseñanza hacia una formación creativa basada en la mirada crítica, la reflexión y el respeto mutuo:

- Promover la mirada crítica y reflexiva sobre la producción propia, y la generosidad como para poder también colaborar en las sugerencias y evaluaciones sobre la producción ajena: Todo es factible de ser mejorado.
- Habilitar un espacio de libertad para la discusión fundamentada.
- Desarrollar el trabajo en equipo. Realizar un monitoreo sobre la doble implicancia: Animar a aquellos que por sus características personales encuentran limitaciones para exponerse ante el grupo; templando los ánimos de aquellos que –también por características personales- son proclives a la crítica prematura: El juicio a priori representa, en muchos casos, el aborto de ideas que, trabajadas cuidadosamente, pueden llegar a transformarse en campañas exitosas.
- Revalidar el lugar del docente, no como centro único del saber, sino como un espacio para la duda, la búsqueda y la orientación.
- Motivar la observación no participante sobre el entorno

como fuente de creación para futuras ideas; ideas en las cuales los públicos puedan verse reflejados e identificados.

- Colaborar en el descentramiento creativo: “Ponerse en el lugar del otro”. No sólo a nivel del trabajo en equipo creativo, sino también en cuanto a la consideración sobre el receptor del mensaje; indagar sobre sus gustos, sus preferencias, su forma de hablar, etc.
- Tener en cuenta las temáticas que pueden herir las sensibilidades de algunos grupos o producir cualquier tipo de resquemor.
- Y claro está, animando a equivocarse, ya que para corregir hay tiempo.

Por último, hay una característica fundamental de la práctica creativa: La reflexividad. En un proceso creativo quedan implicados –de distintas maneras, claro está- tanto el que enseña como el que aprende; pero, a veces –cada uno de los lectores seguramente podrá detallar muchas experiencias al respecto- la reflexión de nuestros estudiantes, sus pasos por distintos momentos del aprendizaje, el atravesar terrenos llenos de incertidumbre, duda y experimentación, nos han motivado a reflexiones propias, a cuestionarnos tal vez, sobre la propia puesta en práctica de la creatividad; y hasta nos habrán permitido, en más de una oportunidad, cambiar, modificar o revisar algunos aspectos de nuestra labor como profesionales creativos.

Estilo decorativo étnico argentino: Su desarrollo en el diseño interior

Virginia G. Suárez

El transplante de la cultura europea del siglo XVI a América resulta en la actualidad difuso, imperceptible. Esto es así porque sus manifestaciones artísticas han penetrado con fuerza en la estructura social americana, al punto de enseñarse sin cuestionar que «nuestra» historia y cultura, «nuestra» tecnología y arte empiezan sólo hace 500 años, cuando ingresó el hombre-europeo con la misión de civilizar a los «salvajes» de este continente.

Por otra parte, también en la actualidad, la globalización económica y cultural dirigida desde centros del hemisferio norte a través del cine, la TV, Internet, la producción masiva de «cultura» en la alimentación, vestimenta, medicina, música, literatura y arte, lleva a creer que para trascender fuera de las fronteras del país en teatro, plástica, arquitectura y otras artes, se debe aprobar el examen de los parámetros europeos. Frente a estos procesos, las estrategias alternativas para el desarrollo sustentable basadas en la diversidad cultural, legitiman los derechos de las comunidades sobre sus territorios, costumbres e instituciones sociales. Los principios de la diversidad en lo ambiental son contrarios a la homogeneidad en lo productivo, defienden los valores de la heterogeneidad en los contextos ecológicos, la pluralidad cultural y la preservación de las identidades de los pueblos. La diversidad cultural es positiva en sí misma porque nos hace ver que no hay una única solución a los problemas y eso permite pensar en distintas posibilidades de respuestas. Del contacto entre las distintas culturas hay un mutuo enriquecimiento y un disfrute por una creciente pluralidad de creaciones. Este concepto es importante, porque es fácil caer en analogías

biologicistas y pensar que la solución para la diversidad cultural está en el aislamiento con el fin de «evitar las contaminaciones». De la puesta en contacto de culturas diferentes hay un efecto generador de novedad en el mestizaje cultural, con la creación de nuevas formas que hacen desestimar normas que eran consideradas «eternas e incuestionables» por la ausencia de alternativas. El aislamiento absoluto no genera diversidad, sino empobrecimiento cultural. El problema en realidad está en tratar a los productos culturales como mercancías, buscando un máximo beneficio económico sin tener en cuenta las consecuencias que esta manera de pensar provoca.

Por otra parte, la degradación ambiental y la globalización económica son asociadas a la desintegración de valores culturales, identidades y prácticas productivas de las sociedades tradicionales. El sistema educativo, los museos, galerías de arte y la prensa especializada dejan la impresión de que el concepto dominante en América referido al área de expresiones artísticas, se mueve de bueno a malo, de bello a vulgar, de «arte» a «artesanía». En términos generales existen dos dimensiones irreconciliables: Por un lado, el arte igual a «máxima expresión de belleza» y de «profesionalismo superior», que muchas veces es lucrativo y socialmente competitivo; y por otro la artesanía como expresión del «vulgo», anónima e incapaz de llegar a aquel arte superior, salvo en raras ocasiones (arte cuzqueño). En esta instancia uno puede o no estar de acuerdo con ese enfoque que establece un límite divisorio y que habilita a algunos a decidir, en la práctica y en la teoría, cuándo una obra es arte y cuando no lo es. Si bien entran a jugar aspectos técnicos definitorios, también hay subjetividades planteadas por una elite que impone criterios que valorizan y le ponen precio a las obras en subastas o museos.

La historia artística de Europa y América se ha preocupado por afianzar el arte como una entidad autónoma, resaltando al artista, a las tendencias, los precios y colecciones. Pero lo cierto es que en América no hubo «arte» en ese sentido, sino estrategias para satisfacer las necesidades de la vida cotidiana. Por lo tanto, en la cerámica, pintura, escultura y demás manifestaciones de las culturas nativas americanas, no hay que buscar arte aunque la obra sea artística, sino funcionalidad y significación. El arte para el nativo de América prehispánica no es ante todo «arte» en el sentido occidental, sino un recurso estratégico y colectivo, y del cual observadores extraños a su cultura son los que determinan cuánto de arte tiene y cuánto vale en vidrieras o subastas.

Las primeras manifestaciones humanas en lo que es hoy la Argentina datan de unos 10.000 años a.C. Desde entonces y hasta la conquista española se desarrollaron diferentes culturas en las distintas regiones geográficas, cada una con características propias, incluyendo la influencia y posterior penetración del Imperio Inca en el noroeste. Los nativos basaron su sabiduría en temas relacionados con la naturaleza y con su vida cotidiana. Lo hacían desde un enfoque práctico destinado a prolongar el conocimiento mediante la utilización de símbolos, que hoy nos resultan de difícil comprensión, y que quedaron asentados en cerámicas, cueros, piedras, textiles y otros asignaturales. Estos símbolos responden a ideas que se han perdido con los cambios culturales y que apenas se tenían en cuenta en tanto expresión cultural y artística argentina. La razón fundamental de ello es porque hemos perdido la conciencia de la continuidad de un proceso, que se

inició hace miles de años y que se afianzó a través de siglos. Como consecuencia, las expresiones artísticas son seleccionadas, valuadas y nominadas para ser arte careciendo del contexto histórico-cultural propio que le dio origen. Se las toma como un medio para ganar dinero despojadas del contexto que las genera, como símbolos y diseños significantes pero meramente decorativos.

Por suerte, en la Argentina de finales del siglo XX, podemos observar que la producción artística nativa de origen prehispánico, sobre todo su diseño, ha sido un «descubrimiento» o hallazgo por parte de la comunidad nacional, en especial de diseñadores, artistas plásticos y artesanos. En algunos casos como inspiración para sus propios diseños y, en otros, como mera copia de los dibujos utilizados en pinturas y grabados rupestres, cerámica, escultura y tejidos. Este tardío descubrimiento de la producción cultural nativa pre y post-hispánica tiene como consecuencia indirecta mayor respeto y valorización del arte nativo. Con excepción de arqueólogos, etnógrafos, antropólogos, los argentinos prácticamente ignoraban su impactante realidad. No sucedía lo mismo con expresiones similares extranjeras que se enseñaban desde la enseñanza primaria. El sistema educativo, cuando se refería a la «prehistoria» de la humanidad y de nuestro continente, desconocía el proceso humano local y sus manifestaciones culturales concretas.

Considero que las artesanías argentinas son mucho más que un mate, un facón o un poncho. No van a pagar en el mundo por las artesanías argentinas si primero no las valoramos nosotros, y para que eso suceda las tenemos que proponer en nuestros diseños y comprarlas como consecuencia. Los argentinos no nos enorgullecemos de nuestra cultura. Para muchos, entre los cuales me incluyo, esta situación debe cambiar porque la artesanía tiene una potencialidad económica, estética, social y ecológica importante. Considero que es una alternativa para que las personas del interior del país no necesiten emigrar a las ciudades en busca de trabajo.

El artesano «cuenta» mucho cuando hace una pieza. Su imaginario cultural está presente ahí, y esto es importante ya que, si la mercancía del tercer milenio es la cultura, es algo que nos puede salvar de la globalización y de la uniformidad. Las artesanías son un patrimonio intangible que la UNESCO define como «las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición». Las comunidades nativas deben entender que lo que producen son productos vendibles. Existe en el país una potente industria de la artesanía, sobre todo para el turismo: Se hacen artículos parecidos a los manuales, con un alto componente de maquinaria, con precios mas económicos y sin ninguna explicación al dorso del producto y de su forma de producirlo. De los productos que pueblan las ferias de artesanías regionales del interior, un 95% está hecho en serie en el Gran Buenos Aires.

En el país hay unos 300 mil artesanos y cada uno de ellos debe sobrevivir como pueda. A la competencia feroz con los precios de los artículos industriales, se suma la llegada de productos importados a precios imposibles de igualar. En cualquier bazar del país hay piezas con maderas de África, pañuelos indios y tejidos mexicanos, vendidos a valores que perjudican al productor local.

Situados en la cultura del diseño que llega desde los grandes centros de producción del sistema, cuyo principio es que una vez superada la problemática de la producción masiva, se

ponga energía en dirección a un marketing y a un diseño despersonalizado, es necesario comprender que tal vez la única manera de sobrevivir en un entorno globalizado consista en incorporarse plenamente en el mercado, en aceptar el embate de la «invasión» aprendiendo a «invadir» a nuestra vez con los productos regionales, en una dialéctica entre lo propio y lo ajeno, entre lo universal y lo particular, entre la repetición y la novedad. Hasta el momento, quiénes han logrado ingresar en el selecto círculo de esta cultura comercial, lo han hecho gracias a un sostenido esfuerzo de conocimiento sobre lo propio, entendiéndolo como patrimonio y herencia a resignificar, como base de nuevos lenguajes y propuestas de diseño.

Frente a este panorama existen algunas acciones tendientes a valorizar el producto artesanal generado en las provincias. Así, algunos trabajadores manuales proponen crear un sistema de sellado que acredite que un producto es efectivamente artesanal; también sugieren que se exija una matrícula para el productor, que para poder tenerla sería imprescindible contar con una nivelación, y es allí donde las escuelas y los talleres cobran importancia. Existe también un Programa Federal de Desarrollo Artesanal Argentino, donde se busca formar y capacitar artesanos en temas técnicos, de diseño y de organización de ferias. El Estado, en el nivel nacional, monta una estructura para fomentar un área usualmente ignorada por los gobiernos. Como el gran negocio siempre lo hacen los comerciantes y lo que es subsidiado termina a corto plazo. El Estado, a través de este programa, capacita y asiste técnicamente para que los proyectos sean autosustentables. El artesano produce para que su trabajo ingrese en la red comercial. Otros emprendimientos son los iniciados por del orfebre Jorge Lozzi, que está tramitando con el Ministerio de Trabajo un proyecto sobre escuelas móviles y oficios, y del decorador Ricardo Paz que junto con la Fundación Rocca, editaron un libro sobre artesanías argentinas del monte que se reparte gratuitamente en 650 escuelas de Santiago del Estero y que intenta que los maestros y estudiantes revaloricen su conocimiento ancestral.

Siguiendo con esta línea tendiente a valorizar el producto artesanal argentino propongo a mis estudiantes comenzar a desarrollar, desde lo curricular, las características que deben observarse cuando se desea ambientar con un estilo étnico argentino. Los objetivos de la propuesta se centran en conservar los lenguajes artísticos a través de los cuales los pueblos configuraron su identidad, colaborando a preservar su supervivencia; conocer nuestros pueblos originarios, acercarse a sus formas de expresarse artísticamente, sus creencias, su mitología, su religión, su cotidianeidad, su cosmovisión, es decir las manifestaciones exteriores de su universo interno; crear diseños interiores contemporáneos que involucren la utilización de técnicas tradicionales de producción del equipamiento, textiles, cerámicas, cestería, platería, combinando creativamente asignaturales, formas, colores y texturas; definir y distinguir las cualidades de expresión del Estilo Decorativo Étnico Argentino según las diferentes culturas nativas del país.

En la decoración, nuestro país siempre se nutrió de los diferentes estilos europeos y de las modas provenientes del hemisferio norte: Desde el clasicismo más riguroso hasta el minimalismo más exagerado. Pero el mundo se globalizó y cambiaron algunos puntos de vista. Cobraron protagonismo

los regionalismos y esto lleva a preguntarse ¿qué es lo que nos distingue?, ¿cuáles son nuestros elementos étnicos? Al igual que los restantes estilos étnicos de otros países, como por ejemplo Japón, China, Indonesia, el estilo Étnico Argentino está formado por lo que sólo puede encontrarse en nuestro país, que son fundamentalmente los productos y diseños de las provincias.

Por estilo decorativo se entiende al modo, manera, costumbres y estética de un período del pasado. El mueble y la decoración expresan un sentimiento, expresado en el uso de determinados asignaturales, la manera de vestir y de vivir de una comunidad. En cada uno de los estilos se aprecia la influencia de unas condiciones sociales, tanto en la línea, en los colores y en los elementos de la decoración. Éstos reflejan la vida y los hábitos de cada pueblo y de su tiempo. Están determinados por la fusión del esfuerzo creador de todos los artistas de su tiempo, por la suma de diferentes creaciones en las que se contienen los rasgos comunes que caracterizan y dan forma al estilo. La definición de un estilo no distingue la fecha exacta en la que aquél empieza o termina, ya que la evolución es lenta, gradual y con entremezcladas transiciones. No obstante, existen determinadas características que sirven para fijar la correspondencia con una época o cultura. Lo que importa de un estilo es su esencia y su carácter, su espíritu, sus posibilidades de adaptación y lo que él pueda representar en la decoración actual.

Con el término diseño se define la concepción espacial y la configuración total o fragmentaria de una pieza en piedra, fibra vegetal o animal, madera, hueso, metal o arcilla, y especialmente refiere a la decoración y dibujos que realzan al objeto y reflejan la creación artístico-simbólico-utilitaria de la cultura en cuestión. Por nativo se significa que el diseño de referencia fue concebido y realizado por hombres “emergentes del país” en distintas épocas del proceso histórico-cultural milenar del territorio argentino. En la actualidad el diseño nativo, en sus diversas manifestaciones, es asumido con respeto y entusiasmo por quienes lo utilizan en su profesión de diseñadores, educadores y difusores de nuestra cultura o en obras artísticas, literarias e industriales, porque se reconoce que este diseño contiene variaciones inagotables en el orden de lo simbólico y en la concepción estética de cualquier soporte.

Básicamente para realizar un estilo étnico en una ambientación contemporánea, sólo en la medida en que se ubique un objeto decorativo o utilitario artesanal, la ambientación ya responderá a un étnico. Un punto fundamental del estilo de un país son sus tejidos, y en la Argentina los productos de los telares son un clásico que le dan impronta nacional a cualquier ambiente. Los estilos étnicos nunca dejarán de estar vigentes, porque ya existían antes de que en el exterior fuesen reconocidos, y porque pertenecen y forman parte de la identidad de una cultura. En la práctica, cuando se coloca sobre un sofá, o en cualquier otro mobiliario, un tejido de un artesano del interior, ya se está incorporando el estilo étnico. Pero debería hacérselo no como una moda, sino con la intención de reconocer que se trata de un hecho real que forma parte de una cultura que debe ser enseñada y difundida.

Cualquier estilo en decoración tiene una referencia histórica. En Argentina, las diferencias de estilos en las distintas regiones del país son el legado de las etnias que se encontraban en el territorio antes de la llegada de los españoles. Tienen que ver

con lo guaraní en la mesopotamia, con la cultura quichua en el noroeste, con los comechingones en los valles centrales, con los pamapas de la llanura pampeana y con los tehuelches y los mapuches en la Patagonia. En interiorismo, lo que se puede considerar más auténticamente argentino es lo que se encuentra en las zonas del país en donde fueron fuertes estas influencias, sin importar que también haya incidido la cultura europea que fue mayor en el diseño que en el uso de los asignaturales. A grandes rasgos, en el estilo argentino hay dos claras corrientes: Una que es andina, común a toda la Cordillera y otra que es amazónica, de la selva.

Lógicamente en los Andes y en la Puna se usa más la piedra, y hay mucha menos madera que en las tribus guaraníicas. En todas las zonas es común el uso de la tierra, del adobe y también de la cerámica. En cuanto al tejido, entre los guaraníes se encuentran hilados con algodón o con fibras vegetales. En cambio, en las zonas andinas, es común el hilado de las lanas de los camélidos. En cuanto a las tribus indígenas del Norte, trabajaron más con el hilado y el tejido y las del Sur se destacaron tanto por el tejido como por la platería.

Con la llegada de los españoles aparecieron las ovejas, las vacas y los caballos. Así se popularizaron los trabajos con el cuero y la lana, ya que hasta entonces sólo se usaba el cuero del animal cazado. Con los españoles también llegaron las misiones jesuíticas que enseñaron mucho trabajo artesanal, como el tallado de la madera.

Innovación en diseño

Viviana Suárez

1. Lo intempestivo, el carácter destructivo

Innovación. Hermosa palabra seductoramente evocadora de sociedades dirigidas hacia el progreso; término que nos introduce a pleno en un universo poblado de nuevas tecnologías e ideas creativas como maquinarias que funcionan movilizándolo el avance histórico.

Innovación. Vocable que nos convoca a un mundo poblado de caracteres industriales, móviles, progresistas, científicos, en definitiva: Modernos, de cara hacia el futuro concebido como un incesante infinito de producción siempre renovable. ¿Qué nos conmueve al hablar de innovación? ¿Por qué es una palabra pertinaz en el discurso de los diseños? Quizás porque nos gusta pensarnos como operarios de la máquina social; parte de los engranajes que desencadenan su vertiginoso movimiento. La innovación como el concepto que nos encadena a la rueda que arrastra la construcción del espacio donde actuamos socialmente. Los diseñadores como constructores de lo social mediado por sus productos. El diseño: Una fábrica del imaginario. De ahí: Innovación anudada a progreso; progreso entendido como avance.

Ante esto pueda quizás elevarse tímidamente una quebradiza voz que interroga sobre la fuente de alimentación de esa maquinaria. Quiero decir ¿de qué se nutre la innovación, ¿cómo surge, qué la produce, la mueve, la garantiza y la demanda? Se tiene que querer vivir los grandes problemas con cuerpo y alma

2. El cuerpo, la cosa misma

Hace tiempo me ronda la sensación desazonadora de que existe

una imagen que estando perentoriamente presente, es sin embargo un punto vacío, ciego; una oquedad por la que los discursos fugan incesantemente. Esta imagen descarnadamente mostrada y escamoteada al mismo tiempo es la del cuerpo viviente, aquello que se despliega en el espacio de lo real.

El cuerpo es una imagen descarnada para la sociedad de la post-industria; sociedad de la información en la que sólo está permitido intercambiar signos. Y todo signo es índice de un vacío, existe en tanto responsable de una ausencia. ¿De qué ausencia es responsable el signo? ¿Qué nos da a cambio de lo que se ausenta? La emergencia de un nudo; el entrecruzamiento entre producción de signos y dominio de la cosa –quiere decir, los objetos-, ese algo que nos pueda asegurar la confianza de existir como sujetos en un mundo pleno de otros, un universo cerrado y completo. El signo nos provee el bienestar en los objetos. El diseño nos provee de objetos-signos, de pertenencia, de renovadas encarnaciones de reconocimiento mutuo, de construcciones de identidad social, individual, nacional, y de época. Somos en tanto designados por nuestros objetos-signo. La ausencia que el signo desencarna es la del cuerpo. El cuerpo como lugar de la experiencia, de la opacidad. La experiencia como el lugar del pathos, de la aventura como aquello que me adviene, según bella etimología rescatada por Roland Barthes.

El vector que los signos circulantes escamotean al hacer rodar objetos portadores de identidades construidas es lo experimentable en tanto transferible. Lo experimentable como capas de sedimentos borrosos, fragmentarios, contradictorios, que nos constituye a cada uno de nosotros como pacientes de una historia. ¿Diseñamos desde un cuerpo para otros cuerpos? ¿O quizás habremos aprendido a escamotearnos detrás de metodologías, técnicas, dispositivos, instituciones hasta volvernlos insensibles a nuestra propia presencia real? ¿Estaremos presos en la paradoja del progreso que construye devorando su propia experiencia; esto es, seremos aún seres que habitamos el texto de la modernidad? Al fin, ¿Quién diseña mis objetos de diseño?

Nuestra mala costumbre de tomar un signo mnemotécnico, una fórmula de abreviación, como esencia y – finalmente – como causa; por ejemplo, decir del rayo que “ilumina”. O incluso la palabrita “yo”. Poner nuevamente un tipo de perspectiva en la visión como causa de la visión misma ¡tal fue el juego de manos en la invención del “sujeto”, del “yo”!

3. Lo progresivo, la precariedad

“En nuestros libros de cuentos – comienza Walter Benjamin – está la fábula del anciano que en su lecho de muerte hace saber a sus hijos que en su viña hay un tesoro escondido”. Preciado comienzo que prologa su reflexión sobre la pérdida de la tradición en manos de una nueva barbarie, la modernidad radical.

“¿Quién encuentra hoy gentes capaces de narrar como es debido?”, se pregunta Benjamin en 1933, en el entorno circunscrito por las dos grandes guerras y el ascenso del nazismo. Y Benjamin fija su mirada crítica en aquellos que vuelven del frente de guerra despojados de experiencia. No más ricos sino mudos; esto es privados de comunicar lo experimentado. ¿Qué dialéctica enfrenta lo experimentable y los signos vacíos concebidos como positivities, como objetos tangibles, existentes? Benjamin señala al progreso como un nuevo concepto positivo de la barbarie, lo que nos conduce a