

8 Sobre "la idea de diseño" se recomienda revisar el libro: *The Idea of Design. A Design Issues Reader*, editado por Victor Margolin y Richard Buchanan, The MIT Press, Cambridge, M.A., 1995.

9 Algunos ejemplos son los diseños de Dieter Rams para la Braun y la tipografía suiza promovida por Emil Ruder y Armin Hofmann desde la escuela Kunstgewerbeschule de Basilea.

10 El autor se responsabiliza por las traducciones e interpretaciones de los textos citados que originalmente están escritos en inglés.

8 On "the idea of design" we suggest taking a look at *The Idea of Design. A Design Issues Reader*, edited by Victor Margolin y Richard Buchanan, The MIT Press, Cambridge, M.A., 1995.

9 Some examples: the designs of Dieter Rams for Braun and the Swiss typography promoted by Emil Ruder and Armin Hofmann from the Kunstgewerbeschule of Basle.

10 The author takes responsibility for the translations and interpretations of the cited texts that originally were written in English.

Por ejemplo, en el Renacimiento, *disegno* (que en la práctica significaba *dibujo*), es considerada la fase creativa y conceptual que generalmente precede a la ejecución de una pintura, escultura u obra de arte. Aunque todos los artistas consideran el diseño como parte de su actividad artística, no es hasta los siglos XVIII y XIX (con el inicio de la Revolución Industrial en Europa y Estados Unidos), que el término "diseño" pasa a ser considerado una actividad de jornada completa, llevada a cabo por especialistas entrenados, empleados o comisionados por empresarios. Como consecuencia, el diseñador deja de producir lo que diseña.

El siglo XX marca un cambio importante en cómo *la idea de diseño*<sup>8</sup> es explorada en el discurso contemporáneo. Desde Adolf Loos a Walter Gropius, el objeto o artefacto atraía el centro de la atención. Mientras Loos criticaba la presencia de ornamentos con distracción a la experiencia de las cualidades formales, Gropius veía al objeto como la encarnación de los valores espirituales de una época. En años posteriores, el debate sobre "el buen diseño" se concentró en las problemáticas de cómo la forma de los objetos puede enriquecer la calidad de vida. A esto se le sumará el discurso racionalista de los años '50 y '60 que impulsaba el orden formal como ideal de diseño<sup>9</sup>.

industrial revolution in Europe and the United States, that design came to be thought of as a full-time activity for trained specialists, employed or commissioned by businessmen. The designer thus ceases to produce what he designs.

The 20<sup>th</sup> century sees a significant shift in the way "*the idea of design*"<sup>8</sup> is explored in contemporary debate. From Adolf Loos to Walter Gropius, the object or artifact becomes the focus of attention. Loos criticized the presence of ornament as distracting from the experience of the formal qualities; Gropius saw the object as incarnating the spiritual values of the times. Later, the debate on "good design" came to center on how form in objects could enrich the quality of life. The '50s and '60s contributed their rationalist approach, which argued for formal order as the design ideal.<sup>9</sup>

Despite reactions against restrictions of form among pop designers such as *Memphis* or the *new wave* designers, who stressed the object more than the complicated process of ideas behind it, the emphasis shifted back in the '80s and '90s. The change was driven by recognition that objects have been situated in a variety of ways, which were not clearly understood or properly studied, by designers, historians, critics

A pesar de las reacciones contra esas restricciones formales, diseñadores pop, como *Memphis* y los diseñadores *new wave*, quienes enfatizaban al "objeto" más que al complejo proceso de ideas que las guiaba, el énfasis es revertido en los años '80 y '90.

Este cambio está guiado por el reconocimiento de que los objetos están situados en una variedad de maneras que no estaban claramente entendidas o adecuadamente estudiadas por diseñadores, historiadores, críticos y teóricos que establecieron los precedentes de la disciplina del diseño en la primera mitad del siglo XX. Como consecuencia, los discursos contemporáneos no representan un quiebre con el pasado. En cambio, representan una visión mas amplia del diseño al incorporar temáticas y problemas que a menudo eran detectadas pero que no eran desarrolladas en profundidad.

Los objetos siguen importando como experiencias simbólicas pero hay una creciente atención en los contextos psicológicos, sociales y culturales que dan significado y valor a los productos y a la práctica del diseño como disciplina<sup>10</sup>.

**José Manuel Allard**

Bachelor in Fine Arts, Graphic Design, The Corcoran School of Art, Washington, DC, EE.UU., '96. Master in Fine Arts, Graphic Design, California Institute of the Arts (CalArts), California, EE.UU., '98. Es profesor de la Escuela de Diseño PUC y se encuentra desarrollando la investigación "Mauricio Amster en Chile, 1939-'80" (DIPUC 2000/09c).

and theoreticians who set the first guidelines for the discipline of design in the first half of the 20<sup>th</sup> century.

Thus contemporary views represent, not a break with the past but a broader vision of design, which incorporates issues and problems that were often sensed but not explored in depth. Objects continue to matter as symbolic experiences, but there is a growing attention to the psychological, social and cultural contexts, which give meaning and value to products and to the practice of design as a discipline.

**José Manuel Allard**

Bachelor in Fine Arts, Graphic Design, The Corcoran School of Art, Washington, DC, EE.UU., 1996. Master in Fine Arts, Graphic Design, California Institute of the Arts (CalArts), California, US, '98. Currently teaches in the Faculty of Design, Catholic University of Chile, and is researching on "Mauricio Amster in Chile, 1939-'80" (DIPUC 2000/09c).



## Grandeza y pequeñez del oficio

José Neira Délano

Historiadores sostienen que la invención de la imprenta y la tipografía en el siglo XV generó un orden de información secuencial, repetible, dando paso al pensamiento lógico y científico. Lingüistas afirman que nuestra visión del mundo está determinada por nuestra lengua. Ésta, a su vez, se sostiene sobre medios visuales que inundan toda nuestra existencia. ¿Según lo anterior, qué rol tendría en nuestra vida y cultura actual la profesión de Diseño Gráfico? La pregunta sugiere que su potencial y relevancia son enormes: estructurar nuestra visión de la realidad, expresar visualmente la riqueza y complejidad de las ideas, ayudar a forjar valores culturales, "inyectar el arte en los negocios"<sup>11</sup>. De acuerdo a estas ideas se puede entender que la realidad chilena del Diseño Gráfico es difícil y dura. Al menos aprovechar ese potencial es una gran tarea no sólo para el contexto de Chile.

### La sociedad

En Chile la palabra diseño se asocia con *novedoso, a la moda, entretenido, atractivo, importado, vendedor*.

## The grandeur and pettiness of the craft

José Neira Délano

Historians argue that the invention of the printing press and typesetting in the 15<sup>th</sup> century created an ordering of information that was sequential and repeatable, and opened the way for logical, scientific thinking. Linguists claim language forms our view of the world. That view, in turn, is based on the visual elements that invade our whole existence. So then what role does the graphic designer's skill play in life and culture today? The question suggests it has enormous potential and relevance, to structure our vision of reality, to express visually rich and complex ideas, to help form cultural values, to "bring art into business"<sup>10</sup>.

In Chile, we infer, the world of the graphic designer is tough and difficult; but taking advantage of its potential is a great challenge, and not just in Chile.

### The Social Context

In Chile the word "design" is associated with the ideas of *novelty, fashionable, fun, attractive, imported, saleable*. Design is not a highly valued

11 Kalman, Tibor y Karrie Jacobs. *Design Insurgency*, incluye los textos presentados en la Conferencia del *American Institute of Graphic Arts*, AIGA, San Antonio, Texas, 1989. El último trabajo editorial de Kalman antes de su muerte en 1999 fue la revista *Colors* para Benetton. Karrie Jacobs es crítica y teórica del diseño.

12 Por oficio me refiero al conocimiento y materias propias del mismo; el conocimiento práctico, técnico, teórico e histórico que valida nuestro trabajo.

13 No quiero ofender a nadie, todos sentimos gran pasión por nuestro trabajo. Pero es precisamente el oficio lo que nos hace vibrar más intensamente con el tema que nos apasiona. La falta de oficio, entonces, se traduce en una falta de pasión.

14 Francisco Gálvez, quien diseñó la "Tipografía Elemental" (ver artículo homónimo en pág. 18-19 de este número) en sus versiones con y sin serif, es en gran medida autodidacta. Los conocimientos específicos que se requieren para diseñar una familia tipográfica, especialmente si se trata de una tipografía para la composición de textos extensos, no existen en nuestro ámbito académico. Son habitualmente enseñados a nivel de postítulo.

11 Kalman, Tibor and Karrie Jacobs. *Design Insurgency*. Includes the texts presented in the Conference of the *American Institute of Graphic Arts*, AIGA, San Antonio, Texas, 1989. Kalman's last publication before his death in 1999 was the magazine *Colors* for Benetton. Karrie Jacobs is a design critic and theoretician.

12 By craft I refer to the relevant knowledge and subject matter, the practical, technical, theoretical and historical knowledge that validates our work.

13 I have no wish to offend anyone, and I know we all feel great passion for our work. But craft is what makes us resonate most intensely with the subject that moves us, so without craft there is a lack of passion.

14 Francisco Galvez, who designed the "Elemental Typography" (see article of the same name on page 18-19 of this edition) in its serif and sans serif forms, is largely self-taught. The specific knowledge needed to design a typographical family, particularly for long texts, is not normally taught in our universities until post-graduate level.

Para el orden social chileno el Diseño no es una profesión valorada y esto no debe sorprender: quienes la practican carecen de oficio<sup>12</sup>, pasión<sup>13</sup> y capacidad de gestión. La falta de oficio y pasión frente al público es su peor condena. La mala gestión es perdonable, pero mantiene a la profesión sin recursos.

### La academia

La debilidad profesional del Diseño Gráfico es la continuación de su debilidad académica. En la medida que aumentan los programas de estudio, éstos van siendo equipados con profesores cuyo saber es cada vez menor. Las materias y cuerpo de conocimiento del Diseño Gráfico recién comienzan a articularse. En sí mismas, son materias resbaladizas que oscilan entre la ciencia y el arte, lo cuantificable y lo poético, la práctica y la teoría. A esto se suma la dificultad del idioma. Las publicaciones teóricas recientes de mayor sustancia casi no existen en castellano, mientras que las de orden técnico se ven afectadas por la exacerbación y confusión de los profundos cambios tecnológicos recientes.

### La profesión

Un síntoma de una gran oficina de Diseño Gráfico en Santiago: después de años de trabajo y costosas equivocaciones, recién es posible acceder a

proyectos relevantes. Para el diseño de la identidad visual y señalética de un tren suburbano (proyecto de gran impacto social), fue necesario presentar largos estudios para ayudar al cliente a reconocer qué es realmente lo que necesitan de la oficina de diseño y luego cómo ese trabajo debe ser coordinado con el de otros profesionales que participan en el proyecto –arquitectos, ingenieros y expertos en marketing–. Sólo entonces se preparan contratos y se inicia el trabajo. Una vez ganada la confianza del cliente, queda por conseguir que el rol de asesores –al cual el diseñador es empujado a menudo–, sea debidamente retribuido. El cliente entiende fácilmente una asesoría en Arquitectura, Publicidad, Ingeniería, o Marketing, pero una asesoría en Diseño Gráfico aún no es comprendida. Bajo la estructura social, profesional y administrativa de la agencia de publicidad es muy distinto. Ahí el cliente se siente cómodo, y ambos, agencia y cliente, aceptan tácitamente contratos de trabajo, orientaciones estéticas y creativas. Sin embargo, el aporte cultural del material resultante es muy cuestionable. En él se reafirman lenguajes banales, ajenos a nuestro contexto, que debilitan el carácter y erosionan nuestra cultura.

### La superación

Hace poco asistí a un evento excepcional impulsado

por diseñadores jóvenes con mucho oficio, pasión y capacidad de gestión. El tema era el diseño de una nueva tipografía, especial para la composición de textos extensos. Una de las áreas del Diseño Gráfico que exige conocimientos altamente especializados de historia, técnica y ciencia es el diseño de tipos. El diseñador<sup>14</sup> hizo una presentación didáctica y clara sobre los conocimientos que encierra el diseño de tipos, dirigida a una convocatoria total de estudiantes, seguida de un debate acerca de la realidad del Diseño Gráfico y Tipográfico en Chile. El día anterior se inauguró el evento con una muestra de afiches cuyo diseño se basaba en la nueva tipografía. Se usaron grandes salas del Museo de Arte Contemporáneo de Santiago y en la inauguración participó también su director. Si hubiese tres o cuatro eventos al año de contenidos relevantes y finamente organizados como éste, la percepción del público hacia el Diseño Gráfico cambiaría, especialmente si el sentido de esos eventos es la enseñanza. La mejor manera de enaltecer un oficio es explicar lo que éste sabe, su riqueza y profundidad y cómo encaja en nuestra cultura.

#### Juan José Neira Délano

Magister en Arte/Diseño Gráfico (MFA), Yale University, EE.UU. Trabaja en forma independiente y es profesor de taller de Diseño Gráfico en las universidades Finis Terrae y Andrés Bello.

profession in this society, which is not surprising since its practitioners lack craft and passion and management ability. Face to face with the public, the lack of craft<sup>11</sup> and passion<sup>12</sup> condemn it. Poor management skills are more excusable, but they make for a profession constantly short of resources.

### The Academic World

The professional weakness of graphic design stems from its academic weakness. As the number of study programs increases, the quality of the teaching staff declines. The subject matter and the body of knowledge of graphic design are only just beginning to be formulated, and by its very nature the subject matter slips and slides between science and art, the quantifiable and the poetic, the practical and the theoretical. Then we have the problem of language. There are few if any recent substantial theoretical publications in Spanish, and technical works suffer from the confusion of the recent, and radical, technological changes.

### The Profession

A symptom of the profession's ills, from a major graphic design office in Santiago: After years of work and expensive mistakes it has only now gained access to major projects. In order to win a contract

to design the visual identity and signaling for a suburban train—a project with major social impact—it had to produce lengthy studies to help the client recognize what was really needed from the design studio and then work on how to coordinate this work with other professionals on the project, the architects, engineers and marketing experts. Only at that point were the contracts drawn up, and work began. However, once it has gained the client's confidence, the studio finds itself acting as an ongoing adviser, as often happens, and then has to fight to be properly paid for this work.

The client is used to the idea of using a consultant on architecture, advertising, engineering or marketing, but graphic design consultancy is still an unfamiliar notion. Within the social, professional and managerial structure of an advertising agency, things work differently. The client feels comfortable, and both sides, agency and client, tacitly accept work contracts, and aesthetic and creative guidance. But the cultural contribution of the material produced is highly dubious. Its language is banal, alien to our society; it weakens our national character and erodes our culture.

### The Way Forward

Not long ago I took part in an extraordinary

event prepared by young designers full of craft, passion and managerial capacity. The subject was the design of a new typography for use in lengthy texts. Type design is one of the areas of graphic design that demands a highly specialized knowledge of history, science and technique. The designer<sup>13</sup> gave a clear, instructive presentation of the knowledge needed for typography design, aimed at students, and it was followed by a debate on the present state of graphic design and typography in Chile. The event opened the previous day with a display of posters designed according to the new typography. They were shown in the spacious rooms of Santiago's Museum of Contemporary Art, whose director took part in the inauguration.

With three or four events like this every year, on relevant topics and well organized, the public's perception of graphic design would change, particularly if the events had an educational focus. The best way of raising the status of a craft is to explain its knowledge, its wealth and depth, and how it fits into our culture.

#### Juan José Neira Délano

Master's in Art/Graphic Design (MFA), Yale University, US. Works freelance, and teaches workshops on graphic design in the Universities of Finis Terrae and Andres Bello.