

AREA

**Agenda de Reflexión en Arquitectura,
Diseño y Urbanismo**

*Agenda of Reflection on Architecture,
Design and Urbanism*

Nº 23 | OCTUBRE DE 2017
REVISTA ANUAL

ISSN 0328-1337 [IMPRESO] | ISSN 2591-5312 [EN LÍNEA]

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo

CONTENIDOS | CONTENTS

- 8** Editorial
MARÍA LEDESMA
- 10** Aperturas. Diseño y sistematización de la pérdida
CARLOS CARPINTERO
- 13** Debates, dilemas y desafíos de la gestión urbana
DAVID KULLOCK
- 25** Planificación en Argentina a principios del siglo XXI
MARIANA SCHWEITZER | SILVINA CARRIZO |
MARISA SCARDINO | SANTIAGO PETROCELLI |
PABLO SCHWEITZER | MARÍA LAURA CARENA
- 37** ¿Nuevos asentamientos o nuevas villas?
El *Playón de Fraga*.
Ciudad de Buenos Aires, 2014-2016
VERÓNICA PAIVA
- 47** Construcción de un mapa de riesgo en base a información de variables de estado del territorio
DIANA DE PIETRI | PATRICIA DIETRICH |
ALEJANDRO CARCAGNO | ERNESTO DE TITTO |
MARÍA ADELA IGARZABAL
- 63** Particularidades del arbolado y el riego en la ciudad de Mendoza desde una mirada sistémica
MARÍA CECILIA DOMIZIO
- 79** La Plata: la última ciudad argentina planificada antes del automóvil
ANDRÉS MUÑOZ

-
- 91** Diseño y complejidad. La expansión del campo del diseño
MARIANA PITTALUGA
- 105** ¿Existe un diseño serial?
FERNANDO FRAENZA
- 119** Entre el muro y el espacio.
Formas de hibridación cultural en la obra de Juvenal Baracco
OCTAVIO MONTESTRUQUE BISSO | MARTÍN FABBRI GARCÍA
- 133** Pautas para una arquitectura del futuro.
Reyner Banham y la tecnología para un *entorno bien climatizado*
CECILIA PARERA
- 147** El registro fotográfico para el estudio de las prácticas de enseñanza en la universidad. De la ilustración al descubrimiento
GABRIELA AUGUSTOWSKY
- 157** La inspiración, las influencias y las copias en el diseño industrial.
Análisis en un tema: la silla
RICARDO BLANCO
- Reseña de libros
- 164** Ferrocarriles británicos de la época victoriana: un álbum fotográfico de arquitecturas perdidas y una reflexión sobre el patrimonio existente en la Argentina
MARÍA ALEJANDRA SAUS
- 166** *La privatopía sacrílega*
DANIELA SZAJNBERG
- 167** Acerca de los autores
- 172** Convocatoria *AREA 24*
- 175** Información para los autores

DISEÑO Y SISTEMATIZACIÓN DE LA PÉRDIDA

> CARLOS CARPINTERO

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo

* Las imágenes que acompañan este texto, libremente reinterpretadas, constituyen las aperturas de cada uno de los artículos.

Los profesionales de la comunicación sabemos, al menos empíricamente, que el lenguaje no sirve para nada¹. Pero esto, lejos de ser un problema, una dificultad, un obstáculo, es una de las condiciones de posibilidad de existencia del Diseño (en sentido amplio). Si efectivamente existieran significados *comunicables*, los diseños serían prescindibles. En la paradoja de los signos habitan los Diseños: un signo es más comunicativo cuanto menos comunicativo es. Oscurecer un signo, a través de un procedimiento de diseño, lo vuelve más *comunicable*. La opacidad logra claridad: desde las tinieblas a la luz. Allí está el trabajo del diseñador: en no decir las cosas como son, sino desde otro lugar, otra perspectiva, otra visión, estratégicamente planificada. La operación sobre el *extrañamiento* de los signos es una de las claves para interpretar el hacer de los diseños. Los diseñadores somos los cocineros de lo extraño.

El lenguaje nos preexiste, nos constituye como sujetos. Las ciencias de la comunicación son, en cierto sentido, *teorías del habitar del lenguaje*. Sistematizaciones hipotéticas, entre una multiplicidad posible de interpretaciones. Algunas de esas interpretaciones todavía están por venir.

Esta tarea exploratoria, que habitualmente llevamos a cabo los docentes e investigadores, no siempre es grata. Experimentar en ocasiones consiste en descubrir que algo no es en modo alguno como lo hipotetizamos. Pero así es el mundo de la ciencia. Los diseñadores conocemos bien esta presunta *improductividad productiva* en nuestros talleres, frente a la mesa de trabajo, en la tarea profesional. Para que la tarea del investigador que procure un trabajo científicamente reconocido resulte productiva y legítima en los términos de la lógica epistémica dominante, hay que especializarse en dos materias que

en principio impresionan como revulsivas: la pérdida y el hedor. Sobre esta metáfora se articulan las imágenes que aquí compartimos.

El lenguaje es, antes que ninguna otra cosa, la sistematización de la pérdida. Cada signo es indicio de algo irremisiblemente ausente, la señal irrevocable de aquello que no está. Hay una fantasía de encuentro en el lenguaje, una puesta en escena, una teatral reconciliación posible, ficcionada, que por definición es irrealizable. En esto coinciden el lenguaje y el deseo: aquello que se presenta como meta, como destino, es aquel sitio al que nunca llegaremos. Podemos entrever la tierra prometida, pero nunca entraremos en ella. No hay nada más miserable que el signo: carece prácticamente de todo. Pobre, ciego y desnudo. Pero de pronto, entra en contacto con otro y con otros, y allí, todo cobra sentido, al menos, por un instante. La ruina de los diseñadores es la ilusión de densidad de los signos, la ilusión de una identidad esencial, de que algo es efectivamente *algo*, y no un algo en tanto se vincula a otra cosa.

Eso es un signo hoy. Un espacio de materialidad nula y densidad infinita. En cada signo habita potencialmente un atentado. Resulta interesante observar los múltiples intentos por domesticar o funcionalizar a los signos, por volverlos obedientes, controlables, útiles. Vanos intentos. Los signos se resisten al bozal. Retomamos la idea: la absoluta inutilidad del lenguaje. No existe el signo como una célula positiva, sino como un espacio intermedio, una sombra, un deslizamiento. El signo como mentira, como artificio. No hay que subestimar la inmaterialidad del signo. En el signo se postula lo que no está.

Como un oxímoron, una presencia ausente. Un ejemplo inmediato, doméstico y comprensible fácilmente lo tenemos con los olores.

1. Siguiendo la frase de J. Lacan durante una conferencia en Louvain, 1972: "El lenguaje no sirve. Nunca ha servido. Solo nos permite formular cosas que tienen cuatro, cinco, diez, veinticinco sentidos, que el sujeto supuestamente debe conocer".

No hay cosa que evoque con mayor poder al recuerdo que un olor. Es como un estar ahí. Cloro, cemento, combustible, acetona, lavanda, marihuana. Son boletos a momentos del pasado. Casi todo lo que suponemos como gusto en realidad es olfato. El olfato es la máquina del tiempo. Así viven los signos, como los olores. Son inasibles.

¿Dónde está habilitado en nuestra sociedad un elemento tan propio de la animalidad como el olor? En el espacio del goce. En la intimidad del sexo, con sus infinitas posibilidades de deslizamiento, el olor es el soberano. El vino y la comida tienen su alma en los aromas que los identifican. Las enfermedades se diagnostican en algunos casos por sus hedores. La muerte tiene sus perfumes: el trabajo sobre los restos con las sondas y el formol produce vapores, las flores de las coronas saturan el aire en los funerales, el aire de encierro de los espacios desinfectados, que se vuelve opresivo.

El imperio de la higiene ha recluso al olor a ciertos sitios, altamente controlados. Allí, los olores se devalúan, se empobrecen. Se pierden. El olor descontrolado es síntoma de caos, de anomia, pero es cuando mayor brillo e intensidad posee.

Lo mismo les sucede a los signos, aunque pocos diseñadores piensan en ellos como algo construido, por esa falsa naturalidad que los caracteriza. El signo trae, hace presente, pero no está. Si al olor se lo encapsula, deja de ser percibido. El signo apartado de la realidad efectiva donde se va a desarrollar sufre un destino similar. Se desnaturaliza, deja de ser un artificio vinculante, conectivo, se retira del mundo de la vida. El Diseño puede ser más productivo y lograr mayor presencia en la sociedad cuando se aproxima a una concepción más honesta de la comunicación. Aquella que conocemos y con la que trabajamos todos los días. Nada nace limpio en este mundo. Los diseñadores no estamos más allá de esta aparente fatalidad, con lo cual, resulta justo y necesario que tomemos partido por ella. No hay nada menos lógico que un signo en un diseño. Un signo es un fracaso financiero: el triunfo, la ganancia y la razón de existencia están en lo que, a través de él, se ha perdido.

