



Este libro concibe el diseño como un campo de conocimiento específico, pero no formalizado, que se halla atravesado por distintas disciplinas o áreas (el arte, la comunicación, las técnicas, las ciencias duras, las ciencias humanas). Este vasto universo exige entonces una aproximación transdisciplinar, a la vez que supone no perder de vista su singularidad.

Néstor Sexe interroga y analiza el objeto diseño desde una mirada distinta, erudita pero no solemne. Así, la moda, el color y sus connotaciones, el diseño del trabajo, la división por géneros, las versiones culturales de la sexualidad y el amor, y el discurso político, entre otros, son algunos de los temas que se despliegan, abordados siempre desde una perspectiva que incluye la semiótica y la retórica, en sus diferentes funciones sociales.

Si en la década del sesenta, el paradigma central era la producción, más tarde el de la productividad, en la década del noventa, con un mercado globalizado, el sistema productivo ha cambiado su criterio: las empresas se distinguen por su capacidad de producir algo "distinto". A principios del siglo XXI, producir es diseñar. Pero diseñar –sostiene el autor– no es decorar, no es "intervenir" el objeto, no puede quedar reducido a operaciones funcionales.

Diseñar supone "un sutil entramado y un estado de conformidad", elementos imprescindibles para constituir un objeto complejo, rico, de múltiples matices.

**NÉSTOR SEXE**  
**DISEÑO.COM**

**Néstor Sexe** es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Profesor de la cátedra Comunicación y Crítica, de la carrera de Diseño de la Indumentaria (UBA), ha dado cursos de posgrado y seminarios en esa facultad y en otras instituciones. Se desempeñó como profesor de Semiología en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Palermo. Director de la revista *Galaxia* de la Asociación Argentina de Químicos y Coloristas Textiles, ha recibido los premios de la Asociación de Prensa Técnica 1989-1990-1991. Es también asesor técnico en la industria textil. Ha publicado *Casos de comunicación* y *cosas de diseño*, también en nuestro fondo editorial.



Prólogo, <i>Eduardo Hojman</i> .....	11
Introducción .....	15
Agradecimientos .....	19
1. La semiología .....	21
Primeras definiciones .....	21
Lengua y habla. Lenguaje .....	23
Principios o propiedades del signo .....	26
Valor .....	27
Paradigma y sintagma .....	28
Denotación y connotación .....	30
Semiología y diseño .....	30
Textos complementarios .....	32
2. La semiótica .....	37
Deducción, inducción, abducción .....	38
Pensamiento triádico .....	40
El fanerón .....	40
La faneroscopia .....	41
De la faneroscopia a la semiótica .....	42
Definiciones de signo .....	43
Semiosis ilimitada .....	45
Una primera síntesis .....	46
Las relaciones entre el representamen y (su) objeto .....	48
Un ejemplo .....	51

3. Semiologías y semióticas .....	53	9. Retórica y diseño .....	123
¿Semiología o semiótica? .....	56	El grado cero .....	123
4. La comunicación .....	59	Las operaciones .....	125
Fenómenos empíricos .....	61	Los niveles .....	126
Modelos estructurales .....	64	Algunas consideraciones .....	143
Investigación transdisciplinar .....	65	10. El color y sus connotaciones .....	145
Sobre la cultura .....	67	Introducción .....	145
Comunicación y comunicar .....	68	La tradición "objetiva" .....	146
Una "definición" de comunicación .....	72	La tradición "subjetiva" .....	150
5. Diseño y discurso .....	77	¿Semiología o semiótica del color? .....	153
Semiosis social .....	79	El color de la vestimenta .....	155
Semiología y teoría de la discursividad .....	81	Blanco, negro, gris, beige. Presencias y ausencias .....	156
El discurso social .....	83	El teñido de las telas .....	158
Marca y huella .....	84	El mundo del teñido .....	160
Diseño y discurso .....	84	11. Posmoda .....	165
Lo verosímil .....	85	La modernidad .....	167
Verosímil y secreto .....	86	La posmodernidad .....	170
El contrato social .....	88	12. Definiciones de la moda. Definiciones de moda .....	181
Texto complementario .....	90	La moda como tema y los temas de moda .....	184
6. Funciones del lenguaje .....	93	Una utopía para la moda .....	187
Funciones de la comunicación .....	93	Moda: gritos y susurros .....	188
Teoría del cartel .....	97	13. Femenino, masculino... Una cuestión de género .....	191
Funciones de la comunicación .....	98	Definiciones extraídas del <i>Diccionario de psicoanálisis</i>	
Algo para comunicar .....	99	de J. Laplanche y J.-B Pontalis .....	192
7. La enunciación .....	105	De Freud y de Lacan .....	194
Enunciado y enunciación .....	106	Sexualidad y diseño .....	196
El contrato de lectura .....	108	Mujer .....	199
El contrato en los títulos .....	109	Algunas claves y comentarios para la lectura de "El cuerpo	
El contrato en las imágenes .....	111	o el osario de signos" .....	200
8. Mito .....	113	Textos complementarios .....	208
El mito es un habla .....	115	14. Los diseños del amor .....	219
El mito es un metalenguaje .....	116	Más sobre los diccionarios .....	219
Por derecha y por izquierda .....	118	Modos comunicacionales del discurso amoroso .....	221
Figuras del mito .....	119	Breve epistemología del amor .....	224
Moda y mito .....	121	El diseño amoroso .....	226
		El diseño romántico .....	227
		Para terminar con el amor .....	230

15. Discurso político y poder .....	231
Breve reflexión comunicacional sobre el poder .....	231
El discurso político .....	233
Entidades y componentes del discurso político .....	235
El discurso de la moda .....	239
La política .....	240
Hipocresía y cinismo .....	240
Corrupción, divino tesoro .....	242
16. Diseños de la violencia .....	245
Violencia hubo siempre .....	245
Ahora hay más violencia .....	247
Antes se sabía menos. Ahora se sabe más .....	248
Un juego violento .....	250
Terceros afuera .....	254
Textos complementarios .....	257
17. Medios de moda .....	259
La actividad del receptor .....	259
El establecimiento de agenda .....	261
Discursos y medios .....	264
Medios y moda .....	268
18. Comunicación y diseño .....	271
Diseño y producción .....	271
El diseño, la “nueva” subjetividad .....	272
Rol del diseñador .....	273
Metodología y método .....	274
Bibliografía general .....	279