



8° encuentro
bid_
enseñanza
y diseño
100 años después
de la Bauhaus

ORGANIZA

di_mad

COLABORAN



MADRID



Cooperación
Española
CULTURA + DESARROLLO/ACERCA

APOYAN



SEDES AMIGAS



**foro de
innovación
docente**
resúmenes_

El talento y el oficio, prerrogativas del diseño ante el contexto actual

Fecha: 20 noviembre
Hora: 17.15 -19.15

País	Ciudad	Centro	Nombre	Título de la Ráfaga	Pág
España	Barcelona	ELISAVA, Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona	Luis Eslava	Ciudadano-Diseñador	7
España	Las Palmas	Escuela de Arte y Superior de Diseño Gran Canaria	Marina García-Broch Martín	Workshop de diseño intensivo en la BUC, por medio del acuerdo de colaboración EASD Valencia y Ayuntamiento de Vila-real	9
España	Málaga	Universidad de Málaga	Isabel María Lozano Rodríguez	La imagen vestida: moda e ilustración textil	11
España	Madrid	IED Madrid	Lourdes Treviño Quiroz	Pedagogía de la Bauhaus reflejada en el contexto actual	14
España	Granada	Universidad de Granada	Rosario Velasco Aranda	Diseño, artesanía y patrimonio	16

Ciudadano-Diseñador

Objetivos

Nuevo paradigma educativo

Resumen

Replantear el futuro del sistema educativo y reflexionar sobre cuál a de ser el Rol del Diseñador en la sociedad actual

Desarrollo de la propuesta

El contexto actual apunta a retos emergentes como la sostenibilidad, la igualdad de género, las nuevas identidades personales y colectivas, o la brecha digital, que serán esenciales en la construcción del futuro. Ante estos retos, el rol de diseñador debe transformarse definitivamente, abandonando un papel a menudo continuista y conformista, y actuando de manera propositiva en plena conciencia de su responsabilidad ética, social, económica y medioambiental.

Desde ELISAVA, Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona se propone la figura de citizen designer, que pone por delante los principios y valores con los que quiere participar de la construcción de una sociedad mejor. Para acometer este ambicioso reto, es necesaria una interacción constante con el entorno social, productivo, industrial, económico y político. Las capacidades propias del diseñador (creatividad, trabajo en equipo, apertura al cambio, gestión de la incertidumbre, visión de conjunto...) devienen esenciales en un mundo de inter-relaciones cada vez más densas y complejas. Un mundo en el que las formas pueden ser de final abierto, en constante cambio, y en el que priman más los procesos que los objetos... Un entorno en el que, a través de la actitud del citizen designer, se aspira a transmitir los valores de la cultura del proyecto a todas las capas de la sociedad.

Esta visión supone una transformación radical de la estrategia educativa. La Escuela deviene un nodo que potencia las capacidades creativas, críticas y tecnológicas de los alumnos, promoviendo las conexiones con un contexto global. El aula rompe sus límites físicos, y el aprendizaje se convierte en una experiencia personal de cada alumno, que construye su perfil mediante sus aspiraciones y sueños en constante relación con su entorno. Talleres, dinámicas grupales, inmersiones en contextos sociales, retos institucionales o de empresa dejan de tener un papel anecdótico en el plan de estudios, y se convierten en el eje vertebrador de la experiencia formativa del estudiante que es considerado, desde el primer día que entra en la escuela, un *citizen designer*.

**Luis
Eslava**

ELISAVA
Escuela Universitaria de
Diseño e Ingeniería de
Barcelona

#Palabras clave:
ciudadano,
diseñador,
sostenibilidad,
transformación,
entorno

Conclusiones

La Escuela deviene un nodo que potencia las capacidades creativas, críticas y tecnológicas de los alumnos, promoviendo las conexiones con un contexto global.

Bibliografía, Revistas y paginas de internet

Heller, S. and Vienne, V. (2003) *Citizen Designer, Perspectives on Design Responsibility: Paperback*

Papanek, Victor (1971) *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, New York, Pantheon Books.

Workshop de diseño intensivo en la BUC, por medio del acuerdo de colaboración EASD Valencia y Ayuntamiento de Vila-real

Objetivos

- » Que el alumnado tenga la oportunidad de completar todas y cada uno de las fases del Design Thinking, pues la última, la evaluación por parte del cliente real, es la más difícil de completar si no se sale del aula.
- » Empoderar al alumnado, sacándolo de la escuela y planteándole retos reales, por medio de la vertiente de innovación social del Design Thinking.
- » Poner en contacto al mundo de la empresa con el de los estudiantes, para llegar a construir una creación artística, como propugnaba la Bauhaus.

Resumen

Se planteó un workshop de diseño que tuvo lugar los días 18 y 19 de octubre de 2018 y se realizó en el edificio de la BUC de Vila-real, al que asistieron cerca de un centenar de alumnos desplazados desde la EASD de Valencia, y que se alojaron una noche en Vila-real.

Se siguió la metodología Design Thinking, completando todas sus fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.

Desarrollo de la propuesta

Se inició el workshop con una conferencia sobre diseño paramétrico, impartida por el profesor Salvador Serrano, que mostró ejemplos de diseños basados en los fractales, o en formas de la naturaleza, al crecer y desarrollarse. También se visitó el entorno de la BUC (Biblioteca Urbana del Coneixement), el museo El Convent Espaid'Art, y la plaza del jardín de las Dominicas, con explicación guiada por parte de responsables del museo y del ayuntamiento. Se les explicó a los alumnos algo de historia de la ciudad.

Después se les expuso el briefing a los alumnos: debían idear una instalación de arquitectura efímera, para potenciar algún punto del entorno de la BUC, ya fuera el jardín, el museo o la propia BUC. Además, dicha instalación debía estar pensada para fabricarse en un material de una empresa local: el solid-surface, material 100% reciclable, y por ello ecológico, de Krion (Porcelanosa Grupo), empresa que también se había ofrecido a colaborar con la EASD. Hasta aquí, se habían dado ya las dos primeras fases de la metodología: empatizar y definir.

**Marina
García-Broch Martín**

Escuela de Arte y
Superior de Diseño
Gran Canaria, España

Tenían dos días por delante, tiempo escaso, pero que se reveló muy fructífero. Trabajaron en grupos, en la biblioteca BUC, que está dotada de grandes salas con mobiliario flexible, en las que pudieron adueñarse de zonas distintas para cada grupo. Realizaron lluvias de ideas durante la fase de ideación.

Contaron con una impresora 3D, para realizar mockups o prototipos (fase de prototipado). Al día siguiente, se expusieron las ideas públicamente, con diapositivas y con las maquetas de trabajo o prototipos de cada una de las propuestas que se realizaron por grupos. Todos los grupos de alumnos, tuvieron la oportunidad de explicar públicamente sus propuestas, frente a los representantes del ayuntamiento y al alcalde, y también delante de los responsables de Krion, y de recibir feedback por parte del cliente final y del fabricante (era la fase de evaluación).

La propuesta ganadora se eligió el día 29 de octubre, reunidos representantes del ayuntamiento, de Krion, y de la EASD. La elegida había utilizado las formas naturales de las flores del azahar, como referencia para el diseño, por la inspiración de la conferencia que escucharon de Salva Serrano. También se enlazaba esta propuesta, con los cultivos cítricos locales, y con la metáfora de la capacidad de florecer de la ciudad tras varias crisis, como habían comprendido los alumnos tras imbuirse de la historia de la ciudad. Todo ello necesario, si se ha pasado por las fases “empatizar” y “definir” de la metodología Design-Thinking.

Conclusiones

Los alumnos ganadores pudieron en febrero de 2019, seguir de cerca el proceso de fabricación de las flores de azahar realizada en Krion. Y también controlar el montaje de las flores, en dicha fachada. La Bauhaus se preocupó de que sus estudiantes fueran capaces de fabricar realmente sus piezas, y es el mismo objetivo que perseguimos desde la EASD Valencia. Como se decía en el Manifiesto de fundación de la Bauhaus, el fin de toda actividad artística es la construcción. Hoy en día, cien años después de la fundación de aquella visionaria escuela, seguimos pensando lo mismo, y lo ponemos en práctica, con actividades como esta que se presenta.

Bibliografía y referencias documentales

Brown, T., & Wyatt, J. (2010). *Design thinking for social innovation*. Development Outreach, 12(1), 29-43.

Droste, M. (2002). *Bauhaus, 1919-1933*. Taschen.

EASD Valencia (2019). Vila-real premia a la EASD València. Recuperado el 5 de junio de 2019, de <http://www.easdvalencia.com/vila-real-premia-a-la-easd-valencia/>

Ayuntamiento de Vila-real (2019). El proyecto de identificación de la BUC a cargo de los alumnos de la EASD de València toma forma con la creación de las piezas. Recuperado el 5 de junio de 2019, de https://www.vilareal.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?seccion=s_fnot_d4_v1.jsp&contenido=51043&tipo=8&nivel=1400&layout=p_20_contenedor1.jsp&codResi=1&language=es

Ayuntamiento de Vila-real (2019). L'EASD de València identifica la BUC amb preferències a ceràmica i taronja [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=jHjUcQFoEeg&feature=youtu.be>

Ted Talks (2009). Kiran BirSethi [Vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=DXYZudY_Ymo

#Palabras clave:
parametrismo,
diseño paramétrico,
solidsurface,
Design Thinking

La imagen vestida: moda e ilustración textil

Objetivos

- » Se pretende transmitir al alumno/a una visión general del lenguaje de la ilustración aplicada a la moda y la estampación textil para poder enfrentarse a los diferentes retos artísticos y profesionales de este sector.
- » Capacidad de crear, trasladar y adaptar elementos plásticos a un nuevo soporte.
- » Desarrollar métodos creativos de trabajo, teniendo como base la investigación conceptual, plástica y técnica a partir de un entorno/taller real de trabajo.
- » Fomentar las competencias necesarias para llevar a cabo y entender el desarrollo de proyectos de ilustración en moda y estampación en entornos profesionales de este ámbito.
- » Trabajar de forma autónoma y en equipo y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu.

Resumen

En la actualidad el conocimiento de la ilustración constituye una ventaja artística y profesional para graduados en varias disciplinas. Al tradicional papel de ilustración editorial, periodística, etc., se suman muchas otras especialidades como es la ilustración aplicada al textil dentro de la moda. Apostamos por una propuesta que no sólo acerque al alumno/a a los conocimientos teóricos/prácticos que le permitan poner en práctica, sino al ámbito real de trabajo en un intento por valorar las nuevas vías de expresión de los nuevos soportes, el papel del ilustrador textil y el creciente desarrollo de la ilustración en un campo mudable e ilimitado.

Desarrollo de la propuesta

“La moda en su combinación con la imagen ha llegado a convertirse en el fenómeno del renacer a la realidad de cualquiera de los aspectos de nuestra existencia. Consideramos algo como real cuando aparece ante nuestros ojos y puede ser contemplado por todos al mismo tiempo y en el mismo sentido, sin importar, a efectos de la realidad, si proviene de la imaginación o del sueño (...)” (Herrero, 2000:79)

La moda hoy es mucho más que un fenómeno social. Su dimensión artística la ha llevado a ocupar un lugar privilegiado en numerosos museos de todo el mundo y ha salido de las pasarelas, los escaparates y las revistas especializa-

**Isabel María
Lozano Rodríguez**

Departamento de Arte y
Arquitectura, Bellas Artes,
Universidad de Málaga,
España

1 Herrero, M. (2000). Fascinación a la carta: moda y posmodernidad.

das para ser el centro de atención en exposiciones de arte y tema de estudio en la cultura actual, también en la educación, en cuanto a hecho comunicativo y motivo de reflexión moral se refiere.

Con un complejo lenguaje de "cuerpo revestido", la moda interacciona con otras artes como la fotografía, música, publicidad... en una época de consumo de masas dominada por las pantallas, la tecnología e "iconofilia" de una cultura visual globalizada. Este continuo desarrollo ha hecho que nuestro conocimiento, educación del arte, modos de trabajo y comunicación fuera cambiando o en el mejor de los casos se ha complementado con lo "tradicional", haciendo que distintos lenguajes de expresión, como el de la moda se sirvan de la ilustración para marcar una identidad en nuestra realidad social.

El auge de la era tecnológica ha hecho que dibujos, personajes, historias y color inunden las prendas como si de lienzos se tratara, evocando esa cultura de la imagen que hoy nos domina.

Haciéndose eco de esta situación, las instituciones docentes han venido desarrollándose en la investigación y adaptación a nuevos lenguajes en el campo de la ilustración y el dibujo aplicables a la docencia en el arte. Por ello y desde esta propuesta, se pretende introducir al alumno en un apartado específico dentro del lenguaje de la ilustración. Ésta está muy presente de manera histórica, social y cultural en la actualidad y está irrumpiendo con fuerza como salida laboral. Por ejemplo la ilustración gráfica textil dentro de la moda. Desde esta propuesta metodológica se prioriza la asimilación de conocimientos desde el ámbito real de la industria textil.

Los contenidos teóricos/prácticos quedan obsoletos si no es con un acercamiento directo al entorno profesional en el que el alumno/a desarrollará su actividad futura. El acceso a la creación de un producto, el estudio previo del consumidor y el trabajo en cadena aproximan al alumno a la interdisciplinariedad y variedad creativa en esa retroalimentación entre disciplinas: diseño de moda, patronaje, textil, escaparatismo, fotografía, publicidad..., en las que la ilustración y el cómo se cuenta juega un papel fundamental.

Además se pretende valorar el papel concreto del ilustrador en este ámbito, con frecuencia relegado a segunda fila y en el anonimato. En este sentido el ilustrador presenta productos con un valor técnico, teórico, social y también educativo. Casi sin darse cuenta su aportación permite un acercamiento directo a color, formas, figuras, historias, personajes..., en donde muchas veces, la forma o el diseño en sí de la prenda pasa a un segundo plano.

La incorporación de la dimensión icónica requiere planificar un diseño didáctico para aprovechar el papel de la imagen como portadora de conocimiento e información. Es por ello pretendemos una llamada de atención hacia una dimensión de análisis un poco descuidada, hacia aspectos que quizá pasan de inadvertidos para el consumidor e incluso para el propio diseñador de la prenda y que influyen en el desarrollo cognitivo, personal y creativo.

Conclusiones

El interés de estas reflexiones nos muestra más de cerca como la moda comunica desde la complejidad no lineal de un discurso exterior mutable que modifica y crea un nuevo espacio y hábito para el cuerpo, con lenguajes, recursos, elementos y materiales que no hacen más que reafirmar a la indumentaria como obra de arte, descriptiva de la época, de la cultura y de la sociedad que vive.

#Palabras clave:
Moda, ilustración, textil,
diseño, imagen

El sentido de toda esa "carcasa" que cubre al cuerpo y que nos representa públicamente como una escultura, pintura, performance..., conlleva todo un diálogo interno de deseos y de crítica que sitúa al propio cuerpo en un modo o confección de ser significativa, que es el acto de la moda.

Bibliografía y referencias documentales

- Abruzzesse, A.(2010). *Ser moda: apuntes sobre los modos de afirmarse en el mundo o en el mercado de identidades*. Pensar la publicidad, v. IV (1), p. 15-44.
- Arcenegui Navarro, J.M (2014) *Publicaciones didácticas*. Revista profesional de investigación, docencia y recursos didácticos. ISSN 1989-7073
- Ávila Martín, C y Linares Alés, F. (2006). *Léxico y discurso de la moda*. Granada. Comunicar, 27, 2006, Revista Científica de Comunicación y Educación; ISSN: 1134-3478; páginas 35-41.
- Birlanga, J.G. (2007) *Baudelaire y la moda*. Revista bajo palabra. Número 11, p.13-21.
- Borrelli, L. (2008). *Ilustración de moda desde la perspectiva de los diseñadores*. Clara Melús García; revisión técnica de la edición en lengua española, Isabel Jordana Barón; coordinación de la edición en lengua española. Barcelona ISBN 978-84-9801-264-4 España. Ed. Blume
- García Salazar, J. L. (2002). *Creatividad. La ingeniería del pensamiento*. México: Editorial Trillas.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color. Como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona. ISBN: 9788425219771. España. Ed. Gustavo Gili.
- Herrero, M. (2000). Fascinación a la carta: moda y posmodernidad. Artículo disponible en: <http://www.nuevarevista.net/articulos/fascinacion-la-carta-moda-y-posmodernidad>
- Lorenzo Rojas, J.F., Sánchez Rodríguez, M.J. y Montoro Cano, E.R. (2009). *Lengua e historia social: la importancia de la moda*. Granada. Ed. Universidad de Granada
- Luquet, G.H. (1927). *El dibujo infantil*. Barcelona, España: Editorial Médica y Técnica.
- Martínez Barreiro, A.M. La moda en las sociedades avanzadas. Papers: revista de sociología. N. 54 (1998), p. 129-137. Artículo disponible: <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n54p129.pdf>
- Noval, M.A. (2006). *Nuevos modelos de identificación social y corporal. Las niñas y su relación con los juguetes antropomorfos*. Argentina. Ed. Brujas
- Piaget Fritz, J. W. (1985). *La construcción de lo real en el niño*. Barcelona, España: Ed. Crítica.
- Sánchez Moreno, J.A (2007). *Cautivos en la sociedad del espectáculo. Una aproximación a la didáctica crítica de la mirada*. Conciencia social, 11, p.25.

Pedagogía de la Bauhaus reflejada en el contexto actual

Lourdes Treviño Quiroz

Istituto Europeo di Design España, IED Madrid

Objetivos

- » Retrospectiva al inicio de la Bauhaus para entender la pedagogía del diseño en su contexto histórico.
- » Reflexionar sobre las similitudes y diferencias con nuestra época: Diseño para la gente, para el desarrollo social en un mundo multicultural.
- » Conocer cómo abordaron en su día los creadores de la Bauhaus el cambio generacional al que se afrontaron para revolucionar la enseñanza del diseño.
- » Plantear qué podemos aprender de ello y cómo aplicarlo a nuestro tiempo vital.

Resumen

Cien años después de la fundación de la Bauhaus, nos encontramos ante un cambio generacional; una nueva filosofía de vida. Las escuelas de hoy han de adaptarse a los cambios educacionales provocados por los avances tecnológicos y a alumnos más conscientes y emprendedores. Nuestro objetivo ha de ser crear experiencias a través de la comunicación de valores, autenticidad y coherencia a través del diseño.

Desarrollo de la propuesta

La Bauhaus sigue dejando sentir su influencia. Esta escuela logró conjugar el pensamiento artístico y el ideal artesanal con tendencias antiacadémicas en un momento histórico cada vez más industrializado, consiguiendo la capacidad de integrar arte y realidad.

Volvemos a encontrar ante una nueva filosofía de vida. Nuestros alumnos son individuos más conscientes, emprendedores y pragmáticos. Con mayor autonomía en sus vidas, lo que les ha llevado a ser más resolutivos y críticos. Ellos consideran crucial poder conciliar su vida laboral y personal, sueñan con emprender. Para ellos los mundos on-line y off-line, están integrados y conforman su realidad diaria.

Walter Gropius, ante una situación similar con el inicio de la industrialización masiva, decidió dejar la Bauhaus abierta a contactos con la esfera industrial. Así, consigue que sus alumnos creen prototipos e influyan de forma decisiva sobre las empresas artesanales.

Hoy, los avances tecnológicos han producido enormes avances y a muchas escuelas les cuesta seguir el ritmo, es difícil adaptarse a esta vorágine. Aparecen nuevos programas y maneras más realistas de presentar los proyectos. La inversión en equipos tecnológicos de última generación es fundamental, de la misma manera que hizo la Bauhaus con la creación de sus talleres.

Mies Van Der Rohe, además prestó especial atención a los factores psicológicos y a la organización de la vida.

Hemos de entender el interés actual por el medio ambiente, el cuidado de la alimentación y el bienestar común. Esto se ve reflejado en los trabajos de nuestros alumnos que diseñan para la gente, para el desarrollo social en un mundo multicultural. Nuestros jóvenes asumen con total naturalidad la movilidad geográfica. Tienen sed de aprender del mundo, conocer otras culturas. Son aventureros y carecen de miedo a desplazarse.

Aprovechemos esta energía para impulsarles con más intercambios académicos, más clases fuera del aula. Promover una enseñanza más práctica enfocada a proyectos reales creando convenios con empresas que buscan ávidamente ideas para innovar y mantenerse al día.

He aquí la importancia de crear una experiencia a la hora de formar, así como en su tiempo desarrolló la Bauhaus.

Como docente en IED, he sido testigo de esta rápida evolución, por ello la comunicación dentro del aula es una red multidireccional. Proponemos un proyecto ilusionante para presentar las mejores propuestas a un concurso convocado por una empresa importante. Los alumnos se involucran en la investigación y exposición de cada tema para compartirlo con el resto del grupo. Para ello convocamos profesionales del sector que comparten sus experiencias y productos con nosotros, hacemos excursiones para conocer y experimentar con los materiales a utilizar. Luego realizamos una visita de obra al espacio a intervenir, y finalmente unimos fuerzas con otra asignatura tecnológica para ilustrar el proyecto. ¡El resultado simplemente fue espectacular!

El día de la presentación final se respiraba una atmósfera de alegría y ganas de mostrar sus trabajos que contaban con un altísimo nivel. El compañerismo, respeto, entusiasmo y orgullo con el que cada uno expuso su trabajo fue inspirador. El agradecimiento mostrado por haber sacado lo mejor de ellos y verse capaces de poner en práctica todo lo aprendido me emocionó. Aunque he de reconocer que soy yo quien les agradece y quien más ha aprendido de este proceso.

Conclusiones

Al igual que en los tiempos de la Bauhaus, nos encontramos ante la oportunidad de revolucionar la manera de entender el diseño. Nuestros alumnos necesitan vivir experiencias únicas y personalizadas durante su formación para luego transmitirlos en un mundo que les necesita. Enseñémosles a través de nuestro ejemplo, a sentir y emocionarse con lo que hacen para que ellos puedan inspirar y demostrar que la creatividad no tiene límites.

Bibliografía y referencias documentales

Wick, R. (2007) *Pedagogía en la Bauhaus*. Madrid, España.

Vogue España, Generación Z vs Millennial (2019)

Simon Sinek on Millennials in the workplace (youtube)

#Palabras clave:
Bauhaus,
cambio generacional,
conciencia,
experiencia,
formación

Diseño, artesanía y patrimonio

Rosario Velasco Aranda
Enrique López Marín

Departamento de Dibujo,
Universidad de Granada,
España

Objetivos

- » Desarrollar habilidades para ejecutar, planificar, gestionar, comunicar y difundir proyectos de diseño en diversas vertientes.
- » Promover la capacidad del estudiante como agente de desarrollo e innovación en la entorno social y cultural a través de propuestas de diseño, mediante el estímulo del conocimiento de la conexión entre diseño y sociedad.
- » Favorecer la capacidad del alumno para concebir productos innovadores a través del diseño ecológico y sostenible.
- » Habilitar las competencias necesarias en la concepción, desarrollo, prototipado y producción de productos de diseño de realización accesible.
- » Promover la revalorización de productos, métodos, materiales asociados a las artesanías y prácticas tradicionales con alto valor significativo cultural y socialmente.
- » Desarrollo en metodologías de investigación para el desarrollo de productos orientados a la mejora y eficacia de la comunicación gráfica del patrimonio como identidad del entorno.

Resumen

La propuesta de la Universidad de Granada a través de la Mención de Diseño parte de la necesidad de orientar los estudios del Grado en Bellas Artes en materias y campos vinculados al patrimonio histórico y cultural en nuestro ámbito inmediato, con el interés de habilitar a nuestros alumnos para descubrir propuestas con un alto valor cultural pero que sean a un tiempo atractivas, viables y representativas del entorno en el que surgen. Con ello será posible desarrollar proyectos que den como resultado productos o servicios que se constituyan en reflejo del contexto social, cultural mediante las industrias locales, como factores definitorios de esta universidad, por su historia, geografía, patrimonio e idiosincrasia. Contemplamos la posibilidad de la puesta en comercialización a través de la Tienda de la Universidad de Granada, como herramienta de proyección dependiente del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, un espacio cercano y abierto que posibilite conocer a la institución y a sus egresados.

Desarrollo de la propuesta

La Universidad de Granada, consciente de la necesidad de adecuar en su oferta educativa a nuevos criterios en innovación docente e investigación, apostó hace cinco años por una Mención en Diseño. Estos estudios desean ofrecer amplitud, transversalidad y una visión global a través de materias que favorecen las bases necesarias para desarrollarse en una profesión tan diversa como cambiante.

Algunas materias de la mención se han orientado hacia el desarrollo de proyectos que vinculan diseño, artesanía y patrimonio, en una conjunción que permite la adquisición de habilidades para la gestión y el desarrollo de productos o servicios articulados a través del diseño que favorezcan la relación de la sociedad y la identidad local. Estos proyectos toman como inspiración el enorme patrimonio de la Universidad de Granada, arquitectónico, documental, como resultado de investigaciones... Además se plantea, en esta estrategia docente, ofrecer la oportunidad a los estudiantes de presentar los proyectos/productos resultantes y desarrollados a partir de sus investigaciones académicas en un espacio cercano al público objetivo, en la Tienda de la Universidad de Granada. Una oportunidad para hacer realidad sus prácticas o ayudar al emprendimiento futuro, en la medida que la Mención de Diseño intenta ofrecer una capacitación hacia la profesionalización.

Todo esto entronca y enlaza con la experiencia estética a través de la creación de productos que propició la Escuela Bauhaus, al emplear un método revolucionario de enseñanza basado en los talleres. En ellos, la práctica relacionaba la experiencia individual, promovía al artista como ser autónomo y promotor de sus propias capacidades, y lo habilitaba con las posibilidades de los nuevos métodos de producción. Estos talleres formaban a los alumnos en dos vertientes: cómo artistas y cómo artesanos. Es decir, la experiencia en la producción estimula el saber para la creación.

Estos son proyectos singulares que estimulan la artesanía como sector productivo competente en el mercado, al considerarla un elemento potencial que, movido por una concepción actual del diseño, facilita una conexión emocional y próxima a través de una identidad cultural, propia y renovada. Desde la atención a los procesos tradicionales planteamos al mismo tiempo un discurso de comunicación contemporáneo, que genere zonas de contacto entre el contexto socioeconómico y el ámbito artístico y cultural que le da sentido. La existencia de una red de comercialización propia, como es la Tienda de la Universidad de Granada, habilita una plataforma de comercialización inmediata de testeo y análisis de los productos.

En esta experiencia hemos constatado, por un lado:

La recuperación de prácticas artesanales que tienen el valor añadido de generar productos manufacturados con un especial desempeño, rigor disciplinar y capacidad estética.

Se promueve una actividad productiva sostenible que tiene reflejo a través de una tendencia hacia el ecodiseño.

La posibilidad del prototipado accesible y la autoproducción.

Y por último por la posibilidad también de personalización de los productos, en tiradas y series cortas, para dar soluciones individuales al encargo.

Conclusiones

Esta orientación docente ofrece la oportunidad a los estudiantes para presentar productos desarrollados a partir de sus investigaciones personales o fruto del trabajo académico. Puede ser una oportunidad para hacer realidad sus prácticas o ayudar al emprendimiento futuro, en la medida que la Mención de Diseño intenta ofrecer una capacitación profesional.

#Palabras clave:
diseño,
patrimonio,
artesanía,
cultura,
entorno

Bibliografía y referencias documentales

Best, K. (2008). *Management de diseño: estrategia, proceso y práctica de la gestión del diseño*. Barcelona, España. Parramón Ediciones.

Costa, J. (2007). *Diseñar para los ojos*. Barcelona, España. Costa PuntoCom.

Heskett, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona, España. Gustavo Gili.

Julier, G. (2010). *La cultura del Diseño*. Barcelona, España. Gustavo Gili.

López Marín, E., Viladas, X. (2009). *Manual de Buenas prácticas del Diseño: el Diseño en la empresa*. Córdoba, España. Surgenia, Centro Tecnológico Andaluz de Diseño.

Morace, F. (2009). *La estrategia del colibrí. La globalización y su antídoto*. Madrid, España: Experimenta.

Press, M. Cooper, R. (2010). *El Diseño como experiencia*. Barcelona, España. Gustavo Gili.

Satué, E. (2011). *El factor diseño en la cultura de la imagen y en la imagen de la cultura*. Madrid, España, España: Alianza Editorial.

Schön, D. (1998). *La formación de Profesionales reflexivos*. Madrid, España. Paidós.

Sennett, R. (2009). *El artesano*. Barcelona, España. Anagrama.

Sparke, P. (2011). *Diseño y cultura. Una introducción: desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona, España. Gustavo Gili.

Sudjic, D. (2009). *El lenguaje de las cosas*. Madrid, España. Turner.

Thackara, J. (2016). *Cómo prosperar en la economía sostenible*. Madrid, España. Experimenta.

Viladas, X. (2008). *Diseño rentable. Diez temas a debate*. Barcelona, España. Index Book.

**foro de
innovación
docente
biografías_**

Luis Eslava

Luis Eslava Studio
Barcelona, España

Después de estudiar en el Royal College of Art de Londres, su trabajo experiencia de Camper y un tiempo viviendo en Japón, Luis decidió mudarse a España en 2008 y establece su estudio allí. Se acerca al diseño desde un punto de vista integral. Para él "un diseñador debe ser capaz proponer una amplia gama de soluciones y debe repensar la vida cotidiana". Esto es la razón por la cual su estudio se dirige a proyectos globales. Experiencia premiada en diseño de iluminación colaborando con empresas ligeras como Lzf-Lamps, entre otras. Vasta experiencia diseñando espacios efímeros, como ROJO Show London y Nueva York, exposición comisariada con Nani Marquina. Diseños de stands para Velcro® EUROPA, Velcro® USA y Velcro® ASIA. Proyectos de diseño de alimentos en Colaboración con el chef Andreu Genestra de "El BulliSchool" así como TheSpain's Great Match 2013; El evento de Nueva York que organizó ICEX. Además de esto, Luis Eslava ha estado desarrollando todo tipo de productos para empresas de todo el mundo: Sancal España, Vertisol Internacional, Martini Rusia, TFK Kuwait, Tombow Japón, originales de MAM Originals, entre otros. Combina su práctica profesional con su posición en Elisava como Jefe de Diseño de Producto en Título Universitario, así como Tutor en algunos de los programas de Maestría y Postgrado.

Marina García Broch Martín

Escola d'Art i Superior de Disseny de València (EASD València)
Valencia, España

Profesora de diseño de interiores EASD Escolad'Art i Superior de Disseny, Valencia. Desde 2001, hasta el presente, se desempeña como arquitecta trabajando tanto por cuenta ajena como de modo autónomo. Máster universitario en formación del profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas Especialidad Tecnología - Informática UJI Universitat Jaume I, Castelló.) Arquitecta Superior en la especialidad de Urbanismo. Universidad de Navarra, Pamplona.

Isabel María Lozano Rodríguez

Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Málaga
Málaga, España

Doctora en Bellas Artes, Universidad de Granada (2012). PSI Facultad de Bellas Artes, Universidad de Málaga (2016 a la actualidad). Investigadora del Grupo de Investigación HUM 629 de la Dirección General de Universidades e Investigación de la Junta de Andalucía (Facultad de Bellas Artes. Universidad de Granada). Componente del Proyecto de Innovación Educativa PIE 17-217 de la UMA. Ilustradora textil en firma de moda infantil Mayoral S.A, (De 2012 a 2016). Ilustradora textil "NapChief", India (2019), Ilustradora editorial (de 2010 a la actualidad). Ha participado en diversos congresos nacionales e internacionales y tiene publicaciones en revistas del sector Arte.

Lourdes Treviño Quirós

Instituto Europeo de Diseño (IED) – Madrid
Madrid, España

Arquitecta mexicana en España, titulada en Arquitectura Superior con Mención Honorífica. Ha homologado su formación académica en España obteniendo del estado español su titulación como Arquitecta Superior. Completó su formación con intercambios académicos realizados con SCIARC Los Angeles, The University of Arkansas y la Escuela Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid. Cuenta con un Master en Project Management de la Universidad San Pablo CEU de Madrid.

Rosario Velasco Aranda

Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada
Granada, España

Profesora ayudante doctora en el Departamento de dibujo de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada, investigadora desarrollo en el Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Granada, contratos de investigaciónOTRI de estrategia en comunicación y desarrollo de producto vinculados a la Universidad de Granada. Diseñadora e ilustradora desde 2004 colaboró en varios estudios de diseño, publicidad, estampación textil, prensa, diseño de producto e interiorismo y ha tenido un desempeño profesional y creativo en empresas de reconocido prestigio internacional. Ha realizado proyectos de diseñadora gráfica y de producto con la firma «Nanimarquina» (Barcelona). Participó en el proyecto de interiorismo dirigido por el artista Miquel Barceló en la sala XX del Palacio de las Naciones Unidas en Ginebra (ONU). También ha desarrollado gráficos para estampados de la firma mallorquina de calzados «Camper» entre otros. En prensa, ha realizado 345 publicaciones en artículos de opinión y temas de psicología personal del suplemento dominical «Magazine» y magazinedigital.com del diario barcelonés «La Vanguardia, entre otros grandes proyectos.

