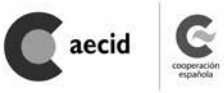
5º encuentro BID centros iberoamericanos de enseñanza de diseño

Central de Diseño - Matadero Madrid
Noviembre 2013

Organiza

di_mad

Patrocina



Colaboran

BIENAL IBEROAMERICANA DE DISEÑO

PRESIDENCIA

- Félix Beltrán
- Henrique Cayatte
- Alberto Corazón
- Rubén Fontana
- Carlos Hinrichsen
- Ruth Klotzel
- Frank Memelsdorff

PRESIDENTE EJECUTIVO

- Manuel Estrada

COORDINACIÓN GENERAL

- Gloria Escribano

RESPONSABLE DE FORMACIÓN DIMAD

- Ignacio Valero Ubierna

COMITÉ ASESOR

- Marisela Ávalos
- Gonzalo Castillo
- Dicken Castro
- Iván Cortés
- Pedro Feduchi
- Álvaro Heinzen
- Stephen Kaplan
- Adrián Lebendiker
- João Machado
- Susana Machicao
- Peter Mussfeldt
- Óscar Pamio
- Sergio Peña
- Celeste Prieto
- Francisco Providencia
- Marita Quiroz
- Carlos Rodríguez
- Esteban Salgado
- Óscar Salinas
- Álvaro Sotillo
- Ignacio Urbina
- Giovanni Vannucchi

5º ENCUENTRO BID DE CENTROS IBEROAMERICANOS DE ENSEÑANZA DE DISEÑO

COMITÉ CIENTÍFICO 5º ENCUENTRO BID

Heitor Alvelos	Universidade do Porto (Portugal). Faculdade de Belas Artes Departamento de Design
Dario Assante	IED Madrid (España)
José Manuel Allard	Universidad Católica de Chile (Chile)
Marina Arespacochaga	Escuela Superior de Diseño de Madrid (España)
Gabriel Barredo	Universidad Javeriana (Colombia)
Félix Beltrán	Universidad Autónoma Metropolitana de México (México)
Ramón Benedito	Elisava_ Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona (España)
Vasco Branco	Universidade de Aveiro (Portugal)
Rodolfo Capeto	ESDI, Escuela de Diseño Industrial de Río de Janeiro (Brasil)
Maximiliano Izzi	Escuela de Diseño de la Universidad ORT, Montevideo (Uruguay)
Ruth León	Universidad de los Andes (Venezuela)
Felipe Londoño	Universidad de Caldas (Colombia)
Federico Enzo Magiaterra	Universidad Argentina de la Empresa /UADE (Argentina)
Fernando Martínez	Escuela Universitaria Centro de Diseño de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República (Uruguay)
Delfina Morán	Universidad Europea de Madrid (España)
Óscar Pamio	Universidad Veritas (Costa Rica)
Jaime Parra	Universidad de Talca (Chile)
Alejandro Pachón	ISTHMUS - Escuela de Arquitectura y Diseño de América Latina y El Caribe (Panamá)
Raquel Pelta	Universidad Autónoma de Barcelona (España)
Alécio Rossi	Senac São Paulo (Brasil)
Oscar Salinas	Universidad Nacional Autónoma de México (México)
Andrea Saltzman	Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo/FADU/UBA (Argentina)
Humberto Valdivieso	Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela)
Carlos Valladares	Universidad de San Carlos de Guatemala (Guatemala)
Manuel Fermín Villar	Universidad Autónoma de San Luis de Potosí (México)

EQUIPO ENCUENTRO BID

FUNDACIÓN DISEÑO MADRID
PRESIDENTE
- Manuel Estrada

ASOCIACIÓN DISEÑADORES DE MADRID
PRESIDENTE
- Pedro Feduchi

COORDINACIÓN FORMACIÓN
- Ignacio Valero

COORDINACIÓN ENCUENTRO BID
- Gloria Escribano

ASISTENTES DE COORDINACIÓN
- Coral Adrados
- Raquel Calaco
- Cristina Laín
- Alicia Moreno

GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN
- Gema Fernández
- Jesús Gómez
- Sandra Sansegundo

COMUNICACIÓN
- Rubén Hita
- Blanca Prieto
- Pablo Esteba

PROYECTO GRÁFICO
- LSD Space/Gabriel Martínez

ASISTENTES
- Arturo Casado
- Jorge Sánchez
- Miguel Trigo

EQUIPO CENTRAL DE DISEÑO/DIMAD
- Gerente: Concha Moreno
- Coordinación y proyectos: Yetta Aguado
- Comunicación y prensa: Valentina Volpato
- Asistentes: Magda Biel, Rosa María Santan
- Mantenimiento: Pablo Díaz

AUDIOVISUALES
- Iván Olmos Coscolluela / Trazos

DISEÑO DE PUBLICACIÓN
- Manuel González Ruiz/ Mago Atelier

MAQUETACIÓN
- Sergio Gayangos / Alejandro del Pozo

COORDINACIÓN DE PUBLICACIÓN
- Gloria Escribano

EDICIÓN
- Mario Marco

COMISIÓN ORGANIZADORA
- Alfonsa Segura – Escuela Superior de Diseño de Madrid (esdm)
- Alfonso Gutiérrez – Trazos
- Ángel Cordero – Centro Sup. Diseño de Moda de Madrid (CSDMM)
- Álvaro Hernández – Grado en Diseño de Interiores- UPM – ETSAM
- Dario Assante – Instituto Europeo de Diseño (IED)
- Delfina Morán – Univ. Europea de Madrid (UEM)
- Gabriel Martínez – Escuela Superior de Diseño de Madrid (esdm)
- Gemma de Paz – Escuela de Arte Diez
- Mª Cruz Galindo López – Grado en Diseño de Interiores- (UPM – ETSAM)
- María Luisa Walliser – Univ. Rey Juan Carlos (URJC)
- Marina Arespacochaga – Escuela Superior de Diseño de Madrid (esdm)
- Marta Insausti Valdivia – Escuela Superior de Publicidad
- Miguel Hernández – Univ. Francisco de Vitoria (UFV)
- Lucinda Morrisey – Univ. Europea de Madrid (UEM)
- Pablo Prieto – Univ. Rey Juan Carlos (URJC)
- Paula Daliá – Escuela Superior de Diseño de Madrid (esdm)
- Pedro Medina – Instituto Europeo de Diseño (IED)
- Roberta Barban – Univ. Europea de Madrid (UEM)
- Rodrigo Martínez – Univ. de Nebrija

PATROCINA

- Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación / Agencia Española de Cooperación y Desarrollo (AECID). Programa ACERCA

COLABORAN

- Ayuntamiento de Madird_Matadero Madrid
- Embajada del Reino de los Países Bajos
- Instituto da Cooperação e da lingua. Embajada de Portugal

¿Qué es el encuentro?

Es una plataforma de encuentro, debate y coordinación de la comunidad iberoamericana de centros de enseñanza de Diseño, convocado por DIMAD dentro de la Zona de Encuentro de la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID).

Plantea reuniones de trabajo y debates que presenten, cuestionen y analicen modelos de gestión y experiencias de procesos formativos de los centros. Igualmente busca la participación de los alumnos en proyectos de investigación e innovación posibilitando nuevos y distintos niveles de competencia profesional conectados con el sistema productivo de sus respectivos países. A su vez, quiere impulsar y promover iniciativas innovadoras de los jóvenes estudiantes a través de la Muestra de estudiantes.

En esta cita se presentó y firmó la Declaración por la enseñanza de Diseño. 70 centros formativos adhirieron a esta carta de intenciones aprobada en plenario al cierre de la semana de actividades.

Sus objetivos: fomentar la cultura de proyecto a niveles de excelencia, sensibilidad social y medioambiental, y desarrollar un compromiso activo con la investigación.

Fruto de esta firma y de las actividades propias del Encuentro BID 2013, se han configurado redes de trabajo que darán continuidad a este compromiso, y que se revisarán e impulsarán en ediciones posteriores.

Antecedentes

I Encuentro
La relación con las administraciones públicas y la empresa privada. Modelos y experiencias de innovación frente al siglo XXI.

Noviembre de 2009

Objetivos: compartir y debatir experiencias y modelos de relación de los centros formativos con las administraciones, las instituciones y las empresas privadas.

21 conferencias por invitación
24 ponencias por inscripción
60 centros de enseñanza del diseño
12 países europeos y latinoamericanos

II Encuentro
Contenidos, procesos y estructura de la Enseñanza Superior del Diseño en el ámbito de la Comunidad Iberoamericana de la BID.

Noviembre de 2010. En el marco de la bid10

Objetivos: intercambio de información, de experiencias consolidadas y propuestas sobre los contenidos, procesos y estructura de la enseñanza superior del diseño en el ámbito de la comunidad iberoamericana de la BID.

3 conferencias
30 ponencias
50 centros de enseñanza del diseño
13 países europeos y americanos

III Encuentro
El futuro es hoy

Noviembre de 2011

Objetivos: fomentar la reflexión en torno al diseño como una industria cultural y creativa en la que la estética y la economía coinciden; fortalecer procesos pedagógicos para una calidad de la enseñanza del diseño con un valor social; establecer redes de acción conjunta entre profesionales e instituciones.

23 conferencias
33 ponencias
80 centros de enseñanza del diseño
18 países europeos y latinoamericanos

IV Encuentro
Diseño emergente
Innovación y futuro

Noviembre de 2012. En el marco de la bid12

Objetivos: identificar carencias estructurales en el ámbito formativo ligado al diseño; compartir y estudiar estrategias para las aulas; reflexionar y debatir sobre la formación continua, conocer y analizar procesos creativos en las aulas y dar voz a distintas propuestas metodológicas con el fin de compartir experiencias y establecer acuerdos.

30 conferencias bid_
79 ponentes
22 estudios de diseño
38 universidades

¿Qué es la BID?

La mayor muestra de Diseño Iberoamericano

Participan 22 países

Por primera vez los grandes nombres del diseño iberoamericano comparten espacio y experiencias.

La Exposición BID muestra, concentradas, las mejores expresiones del diseño reciente de Latinoamérica, Portugal y España.

Incluye más de 400 trabajos de diseñadores de todas las áreas del Diseño: Gráfico, Textil y Moda, Digital y Diseño de Producto, Arquitectura e Interiorismo.

35 actividades por evento (conferencias, mesas redondas, talleres) con la participación de más 300 diseñadores.

Los Encuentros de enseñanza y diseño convocan a una red de más de 200 escuelas y universidades de diseño.

¿Qué es DIMAD?

La Asociación Diseñadores de Madrid, **DIMAD**, es una entidad sin ánimo de lucro constituida con el principal objetivo de convertirse en un instrumento estratégico de referencia para la promoción, proyección y divulgación de la cultura del diseño que debe tener al conjunto de la sociedad como destinatario final. La Asociación Diseñadores de Madrid es puente entre los empresarios, las Instituciones Públicas, los Centros de Enseñanza del Diseño y los profesionales y reivindica el papel protagonista que Madrid, en la actualidad, está jugando dentro del diseño español, así como su enorme potencial como centro de cultura urbana y actividad económica.

DIMAD es una asociación que concibe el diseño como una realidad de encuentro entre cultura y economía. DIMAD busca de forma especial el acercamiento a estudiantes y a diseñadores jóvenes así como a otros profesionales o personas vinculadas o interesadas en el desarrollo y potenciación de la cultura del diseño: arquitectos, enseñantes, periodistas, directores de arte, etc.

DIMAD cuenta con más de 600 socios entre profesionales de las distintas ramas del diseño (gráfico, producto, interiores, moda, digital), estudiantes de las distintas escuelas de diseño y colaboradores profesionales ligados al mundo de la comunicación, la arquitectura, la enseñanza del diseño, etc. Además, distintas empresas relacionadas con la cultura del diseño y universidades y escuelas de diseño son socios colaboradores de DIMAD.

La Fundación Diseño Madrid, **DIMAD fundación**, fue constituida el 1 de diciembre de 2006 por iniciativa de la Asociación Diseñadores de Madrid, que cuenta en la actualidad con más de 600 socios.

DIMAD fundación promueve el diseño en la región de Madrid. El diseño entendido no sólo como una actividad artística sino también como una disciplina impulsora de la economía.

DIMAD fundación desarrolla proyectos estratégicos, como la **Bienal Iberoamericana de Diseño** o los meses del Diseño, organizados hasta ahora con la colaboración de las embajadas y gobiernos de Holanda, Finlandia y Francia, mantiene convenios de colaboración con numerosas entidades públicas y empresas privadas y gestiona un emblemático espacio para la promoción del Diseño en Matadero Madrid: la Central de Diseño, fruto de un acuerdo suscrito con el Ayuntamiento de Madrid.

Comite científico:

Heitor Alvelos

Universidad do Porto
Porto, Portugal

Professor de Design e Novos Media na Universidade do Porto, tem contribuido para a implementação da Disciplina de Investigação em Design no contexto português, quer como membro do Conselho Científico da Fundação para a Ciência e Tecnologia, quer como Director, pela U.Porto, do ID+, Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura.

Desenvolve I&D no âmbito do Programa UTAustin-Portugal para os Media Digitais desde 2006, sendo actualmente o seu Director Nacional para Outreach. Ainda no âmbito do Programa UTAustin-Portugal, dirige o FuturePlaces, medialab para a cidadania, desde 2008.

Marina Arespacochaga

Escuela Superior de Diseño de Madrid,
Madrid, España

Catedrática de Artes Plásticas y Diseño. Jefa del Departamento de Arte en la Escuela Artediez de la Comunidad de Madrid, 2007-2012. Asesora en la realización de las cualificaciones profesionales de la familia de las Artes Gráficas, INCUAL, Ministerio de Educación, 2010-2011. Coordinadora de las Jornadas de Ilustración Ilustradiez 2009. Asesora técnica docente en la Subdirección General de Enseñanzas Artísticas del Ministerio de Educación, 1988-1991. Pintora, editora, ilustradora y diseñadora gráfica.

Dario Assante

Ied Madrid
Madrid, España

Arquitecto por el Instituto Universitario de Arquitectura de Venecia, su carrera profesional se ha desarrollado en diversos estudios de Italia, Portugal y España, llevando a cabo proyectos de interiorismo, arquitectura y urbanismo. Ha publicado varios ensayos sobre arquitectura y diseño siendo colaborador de la revista "Pasajes de arquitectura y crítica" de Madrid desde 1998 hasta el 2004. En 2003 inicia su colaboración con el IED, Istituto Europeo di Design de Madrid en el que ha sido docente de proyectos tanto en los cursos de grado como de postgrado. Desde 2007 es Director de la Escuela de Master del IED Madrid donde se imparten más de 60 cursos de postgrado en diseño y comunicación

Gabriel Barrero

Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá, Colombia

Diseñador Industrial especialista en Producción y Productividad y magister en Diseño de Procesos de Innovación, con trayectoria en el ámbito de la investigación y la docencia en Diseño. A la fecha ha participado en 17 proyectos de investigación y 16 proyectos de diseño y desarrollo de producto, dentro de los cuales se destaca la participación en el proceso de diseño y construcción de 13 embarcaciones marítimas y fluviales.

Profesionalmente se destaca por haber sido integrante del equipo para la creación de la Corporación de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo de la Industria Naval, Marítima y Fluvial – COTECMAR, de la cual además, durante seis años fue el director de Ciencia y Tecnología.

Actualmente es director del programa de Diseño Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana, en la cual además dirige Proyectos de Diseño de Producto e imparte la asignatura Gestión de Proyectos de Innovación en programas de pregrado y posgrado.

Vasco Branco

Universidade de Aveiro
Aveiro, Portugal

Doutorado em Engenharia Eletrotécnica e Computadores (Design de Interação) pela FEUP e Professor Associado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro onde foi um dos primeiros responsáveis pelo desenvolvimento da área de Design (licenciatura, mestrados e doutoramentos).

Foi coordenador do Programa Doutoral em Design (@UA) até 2012, iniciativa conjunta das Universidades de Aveiro e do Porto.

É diretor do ID+ (Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura). Representa a Universidade de Aveiro como vice-presidente da ADDICT (Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas).

É membro do Comité Executivo da European Academy of Design e do conselho editorial de algumas revistas internacionais na área do Design (The Design Journal, The 'Radical' Designist: Journal of Design Culture, I+DISEÑO).

Rodolfo Capeto

Esdi (Escola Superior de Desenho Industrial)

Río de Janeiro, Brasil

Rodolfo Capeto é designer graduado pela Esdi (Escola Superior de Desenho Industrial, Rio de Janeiro), instituição pioneira no ensino do design no Brasil, onde ensina desde 1992. Suas áreas principais de interesse e prática são a tipografia, o desenho de tipos e o design de informação, mas seu trabalho tem atravessado os campos mais diversos. Foi um dos pioneiros no uso de processos digitais no design visual no Brasil, tendo desenvolvido, já em 1982, um formato de fonte vetorial proprietário, entre outros resultados. Um desafio profissional relevante foi o projeto, em 2001, de uma nova família de tipos para o Dicionário Houaiss, o maior da língua portuguesa. Coordenou a realização do livro 5 anos na Esdi (2010), e é autor de seu texto principal. Desde 2008 é diretor da Esdi.

Maximiliano Izzi

Universidad Ort
Montevideo, Uruguay

Master en Gestión y Diseño para Sistemas de Productos Destinados al Espacio Doméstico, Università degli Studi di Roma – La Sapienza. Postgrado en Gestión Empresarial y Postgrado en Muebles, Centro de Diseño Industrial. Diseñador Industrial. Director del estudio IZZI + Asociados especializado en desarrollo de nuevos productos. Consultor de ergonomía laboral y diseño de puesto de trabajo. Premio a la Excelencia Docente 2011, Facultad de Comunicación y Diseño. Profesor Titular de Ergonomía, Diseño III y Diseño IV, Licenciatura de Diseño Industrial. Facultad de Arquitectura ORT Uruguay, Profesor de Ergonomía Licenciatura Diseño de Interiores.

Federico Magiaterra

La Universidad argentina de La Empresa (UADE)
Buenos Aires, Argentina

Licenciado en Bellas Artes (especialidad Diseño) por la UCM, completa sus estudios de Diseño Gráfico en la Kunstacademie van Beeldende Kusten de Rotterdam. Desde el año 1990 desarrolla su carrera profesional como diseñador de sistemas multimedia interactivos y desde 2002 compagina esta labor con la investigación y la enseñanza en la Universidad Europea de Madrid, donde en la actualidad dirige el Departamento de Arte y Diseño. Ha sido comisario de exposiciones y es autor de diversos artículos sobre el diseño, su enseñanza y su difusión.

Jaime Parra

Universidad de Talca
Talca, Chile

Jaime Parra Marchant, es diseñador y arquitecto titulado en la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUCCH) y Master en Diseño Industrial y Creación de Producto en la Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona. En 2004 desarrolló el programa de estudios para fundar la Escuela de Diseño de la Universidad de Talca, en la que se desempeña como Director y profesor en jerarquía de Asociado hasta la fecha.

Desarrolló el libre ejercicio de ambas profesiones y fundó junto al diseñador Carlos Hinrichsen la oficina 3Design. Becado en 1982 por Japan International Cooperation Agency (JICA) y Japan Industrial DesignPromotionOrganization (JIDPO) realizó en Tokio, Japón, el Curso de Entrenamiento en Diseño Industrial. Fue profesor en áreas de Diseño Gráfico y Diseño Industrial en la Escuela de Diseño de la PUCCH entre los años 1974 – 2004, como coordinador de Planificación en esa escuela y subdirector de la misma por 3 períodos. Responsable de la organización de la 2ª, y 3ª Bienal de Diseño Chileno.

Raquel Pelta

Universidad de Barcelona de Barcelona, España

Desde marzo de 2006 es profesora de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona y miembro del grupo de investigación consolidado GRACMON. Ha ejercido la docencia en el Istituto Europeo di Design -donde además fue Directora Académica de la Escuela de Másters-, la Escuela Massana, la Universidad Rey Juan Carlos, la Escuela Superior de Diseño Elisava, la Universidad de Valladolid y el Colegio Universitario de Segovia, entre otros centros.

Es codirectora de la revista online Monográfica (Premio Ciudad de Barcelona 2012) y autora de numerosas publicaciones así como miembro del Patronato de la Fundación Historia del Diseño y fundadora y directora del Congreso Internacional de Tipografía de Valencia. En 2011 recibió el Premio Gràffica por su contribución a la investigación en la historia del diseño y su capacidad para impulsar proyectos en torno a esta disciplina.

Andrea Saltzman

Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, Argentina

Directora de la Carrera de Diseño de Indumentaria y Textil de la Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires en donde también se desempeña como profesora titular de la asignatura Diseño. Como pionera comenzó su labor docente en dicha asignatura, en el año 1989, dando lugar al inicio de la Carrera. Responsable de la creación de la primer Tecnicatura en producción de Indumentaria dependiente de la Secretaria de Educación del gobierno de la ciudad de Buenos Aires (1998) y de la puesta en marcha y capacitación del equipo docente de 1998 hasta el 2001. Profesora invitada en diversas universidades de Brasil. Colombia, Chile, Uruguay y en el interior de Argentina. Es arquitecta egresada de la Fadu Uba con formación en danza contemporánea, plástica y textil. Su doctorado trata sobre el proceso proyectual de la vestimenta considerándola como membrana viva de articulación entre el sujeto y el mundo. Autora del libro "El cuerpo diseñado, sobre la forma en el proyecto de la vestimenta" (Paidós, 2004). Ha realizado numerosas muestras y performances en torno al trabajo de la indumentaria en numerosos Museos como Fundacion Proa,Centro Cultural Recoleta, Malba, Teatro Gral San Martín y el Museo de Arquitectura de Bs. As., entre otros. Forma parte de la comisión evaluadora del Sello del Buen Diseño del Plan Nacional de Diseño del Ministerio de Industria de la Nación.

Humberto Valdivieso

Universidad Católica Andres Bello
Caracas, Venezuela

Ha sido Premio de investigación CDCHT-UCAB (2009) y curador del diseñador Santiago Pol para el pabellón de Venezuela en la 51ª Bienal de Venecia, entre otras muestras de diseño. Miembro del equipo editorial de la Revista Comunicación. Ha participado en los siguientes libros Is Art Global History? de James Elkins, Catálogo oficial 51ª Bienal de Venecia, Prácticas y Travesías de la Comunicación en América Latina, En torno a la semiótica de la cultura, Carteles venezolanos de Santiago Pol y Rolando Peña: El Barril de Dios.

Desenvolve I&D no âmbito do Programa UTAustin-Portugal para os Media Digitais desde 2006, sendo actualmente o seu Director Nacional para Outreach. Ainda no âmbito do Programa UTAustin-Portugal, dirige o FuturePlaces, medialab para a cidadania, desde 2008.

Carlos Valladares

Universidad de San Carlos de Guatemala
Colonia Santa Rosa, Guatemala

Arquitecto. Decano de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Especialista en Planificación urbana, rural y regional; planificación estratégica para el desarrollo sostenible e integral; ordenamiento territorial; ambiente y gestión de riesgo para prevención de desastres, asentamientos humanos y vivienda. Consultor. Catedrático titular de la Facultad de Arquitectura de la USAC y ha sido profesor en INAP, Universidad del Valle y Universidad Rafael Landivar. Cuenta con varias publicaciones e investigaciones. Vicepresidente para Centroamérica de la Unión de Escuelas y Facultades de Arquitectura, UDEFAL. Representante de Guatemala en el área de Arquitectura del proyecto Tunning América Latina. (2006-2007). Miembro fundador de la Agencia Centroamericana de Acreditación, ACAI. (2005-2006.) Directivo fundador de la Escuela Superior de Arte de la USAC (2006).

Comité de admisión:

Claudia Ferrari

Profesora de diseño y branding y fundadora de Axis consultores.
Lima, Perú

Diseñadora y experta en marketing. Profesora de diseño y branding en las más importantes universidades e institutos de marketing y diseño en Perú. (Universidad de Lima, Universidad Católica del Perú Instituto Toulusse Lautrec, UCAL, Instituto Peruano de Arte y Diseño). Miembro del Comité consultivo de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL) Fundó Axis consultores en 1992, empresa que ha obtenido varios premios locales e internacionales de diseño. Claudia tiene 22 años de experiencia en el desarrollo de estrategias, creación y mantenimiento de marcas, diseño retail y administración de equipos.

Javier Fernández

Psicólogo, docente, analista e investigador en Arte y Diseño
Madrid, España

Licenciado en Filosofía y Letras y psicólogo por la Facultad de Psicología de la UCM. Estudió Hª del Arte en la Facultad de Historia de la UCM y Psicoanálisis en el Centro Psicoanalítico de Madrid. Ha sido profesor de la escuela de Arte Diez de Madrid. Especializado en comunicación e identidad ha participado en diversas publicaciones sobre Arte y Diseño y en gestión de exposiciones.
Así mismo ha sido colaborador de varios Museos en Madrid como el Museo ABC del Dibujo y la Ilustración y el Museo Nacional de Artes Decorativas. Ha sido vicepresidente de DIMAD y responsable del área de formación y vicepresidente de READ, Red de Asociaciones de Diseño.

Priscila Farias

Profesora de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de São Paulo (FAU USP), Directora del Comité Internacional for Design History and Design Studies (ICDHS).
Sao Paulo, Brasil

Priscila Lena Farias nasceu e se formou em São Paulo, Brasil, morou por três anos em Florença (Itália), e hoje vive em sua cidade natal. É designer gráfica, pesquisadora e professora na área de design. Possui doutorado e mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), e bacharelado em Comunicação Visual (Desenho Industrial) pela Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP). É professora do Departamento de Projeto da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU USP), orientadora de Mestrado e Doutorado no Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da mesma instituição, e coordenadora do LabVisual (Laboratório de Pesquisa em Design Visual). É editora do periódico científico InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação.
Foi presidente da Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI) e membro da diretoria da Associacão dos Designers Gráficos (ADG, Brasil).

Daniela González

Coordinadora sistema universitario Whitney. Docente de Grado y Posgrado. Universidad de la República (Udelar). Montevideo, Uruguay

Master en NTIC´s, Licenciada en Tecnología Educativa, Realizadora Audiovisual, posee varios Diplomados: formación de docentes para la acción pedagógica en escenarios virtuales, Educación, Investigación, Innovación y cambio educativo. Analista de sistemas.

Es docente de grado y posgrado tanto en Uruguay como en el exterior, especialmente Argentina. Directora de Tesis. Coordinadora de Whitney (sistema universitario privado). Ha desempañado tareas como Gerente de Producción, Project Manager en Productoras Interactivas y Agencias de Publicidad.

Magda Kochanowska

Co-creadora de Programas de Estudio de grado y posgrado. Facultad Diseño. Academia de Bellas Artes
Varsovia, Polonia

Formada como diseñadora, es autora de numerosas publicaciones sobre diseño en revistas tanto profesionales como populares. Se ocupa de crítica, teoría y metodologías de diseño. Desde 2005 trabaja como profesora en la Facultad de Diseño en la Academia de Bellas Artes de Varsovia (doctorado defendido en 2010), donde es co-creadora de los programas de estudios de grado y postgrado. Es editora de la revista profesional “2 +3 D” y curadora de numerosos proyectos de exposiciones. Trabaja como consultor independiente. Ayuda a las empresas a establecer y desarrollar la cooperación con los diseñadores. También se ocupa de analizar las tendencias en el diseño de producto y diseño gráfico. Durante muchos años de su carrera profesional combinaba los mundos del arte, el diseño y los negocios. En los años 2011-12 fue profesora de la Facultad de Arte y Comunicación en la Universidad Europea de Madrid. Es miembro de la Asociación de Diseñadores Industriales en Polonia (SPFP) que pertenece a la organización internacional BEDA (The Bureau of European Design Associations).

CENTROS PARTICIPANTES:

España
Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid

Escuela Superior de Publicidad

Escuela de Arte 10

Escuela de Arte 12

Escuela de Artes Decorativas de Madrid

Escuela Superior de Diseño de Madrid

ESNE Escuela Universitaria de Diseño e Innovación

Istituto Europeo di Design

Trazos

Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid, Universidad Politécnica de Madrid

Universidad Europea de Madrid

Universidad Francisco de Vitoria

Universidad Rey Juan Carlos

ELISAVA Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona

ESDi Escuela Superior de Diseño

Escuela Arte Granada

Estación Diseño, Escuela de Diseño y Artes Visuales

Universidad de Navarra

Escola Superior de Disseny de les Illes Balears

Escuela Superior de Diseño de Murcia

Escuela de Arte y Superior de Diseño de Vitoria

Escuela Superior de Diseño de Logroño

Escuela Superior de Diseño de Aragón

Escola d'Art y Superior de Disseny de Valéncia

TSID Universidad Politécnica de Valencia

CENP Centro Español de Nuevas Profesiones

Argentina
Universidad Nacional de Córdoba

Universidad Nacional de Cuyo

Universidad Nacional de Rosario

Bolivia
Universidad Católica Boliviana San Pablo

Brasil
Centro Universitário Senac

Universidade Pública Estadual

Chile
INACAP Instituto Nacional de Capacitación Profesional

Instituto Profesional Duoc UC

Pontificia Universidad Católica de Chile

Instituto Profesional Santo Tomás

Universidad de Talca

Colombia
Universidad de Caldas

Pontificia Universidad Javeriana

Universidad El Bosque

Costa Rica
TEC Escuela de Ingeniería en Diseño Industrial / Laboratorio de Medios

Universidad Veritas

Cuba
Instituto Superior de Diseño

Ecuador
Universidad de Cuenca

PUCESE Pontificia Universidad Católica del Ecuador

El Salvador
Escuela de Comunicación Mónica Herrera

Universidad Doctor José Matías Delgado

Guatemala
Universidad de San Carlos

Universidad Rafael Landívar

México
Universidad Anáhuac Norte

UNAM Centro de Investigaciones de Diseño Industrial

Universidad Anáhuac Querétaro

Universidad Autónoma Metropolitana

Centro de las Artes de San Luis Potosí Centenario

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Nicaragua
Universidad Politécnica de Nicaragua

Perú
PUCP Pontificia Universidad Católica del Perú

Universidad de San Ignacio de Loyola

Portugal
ESAD Escola Superior de Artes e Design

Universidad de Lisboa, CIEBA Centro de Investigaçao e Estudos em Belas Artes

Universidade de Aveiro

Puerto Rico
Universidad de Turabo

República Dominicana

INTEC Instituto Tecnológico de Santo Domingo

Uruguay
Universidad de la República, Escuela Universitaria Centro de Diseño

Venezuela
Universidad Católica Andrés Bello, Centro de Investigación y Formación Humanística

ProDiseño Escuela de Comunicación Visual y Diseño

Encuentro bid
declaración sobre la enseñanza de diseño

5º encuentro BID
centros
iberoamericanos
de enseñanza
de diseño

El Encuentro BID de Enseñanza y Diseño quiere servir de plataforma y red de conexión para los profesores, las universidades y centros de enseñanza, los estudiantes y los profesionales del diseño de toda Iberoamérica.

Parte, para ello, de dos de las ideas centrales que sirvieron de base para la creación de la Bienal Iberoamericana de Diseño: la significación y fuerza de Iberoamérica como sujeto cada vez más activo del diseño y su concepción no solo como una de las formas de expresión cultural más definitorias de nuestro tiempo, sino como una palanca económica para el desarrollo de nuestros pueblos y el bienestar de las personas en un mundo más justo y más sostenible.

Los asistentes, profesionales del diseño y su enseñanza, y los centros y las universidades participantes en este Encuentro, manifestamos a toda la comunidad del diseño las siguientes ideas, que nos parecen básicas para entender y desarrollar hoy nuestra actividad, a modo de documento para un debate, permanentemente abierto, y con espíritu de implementarlas en nuestra tarea formativa.

1. Enseñanza del diseño y sociedad: La actividad del diseñar, y por tanto su enseñanza, tiene una relación profunda y permanente con la construcción de la sociedad. Por lo tanto, es imprescindible un compromiso ético y de diálogo de los agentes del diseño con la sociedad de la que nace, que les nutre y a la que sirven.

2. Enseñanza del diseño y ser humano: El objetivo central de educar para y desde la innovación es naturalmente compatible con los valores más humanistas como la responsabilidad, el entusiasmo, la generosidad, la sinceridad, la empatía con el otro y con lo otro, el compromiso con el futuro y la pasión por diseñar “un mundo cada vez más abierto y justo”.

3. Diseñador y ciudadanía: El diseñador es un actor clave y estratégico del cambio en las sociedades contemporáneas, independientemente del área o el contexto regional, nacional o internacional en que trabaja. El diseño implica comunidad y refiere a la cultura como una construcción propia de una manera de habitar.

4. Diseñador e identidad: El diseño actúa como gestor y generador de identidades, tanto en la escala local como en la global, en los ámbitos natural, social y económico.

5. Diseñador y crítica: La actividad formativa del diseñador requiere del ejercicio habitual, virtuoso y valiente de la crítica tanto hacia su propio trabajo como hacia el medio social en el que se desarrolla, como una garantía de adecuación y adaptación constante.

6. Procesos formativos y transdisciplinariedad: Los nuevos contenidos para la formación del diseñador deben ser transversales y transitivos: son procesos y habilidades orientados a capacitar el futuro profesional, superando la fragmentación del conocimiento impartido en materias aisladas, relacionados con los entornos próximos, profundizando en estrategias y programas de acción para un autoaprendizaje permanente.

7. Formación y comunidad educativa: Formar a los futuros diseñadores con un espíritu emprendedor para que tengan iniciativa y sean capaces de generar sus propias propuestas liberando a los planes de estudio de rigideces impuestas por las instituciones de control, potenciando estrategias que favorezcan el aprendizaje significativo y se comporten como sistemas vivos, capaces de adaptarse y evolucionar de manera continua.

8. Centros formativos e investigación en diseño: Los centros pueden y deben actuar como laboratorio y espacio de generación de conocimiento, funcionando como agentes de cambio de los retos y problemas sociales que estamos viviendo.

9. Centros formativos y memoria del diseño: Una función irrenunciable de los centros debe ser también, recoger, gestionar y difundir la memoria cultural de la disciplina del diseño.

10. Centros formativos y difusión del diseño: Es misión de todos los participantes en la enseñanza del diseño reivindicar su importancia en la sociedad, haciendo que éste sea entendido como agente de transformación y mejora permanente de la misma.

11. Centros formativos y comunidad de aprendizaje: La comunidad del diseño y sus instituciones de formación se reconocen a sí mismas como comunidad de aprendizaje en la que todos, diseñadores, docentes, estudiantes, empresas, siguen aprendiendo constantemente y construyen su tarea a partir de la naturaleza, el ser humano y la historia.

Central de Diseño / DIMAD, Matadero Madrid
Madrid, 29 de Noviembre de 2013

Comunicaciones. Enseñanza, experiencia y procesos

Diseño de producto en relación con las ciencias sociales puras: una experiencia de diseño como elemento integrador entre proceso educativo y gestión del espacio escolar.

Margarita Rodríguez

Universidad INTEC
Santo Domingo,
República Dominicana

El diseño industrial se mantiene en constante crecimiento y desarrollo en nuestro país. Su comprensión completa es una tarea en proceso. Los posibles aportes que esta área del conocimiento puede hacer en los diferentes campos del saber son algo que se ha documentado en contadas ocasiones.

La presente comunicación quiere presentar las lecciones aprendidas de un innovador proceso de trabajo multidisciplinar, liderado y enriquecido por el diseño, para intentar resolver uno de los mayores desafíos de la educación en países en desarrollo: el tema de la infraestructura escolar, más específicamente del mantenimiento del mobiliario escolar. Se busca articular algunas ideas sobre la forma en la que el diseño puede servir de elemento integrador, en una posición más bien horizontal respecto a otras ciencias y logrando resultados más eficaces. Además, es una reflexión sobre la formación de los diseñadores industriales en el presente, al menos para el contexto dominicano y tal vez como lección para otros con situaciones similares en cuanto a desarrollo industrial, tecnológico y económico.

La universidad INTEC es una universidad privada con 5.000 estudiantes que entre sus principios de fundación incluye la oferta de programas innovadores. La escuela de Diseño para la que trabajo se fundó en el año 1988 con la visión de formar diseñadores para la todavía incipiente industria manufacturera dominicana, con la ilusión de que hubiera un cambio sustancial en la visión del empresario dominicano que, considerando el poder competir en el mercado local y hasta regional con productos nuevos y bien diseñados, daría un giro a la entonces común estrategia de ser seguidores o de copiar diseños de otros países.

En 1999 surge una interesante oportunidad para nuestro Centro de Diseño Industrial INTEC, unidad que opera con algunos docentes de la carrera en proyectos independientes. El Ministerio de Educación buscaba enfrentar uno de los mayores desafíos en el sector educativo del país, elevar la calidad de la infraestructura escolar. El trabajo era realizar estudios ergonómicos para ajustar las medidas antropométricas del mobiliario a utilizar en un programa de mejora de la educación básica ejecutado con la KFW, agencia alemana de cooperación. Esto llevó posteriormente a una consultoría para mobiliario escolar en el sector mantenimiento, ya que era necesario reparar 60.000 unidades de mobiliario roto en 1.006 escuelas primarias de la zona más pobre del país y decidir con qué modelo de reparación y de gestión hacerlo. O sea, no era solo el diseño de la reparación por decirlo así, sino que había que tomar en cuenta unos principios pedagógicos, y todo con el diseño de la gestión, que tendría un gran componente administrativo.

Hasta hace pocos años, integrar un diseñador industrial en procesos de mejora de mobiliario escolar podía resultar casi utópico. En una lógica lineal, se podría asociar más dicha labor al trabajo de los arquitectos que diseñan las escuelas y que por tanto podrían asumir sin dificultad el diseño del mobiliario.

No tenemos el tiempo para detallar aquí todo el proceso, por lo que me limito a describir algunas de las lecciones aprendidas de esta experiencia. El diseño terminó siendo el elemento articulador de la mayoría de las soluciones aportadas y de los equipos de trabajo del proyecto.

Para empezar, hubo que integrar los intereses financieros de la agencia, que tenía su presupuesto para el programa y unas metas numéricas de objetivos a cumplir. Dentro de la agencia, integrar las ideas de los ya contratados arquitectos, 3 en total, que habían trabajado en la agencia construyendo y remodelando escuelas, entre estos el gerente principal y el asesor principal alemán que vino a trabajar al programa.

Pudimos entender mejor el problema visto desde una óptica del usuario y de los actores del proceso administrativo de la gestión del mantenimiento escolar, que nos llevó a una comprensión que nunca el Ministerio hubiera podido obtener trabajando solo.

El equipo pudo Integrar los intereses de pedagogos del Ministerio, que querían garantizar una reparación dentro de estándares de funcionalidad y seguridad mínimos, de los directores de escuelas, que tienen una cultura de laxitud y que debían motivarse a emprender un proceso casi auto-gestado de reparar el mobiliario en sus centros y de entrenarse para ello, de los gerentes de los distritos que debían participar como supervisores del proceso y de la comunidad escolar, protagonista del modelo y que trabajaría de forma voluntaria y gratuita.

Aunque entre los objetivos del programa estaba poder integrar la comunidad escolar al proceso de reparación de las butacas, nuestro aporte hizo posible que se entendiera que a veces los problemas no se pueden resolver en modos estandarizados. Pudimos no solo diseñar el modelo a utilizar para reparar las butacas escolares, sino que el modelo de gestión de dicha reparación quedó estructurado en 3 tipos diferenciados de acuerdo a características presentes en los escuelas, como la lejanía, tamaño, cantidad de butacas rotas y otros y entre estos, solo 256 calificaron en condiciones de reparar con ayuda de su comunidad escolar.

Se pudo entrenar a todos los directores de los 1.006 centros escolares, por medio del diseño de un taller de entrenamiento sobre el terreno (hands-on), impartido personalmente por los diseñadores y se entrenaron además los voluntarios de una selección de centros para hacer la reparación ellos mismos.

En solo dos años el trabajo de reparación estaba terminado, los voluntarios, gerentes distritales y directores entrenados en nuevas competencias y la agencia pudo entregar su informe final con buenos resultados.

La vinculación producida y los aprendizajes logrados en temas de gestión de calidad educativa resultantes de este proceso son interesantes e iluminadores de un camino que habrá que recorrer en modos más conscientes en el futuro, en especial con miras a la formación de diseñadores en nuestro país.

En el año 2006 tuve la oportunidad de hacer un estudio del desempeño de los egresados de diseño industrial de nuestra escuela que en aquel momento eran 105. Ya entonces tuvimos una primera aproximación a lo que había sido el camino profesional seguido por ellos. Muchos se instalaron como diseñadores gráficos, otros de interiores y los que permanecieron fieles al diseño industrial estaban más bien en posiciones de ingeniería y, en algún caso, gerenciales.

Cuando en 2010 abordarnos la tercera reforma curricular de la carrera de Diseño Industrial pensamos enseguida que era importante consolidar un módulo de gestión del diseño, que en la actualidad consta de estas asignaturas: Emprendedurismo e Innovación, Desarrollo de Productos, Mercadotecnia y Diseño, Gestión del Diseño, Teoría del Diseño, Formulación de Proyectos y Economía de Empresas.

En este momento específico, la República Dominicana está en un momento de crecimiento económico sostenido, al menos desde la perspectiva macroeconómica, con un gran sector turismo, otro de zonas francas, agricultura para exportación y el sector de manufactura en crecimiento. Podría decirse que aún la demanda de diseñadores industriales no ha crecido como quisiéramos -es una variable que no controlamos- pero sí podemos controlar los cambios que se pueden dar en nuestro programa de estudios para adaptarlo mejor a las realidades del país.

En la actualidad, un grupo de egresados se inserta inmediatamente a trabajar como diseñador (fábricas de productos de consumo, zona franca, componentes eléctricos y médicos, industria del plástico y cartón, productos en piel, electrodomésticos), otro grupo se inserta en empresas que desarrollan proyectos para terceros (productos especiales para un empresa, como mobiliario), otros lo hacen en empresas de servicios (publicidad POP, imagen corporativa, montaje de exhibiciones y otros) y un reducido grupo desarrolla sus propias líneas de productos, forman pequeñas empresas e incluso venden sus productos en la web.

Estamos convencidos de que nuestros egresados tienen ahora mejores competencias de integración en proyectos de cualquier tipo, sin renunciar a la posibilidad de trabajar en una fábrica de productos, y hacen una importante contribución en otros campos, sin duda por su formación enfocada a la innovación pero además por las herramientas de gestión y de trabajo en equipo provistas durante su carrera. Estas nuevas perspectivas dan más razones al trabajo, casi filosófico, de pensar y repensar en la función del diseño industrial hoy y en eso estamos.

Centro Metropolitano de Diseño de Buenos Aires: una década promoviendo el diseño y la innovación

La mejor manera de predecir el futuro es diseñarlo.

RICHARD BUCKMINSTER FULLER

Anabella Rondina

Centro Metropolitano de Diseño. Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, Argentina

Esta frase es la apertura perfecta para contar brevemente la historia del Centro Metropolitano de Diseño de Buenos Aires. Esta ciudad cuenta hace más de 12 años con una institución de promoción del diseño desde el sector público, el Centro Metropolitano de Diseño, que depende del Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad. Para entender el por qué de la existencia del CMD, es necesario analizar el contexto en el cual surgió el proyecto.

¿Por qué cosas somos conocidos? Argentina tiene tradición y es reconocida a nivel internacional por rasgos típicos como el tango, el fútbol y la buena carne. Pero otro rasgo característico, tal vez menos conocido pero igual de importante, es su tradición en materia de diseño. De hecho, uno de sus íconos más representativos, con repercusión internacional y del cual muchos ignoran su origen es el sillón BKF de la década del 30, más conocida como silla butterfly.

Durante más de 30 años Argentina sufrió un proceso de desindustrialización, cuyo epicentro fue la dictadura militar sufrida por el país entre 1976 y 1983. En este período se abren las puertas a la importación dejando sin posibilidades de competencia a la industria local. Como consecuencia, fue desmantelado el sistema productivo.

En 1983 regresa le democracia a Argentina y dos años más tarde se crean las carreras de Diseño Gráfico e Industrial en la Universidad de Buenos Aires, universidad pública y gratuita por la cual pasan más de 28.000 estudiantes. Comienzan así a egresar gran cantidad de profesionales de disciplinas proyectuales que no encuentran trabajo en la industria, ya que el entramado productivo había quedado muy dañado. La mayor parte de los diseñadores se dedican entonces a la arquitectura publicitaria o a llevar adelante sus propios emprendimientos bajo el modelo de "diseño de autor", es decir, el diseñador que proyecta, fabrica y comercializa productos con su marca. Otros, en cambio, optan por emigrar.

En el año 2001 Argentina sufre un fuerte colapso económico y social y el presidente abandona el gobierno dando fin al modelo económico de la convertibilidad que había comenzado en la década del 90. Según este modelo, el peso argentino valía lo mismo que el dólar y, a causa de esto, la competitividad era imposible, los costos de la producción en Argentina eran altísimos y por ende producir seguía estando vedado.

Esta nueva crisis económica y social genera condiciones desfavorables para la importación, bajan los costos de la producción local y es el escenario adecuado para el resurgimiento de la industria local. Pero, tras largos años de falta de industria, ésta y el diseño estaban desconectados.

Éste fue el contexto para el nacimiento del Centro Metropolitano de Diseño, una institución generada desde el sector público para acompañar el desarrollo de una industria local competitiva, con diferencial e innovación a través del diseño. En la actualidad, el CMD se ha convertido en la principal institución de promoción del diseño en el sistema productivo del país, fomentando tanto su importancia económica y cultural como social.

El mayor desafío del CMD ha sido lograr la integración del mundo del diseño con el del sistema productivo. Cada uno de estos mundos habla su propia lengua y mira al otro con desconfianza. Es por ello que se trabaja con ambos: las empresas e instituciones por un lado y los diseñadores por otro. ¿Por qué? Porque a las empresas e instituciones es necesario transmitirles las virtudes de incluir diseño y ayudarlas a incorporarlo en forma guiada, mostrando sus ventajas y los beneficios que otras que han recorrido el camino incluyendo diseño han obtenido. Pero, en paralelo, es clave formar a los profesionales del diseño en el campo de los negocios y de la empresa, de la gestión, darles perfil de consultores, ya que es su punto débil en la formación académica de grado.

Para lograr finalmente el objetivo de vincularlos y luego de preparar el terreno en ambos mundos, se los asiste a partir de un programa formal de incorporación de diseño. Este programa está dirigido a empresas PyME de la ciudad de Buenos Aires y su objetivo es incrementar cuantitativa y cualitativamente la competitividad e innovación de las empresas porteñas, favoreciendo la incorporación de diseño como una herramienta de valor en la producción de bienes y servicios y fortaleciendo la oferta exportable. El programa, que cuenta con un subsidio para la consultoría estratégica de diseño, es fondeado en un 70% por el CMD y el 30% restante por la empresa, logrando así un compromiso mayor por parte de la misma.

Para poder mostrar los beneficios de incorporar diseño, el CMD lidera a su vez proyectos de investigación en los cuales releva casos y desarrolla herramientas para facilitar la inserción del diseño en las empresas. Ejemplo de esta tarea son las publicaciones "Entorno al Producto" y "Aportes del diseño" a las cuales puede accederse en forma gratuita desde la web de la institución. También genera mediciones cuantitativas de diferentes sectores industriales para obtener datos económicos de la inversión realizada por las empresas y los resultados obtenidos.

El desafío más grande puesto en marcha desde la institución es el de extender el desarrollo que se genera en el CMD a Barracas, barrio de la zona sur de la Ciudad en el cual está instalado. Para ello, en noviembre de 2013 se aprobó la Ley de Promoción de Actividades de Diseño a través de la cual empresas, instituciones y profesionales que se instalen en el barrio contarán con beneficios fiscales promoviendo la conformación de un cluster creativo en el denominado Distrito de Diseño.

Para finalizar, comparto una frase de Alan Fletcher que lo dice todo: *"El diseño no es necesario. Es inevitable"*.

Innovación y sinergias compartidas

Elena Farini

Diseñora de Interiores, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid

Time and Cities es la materialización de un proyecto participativo entre alumnos, profesores, asociaciones vecinales y políticos que tuvo como objeto de reflexión habitar el presente, el tiempo y la ciudad. La cuestión del tiempo, y en particular del tiempo "en" la ciudad, ocupa el primer plano de la actualidad dado el fenómeno de "metropolización" que experimenta hoy en día el planeta.

Los efectos de los nuevos ritmos son diferentes según las estructuras urbanas en las que se manifiestan: metrópolis, centro urbano de una aglomeración, espacio periurbano o suburbano, región rural. Ciertos tipos de ciudades (densas, policéntricas, heterogéneas) parecen adaptarse mejor que otros en los que existe riesgo de acentuación de desequilibrios sociales y ecológicos.

Por lo que se refiere a los modos de vida, estas mutaciones afectan a la vida personal y familiar, a la relación con el trabajo y a la utilización del tiempo libre. Los modos de trabajo actuales, más flexibles, han trastocado las antiguas formas de sincronización de la sociedad. Es preciso constatar que se imponen numerosas preguntas: ¿Cómo cambiar nuestra mirada acerca de la geografía de las ciudades cuando los intercambios son cada vez mas inmateriales, cuando la noción de distancia desaparece a favor de la transmisión digital "en tiempo real"? ¿En qué queda el tiempo de la naturaleza en unas ciudades más que nunca artificiales? ¿Cómo pensar la ciudad en virtud de los tiempos que cada cual experimenta íntimamente? ¿Qué regulaciones conviene introducir? ¿Con qué actores? ¿Según qué medidas?

Se trata por lo tanto de pensar y vivir las ciudades con sus infinitas co existencias y tiempos posibles, de localizar y fomentar nuevas oportunidades para estos modelos urbanos. Cada vez más, el arquitecto debe de ser un analista de la realidad que localice el potencial de evolución y cambio en la realidad existente. ¿Cómo podemos conciliar las diferencias que existen entre los que piensan las ciudades, los que la construyen y los que la viven?

Reuniendo un equipo multidisciplinar se han realizado diferentes talleres, conferencias y debates entre diferentes universidades y entidades locales para reflexionar sobre estos nuevos desafíos. Posteriormente se ha realizado una escenografía con carácter itinerante, formada por materiales reciclados, que muestra a través de piezas de video-arte diferentes puntos de vista sobre cómo el tiempo se inscribe y transforma las ciudades. Los temas fueron: Infraestructuras, Movilidad, Utopía, Memoria, Naturaleza, Geografía, Sociología, Simbolismo y Reciclado.

Esta experiencia docente multidisciplinar se concluye con una exposición que tiene un espíritu viajero moviéndose de ciudad en ciudad. La escenografía de la exposición se realiza

con el objetivo de no generar ninguna materia innecesaria y por lo tanto participar en esa misma sensibilización sobre nuestros recursos frente al extenso abuso de nuestro territorio. La exposición posee además un carácter interactivo con los habitantes de cada ciudad. Al final de cada exposición, y tras haber recogido las opiniones de los visitantes en un libro en blanco, se procede a enviarlo a las autoridades públicas de urbanismo de la ciudad.

En un momento de toma de conciencia colectiva sin precedentes a favor de un nuevo equilibrio social, medioambiental y económico, la cuestión de la sincronización de los tiempos no puede ser ignorada. El enfoque multidisciplinar de esta experiencia docente ha permitido conseguir nuevas sinergias entre diferentes entidades, potenciando tanto la formación del alumno como la experiencia docente de los profesores implicados.

Proyecto final de dos asignaturas. Proyecto colaborativo de diseño gráfico y tipografía

Dimas Fernández
Miguel Hernández

Profesores del Grado en Diseño.Universidad Francisco de Vitoria, Madrid

Durante el curso 2012-2013 los alumnos realizaron un proyecto final conjunto para las asignaturas de 4º semestre en Diseño Gráfico y Tipografía con los siguientes objetivos:

• Explorar la relación existente entre las dos disciplinas y, por tanto, entre ambas asignaturas. Por esta razón el trabajo consistía en crear una marca y realizar sus aplicaciones.
• Unificar todo el esfuerzo de los alumnos en la realización de un único proyecto final en lugar de dos proyectos por separado. El nivel de exigencia puede ser mayor al centrar parte del tiempo de trabajo presencial y no presencial de las dos asignaturas en un objetivo común.
• Trabajar en equipo. Se realizaron equipos de 3 personas teniendo en cuenta la adaptación de algunos de los alumnos que no cursaban una de las dos asignaturas.
• Corregir en conjunto las dos asignaturas, pero tratar las calificaciones de tal manera que se puedan separar por asignaturas y por alumnos.

El proceso de trabajo fue el siguiente:

• Durante las 2 primeras semanas de clase se expuso en una clase conjunta el proyecto que tenían que preparar y se realizaron los grupos de 3 personas, teniendo en cuenta que algunos de los alumnos sólo realizaban la asignatura de Diseño Gráfico.
• El objetivo principal que les propusimos fue diseñar una logomarca para una empresa de transporte sostenible, teniendo en cuenta que podía tratarse de cualquier tipo de vehículo de personas o de mercancías. Para tratar de abrirles posibilidades, dijimos que pensaran en un tipo de transporte que no existiera actualmente pero que pudiera existir de aquí a 20-30 años y que tuvieran en cuenta el entorno en el que se iba a desarrollar y qué solucionaba específicamente (por ejemplo, evitar los atascos en horas punta en la ciudad de Madrid).
• Bajo esta premisa recopilaron información que pusieron en común en una primera tutoría y buscaron los conceptos clave para definir el producto/ servicio que expusieron en grupo.
• Posteriormente, hicieron una búsqueda del nombre idóneo para la empresa (naming), utilizando la técnica del brainstorming y dando un por qué a los nombres finalistas descartados y al elegido.
• Luego crearon la logomarca, realizando una investigación simbológica, tipográfica y, posteriormente, una investigación de logomarca (ubicación, tamaños...).
• Las aplicaciones que realizaron fueron una tarjeta de visita, la fachada del establecimiento, un uniforme y la logomarca animada.
• Por último prepararon un Manual de Marca teniendo en cuenta las soluciones gráficas que estaban dando a las aplicaciones.Para realizarlo, marcamos un calendario con objetivos puntuales que se resolvían mediante tutorías, exposiciones en clase, entregas puntuales y, finalmente, la entrega del proyecto final.

Laboratorio de Diseño en el Centro de las Artes de San Luis Potosí

Carlos Ramírez

Centro de las Artes, San Luis Potosí, México

Situado en el centro de México, el estado de San Luis Potosí, en su capital que lleva el mismo nombre, se encuentra el Centro de las Artes de San Luis Potosí Centenario, localizado en el edificio que desde 1890 hasta 1999 fue la Penitenciaria del Estado, considerado un monumento histórico, pues en él se dieron acontecimientos que marcaron el rumbo de la Revolución Mexicana. En el 2004 se inicia la restauración del edificio encomendado al ganador del concurso nacional que se lanzo para este fin, que estuvo a cargo del despacho Alejandro Sánchez García Arquitectos. Finalmente se inaugura en agosto del 2008 para funcionar como el centro de alto rendimiento artístico más grande del País.

Con el fin impulsar, fortalecer y fomentar la iniciación, actualización, profesionalización, especialización, investigación y difusión artística en el Estado, a través de un programa de formación educativo transdisciplinario, que vincule la producción artística y la actualización de modelos contemporáneos de formación, con alto impacto en los espacios culturales del Estado, así como articular redes y programas de cooperación académica y artística entre diferentes instituciones a nivel regional, nacional e internacional.

El Laboratorio de Diseño forma parte del Centro de las Artes, como un proyecto enfocado al desarrollo artístico dentro del campo profesional del diseño, y está dirigido a jóvenes en formación, egresados de instituciones universitarias y a creadores visuales en busca de iniciación y capacitación en estas líneas de trabajo.

Surgió de la necesidad de complementar la formación profesional en el campo del diseño en San Luis Potosí.

Considerando el diseño como medio de creación y de expresión, se han tomado en cuenta los dos grandes campos de esta disciplina –industrial y gráfico –, ambos relacionados de manera directa con la formación artística contemporánea dentro de las artes aplicadas, y con las actividades artísticas multidisciplinares.

El Laboratorio de Diseño es un espacio cuya finalidad es la promoción y actualización del diseño a través de una educación no formal por medio de cursos y talleres donde la base es la experimentación, lo que permite la realización de proyectos de manera libre, incursionando en otras disciplinas y en nuevos procesos, logrando un conocimiento enriquecedor el cual permite generar nuevas alternativas creativas.

La actualización es la base de nuestro proyecto, pues el diseño cambia constantemente y es necesario tener los conocimientos a la vanguardia; la actualización constante es fundamental para la práctica del diseño.

El enfoque de diseño participativo es fundamental para el desarrollo de las actividades y talleres, donde se busca la interacción y desempeño de la comunidad de estudiantes de diseño, así como la vinculación con distintos profesionales del campo, logrando desarrollar una práctica de diseño eficiente, resultando en procesos creativos más enriquecedores. El Laboratorio de Diseño se ha ido consolidando a través de su relación cada vez más estrecha con las universidades que ofrecen las carreras de diseño gráfico, industrial y de modas de la entidad, con sus programas de actualización en las áreas de desarrollo de proyectos en el campo de la ilustración, diseño de estampa, diseño de cartel, el diseño de joyería, diseño de calzado, diseño + artesanía y en los campo editoriales como son el diseño de letras, y la introducción al diseño editorial y en la fotografía que se divide en foto de moda y foto de producto.

Con estas universidades trabajamos en conjunto compartiendo maestros que vienen de visita a una u otra institución a través de conferencias y charlas informales dirigidas a estudiantes y egresados de las carreras a fines al Laboratorio y a las universidades. Por medio de estas charlas buscamos además de la actualización, la reflexión y la retroalimentación constante, pues es base fundamental cuestionarse lo que está sucediendo con el diseño actual, así como los propios proyectos y lo que se genera dentro de los talleres, si no hay reflexión, la práctica del diseño pierde sentido.

El proyecto camina a un ritmo constante y positivo muy aceptado por la comunidad estudiantil universitaria y de profesionales del diseño, que han encontrado en este, un espacio de libre expresión donde se practica un diseño actual y de vanguardia.

En el futuro inmediato esté proyecto busca crecer, buscando nuevos caminos y diálogos entre y el diseño y otras disciplinas, llevando el proyecto más allá de las frontera hacia la vinculación con universidades en el extranjero, así como brindar nuevas oportunidades y quehaceres donde el diseño puede formar parte, a través de la vinculación con empresas industriales y comunidades de artesanos dentro del estado, para el desarrollo de proyectos, creando nuevas redes entre el diseño, la industria y la artesanía, potencializando de esta manera la creación de una cultura de diseño.

Las formas de la moda

Nieves Torralba
José Martínez
Inmaculada Pascual
Ana Estudillo

Departamentos de Expresión y Representación y de Ciencias Aplicadas y Tecnología de la Escola d´Art i Superior de Disseny de València

Las Formas de la Moda, es un proyecto desarrollado dentro de la línea de investigación Moda Contemporánea. Los Modelos y el Contexto, línea de carácter multidisciplinar, que tiene como finalidad analizar las relaciones entre moda y otras disciplinas que comparten con ésta algunos referentes y que se retroalimentan. Igualmente procederemos a un acercamiento desde otras áreas (diseño básico de formas, composición, dibujo, materiales y tecnología) que propicie nuevas propuestas en base a esa mirada poliédrica que requiere el futuro diseñador/a de moda en la sociedad contemporánea actual.

El título del proyecto que en esta comunicación presentamos no es anecdótico. En moda, la silueta es lo que define en un primer momento la comunicación del producto. Saber que la silueta está profundamente ligada a la cultura de cada época o lugar nos permite analizar cambios formales y cómo éstos se relacionan directamente con cambios sociales. Andrea Saltzman habla de estos cambios en el tiempo y relaciona, a partir de la conformación morfológica y espacial de la silueta, aspectos tan dispares como la mentalidad, la sexualidad, el erotismo, la libertad, el movimiento o las relaciones de proximidad o distancia entre los cuerpos.[1]

Este protagonismo social de la moda ha sido bien visto y reflejado por diversos autores. Así, por ejemplo, pensadores tan reputados como Barthes o Lipovetsky han señalado ese papel protagonista de la moda y su potencial dinamizador, basado en esa condición efímera y su mutabilidad siempre influyente.

Dado que es innegable la estrecha vinculación entre un fenómeno como el de la moda y la sociedad, parece un ejercicio especialmente interesante –casi un juego metalingüístico- plantear a sucesivas generaciones de personas en formación que exploren, desde unos presupuestos claros y limitados, las posibilidades expresivas de formas geométricas básicas aplicadas al vestido.

A la hora de abordar una materia tan concreta como Diseño Básico (materia troncal en los Estudios Superiores de Diseño, impartida en primer curso de los mismos), para alumnos de la especialidad de Moda, nos vimos en la necesidad de reflexionar sobre qué es un análisis formal de un diseño de moda. Rápidamente entendimos que para el alumno de moda lo primordial es la forma total con la que se percibe su diseño, al mismo tiempo que saber ubicarlo en alguna de las tendencias predominantes en la actualidad: la tendencia étnica, la deportiva, la urbana…, tendencias estudiadas en su esencia, no atendiendo a lo que en moda se denomina tendencia para cada temporada; por tanto, la reflexión del alumno debía estar basada en conceptos mucho más globales y generales. Para acabar completando los contenidos de la asignatura, incluimos la composición como elemento constructivo: simetría, asimetría, composición en X y composición en L.

Este proyecto pedagógico-educativo tiene como finalidad acompañar al alumno en una de sus primeras inmersiones en el diseño de moda, potenciando su desarrollo curricular y facilitando la cozmprensión de esas complejas relaciones entre la(s) forma(s) –gráficas y volumétricas- y la(s) moda(s), tan cambiantes como múltiples.

Objetivos

1. Hacer reflexionar y diseñar a los grupos de 1º de Diseño de Moda en la asignatura de Diseño Básico, marcando las siguientes premisas: sobre un maniquí de madera de 30 cm. el alumno debía diseñar una forma tridimensional siendo capaz de unificar `Tendencia´ (étnica, urbana, deportiva, fiesta), `Elemento geométrico´ (círculo, cuadrado, triángulo, rombo) y `Composición´ (simétrica, asimétrica, en L, en X).

2. Investigar sobre el dibujo, la sintaxis de su lenguaje y la conceptualización de sus usos, y cómo se vincula a la silueta en moda.

El proceso, aunque laborioso, podemos calificarlo de muy gratificante. El alumno que cursa primero de nuestros estudios procede de alguno de los bachilleratos existentes. No tiene una formación específica de moda. La asignatura así planteada cumple muchos fines al mismo tiempo:

1. Es el primer contacto con el cuerpo, con pensar el cuerpo, en forma de maniquí articulado de madera. El cuerpo es la base de su diseño. Él diseña para el cuerpo.

2. Utiliza la materia prima de la moda, la superficie textil, entendida ésta como "un poderoso territorio de expresión, que califica y da identidad al diseño (…) el brillo, la transparencia, las superficies pilosas o aterciopeladas, el color pleno o el dibujo, entre otros, son variables expresivas con carácter de signo, y según las normas y costumbres de cada tiempo y lugar estos signos se combinan, se contrastan y recrean, reciclando el matiz de sus significados y las matrices estéticas de la cultura en que se producen.

En este sentido, es posible la utilización de cualquier material que le proporcione el camino para llegar a su fin: realizar el diseño del vestido (prenda o conjunto de prendas exteriores con las que se cubre el cuerpo). Los materiales a utilizar son muy variados: telas de diferentes texturas, colores y estampados, cuero, papel, alambre, algodón, gasa estéril y el proceso está abierto a la creatividad del alumno.

3. Tiene que aprender lo básico que rige el diseño de una forma y/o creación de una silueta. Para ello se les dirige hacia cinco elementos geométricos que simplifican y a la vez anclan el proceso de diseño: círculo, cuadrado, rectángulo, triángulo y rombo. Debemos recordar que "la silueta es la forma que surge al trazar el contorno de un cuerpo. En el campo de la indumentaria atañe a la conformación espacial de la vestimenta según el modo en que enmarca la anatomía, define sus límites y la califica. Generalmente se la representa a partir de las características de la forma y la línea envolvente, siendo la forma la figura límite del vestido y la línea el límite de dicha figura"

De igual modo han de tener en cuenta que existen muchos recursos constructivos disponibles a la hora de configurar esa silueta: plisados, fuelles, frunces, pliegues, dibujo, color, textura (liso, brillante, aterciopelado), adición de elementos (pespuntes, bordados, cintas, botones, cuentas). Son estos recursos constructivos los que van a calificar la superficie.

4. Manejan bibliografía especializada. Están en primero, pero se les muestran libros de moda generales: Moda desde el siglo XVIII al siglo XX, (Instituto de la Indumentaria de Kioto. Madrid, Taschen, 2004); Historia del vestido, (Patricia Rieff Anawalt. Barcelona, Blume, 2008); Una guía de la moda urbana (Steven Vogel, Barcelona, Gustavo Gili, 2007); Histoire idéale de la Mode Contemporaine (Olivier Saillard, París, Textuel, 2009); La ilustración de moda desde la perspectiva de los diseñadores (Laird Borrelli, Barcelona, Blume, 2008); Iconos de la Moda. El siglo XX (Barcelona, Electa, 2007).

5. Cuando han ideado y construido con moulage su diseño sobre el maniquí de madera, proceden a dibujarlo. El dibujo como fin del proceso pero también como punto de partida. Pueden inspirarse en ilustradores de moda que les gusten. Y con el dibujo acaban de perfilar los detalles de su diseño.

6. Aprenden a identificar tendencias básicas en la moda actual.
Esta experiencia se ha prolongado durante 5 cursos académicos, procediéndose a una selección, recopilación y documentación de más de un centenar de maniquís articulados vestidos con los diseños de más de 70 alumnos, así como de los dibujos de comunicación correspondientes.

Para dicha selección la línea de investigación ha invitado regularmente a un experto externo que garantice la calidad de los trabajos elegidos. En el año 2011 contamos con Maite Sebastiá, Redactora Jefe de Moda de la revista Telva, y en 2013 con José Manuel Springer, editor del portal de Arte Contemporáneo Réplica 21 y profesor de Teoría del Arte en la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado La Esmeralda, México DF.

Las Formas de la Moda generó una exposición en la sala Lucrecia Bori del Palau de la Música de Valencia. Se publicó el catálogo del mismo título (ISBN: 978-694-0048-7), diseño de Belén Payá, con la colaboración de la revista TendenciasVLC, la Diputación de Valencia y la imprenta CG. Fue seleccionado dentro de la categoría de Mejor Catálogo en los Premios ANUARIA, Premios de Diseño Gráfico Español 2011.

Barthes, R. *(2003). El sistema de la moda y otros escritos. Barcelona, Paidós.*
Borrelli, Laird. *(2008). La ilustración de moda desde la perspectiva de los diseñadores. Barcelona, Blume.*
Lipovetsky, Gilles. *(1990). El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona, Anagrama.*
Rieff Anawalt, Patricia. *(2008). Historia del vestido, Barcelona, Blume.*
Saltzman, Andrea. *(2004). El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. Buenos Aires, Paidós.*

Comunicaciones. Enseñanza y didáctica del diseño

Taller en Línea. Diseño y Cultura. Fortalecimiento de la capacidad de observación del entorno a partir del análisis reflexivo de la luz, forma y espacio

Gonzalo Aranda

Instituto y Universidad Santo Tomás, Chile

El Área de Diseño del Instituto y Universidad Santo Tomás desarrolla estrategias académicas a lo largo de nuestro país que le permiten potenciar su presencia nacional, lo que representa una posibilidad única de desarrollar un espacio de diseño donde la reflexión y la integración de nuestra disciplina con la sociedad y su cultura genere en nuestros estudiantes y docentes un pensamiento que trascienda su rol como futuros profesionales, reconociéndose, también, como agentes en la gestión del desarrollo.

La idea fundamental consiste en compartir las diversas etapas de un mismo ejercicio a través de Internet o intranet, cuestión que permite que todos los profesores y alumnos de las distintas sedes puedan ver y comentar, a través de sus etapas, el desarrollo que cada sede va realizando del ejercicio; esto trae consigo una multiplicación de los beneficios habituales de esta práctica en el taller tradicional, siendo explosivo el aumento de alternativas para la solución de un mismo problema y la diversificación de los comentarios, con fuerte impacto para los estudiantes y en consecuencia para el taller. Posteriormente viene el proceso de integración y el espacio de diálogo que se constituye, convirtiendo en una realidad tangible la unificación del pensamiento de nuestra escuela.

Acerca de la construcción de imágenes

La idea de construcción de imágenes se entiende desde la premisa de que la imagen es un objeto sensible y como tal todos sus componentes estructurales lo son; entonces se pueden determinar para la imagen tres materiales fundamentales: luz, forma y espacio.

La experiencia humana en el reconocimiento de las diversas manifestaciones de la realidad tiene un vasto desarrollo; muchos de sus aspectos son producto de una transmisión a nivel genético que toda especie posee, directamente vinculada a la sobrevivencia, que nos hace selectivos, regulando nuestras relaciones con la realidad, realidad entre comillas, pues deberíamos decir `nuestra realidad perceptual´. Esta regulación obviamente busca el reconocimiento de la diferencia entre lo favorable y lo desfavorable para la especie y su sobrevivencia, y así ocurre con la oscuridad, la tranquilidad, la inquietud, etc. Muchas de estas interpretaciones que damos a nuestra percepción de la realidad ya poseen una respuesta emocional y cada cultura, cada familia y finalmente cada individuo crea y desarrolla un complejo interpretativo, por lo cual nuestra interpretación de "la realidad" en gran medida está predeterminada por nuestra genética, nuestra cultura, nuestro entorno familiar y por nuestras propias e íntimas interpretaciones.

Es este tipo de imágenes las que interpreta y construye el Diseño, además de reproducir un aspecto específico y particular de la realidad. Se trata de un mecanismo propio de la naturaleza humana, inmediato y contingente que se despliega desde la realidad percibida,

validándose y constituyéndose en la imaginación, donde el imaginario efectúa sus procesos representativos para la emoción y sus reflejos sensibles con el cuerpo y/o para la abstracción del lenguaje y su pensamiento.

Acerca de la observación

Mediante el método de observación los alumnos analizan su entorno, reflexionan sobre los aspectos del individuo, su cultura y su propia percepción, una percepción viva y puesta en el movimiento.

De lo visible

Lo visible que las cosas poseen es lo que la observación captura, recupera, como poniendo entre paréntesis las complejas relaciones que las cosas, hechos y fenómenos sostienen en la realidad objetiva, pero ahora no en sí mismas sino captándolas desde lo visible que tienen; al decir esto figuramos al observador situado contingentemente y en esta contingencia se vincula a lo observado con una nueva relación, el ver, un ver que va atrapando, que va transmutando el mundo en imagen y es justo eso, en principio, esa transmutación, esa transustanciación de la que debemos estar conscientes.

La intención de que nuestros alumnos observen su entorno es para que reflexionen sobre estos aspectos del individuo y su cultura, pero también de su percepción, de una percepción viva y puesta en el movimiento del cuerpo, puesta en la contingencia de transmutar el mundo en conciencia.

Del ejercicio de la observación

La observación cuenta con una herramienta de registro y estudio que es el croquis. El croquis no es un dibujo, el croquis es un apunte que registra con la línea y sus achurados, de un modo inmediato, esa realidad que con mi sensibilidad alerta voy atrapando, voy desconectando hasta construir un fragmento de realidad visible, constituyéndola en un objeto que tiene tanto de mi manera de ver como de las complejas relaciones lumínicas, morfológicas y espaciales que hacen visible la realidad y que yo busco desentrañar para comprender los misterios de su lenguaje.

Esta observación alerta y reflexiva, que vincula el ojo, la mano, la realidad y el pensamiento, no puede sino desarrollar y fortalecer una inteligencia sensible. Importante es esta etapa en la observación, etapa que me lleva a la intención de separar mi conciencia de la realidad en dos sistemas representativos, uno la Percepción y otro el Lenguaje, recordando que la percepción es un sistema primario y original de nuestra naturaleza humana y por tanto fundamento del lenguaje, que no nombra sino lo que la percepción recoge y le representa: se debe entonces separar cuidadosamente el nombre de lo que nombra recuperando para la conciencia la originalidad del contacto sensible con el mundo para analizar y comprender los secretos que lo hacen estímulo, objeto, hecho, fenómeno y realidad ante mi conciencia y el lenguaje.

La constatación

El observador repara en la cosa, en el hecho, en el fenómeno, y lo nombra, constata aportando la identificación, una definición de límites a priori, cuestión que en el caso de una cosa no resulta ser un proceso complejo (un árbol, una silla). La percepción capta en una barrida las diferenciaciones -figura fondo, texto contexto- pero en el caso de otros "objetos" de mayor complejidad el proceso de la constatación muchas veces trae el nombre pero no recoge con claridad lo que nombra; evidentemente a la observación le interesa ir a la cosa (a lo de visible que la cosa posee) no al nombre, este sólo es una estación, una referencia que nos conecta con la idea de las cosas pero no con las cosas, entonces apoyado en esta referencia conectarse al objeto y ahí definir sus limites, su estructura y sus características.

Algunas posibilidades del taller en línea

- Ejercicios grupales: los alumnos componentes pertenecen a distintas sedes, lo que obligaría al grupo de profesores a colegiarse en línea y evaluar en el blog o Facebook.

- Ejercicios integrados: más de un taller (o taller y asignatura teórica) participa en un mismo ejercicio -taller central más computación, fotografía o audiovisual como también taller central más arte contemporáneo o antropología aplicada- lo que potenciaría la aplicación de los contenidos teóricos.

- Ejercicios lúdicos: cada sede se organiza en grupos transversales a cargo de los distintos profesores, los cuales enfrentan un proyecto de carácter lúdico en la modalidad en línea con las otras sedes, actividad que comprometería en el mismo ejercicio a la totalidad de los alumnos de la escuela nacional. Este tipo de actividad requeriría de una gran coordinación y compromiso así como también la suspensión de las clases durante esa semana, manera de lograr la fusión entre lo académico y lo festivo de la semana de la carrera.

- Ejercicios en línea ínteruniversitarios tanto a nivel nacional como internacional.

El Taller en Línea se desarrolla con una conciencia académica conectada y proyectada en gran parte del territorio nacional, observando, analizando, reflexionando y proyectándose instantáneamente en esos procesos, donde cada alumno se retroalimenta de sus pares, con independencia del lugar geográfico que habita, y cuyos ojos están puestos en múltiples aspectos de nuestra realidad nacional.

En la práctica del ejercicio, cada estudiante diseñó imágenes con las cuales expuso la esencia emocional (según su propio estudio u observación) del cotidiano según el tema abordado; con ello la plataforma digital registra etapa a etapa, lo que constituye un fragmento de un "emocionario" construido desde la particular mirada del diseño.

Las técnicas y tecnologías utilizadas para estas construcciones obedecieron al fundamento particular de cada estudiante, por lo cual estas construcciones son realizadas a través de técnicas manuales y artificios tecnológicos como la fotografía y diversos recursos digitales.

Experimentación e innovación con materiales y reproducciones

David Azpurgua

Dpto. de Producto, Escuela Superior de Diseño de la Rioja (ESDIR), España

Los procesos pueden constituir una fuente importante de recursos creativos en la elaboración de ideas, maquetas y prototipos. En este sentido, los materiales han trazado nuestro pasado, configuran nuestro presente y, de forma más concreta, esbozan nuestro futuro. En definitiva, abren el camino a nuevos productos y relaciones con el entorno natural y artificial.

A lo largo de la historia y especialmente en la actualidad, debido a la gran variedad de materiales existentes en el mercado, la selección adecuada del mismo ha sido y es una decisión fundamental en el proyecto, lo cual determina su posible éxito. En este proceso, la inquietud del diseñador puede radicar en conocer materiales innovadores recién incorporados al mercado, como los empleados en otros sectores productivos; sin embargo, también debe conectar estos conocimientos con las tecnologías más populares o contemporáneas, especialmente para conocer cuales pueden ser los beneficios y aportaciones que tales procesos incorporan a la creación de nuestro entorno artificial.

Tanto en el ámbito educativo como en el profesional, el propósito que precede a la creación y experimentación con un material es descubrir diferentes propiedades y crear múltiples aplicaciones, logrando una mayor eficacia en todo su ciclo de vida. A su vez, los procesos artesanales han evolucionado, introduciendo y adaptándose a los cambios tecnológicos y materiales de cada época, explorando además nuevos paradigmas. Dicha vitalidad y dinamismo resurgen en momentos de cambio social como un modo de producción y consumo personalizado, distinto del modelo dominante.

En esta ponencia deseamos exponer los resultados obtenidos en diferentes experiencias realizadas con látex revultex[1] y termowax, materias empleadas en el ámbito pedagógico que enriquecen el papel de los procesos artesanales de vaciado y su capacidad para innovar dentro de la tradición.

En el primer caso, el látex es un producto natural con una fuerte base de amoníaco, soluble al agua y con la posibilidad de aglutinarse con pigmentos y fibras. Su elasticidad es idónea para la elaboración de productos y moldes; estos últimos precisan de contramoldes para evitar deformaciones. Un ejemplo de sus posibilidades la apreciamos en la obra "Hambre de piel"[2] , una alfombra de dedos que ofrece la oportunidad de tocar y ser tocado, al caminar, tumbarse y relajarse sobre infinidad de apéndices. Superficie en la que olvidar momentáneamente las prisas, al generar un saludable encuentro con uno mismo. De forma paralela, este revestimiento desea presentar una piel universal, reflejo de la diversidad humana pero también del vínculo afectivo que las une.

[1] Para conocer más sobre dicho material, consúltese: Navarro Lizandra, J. (2002): Maquetas, modelos y moldes: materiales y técnicas para dar forma a las ideas, Castelló de la Plana, Universitat Jaume I.

[2] Véase en el catálogo: VV.AA. (2009): Parartistas: una aproximación a la creación parartística en la Rioja, Sala Amos Salvador, Logroño, Cultural Rioja.

En segundo lugar, el termowax está compuesto por una mezcla de cera y plástico, es ligero, translúcido, resistente y reutilizable. Su fácil desmoldeo lo hace ideal para trabajar con moldes de silicona y escayola; en ellos, las reproducciones sufren una ligera merma de volumen. Una aplicación de sus posibilidades técnicas la hallamos en la instalación "Habitar el vacío"[3], creada para el centro La Gota de Leche y compuesta por 300 manos realizadas una a una y dispuestas a lo largo de los casi 15 metros del hueco interior de la escalera.

Con ambos ejemplos deseamos aunar la cultura del proceso (propia de la artesanía: caracterizada por el trabajo manual, el oficio y la poética del material) y la cultura del proyecto (propia del diseño: caracterizado por el empleo de metodologías y estrategias más vinculadas al análisis y la comunicación). Los dos ámbitos sirven para presentar una forma transdisciplinar de entender la creación de formas y objetos, donde la creatividad puede provenir de ambos campos[4].

En esta dicotomía entre la experimentación y sabiduría técnica que nos aporta lo artesanal y la interpretación mental perteneciente a los procesos de gestión y autoevaluación del diseño, observamos que la artesanía mantiene un ritmo productivo más unido a las necesidades reales de cada momento que bien puede recordar las palabras de Vaneigem: "La obligación de producir aliena la pasión de crear."[5] Una tensión entre calidad y cantidad que repercute en la experiencia de productores y usuarios pero que además nos desvela el potencial oculto en los materiales, no sólo por constituir la base del ciclo de vida de los productos sino también por la creatividad que anida en ellos. De hecho, "no soñamos profundamente con objetos. Para soñar profundamente, hay que soñar con materias", pues "las formas se acaban, las materias nunca. La materia es el esquema de los sueños indefinidos."[7]

[3] Para más información mírese: http://habitarelvacio.tumblr.com

[4] Si se desea profundizar en esta fusión y equilibrio dinámico entre arte, artesanía y diseño, se recomienda consultar los siguientes catálogos: VV.AA. (2011): Diseñando con las manos: proyecto y proceso en la artesanía del S.XXI, Madrid, Fundesarte; y Hudson, J. (2011): Process: 50 product design from concept to manufacture, UK, Laurence King.

[5] VANEIGEM, Raoul (1977): Tratado del saber vivir para uso de las jóvenes generaciones, Barcelona, Anagrama, p. 51.

[6] BACHELARD, Gaston (1978): El agua y los sueños: Ensayo sobre la imaginación de la materia, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 41 y 174.

Diseño estratégico: una nueva mirada del diseño en la educación superior

Marisela Avalos

Departamento de Diseño Estratégico, Instituto Especializado de Educación Superior, Escuela de Comunicación Mónica Herrera, El Salvador

El diseño surge de la búsqueda de soluciones a las necesidades del ser humano. Sin embargo, la disciplina del diseño ha sido subestimada pues su valoración se ha limitado a la creación de objetos y comunicación que sean funcionales y estéticamente agradables. Esta visión ha ido evolucionando en la medida en que significativas propuestas de diseño se han ido permeando en las actividades cotidianas de las sociedades. Hoy en día el diseño va más allá de la producción de objetos tangibles, su impacto se ha hecho sentir en una amplia variedad de experiencias, servicios, procesos, estrategias, modificando contextos de forma positiva. Creemos que esta nueva mirada del diseño podría beneficiar el contexto de El Salvador, que necesita de profesionales que respondan eficazmente a la demanda de soluciones para sus numerosas problemáticas.

Con esta visión en mente, la Escuela de Comunicación Mónica Herrera crea la propuesta de la carrera de Diseño Estratégico formulada con base a competencias, enfoque que refuerza la dimensión reflexiva y crítica del aprendizaje significativo, con el objetivo de formar diseñadores que contribuyan a la resolución de problemas complejos del entorno local, fusionando conocimientos de diseño, ciencias sociales y negocios para generar soluciones sostenibles, centradas en el usuario. Al mismo tiempo, se busca promover la importancia del diseño en la toma de decisiones estratégicas de las organizaciones, involucrando al diseñador a lo largo de todo el proceso.

Posteriormente a una investigación profunda de propuestas de diseño internacionales, mesas consultivas con profesionales del diseño local, estudiantes de diseño y profesionales de diversas disciplinas, se procedió a la creación de un prototipo de malla curricular utilizando la metodología del Design Thinking (Brown 2009), proceso centrado en el perfil del usuario para generar soluciones sostenibles a sus necesidades. La malla curricular fue validada con profesionales de diseño y otras disciplinas para su posterior implementación.

Nuevas desafíos, nuevas competencias.

Ante problemáticas cada vez más complejas y ante los nuevos retos que enfrentan las sociedades, es imperativo contribuir con la producción de nuevos perfiles de estudiantes que sean capaces de enfrentar estos retos con competencias que les permitan resolverlos.

Según el Proyecto Oivallus, estudio realizado en 2008-2011 por la Confederación de Industrias Finlandesas, las competencias que se requerirán para el 2020 en el ámbito laboral son: habilidades para hacer redes, habilidades genéricas, competencias en negocios, competencias tecnológicas, competencias medio ambientales y sociales y pensamiento de diseño.

No es suficiente formar al estudiante en contenidos estrictamente del área de diseño, es importante que los estudiantes entren en contacto con su entorno, que estén conscientes de las realidades que enfrentan las sociedades y sean capaces de poder analizar, desde una perspectiva más amplia, soluciones sostenibles que respondan efectivamente a las necesidades detectadas.

Es por esto que las asignaturas de la carrera de Diseño Estratégico fueron concebidas a partir de cinco líneas de formación: Pensamiento de Diseño, Herramientas de Diseño, Ciencias Sociales, Negocios y Proyectos de Diseño Estratégico, sistematizando la formación en torno a ejes centrales y secuenciando clara y lógicamente el desarrollo del aprendizaje.

La metodología de enseñanza-aprendizaje de nuestra Institución fundada por Mónica Herrera, periodista chilena, se basa en `unir la educación a la vida', integrando como elemento fundamental la experiencia, logrando en el estudiante un aprendizaje desde su individualidad. Nuestra esencia está centrada en el alumno como eje central y protagonista del proceso y en el hacer como búsqueda de experiencias que se transformen en estructuras de conocimiento.

Estas experiencias buscan el desarrollo de competencias tanto genéricas como específicas, enfatizando en el desarrollo de competencias cognitivas, procedimentales y actitudinales. Utilizamos diversas metodologías en la resolución de problemas, como los casos con clientes reales, Juegos Pedagógicos, proyectos de cátedra y ex aula, para que el estudiante vincule los conocimientos adquiridos en las diversas asignaturas de la currícula y aplique la teoría a la práctica.

A partir de las experiencias de enseñanza-aprendizaje se forma a un diseñador profesional comprometido, consciente de la realidad de su entorno, capaz de producir soluciones de diseño tangibles e intangibles, crítico, dispuesto a aprender y enseñar, ético y altamente creativo; capaz, asimismo, de integrarse en equipos multidisciplinarios para investigar, analizar, cuestionar y resolver problemáticas a partir de un profundo conocimiento de las características y necesidades del cliente/usuario en contextos sociales y comerciales.

¿Cómo lo hacemos? Casos de éxito.

A partir de una diversidad de Casos, Proyectos de Cátedra y Proyectos de Graduación, los estudiantes desarrollan soluciones de acuerdo a los retos que se les plantean. Como institución presentamos para la Muestra de Estudiantes del Quinto Encuentro BID de Centros Iberoamericanos de Enseñanza de Diseño proyectos que reflejan el proceso de diseño involucrado en el desarrollo de soluciones centradas en el usuario, desarrolladas por los estudiantes durante un periodo específico:

Proyecto de la cátedra de Estudio Independiente: "Diseño de mapa turístico ilustrado para Playa El Tunco, El Salvador". Duración: 5 meses.

El proyecto de la cátedra de Estudio Independiente impartido por la docente Ana Urquilla a los estudiantes de quinto año de la carrera de Diseño Estratégico, tiene como objetivo que el alumno trate un tema de su interés personal y lo transforme en una solución acorde a las necesidades de un grupo objetivo seleccionado, involucrando una metodología de diseño para el desarrollo del mismo.

El proyecto Diseño de mapa turístico ilustrado para Playa El Tunco de El Salvador, realizado por Rachel Katstaller, es un ejemplo de este tipo de proyectos. La alumna se basó en la necesidad de tener una herramienta que compilara información turística para turistas locales y extranjeros que visitan la playa El Tunco pero que carecen de información concreta y útil a la hora de visitarla o previo a su visita.

Partiendo de la metodología del Design Thinking (Brown 2009), la alumna realizó una investigación profunda y rigurosa de los intereses de los visitantes del sitio para luego establecer qué acciones realizar basadas en las necesidades detectadas. Los hallazgos

principales fueron analizados y en la etapa de ideación se planteó la creación de un mapa turístico ilustrado que incluyera los sitios de interés mayormente visitados y recomendaciones de actividades a realizar tanto de día como de noche. Se desarrollaron varios prototipos tomando en cuenta el diseño de información y el carácter ilustrativo que debía tener, dando como resultado una pieza informativa atractiva, práctica, fácil de asimilar y que comunica al usuario lo que necesita saber.

Proyecto de graduación: Multimedia Médica para el proceso de Radio Cirugía Cerebral. Centro Internacional del Cáncer. Duración: 10 meses

Es requisito de la Institución que cada estudiante desarrolle al final de su carrera un proyecto de graduación que involucra el poner en juego lo aprendido durante la carrera en un proyecto real. Salvador Guzmán, ex alumno 2012, desarrolló para su proyecto de graduación una Multimedia Médica para el proceso de Radio Cirugía Cerebral para el Centro Internacional del Cáncer. El proyecto fue asesorado en la parte técnica por el Doctor Neurocirujano Eduardo Lovo, del Centro Internacional del Cáncer de El Salvador, y por la docente Ana Urquilla en la parte académica.

De igual manera, el proyecto busca dar una solución a una necesidad específica: en este caso, brindar al Doctor Lovo una herramienta de comunicación para mejorar la experiencia y la relación médico-paciente al explicar el proceso de radiocirugía cerebral. Utilizando la metodología del Design Thinking (Brown 2009) el estudiante realizó una investigación de las necesidades tanto del médico como de sus pacientes para establecer los componentes que debería tener la herramienta. De igual forma, el estudiante investigó y analizó casos referentes de multimedia médica para poder tomar en cuenta aspectos técnicos y de contenido al realizar el prototipo. Con la orientación del asesor técnico, se estableció el contenido y se desarrolló un guión que serviría para crear la multimedia médica, el mismo que fue validado por pacientes y un jurado evaluador. El prototipo de la multimedia médica fue el resultado de orientar las necesidades de los pacientes y del neurocirujano hacia un diseño que respondiera eficazmente a mejorar la experiencia y la comunicación entre ambos.

Cada vez es más preponderante que la formación del diseñador sea integral y que involucre diversidad de áreas de conocimiento para abordar problemáticas complejas con soluciones innovadoras que impacten positivamente en la sociedad. Para ello las metodologías de enseñanza deben acoplarse al salón de clase, a la experiencia y al juego de roles, de modo que los estudiantes sean partícipes de su propio aprendizaje significativo y se conviertan en líderes emprendedores de nuevas maneras de enfrentar y trasformar su entorno.

La adaptabilidad como base de la innovación en el proceso de enseñanza-aprendizaje del diseño gráfico

Cristina Marmolejo

Dirección de Escuela de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas (PUCESE)

Introducción

Las instituciones de educación superior (IES) evolucionan constantemente para satisfacer la necesidad de conocimiento de una sociedad cada vez más exigente, debido al constante "bombardeo" de información cada vez más veloz y compleja que requiere ser asimilada de tal forma que contribuya al desarrollo del individuo, que paradójicamente se desenvuelve en un mundo globalizado.

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, localizada en Quito, se estructura de manera regional a través del Sistema Nacional de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, SINAPUCE, como una red de sedes ubicadas en las ciudades de Esmeraldas (PUCESE), Santo Domingo (PUCESD), Ambato (PUCESA), Ibarra (PUCESI) y Manabí.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se estructura de tal manera que propende a la excelencia en la preparación de la persona, partiendo de estructuras de formación bien definidas que constituyen las bases sólidas de los primeros niveles, para posteriormente alcanzar el perfil profesional ofertado a nivel superior. La PUCE tiene como modelo educativo al paradigma pedagógico ignaciano, que según el diccionario de espiritualidad ignaciana se describe como `modo nuestro de proceder´ en educación.

El proceso de acreditación de carreras, implementado por el gobierno ecuatoriano vigente, es una forma de valorar la calidad de la Educación Superior; no obstante, es necesario que cada Institución Educativa, además de aplicar los estándares establecidos para llegar a la calidad en la educación superior, debe aportar estrategias afines a su realidad y contexto.

Las estrategias pedagógicas deben ir orientadas hacia las particularidades de cada disciplina para cumplir con el propósito de excelencia académica. En el caso específico de la carrera de Diseño Gráfico, el estudiante debe tener la capacidad de generar soluciones comunicacionales a través de imágenes o composiciones simbólicas que logren comunicar conceptos, promover ideas, llevar a la reflexión y persuadir al receptor para tomar acción sobre un producto/servicio. Las Universidades deben proveer de la infraestructura, mecanismos e instrumentos para el cumplimiento de dicho propósito. Sin embargo, la realidad de cada institución educativa es distinta.

Esta ponencia propone a la adaptabilidad desde la definición más esencial como base para la innovación en el proceso de enseñanza-aprendizaje del Diseño Gráfico, a partir de la perspectiva de la Escuela de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas (PUCESE).

Generalidades conceptuales

La definición más elemental sobre adaptabilidad expresa que es la capacidad de acomodarse a un nuevo medio o situación. Desde el punto de vista educativo, se entendería entonces a la adaptabilidad como la capacidad de desarrollar programas curriculares dinamizados por los requerimientos de un entorno en constante evolución y se basa en las competencias para garantizar los logros de aprendizaje.

Si se profundiza en la esencia de la educación dada por el conocimiento, es imprescindible mencionar la teoría del desarrollo cognitivo de Piaget[1] que describe a la adaptación como la tendencia innata de todos los seres humanos a adaptarnos al entorno. Esta tendencia se produce a través de dos procesos, asimilación y acomodación, que se complementan entre sí.

[1] Jean Piaget (1896-1980), de nacionalidad suiza, es uno de las figuras más notables de la psicología evolutiva (teoría cognitiva y de la epistemología del siglo XX).

Por otro lado, el término innovación se refiere a cambiar algo introduciendo el atributo de lo novedoso. Traducido al ámbito educativo, la innovación se expresa en dos dimensiones: como estrategia didáctica y como competencia. En la primera dimensión se refiere a todo mecanismo que lleve a la generación y asimilación del conocimiento; consecuentemente el estudiante ganará la habilidad de concebir soluciones innovadoras.

Entonces, por asociación se pretende afirmar que, al plantear la problemática, si el ente se adapta al contexto, la solución propuesta será una idea nueva o la renovación de la ya existente. Desde otra óptica, cuando se conoce la realidad del entorno y los instrumentos para desarrollar una posible solución, el factor clave es la adaptación para propender al resultado innovador.

Todos quienes hacen parte del proceso educativo son vitales para el efectivo desempeño de la actividad académica. En este sentido, el docente juega un papel fundamental por ser el agente que imparte conocimiento. Tanto es así que la UNESCO, en la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI, Visión y Acción, enumera varias acciones encaminadas al papel que debe cumplir el docente innovador:

- Anticipar la pertinencia de los aprendizajes.
- Gestionar y facilitar los aprendizajes.
- Evaluar competencias.
- Crear ambientes para el aprendizaje.
- Diseñar nuevos ambientes para el aprendizaje.
- Formar parte de grupos inter y multidisciplinarios.
- Generar nuevos conocimientos.
- Participar en el diseño curricular, en la definición de competencias, en la operación del currículum y ser corresponsable de su evaluación.
- Desarrollar habilidades para el diseño y producción de recursos para el aprendizaje autogestivo y colaborativo.

Experiencia aplicativa de la adaptabilidad en la PUCESE

Dejando de lado la teoría se da inicio a explicar casos puntuales de Adaptabilidad aplicados en la Escuela de Diseño Gráfico de la PUCESE.

Primera Fase: Preparación del syllabus

Todo proceso bien estructurado debe tener una planeación. El syllabus es el plan de clase del docente, donde se configuran los contenidos, objetivos, resultados del aprendizaje, estrategias didácticas, metodologías, recursos, evaluación y bibliografía específica de la materia.
En este fase, la adaptabilidad consiste en que el docente, a pesar de que debe seguir un formato, tiene la posibilidad de crear sus propias estrategias, analizando en primera instancia la realidad desde la perspectiva actitudinal del estudiante (entorno cultural) hasta

la infraestructura, herramientas y demás componentes de los que se valdrá para llevar a cabo el trabajo de clase. Como resultado de la adaptabilidad en esta etapa se obtienen tácticas pedagógicas "fuera de la caja", es decir, propuestas que rompen esquemas propios de la clase convencional, que a la larga no es otra cosa más que la Innovación.

Segunda Fase: El trabajo de clase

Una forma práctica de presentar esta fase es a través de la experiencia de clase. Por ejemplo, en el Taller de diseño I el docente requiere capacitar al grupo de estudiantes sobre las técnicas básicas de ilustración tridimensional por medio de la aplicación de luces y sombras. La convencionalidad propone en primer lugar al laboratorio de dibujo como el espacio de trabajo.

La clase se estructura en dos secciones; la primera consiste en la clase magistral, donde el docente instruye sobre lo que requieren hacer para dar la sensación de volumen en un objeto. Es en la fase final cuando se inicia un debate. Esta actividad está apoyada por material bibliográfico. Generalmente los estudiantes realizan una lectura superficial ya que en la mayoría de los casos les parece poco interesante, especialmente cuando de información técnica se trata.

La realidad de la PUCESE, en cuanto a la infraestructura, no es muy alentadora pues el laboratorio de dibujo posee un espacio de trabajo limitado y la iluminación no es muy conveniente por lo que el docente debe adaptarse a estas condiciones. Para ello se solicita a cada estudiante llevar linternas y plastilina además de lápiz y papel. El docente da instrucciones a los estudiantes para crear objetos volumétricos básicos con la plastilina (esfera, cubo, cono) y luego procede a iluminar los objetos para conocer la acción de la fuente de luz (la linterna) sobre un objeto (la plastilina modelada). Posteriormente plantea varios interrogantes que el estudiante debe responder:

- ¿Cómo se representa el volumen en un objeto cuya fuente de luz está ubicada de manera perpendicular y relativamente cerca(o lejos) del objeto?
- ¿Cómo se representa el volumen cuando la fuente de luz está ubicada de manera angular?
- ¿Cómo se generan las áreas de luz y las de sombra sobre el objeto?
- ¿Qué ocurre con la sobra proyectada en la superficie?

La clase se desarrolla de manera experimental, de modo que cada estudiante asimila información en base a su propia experiencia.

El siguiente paso consiste en crear un informe con la representación gráfica de cada "descubrimiento", para finalmente reforzar lo aprendido con las conclusiones del grupo, las afirmaciones del docente y el material bibliográfico.

Tercera Fase: Evaluación Cooperativa

Debido a la naturaleza interdisciplinaria de algunas materias, el trabajo cooperativo es una estrategia común al momento de desarrollar proyectos de investigación. Es habitual realizar exposiciones ante un panel compuesto por varios docentes. Dependiendo de la naturaleza de la propuesta, el panel de evaluadores (al estilo reality show) suele estar conformado por docentes de la Escuela de Diseño Gráfico, docentes de otras carreras (por ejemplo de Administración de Empresas, Ciencias de la Educación, etc.), estudiantes de diseño de niveles superiores o de otras especialidades. El propósito es que el panel colabore en el proceso de evaluación. Obviamente el docente a cargo de la materia es quien tiene mayor peso al momento de asignar el puntaje, pero la evaluación del panel influye en gran medida. Este estilo de evaluación suele ser algo fuerte para los estudiantes ya que se sienten bajo mucha presión, pero la adaptabilidad genera en ellos habilidades para cumplir con los requerimientos de panel. Es importante aclarar que esta modalidad no es aplicable a todas las materias; sin embargo constituye una estrategia innovadora que aporta enormemente a las competencias del estudiante.

Adaptabilidad en el campo ocupacional

Una de las particularidades de la Escuela de Diseño Gráfico de la PUCESE es el trabajo colaborativo con distintas instancias internas y externas a la institución. En este punto es donde se aplica la adaptabilidad en su máxima expresión debido al reciente "descubrimiento" de la importancia de la imagen y los productos gráficos para cualquier actividad. Uno de los pilares fundamentales de trabajo de la EDG es dar solución a cualquier problemática a través de la comunicación visual con la producción de investigaciones o el desarrollo de productos gráficos. Dichas soluciones están enmarcadas en las 4 líneas de investigación principales con sus respectivas temáticas, como se presenta en la siguiente tabla:

Líneas de investigación	Temas principales
Comunicación visual	a) Representación gráfica de conceptos y su efectividad en el proceso de comunicación b) Estudios de color y su influencia en la comunicación visual c) Psicología de las formas y su aporte en la percepción visual d) Estudio de las formas y colores en las manifestaciones étnico culturales de los pueblos
Producción gráfica	a) Métodos de trabajo para la producción de soluciones gráficas tangibles b) Métodos de trabajo para la producción de soluciones gráficas virtuales c) Nuevas propuestas de soluciones gráficas orientadas a las TICS d) La innovación en la producción gráfica adaptada a la realidad del medio
Ecodiseño	a) Producción de papel reciclado b) Soluciones gráficas virtuales como alternativa ecológica c) Estudios para la reducción de desperdicios en la producción gráfica d) Estudios para la creación de pigmentos a base de productos naturales

La realidad local de la provincia de Esmeraldas implica la carencia de producción industrial o comercial. Por otro lado, el área turística en sus diversas clasificaciones da lugar a necesidades de comunicación visual con características muy puntuales, relacionadas con la riqueza cultural de la región. En el desarrollo mismo de la actividad universitaria se generan actividades que requieren una solución aportada por los diseñadores gráficos.

Conclusión

- En la naturaleza todo aquello que no evoluciona tiende a desaparecer; lo mismo ocurre en la educación superior: los paradigmas pedagógicos carecen de validez si no se adaptan a los nuevos requerimientos de la sociedad moderna.
- Es fundamental entender que la adaptabilidad es innata en todos los seres humanos por la tendencia natural de adaptación al entorno y, para que se cumpla, debe pasar por dos procesos complementarios entre sí: la asimilación y la acomodación.
- La innovación, desde la perspectiva educativa, se expresa en dos dimensiones: como estrategia didáctica y como competencia. En la primera dimensión se refiere a todo mecanismo que lleve a la generación y asimilación del conocimiento; consecuentemente, el estudiante ganará la habilidad de concebir soluciones innovadoras.
- Cuando se conoce la realidad del entorno y los instrumentos para desarrollar una posible solución, la adaptabilidad constituye el factor clave para propender a la creación de soluciones innovadoras.

Diseño de moda multidisciplinar: nuevo enfoque educativo

Silviana García

CEAM, Centro de Altos Estudios de la Moda

El mundo de la moda está en constante cambio. La comunicación evoluciona a corolario de las nuevas tecnologías. Un diseñador es un comunicador, capaz de adaptarse a las nuevas tendencias globales comunicativas y tecnológicas. Para ello, la formación integral en diseño de modas conjuga y combina diferentes áreas de especialización y acción directa, que no solo se enfocan en la industria productiva textil sino también en los medios masivos de comunicación y las asesorías personalizadas.

Un diseñador de modas es ahora un profesional multidisciplinar que ejerce un rol comunicativo protagónico en la sociedad y logra ejecutar sus conocimientos en diferentes campos de acción directa.

Dichos campos sugieren, a su vez, una respuesta positiva, interesada y proactiva de una sociedad posmoderna, caracterizada por el hedonismo y la era del "yo", donde y tal como su nombre indica, el individuo es el principal protagonista y necesitará herramientas para satisfacer sus cada vez más altos estándares de belleza.

Para ello, los diseñadores de moda se convierten en asesores personales de moda, ejecutivos, protocolares, personal shoppers, colorimetristas, bloggers y un sin número de derivaciones de la moda, que tienen como principal objetivo potenciar la imagen del individuo para su desarrollo personal, profesional y social, así como también comunicar la moda y tendencias a través de las redes sociales.

La escena del diseño mundial imparte nuevas tendencias de diferenciación, las cuales implican un alto grado de desarrollo conceptual, tecnológico, productivo, estético y empresarial. Existe la inmediata necesidad de contemplar todas estas áreas en la formación académica de un diseñador de modas, otorgándole las herramientas técnicas necesarias para el desarrollo profesional y haciendo foco en la profesionalización de la comunicación de moda, es decir, en el desarrollo conceptual y proyectual de las ideas.

Se deben, por tanto, establecer competencias, metodologías didácticas, actividades y aplicaciones concretas para que la formación pueda llevarse a cabo bajo estos parámetros, garantizando el aprendizaje y la futura aplicación profesional de los diseñadores.

Estamos ante una nueva era de la moda, la cual exige profesionalizar ideas, conceptos y tendencias, exigiendo a los líderes académicos, encargados de la generación de contenido, atender a las necesidades sociales y culturales de una sociedad cada vez más exigente, pendiente de la estética, garantizando así la formación académica de los nuevos líderes de la moda.

Processos experimentais e linguagem em design visual

Clice de Toledo Sanjar Mazzilli

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, Brasil

Esta comunicação expõe os fundamentos, processos e resultados da disciplina de mesmo título, ministrada no Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, na área de concentração "Design e Arquitetura". A disciplina tem como objetivo desenvolver estudos teóricos e práticos no campo do Design Visual – gráfico ou ambiental – com ênfase nos procedimentos experimentais que promovam a articulação entre linguagens e dos vários elementos do design. O projeto é abordado como processo e construção de linguagem, tendo em vista o contexto contemporâneo do Design, suas novas materialidades e meios de representação que, associados aos meios tradicionais, produzem uma rede híbrida e complexa de mensagens.

Introdução

O conteúdo apresentado diz respeito à versão da disciplina ministrada no 1º semestre de 2013, com 135 horas (aula + trabalho), em aulas semanais. A turma foi composta por 22 alunos de diversas áreas – cenografia, design gráfico, design ambiental, moda e música – sendo 15 de mestrado, 1 de doutorado e 6 especiais. O curso foi organizado da seguinte forma: aulas expositivas e palestras de especialistas; elaboração de mapas cognitivos das pesquisas pessoais dos alunos; seminários abordando o conceito "experimental" a partir de estudos de caso e da exposição dos portfólios pessoais; desenvolvimento de trabalhos em grupo à luz dos conceitos e dos processos de criação investigados.

Fundamentos

As aulas expositivas e palestras de especialistas destinaram-se à apresentação dos fundamentos teóricos e metodológicos da disciplina, buscando introduzir e sensibilizar os alunos às questões contemporâneas do Design. Especulou-se que o estudo de conceitos tais como mapa, complexidade, jogo, colaboratividade, interdisciplinaridade possibilitaria o entendimento das dinâmicas dos processos contemporâneos de projeto. Ao mesmo tempo, buscou-se compreender as várias linguagens constituintes do Design Visual (visual, verbal, sonora) e suas relações, sendo este um campo profícuo para a pesquisa contemporânea em projeto visual, permeando os saberes da arte, do design e da arquitetura. Para discutir as questões do pensamento complexo, jogo e mapas cognitivos alguns autores utilizados foram: Edgar Morin, Gilles Deleuze, Johan Huizinga e Antonio Damasio; e para o pensamento da linguagem e dos processos de criação, Lúcia Santaella, Júlio Plaza, Monica Tavares, Villen Flusser e Cecília Salles.

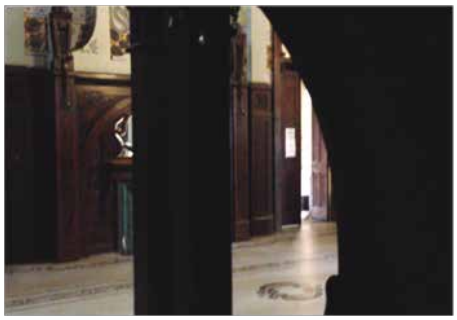
Processos e resultados

Mapas cognitivos, estudos de caso e portfólios pessoais
Com o intuito de conhecer os alunos e suas áreas de atuação, foi solicitado que desenvolvessem "mapas" de suas pesquisas, assim como a apresentassem casos de projetos experimentais nos diversos campos do design, tanto de profissionais de referência como de seus próprios projetos.

Projetos em grupo

Após essa etapa, organizaram-se grupos por afinidades temáticas e, quando possível, por diferentes "especialidades", de modo a formar equipes multidisciplinares que possibilitassem o trabalho colaborativo e interdisciplinar.

Para o desenvolvimento do projeto experimental, o tema "Cidade" foi definido coletivamente, assim como os cinco sub-temas: 1. Ambientes híbridos; 2. Organismo e interação; 3. Linguagem visual: sintaxe e abstração; 4. Design emocional; 5. Experimental x Tradicional.



Ambientes híbridos: Histórias corrompidas (dispositivos eletrônicos - intervenção sonora / memória)

Design emocional: Cidades absurdas (jogo de intervenções gráficas – escravos de Jó)

Considerações finais

Ao final os grupos desenvolveram projetos com propostas inovadoras, capazes de articular imagens, texturas, sons, seja num conjunto integrado de animações digitais, ou em intervenções espaciais sonoras que resgatavam a imagem e memória do lugar. Em outros casos, exploraram o jogo como processo de design, incorporando erros e acertos às soluções, ou transformando o próprio jogo em livro-imagem, com recursos narrativos e questionamentos entre novas tecnologias e processos artesanais.

Damasio, A. (1999) O mistério da consciência. São Paulo: Companhia da Letras.
Deleuze, G. e Guatari, F. (2000). Mil Platôs. Capitalismo e Esquizofrenia. Rio de Janeiro: Editora 34.
Flusser, V. (2007). Mundo Codificado. Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify.
Huizinga, J. (2001) Homo ludens: O jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva.
Morin, E. (2007). Introdução ao Pensamento Complexo. Porto Alegre: Sulina.
Plaza, J.; Tavares, M. (1998). Processos criativos com os meios eletrônicos: poéticas digitais. São Paulo: Editora Hucitec.
Salles, C. (2007). Gesto inacabado. Processo de criação artística. São Paulo: Anna Blume.
Santaella, L. (2007). Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus.

Didáctica para Diseño en la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque

Carmen Vargas

Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación, Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia

Con la intención de comprometerse con nuevas estrategias de enseñanza que garanticen mejores resultados de aprendizaje, se están perfilando modelos de Construcción del Conocimiento que orientan el desarrollo de un entorno más apropiado para aprender, enseñar, investigar, servir y trabajar desde el oficio del Diseño.

Para ese propósito, la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación de la Universidad El Bosque direcciona sus objetivos de enseñanza-aprendizaje hacia la construcción de espacios de indagación académica diferentes a los hasta ahora utilizados.

Por lo anterior, se presenta la propuesta para la evaluación docente del Ciclo Básico de formación en el programa Diseño Industrial en la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación y la estructuración de sistemas de trabajo formulados desde el macro currículo que tengan impacto en el aula específicamente en la relación estudiante-profesor-saber-entorno (relación didáctica), bajo la metodología constructivista. El propósito es favorecer la estructuración del conocimiento a partir de la caracterización de competencias, la ejecución de operaciones mentales y la formulación de problemas para ser resueltos por medio de dinámicas de diseño colaborativo haciendo conciencia de la importancia de los modelos de aprendizaje como el objetivo fundamental de los procesos iniciales de formación y centrándose en la relación entre profesor y estudiante.

Por el carácter del trabajo es fundamental reconocer el contexto de enseñanza- aprendizaje en el que se enmarca la relación didáctica y las dinámicas que se presentan entre los diferentes actores del mismo considerando las dimensiones del aprendizaje que ambientan los elementos de enseñanza y que contemplan aspectos del pensar, del sentir y del actuar definidos en el marco de unos objetivos de aprendizaje que soportan los procesos de enseñanza y forman una estructura mental que verdaderamente apropia el conocimiento. Así, cuenta con herramientas del reconocimiento del entorno, construcción de lenguaje y contextualización de sus futuras acciones en el proceso, con lo cual se posibilitan espacios para la resolución de problemas de diseño a través de secuencias didácticas con criterios y estándares que permitan el desarrollo de destrezas y habilidades en la aplicación del conocimiento en el corto plazo, llevando aspectos de la teoría a la práctica.

Lo que se pretende es generar espacios que despierten el interés en el estudiante por alargar la experiencia de aprendizaje que en primera instancia se propone en el espacio de clase pero que en adelante se convierte en una continua reedición de lo aprendido para enfrentar diferentes situaciones que le sean similares en contexto, factores, requerimientos o estrategias y favorezcan la costumbre de aprender a aprender, descubriendo por él mismo la diferencia entre el punto en el que está y lo que debe hacer para llegar a donde quiere.

El contexto de desempeño docente que se explica anteriormente posibilita la búsqueda, el desarrollo y la implementación de esquemas educativos que combinen el uso de estrategias no tradicionales, como la formación técnica para el trabajo, y metodologías soportadas en el desarrollo de habilidades conceptuales e instrumentales necesarias para cumplir con la formación básica en diseño; además, las metodologías garantizan entornos de aprendizaje duraderos, impactantes y significativos, en pro del desarrollo de la capacidad creativa para los diseñadores que estamos formando.

Para enfilar las actividades en esa dirección, se han explorado el por qué y el cómo se establecen las relaciones entre el profesor y el estudiante con el objetivo de apoyar el aprendizaje del individuo, buscando en cada uno hacer conciencia de sí mismo y de su papel como actor de una sociedad productiva, es decir, un proceso de enseñanza-aprendizaje que forme competencia de manera integral.

Ya que los procesos de formación en el ámbito de aplicación práctica deben darse como una cadena de situaciones efectivas y con resultados inmediatos que evidencien el nivel de conocimiento y las habilidades que logra ejecutar un estudiante, se plantean posibilidades de exploración académica para el diseño de entornos de aprendizaje coherentes con otras formas de aprender y enseñar a pensar en el diseño, generando estrategias e instrumentos didácticos para guiar la formación de los futuros profesionales.

Por lo anterior se plantea un escenario que ubica al estudiante con la responsabilidad del aprendizaje integrado, continuo, responsable y autónomo, para lo cual hace falta redefinir también al docente que encara la enseñanza para que sea capaz de actuar como detonante de acciones con significado a largo plazo. Entonces, la reflexión se dirige a indagar acerca del tipo de profesor que el diseño necesita. Preguntamos entonces: ¿qué persona soy (como docente) en el contexto de enseñanza-aprendizaje? y a esa pregunta se puede responder de tres maneras que, aunque similares, delimitan la redefinición del entorno que nos interesa disponer para llevar a cabo la formación que queremos hacer.

Éstas son:

- La persona que se es en el contexto de enseñanza-aprendizaje teniendo en cuenta que la acción de enseñar está alimentada por la dimensión humana y filtrada a través de la propia visión del mundo.
- La persona que se es en el contexto de enseñanza-aprendizaje teniendo en cuenta que hay un entorno con otros actores que dan pautas para orientar el discurso, la didáctica, la metodología y que si bien el docente es responsable de direccionar el proceso con el estudiante, no depende enteramente de él.
- La persona que se es en el contexto de enseñanza-aprendizaje teniendo en cuenta que la acción de enseñar es un proceso racional y controlado para el cual se debe ser competente.

Con estas tres cuestiones se define el ámbito de trabajo docente en la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación a partir de herramientas que mejoren los procesos de enseñanza–aprendizaje, ligados con los recursos educativos de formación para el trabajo y que garanticen ambientes idóneos para estudiantes y profesores de manera inclusiva, con metodologías de entrenamiento vocacional, trabajo práctico y actividades de comprobación y verificación[1]. Esto último supone una serie de competencias del docente que tienen que verificarse, alimentarse o formarse, y para lo cual es indispensable generar espacios de evaluación que informen acerca de los niveles de competencia y las necesidades en la formación de perfiles de los docentes con los que queremos contar.

[1] TAADES401A (Facilitar el aprendizaje individual) Training and Assessment Training Package, Diploma of training and assessment. Box Hill Institute, Melbourne, Australia 2005.

Se espera contar con un profesor de diseño cuyos conocimientos y habilidades construidos desde la experiencia en el ámbito laboral lo hagan competente como diseñador y docente porque puede vincular su experiencia construida en el ámbito laboral con los espacios académicos que conduce; en otras palabras, se quiere verificar que se enseña a diseñar a través del ejercicio mismo del diseño, lo cual es posible si se tiene claro el punto en el que

se está como docente y el punto al que se quiere llegar en respuesta a las necesidades de formación de las personas que aprenden la profesión del diseño.
Para esto, se plantea un esquema que ubica al docente en una escala multidimensional que le ofrece la posibilidad de verse de manera integral desde las competencias con que debe contar en cuanto a conocimientos, habilidades y desempeños. Éste permite identificar tanto las potencialidades como las oportunidades de mejora que requiera para desarrollar planes de mejora y que aumente la calidad en los procesos de enseñanza-aprendizaje que conduce, verificables en el reconocimiento de la vocación en la docencia, el desempeño dentro del equipo de trabajo y en la identificación de oportunidades que se desprenden desde la docencia para la realización de investigación y transferencia de conocimiento.

Hacer el ejercicio de reconocer al individuo que aprende y de fomentar la formación del profesor que lo acompaña está matizado no sólo por los aspectos técnicos que garantizan el desempeño de uno y otro en el salón de clase sino que tiene también intención de ejecutar acciones concretas para contar con docentes capacitados en la formación de personas con saberes y habilidades que les puedan garantizar su permanencia en el medio laboral de manera exitosa, en su desarrollo como persona y en su compromiso por el trabajo, el progreso y la paz. Implica de parte de los docentes en educación superior ser acompañantes-orientadores de este conocimiento abordando nuevas maneras de enseñar a aprender.

Comunicaciones. Enseñanza y mundo profesional

Colaboración entre empresa y universidad: la sinergia entre investigadores y estudiantes

Roberta Barbán
Adolfo Jordán
Lucinda Morrissey
Alejandra Striuk

Universidad Europea de Madrid

La Universidad Europea de Madrid continúa este año la colaboración con Steelcase en la Cátedra Steelcase de espacios y equipamientos educativos que comenzó en 2012. La investigación realizada siguiendo las líneas de actuación propuestas para este año ha hecho posible la colaboración entre distintas partes; profesores, alumnos y profesionales de Steelcase han trabajado conjuntamente con un objetivo común. Se han investigado los espacios de la universidad, sus usos actuales en cuanto al mobiliario y su distribución y la evolución que se prevé van a tener en el futuro.

El mundo educativo y el empresarial están cada vez más conectados y, en consecuencia, los espacios han de adaptarse a las nuevas exigencias. Para complementar las investigaciones realizadas, este año se ha considerado de gran interés presentar al 5º Encuentro BID de Centros Iberoamericanos de Enseñanza de Diseño la visión de un alumno dentro de la cátedra. Centrando la atención en la parte de marco teórico, área en la que ha estado involucrada la alumna, se presentará su perspectiva como un miembro más del equipo de profesores y, a su vez, como integrante de una investigación de tal dimensión.

Los temas que se trataron fueron la colaboración de los estudiantes en las líneas de investigación (investigación documental sobre los espacios y equipamientos en el contexto universitario; investigación basada en la visión del profesorado y alumnado sobre los espacios y equipamientos educativos en el contexto de UEM; investigación sobre nuevos usos de material tecnológico en la UEM; investigación sobre las tendencias de futuro en la evolución de espacios y equipamientos en el ámbito universitario), su continuidad este año y sus posibilidades futuras. Por tanto, es posible contrastar la colaboración de los estudiantes en la cátedra de 2012 con la de la cátedra de 2013.

En 2012 la organización de la cátedra en actividades de formación, investigación y difusión permitió a la alumna colaborar en varios aspectos de la investigación. Por una parte, en las actividades de investigación siendo miembro del equipo de marco teórico y realizando búsquedas sobre los espacios educativos, su evolución y sus tendencias futuras. Las conclusiones obtenidas en este apartado podrían resumirse en la cada vez más estrecha relación entre empresa y universidad que a su vez provoca que los espacios educativos y laborales sean más similares. Por otra parte, la alumna realizó la maquetación del informe final de la cátedra, un documento de más de cien páginas que contenía numerosos gráficos, estadísticas, texto e imágenes. Fue una experiencia especialmente interesante al estar relacionada directamente con sus estudios de diseño gráfico. La estética del informe debía ser acorde a la identidad de Steelcase y a la vez a la de la Universidad Europea de Madrid. El resultado fue algo muy limpio y sencillo.

La alumna también participó en un focus group, formado por un grupo de alumnos del grado de diseño cuyo objetivo era proponer un espacio de exposición de los resultados de la cátedra en colaboración con Steelcase. Se trabajó sobre dos ideas principales: un espacio de exposición efímero que a la vez sirviese como lugar para llevar a cabo talleres, conferencias, exposiciones de productos, etc. y un espacio adaptado al siglo XXI, interactivo, extensible, transportable y digital más orientado a la enseñanza online.

En 2013 su colaboración fue similar. Dentro del equipo se investigó sobre la relación entre los espacios educativos y los profesionales, su futuro común y proyectos en esta línea. Las conclusiones fueron recogidas en diversos artículos que serán publicados a lo largo de este año. También se desarrollaron actividades de formación de alumnos y visitas a las oficinas de Steelcase en Madrid.

Finalmente, la creación de un aula experimental dentro de la universidad equipada con mobiliario y tecnología Steelcase hizo posible que durante cierto tiempo los alumnos estuviesen en contacto directo con la nueva propuesta de espacio y valorasen las innovaciones que se proponían. En este aula el mobiliario podía reconfigurarse libremente agrupando y separando mesas y sillas con el fin de adaptar el espacio a las necesidades de cada momento de la dinámica del aula en el proceso de aprendizaje. Este proceso ha sido documentado por uno de los alumnos (vimeo.com/79694109).

La experiencia de participar en un proyecto de investigación es una manera idónea de acercarse al mundo profesional dentro de un marco universitario y, a la vez, permite la integración dentro de un equipo de profesionales cualificados en diferentes áreas de conocimiento donde se produce un intercambio de ideas constante con el objetivo de llegar a unas conclusiones sobre el tema tratado.

Pedagogía proyectual: diseñar con briefing real

Marcelo Leslabay

Profesor de Tecnun, Universidad de Navarra

Introducción

En Tecnun, el Campus Tecnológico de la Universidad de Navarra, ubicado en San Sebastián (España), se ofrecen estudios de Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos desde el curso 2010/2011 con el objetivo de formar diseñadores que resuelvan las necesidades de la industria del País Vasco. Con esta filosofía, la asignatura de Taller de Diseño Industrial articula de forma troncal los cuatro cursos con la estrategia de enseñar a diseñar con proyectos reales de empresas de distintos sectores.

Objetivos

El objetivo pedagógico es que los alumnos tengan una experiencia de trabajo concreta, que contacten directamente con las empresas y sus directivos y que al finalizar el Grado su carpeta de trabajos esté formada por proyectos realizados para empresas.

Esta misma metodología de trabajo la aplicamos en los distintos Talleres de Diseño Industrial I, II y III, pero en cada curso con un mayor grado de complejidad en la tipología de productos, en los aspectos a resolver y en las exigencias de presentación y representación.

Uno de los puntos débiles que buscamos subsanar es la falta de experiencia de los futuros titulados, además de promover su incorporación en el mercado laboral. Por otra parte, como el Grado de Ingeniería en Diseño Industrial es una nueva oferta académica, consideramos que si el primer acercamiento a la empresa lo realiza la Universidad, ésta ofrece mayor credibilidad y es una manera de eliminar las barreras que, por desconocimiento, se tienen en general a las nuevas titulaciones.

Metodología de trabajo

1. Análisis de la empresa, del sector y de sus productos, mediante un DAFO.
2. Visita a la empresa con los alumnos.
3. Reunión con el director de Diseño de la empresa.
4. Enunciado del briefing real y de las necesidades de la empresa.
5. Desarrollo del trabajo en clase por parte de los alumnos, realización de presentación gráfica.
6. Realización de maquetas e impresión 3D.
7. Diseño de la presentación pública en formato Pecha Kucha.
8. Presentación pública al director de Diseño de la empresa.
9. Comentarios y evaluación del director de Diseño.
10. Análisis y evaluación del proyecto entre profesor y alumno.

Un aspecto importante es que, ante la primera toma de contacto con las empresas, el nombre de Tecnun abre puertas y predispone a la empresa a una fluida colaboración, ya que la Escuela de Ingenieros de Tecnun viene formando profesionales que están integrados en el tejido industrial y son reconocidos en todo el mundo desde 1961.

En este proceso de colaboración la empresa ofrece información muy detallada de los productos que necesita, de su posición en el mercado y de los nichos a los que se dirige; por ese motivo, y como parte del protocolo, se firma un Contrato de Confidencialidad entre empresa, alumnos y profesores con distintas cláusulas, en las que también se establece la posible explotación comercial de un proyecto que realicen los alumnos y el respeto de la propiedad intelectual para el diseñador. Cabe destacar que en este proceso la empresa recibe todos los proyectos realizados por los alumnos pero no se establece una retribución económica a la Universidad ni a los alumnos.

Respecto a la comunicación, consideramos que es un aspecto vital del proyecto, que el alumno debe sintetizar con veinte imágenes y una memoria descriptiva que permita transmitir la esencia del trabajo en pocos minutos -exactamente en 5:40 minutos- en el conocido formato de Pecha Kucha. Para ello se dedica especial atención a preparar la presentación tanto gráfica como del guión, buscando en todos los casos la máxima coherencia entre proyecto y discurso.

Proyectos

En estos años se han desarrollado proyectos con las siguientes empresas: B-Lux, C-Evolo, Enea, Delica, Ega Master, Indaux, Sellex, Gerodan, Dvelas y CAF, entre otras.

Acuerdos de colaboración

A partir de esta primera colaboración entre la empresa y la Universidad se establecen las bases para realizar futuros Acuerdos de Colaboración, como por ejemplo:

- Prácticas de los alumnos en la empresa.
- Realización del Proyecto Final de Grado (PFG).
- Proyectos de I+D con la empresa.

Antecedentes históricos

La referencia más importante de esta metodología de trabajo la encontramos en Alemania, en la Escuela de Ulm bajo la dirección de Tomás Maldonado. Al asumir su cargo como Rector en 1957 propuso una nueva filosofía para la enseñanza del diseño a partir de fundamentos científicos, ya que lo consideraba como un proceso sistematizable de manera científica y no intuitiva.

La formación se basaba en organizar Grupos de Trabajo creados específicamente para establecer vínculos con la industria. La aceptación fue inmediata y como resultado entraron en producción un importante número de proyectos, entre los que destacaron los equipos de audio para la empresa Braun, la identidad corporativa para la compañía aérea Lufthansa, y los trenes elevados para el ferrocarril de Hamburgo. El vínculo de la Escuela de Ulm con la empresa generó una enorme experiencia en la enseñanza del diseño y su influencia fue decisiva en las metodologías pedagógicas del Diseño Industrial.

Equipo docente

El Departamento de Diseño Industrial de Tecnun está dirigido por la arquitecta Paz Morer y lo forma un grupo de profesionales de distintas especialidades de la ingeniería, la arquitectura y el diseño industrial: ingenieros Luis Matey, Aitor Cazón, Mabel Rodríguez, Itziar Gonzáles Zuazo y Ane Merino, arquitectos Juan Luis Roquette y María Villanueva y diseñadores industriales Adrián Larripa y Marcelo Leslabay.

Diseño conceptual de una estructura cinética generadora de energía lumínica a partir del aire y la lluvia

Borja Miret García
María Gil Orobal
Joan Ibáñez Martín
Laia Serra Pérez
Miguel Latorre Sánchez

Politécnica de Valencia

Resumen

Este artículo describe el desarrollo y las fases del diseño conceptual de una estructura cinética de mobiliario urbano generadora de energía a partir del aire y la lluvia, empezando por la elección del tipo de mobiliario y los factores metereológicos para abastecer al producto y terminando por la elección del tipo de turbinas aptas para éste y el estudio de los caudales imprescindibles para su funcionamiento, sin olvidar el espacio al que estaría destinado.

El resultado obtenido es un tipo innovador de mobiliario urbano capaz de autoabastecerse de los factores metereológicos que pueden incidir en un entorno urbano, como la lluvia y el viento, transformando así la energía mecánica de la rotación de las hélices y la energía potencial del agua en energía eléctrica capaz de iluminar al propio producto.

Finalmente se concluye que, gracias a su doble abastecimiento, este producto es muy práctico ya que puede funcionar tanto por accionamiento del viento como del agua o de ambos al mismo tiempo. Además, es muy versátil debido a sus dimensiones ya que puede ser instalado en diferentes entornos consiguiendo resultados muy diversos.

Introduccion

El siguiente artículo consta del trabajo realizado en la asignatura "Diseño Conceptual Avanzado" del Grado de Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Productos. El objetivo de la investigación era obtener un concepto de diseño innovador a partir de un tema elegido y consensuado entre los componentes del grupo. El objeto de trabajo escogido fue el diseño conceptual de una estructura cinética generadora de energía lumínica mediante el aire y la lluvia.

Estado del arte

En un principio la búsqueda se centró en la investigación de estructuras generadoras de energía que al mismo tiempo la usaran y ofrecieran la posibilidad, por sus dimensiones y estética, de poder situarse en un espacio urbano, con la idea principal de que la estructura tuviese la apariencia de una escultura cinética.

A partir de estas premisas, se descubrió que existía un hueco en el mercado muy interesante y novedoso que se podría cubrir con el producto ya que lo más parecido que se encontró fueron esculturas cinemáticas, cuyo atractivo se centraba en sus movimientos

generados a partir del viento. Por otra parte, se seleccionó una gran variedad de farolas, algunas alimentadas a partir de luz solar, otras regulables tanto en altura como en luminosidad y otras simplemente interesantes por su diseño.

Otros elementos a tener en cuenta fueron las fuentes públicas por su juego con el agua creando grandes espectáculos y sensaciones. Este era un concepto importante, ya que uno de los targets era la lluvia y el aprovechamiento de ésta tanto para la generación de energía como provocando un impacto visual en el usuario.

Finalmente, se realizó la búsqueda de los componentes más técnicos, los generadores de energía. En este ámbito hay distintos tipos de turbinas, siendo especialmente interesantes las picoturbinas por su gran potencia a bajas alturas y sin necesitar un gran caudal para su funcionamiento

Metodologia

En el proyecto se usaron varias metodologías de investigación cualitativa. Todas ellas se presentan a continuación cronológicamente.

El primer método que se utilizó fue el brainstorming para la decisión del tema a desarrollar durante la asignatura. Esta técnica se llevó a término con la colaboración de los cinco componentes del grupo y la supervisión del profesor.

En segundo lugar, realizamos el mapa conceptual de flor de loto. En ésta se representaron de manera muy gráfica todos los aspectos a tener en cuenta para el desarrollo del producto, haciendo finalmente una selección entre ellos y eligiendo los más interesantes y los que más se adaptaban a nuestro objetivo inicial.Para completar este mapa se llevó a cabo el método de googlestorming como medio de información de algunas características más técnicas que no se podían dejar de lado.

También se usó el googlestorming para la búsqueda de antecedentes ya explicados anteriormente. Con estos datos se realizó una matriz de competencia en la que se representaron el estado de la técnica al completo, destacando las características de forma, función y ergonomía de cada uno de los productos, clasificándolos entre positivos y negativos. Así, se sacaron los distintos atributos positivos de los productos a tener en cuenta para ser utilizados finalmente en el concepto de diseño. Igualmente, no se podían ignorar los aspectos negativos a evitar durante el desarrollo.

A partir de los atributos destacados se crearon los modelos geométricos, empezando por la función, base del diseño y parte indispensable, siguiendo por el modelo ergonómico, que permite la interacción con los usuarios, y acabando con la forma, que es la que define el producto en su sentido más estético.

A partir de estos tres modelos geométricos se generó la interacción entre ellos para obtener el espacio de diseño, que es el lugar donde se cumplen todos los atributos de los tres modelos.

Una vez resuelto el espacio de diseño, que es el concepto final previo donde se representa todo lo estudiado anteriormente, se desarrolló este dotándolo de una forma más estética y atractiva.Finalmente los componentes del grupo fuimos seleccionados para realizar una ponencia en el 5º Encuentro de la Bienal Iberoamericana de Diseño, en Madrid (Miret, Latorre, Serra, Ibáñez y Gil, 2013). Allí presentamos nuestro proyecto concluyendo al final con un debate sobre todas las ponencias.

Desarrollo

Una vez obtenidos los tres modelos geométricos con sus respectivos atributos y el espacio de diseño que componían entre todos ellos, se llevó a cabo una fase de bocetado con la

participación de todos los miembros del grupo con el fin de obtener diferentes posibilidades y resultados a partir de una misma idea inicial y de unas características en común. Después se realizó una puesta en común a fin de seleccionar los diseños más apropiados e innovadores. Por último el concepto final fue el resultado de la unión de las mejores características de cada uno de los bocetos.

Resultados

El resultado de esta investigación es una escultura cinemática capaz de transformar energía potencial y mecánica, a partir del agua recogida por la lluvia y el viento, respectivamente, en energía eléctrica con el fin de autobastecerse para la iluminación y que además produce un espectáculo visual por las luces tenues led y el movimiento de las propias aspas.

También genera una fuerte interacción con el usuario, que podría ser cualquier ciudadano, debido no solo a las sensaciones que produce sino por presentar además un lugar de resguardo o descanso gracias al espacio que se crea con las aspas y el asiento integrado en el mismo.

Conclusiones

No podemos extraer grandes conclusiones del producto porque no se ha llegado al final de su desarrollo ya que el resultado final de este estudio es un concepto de diseño.

Como resumen se puede afirmar que se trata de una línea innovadora de diseño y es interesante seguir investigando en ella porque la sociedad actual empieza a estar muy concienciada sobre la importancia de cuidar nuestro entorno y producir el mínimo impacto posible en el medio ambiente. Con este producto se demuestra que no es necesario prescindir de ninguna de las comodidades de las que podemos disfrutar en el día a día ni de un buen diseño para ser respetuoso con la naturaleza. Además, supone un punto de inicio muy interesante e innovador en el mobiliario urbano ya que el concepto de mobiliario urbano eco-friendly aún no ha sido explotado en el ámbito público.

Product Innovation Design Lab. ¿Cocinas solo... o cocinas conmigo?

Javier Peña
Emilio Sepulveda
Cristina Taverner
Ricard Ferrer
Xavier Tutó
Guillem Martín

Elisava Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona

Introducción

En el mundo universitario las relaciones con el entorno socioeconómico han sido un tema recurrente desde siempre y, en general, un tema tratado de forma poco exitosa. La universidad es consciente cada día más del valor que le aporta una buena relación con el mundo empresarial y de la necesidad que tiene de intensificar y organizar adecuadamente estas relaciones. A pesar de esto, la realidad, sujeta a muchos factores variables como falta de conocimiento, falta de apoyo técnico, exceso de burocracia o exceso de celo en sus actuaciones, ha mostrado la incapacidad de la universidad para establecer estrategias adaptadas a las características reales, no solo de la universidad en concreto, sino también de los demás elementos del Sistema local y/o global de Innovación en el que se encuentran inmersas.

En este contexto general, Elisava Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona ha hecho y continua haciendo una apuesta sincera, real y estratégica por el trabajo constante y de largo recorrido de la mano de la industria. Un ejemplo de este trabajo es el objeto del presente documento: Product Innovation Design Lab.

Desarrollo

En Elisava Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona, el diseño y el desarrollo, la formalización y la fabricación, el usuario y el mercado van de la mano. El Grado en Diseño, el Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y los Masters de Producto ofrecen, a través de su correcta interconexión y coordinación, una visión completa del producto así como una realidad de trabajo multidisciplinar. Esta realidad permite afrontar tanto el proyecto como el proceso de investigación de una manera eficaz, abriendo las puertas al mundo empresarial con productos como el Innovation Design Lab.

La empresa Natural Machines, dedicada a aplicar las tecnologías de fabricación aditiva para mejorar la calidad de vida de las personas y su manera de relacionarse con el entorno, entra en la Escuela con el objetivo de querer vender un producto que incluya un conjunto de tecnologías, modelos de negocio, diseño, recetas y sentimiento de comunidad. Se trata de una impresora 3D para hacer pasteles. Una impresora 3D basada en un "open source" tecnológico y luego modificado para servir al propósito de hacer alimentos.

En este contexto se desarrolla el proyecto de conceptualización y desarrollo de un electrodoméstico que produzca pasteles veganos, proyecto de Innovación en Diseño Industrial resultado de una inmersión en la tecnología de fabricación aditiva, en la tecnología de los

alimentos, en la tecnología del frío y calor y un estudio en profundidad de referentes, tendencias, marca y posibles usuarios.

Resultados

El objetivo principal del proyecto fue el de conseguir la integración de elementos tecnológicos y de diseño que permitieran que una impresora 3D se comportase de forma autónoma, capaz de producir pasteles sin intervención humana. La interrelación entre el diseño, la tecnología, los nuevos materiales, los procesos de producción industrial y el mercado incluirá:

- Conceptualización y diseño innovador de una máquina de uso doméstico.
- Diseño de Interfaz con conexión wi-fi que permite la interacción entre usuarios worldwide.
- Desarrollo del inyector de ingredientes.
- Desarrollo del intercambiador de cartuchos de ingredientes.
- Desarrollo del sistema frío/calor que controla la temperatura del espacio de fabricación.

Conclusión

Como conclusión, sirva como ejemplo el resultado final:

- Investigación en la tecnología del frío y calor incorporando sistemas reversibles frío/calor basados en materiales termoeléctricos. Sistemas versátiles, de bajo volumen, silenciosos, duraderos y de alta eficacia.

- Formalización de un producto en el que su funcionalidad se define a través de una interfaz tal como: Encendido interfaz / Inicio registro / Selección país / Selección lenguaje / Conectar red Wi-FI / Procesando registro / Crear nuevo usuario / Introducir datos y elegir nivel de usuario / Selección atributos / Usuario definido / Menú principal / Online cookbook – Seasonal / Online cookbook – ranking / Elegir receta / Imprimir / Ingredientes necesarios / Introducir consumibles / Consumibles / Consumibles introducidos – Imprimir / Inicio Impresión / Imprimiendo / Listo / DISFRUTALO.

Emprender en la industria cultural y creativa

Laurent Ogel
Juan Pastor

Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM), Universidad Politécnica de Madrid

Primera parte

Se reconoce que los sectores de la cultura y la creación tienen un rendimiento económico: en la UE representan el 3,3% del PIB y dan empleo a 6,7 millones de personas (el 3% del empleo total). Si se tienen en cuenta las industrias de la moda y el lujo, que dependen en gran medida de las aportaciones culturales y creativas, cada una de ellas representa el 3% del PIB de la UE y dan empleo, respectivamente, a cinco millones (moda) y a un millón de personas (lujo), lo que supone un total de 12,7 millones de personas y un 9,3% del PIB comunitario.

El empleo en los sectores de la cultura y la creación muestra una mayor resiliencia que en el conjunto de la economía de la UE, con unas tasas de crecimiento que, no obstante, varían entre los distintos subsectores. En algunos casos, a nivel local y regional las inversiones estratégicas en estos sectores han dado unos resultados espectaculares. A título de ejemplo, los festivales y las Capitales Europeas de la Cultura producen importantes beneficios económicos y se llega a decuplicar con creces cada euro invertido.

Al encontrarse en una encrucijada entre las artes, los negocios y la tecnología, los sectores de la cultura y la creación están en una posición estratégica para desencadenar efectos indirectos en otras industrias.

El patrimonio, las artes visuales y escénicas, el cine, la música, la edición, la moda o el diseño se manifiestan intensamente en la vida cotidiana, pero la contribución que pueden hacer los sectores de la cultura y la creación al desarrollo social y económico aún no está plenamente reconocida, aunque llegará el momento en que se sabrá aprovechar mejor el potencial de estos sectores a fin de contribuir al crecimiento y al empleo.

Convertir los retos en nuevas oportunidades de crecimiento y empleo

Los sectores de la cultura y la creación se enfrentan a un entorno que cambia rápidamente, impulsado por la transición al mundo digital y la globalización. Esto da lugar a la aparición de nuevos agentes, a la coexistencia de estructuras muy grandes con microentidades, a una transformación progresiva de las cadenas de valor y a la evolución del comportamiento y las expectativas de los consumidores. Si bien estos cambios ofrecen grandes oportunidades en términos de menores costes de producción o de nuevos canales de distribución, requieren que se actúe a distintos niveles.

En este contexto cambiante, el acceso a la financiación sigue siendo muy difícil: el sector bancario no dispone de los conocimientos especializados necesarios para analizar los modelos

empresariales de estos sectores y no valora adecuadamente su activo inmaterial. La crisis financiera y económica no hace más que agravar esta situación, justo cuando se necesitan inversiones para adaptarse.

Para impulsar la creación, la producción y la distribución, los sectores de la cultura y la creación deben establecer asociaciones estratégicas y leales con otros sectores que puedan dar lugar a modelos empresariales innovadores. Al encontrarse en una encrucijada entre las artes, los negocios y la tecnología, los sectores de la cultura y la creación están en una posición estratégica para desencadenar efectos indirectos en otras industrias.

Los sectores de la cultura y la creación necesitan entornos pluridisciplinares en los que puedan reunirse con empresas de otras industrias. Ello implica fomentar el cambio entre los propios sectores, al mismo tiempo que se aportan nuevas cualificaciones y competencias a otras industrias y viceversa. Por ejemplo, en asociación con el sector de la educación y la formación, los sectores de la cultura y la creación pueden contribuir a desarrollar la mezcla de capacidades en torno a la creatividad y el emprendimiento, el pensamiento crítico, la asunción de riesgos y el compromiso, necesarios para construir otra economía.

Segunda parte

La experiencia llevada a cabo en el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid confirma la importancia en los programas de materias relacionadas con el emprendimiento, el intraemprendimiento y la creación de empresas. Los contenidos de dichas materias están conectados con los de la materia de Gestión del Diseño. Se da un paso más en la formación de los alumnos/as acerca de la organización empresarial con el fin de que sean capaces de poder profundizar conceptos de gestión para poder emprender y no tener como única salida el incorporarse en una gran empresa de moda. Cada vez parece más claro que los/as estudiantes además de la opción de trabajar por cuenta ajena pueden llegar a tener su propia empresa dentro del mundo de la moda. Para que esta opción pueda ser exitosa y esté presente en la mente de los alumnos/as como algo posible, es importante que adquieran un conocimiento sólido sobre el mundo de la empresa.

El perfil del profesional del diseño actual presenta nuevos retos: a lo largo de su carrera profesional es muy probable que alterne trabajos por cuenta ajena y por cuenta propia. El desarrollo del comercio electrónico permite el poder crear una empresa de moda con unos costes reducidos y el desarrollo de medios de comunicación online permite tener una proyección internacional a emprendedores/as y pequeñas empresas. Al mismo tiempo, las grandes empresas no solo buscan diseñadoras/es por su talento creativo sino por su conocimiento del negocio de la moda.

El impulso que está teniendo el emprendimiento en estos años está haciendo que, aparte de las grandes marcas de moda, estén naciendo empresas conectadas con la nueva sociedad. Además de la opción natural de crear empresas de diseño de moda, también existe la posibilidad de crear otro tipo de empresas dentro del sector como pueden ser consultoras de marketing y comunicación especializadas en moda, publicaciones online y offline, agencias de modelos, empresas de servicios auxiliares, etc.

La moda es un negocio que mueve miles de millones de euros en todo el mundo y España se considera una potencia internacional. Para poder mantener este liderazgo necesitamos grandes diseñadoras/es y empresarias/es dentro del sector. Para conseguirlo es fundamental tener la formación adecuada en las dos facetas, la creativa y la de gestión. Esta formación empresarial es un valor diferencial que aporta el CSDMM.

Los objetivos de las materias relacionadas con el emprendimiento son profundizar en la formación en gestión empresarial con las especificidades del sector de la moda, experimentar la vivencia emprendedora, conocer el funcionamiento de las empresas de moda y la realidad del mercado actual y futuro, ser capaces de abordar un plan de empresa, conocer herramientas de gestión empresarial, trabajar sobre ejes transversales

de sostenibilidad, tecnología e innovación, ser capaces de abordar en mayor profundidad que en la materia de gestión del diseño tareas de gestión como planificación estratégica en marketing, comunicación, gestión de recursos humanos, la gestión de producto, gestión de la creatividad e innovación, la gestión económico-financiera o la comercialización, entre otras. En estas materias se trabaja por lo tanto en profundidad el emprendimiento con el fin de que los alumnos/as se sientan capaces de montar una empresa cuando lo consideren oportuno y en el intraemprendimiento, es decir, que sean capaces de liderar, gestionar y dirigir proyectos dentro de las organizaciones en las que estén contratados. En definitiva, consolidar en su formación el área de organización empresarial como design thinkers capaces de aplicar su capacidad creativa en todos los procesos creativos, entre otros el proceso de ser emprendedores/as y crear su propia empresa.

Didáctica del diseño: entre lo local y lo global

Carlos Sánchez

Co-Director de Estación Diseño

Esta charla es el resultado de una primera exposición del proyecto "Estación Diseño" en el 4º Encuentro Bid, de Centros Iberoamericanos de Enseñanza de Diseño. En aquella ocasión se exponía la filosofía, metodologías y estrategias docentes conducentes a una formación en diseño, que mirase hacia el territorio en el que se desarrolló, relacionando proyectos, metodologías, sociedad y cultura de una forma integradora.

En el 5º Encuentro Bid presentamos las conclusiones de ese proyecto activo con unos resultados realmente profesionales. Todos ellos, incorporan soluciones creativas y referencias culturales y territoriales que hacen aún más significativo los resultados. Hablamos de la formación del diseño en un territorio de cierta peculiaridad, Andalucía. En primer lugar, vista desde la perspectiva del territorio, hablamos de la comunidad autónoma más extensa de nuestro país, con una diversidad geográfica especial. Si la observamos desde su aportación cultural–tanto en la música, las tradiciones, los espectáculos, las artes y la literatura– nos encontramos ante un pueblo que se ha ido conformando a través de diversas culturas desde hace siglos. Esta mezcla emerge en la filosofía, el talento y la cultura de sus ciudadanos. Es aquí donde podemos estudiarla desde nuestro ámbito: el diseño y su función en nuestra sociedad. Una actividad profesional necesaria tanto para la rentabilidad económica, como para la riqueza cultural de una sociedad.

En Andalucía se dan referencias importantes de marcas que son representativas dentro y fuera de nuestro territorio; dentro del sector turístico, productivo y cultura. Marcas como Alhambra, Osborne, Avengoa, Cosentino, etc…

Gran parte de nuestro trabajo consiste en visualizar el diseño que se hace desde Andalucía para Andalucía, poniendo en valor a sus profesionales. El desconocimiento o la desatención (por parte de las administraciones) de este activo a veces hace invisible esta actividad llevando a las grandes marcas a solicitar la gestión e implantación de sus diseños a ciudades que han sido referentes históricas del diseño.

Dentro de este compromiso profesional Estación Diseño desarrolla proyectos de difusión como "Diseño Cercano", realizado en colaboración con Canal Sur Radio y la aad (Asociación de diseñadores de Andalucía) y que podéis encontrar en nuestra web www.estaciondiseno.es. La realización de exposiciones (entre ellas la itinerancia de la 1ª Bienal de Diseño Iberoamericano) también han contribuido a acercar a los ciudadanos los beneficios y utilidades que el diseño nos aporta.

Otro de los proyectos que ilustran los resultados obtenidos a través de nuestras metodologías docentes es "Diseño cotidiano". Un producto audiovisual realizado por la alumna Anna Wilms y premiado durante el encuentro.

Diseño cotidiano aborda, desde un guión cercano y didáctico, a través de la técnica de motion graphic diseños que han sido relevantes a lo largo del siglo XX y este que nos ocupa. Ejemplos como la aceitera de Rafael Marquina, las bolsitas de te o la ideación del chupa-chups son claros exponentes en este trabajo de cómo el diseño facilita y mejora la vida de todos nosotros.

Desde la interpretación de nuestro eslogan "eres lo que ves" abordamos también el diseño desde la perspectiva local, propia. Hay productos y oficios puramente andaluces, entroncados en nuestra cultura y entorno y que representan, con clara determinación, nuestra aportación cultural. Un buen ejemplo de ello son los productos que la marca Tarxia está desarrollando con artesanos de la taracea, aplicando este saber hacer a productos de telefonía móvil o al diseño de gafas (con montura de madera y taracea).

En esta línea, los proyectos llevados a cabo en nuestro centro incorporan estos elementos a través de divesos vectores: técnicas, temáticas, personajes de referencia andaluza. Otro ejemplo de ello son los diseños de portada y las ilustraciones llevadas a cabo para ilustrar poemas de la literatura universal como los de Yerma, de García Lorca, junto a otros escritores andaluces de reconocimiento internacional.

Dentro de los referentes que podemos encontrar en nuestro ámbito profesional cabe destacar la figura de Manolo Prieto, diseñador Onubense y autor de uno de los elementos más representativos de nuestro país, acuñado popularmente como imagen de marca y patrimonio cultural desde 1998: el toro de Osborne. Un encargo de valla publicitaria que Prieto realizó en 1952. Sus trabajos como cartelista para clientes tan conocidos como Iberia, así como sus portadas para "novelas y cuentos" durante más de veinte años dejan un rastro de excelencia profesional en uno de los diseñadores andaluces más representativos. Su obra es objeto de estudio en Estación Diseño, a través de un acuerdo de colaboración para la difusión y puesta en valor de su trabajo por parte de la Fundación Manolo Prieto.

Por último, queremos mostrar un ejemplo más de actuación sobre nuestro entorno. En este caso nos referimos a las posibilidades de recuperación de entornos de nuestra ciudad como reclamos turísticos potenciales. A través del desarrollo de proyectos de adecuación de espacios, en la Titulación de Diseño de Interiores. Se trata de la actuación sobre un antiguo lavadero granadino situado en las inmediaciones del conocido barrio de El Albaicín (un ejemplo es la propuesta de Antonia Escarcena). Los estudiantes ha elaborado diversos proyectos de intervención sobre este enclave, con el objetivo de aportar a la ciudad nuevos espacios de disfrute, paseo y contemplación.

El conjunto de los proyectos desarrollados en Estación Diseño se sustentan sobre una metodología de proyecto que detecta, investiga, genera y desarrolla producciones de diseño pensando en nuestras empresas, nuestra cultura y, sobre todo, nuestros ciudadanos.

Comunicaciones. Enseñanza y teoría del diseño

Design Thinking para educación interdisciplinaria

Eduardo Aguila
Paulina Montenegro
Sebastián Pérez-Canto

Universidad Finis Terrae - Chile.

Design Thinking es una metodología enfocada a la innovación y resolución de problemas de forma creativa como concepto de base. Comienza poniendo las necesidades humanas en el centro de un determinado desafío y, a partir de ahí, identificando, observando, ideando, planteando, prototipando y testando, conecta conocimientos de diversas disciplinas (psicología, sociología, marketing, ingeniería, negocios, etc.) para llegar a soluciones deseables, técnicamente viables y económicamente rentables. Se diferencia de otras metodologías al vincular el pensamiento creativo con el pensamiento analítico y no prioriza un método de pensamiento sobre el otro sino que mezcla los aspectos positivos de ambos. Además permite generar transformación de manera más rápida y efectiva. Facilita la innovación y en nuestro caso facilita la educación, visualizando en qué debemos innovar. En Stanford, EE.UU., el término comenzó a tomar fuerza y, en la década de los 90, David Kelley junto a otros académicos comienzan a popularizar la idea de "pensamiento de diseño" como una forma de trabajo creativo estratégico. Hoy en día existe un gran interés académico y empresarial a nivel mundial por la metodología, incluyendo una continua serie de conferencias académicas sobre la investigación en el pensamiento de diseño.

Caso Universidad Finis Terrae – Chile

Nuestro interés educativo en Chile como metodología nace en la Universidad Finis Terrae como un desafío para llevar algunas de las herramientas típicas de la disciplina del Diseño a todos los alumnos de todas las carreras de manera obligatoria y transversal. Todas las carreras de pregrado de la universidad tienen que pasar por nuestro curso de Creatividad y `Design Thinking´, donde utilizamos Herramientas de Diseño en el desarrollo de todas las actividades en clase.

Descripción

Nuestro curso esta orientado a la resolución de problemas a través del uso de procesos creativos, utilizando el 'Design Thinking', la Inteligencia Creativa y la Cultura Interdisciplinar como factor y foco estratégico innovativo, bajo el entrenamiento y trabajo de los hemisferios izquierdo y derecho del cerebro, sus atributos racionales y emocionales. Asimismo, busca entrenar técnicas para el emprendimiento creativo, así como técnicas para su validación e implementación.

Objetivos

Validar en los alumnos el uso de la creatividad como herramienta real y factible para la resolución de problemas y desarrollo de competencias de creatividad colaborativa, desde las disciplinas de origen del alumno, sintiéndose así pensadores creativos responsables.

Metodología

Nuestra metodología se basa en combinar los métodos propios de un curso lectivo y de un taller. Utiliza recursos académicos tradicionales y no tradicionales, junto con simulaciones, role play, storytelling, ideation, gamestorming, `visual thinking' , prototyping y trabajos grupales. En lo fundamental, recurre a una metodología activa y participativa, poniendo énfasis en la aplicación y la práctica, recurriendo al intercambio de opiniones y experiencias; empoderando a los alumnos.

El curso se desarrolla siguiendo principalmente 3 fases: divergencia, exploración y convergencia.

Divergencia (abrir): La primera fase es identificar y encontrar buenas oportunidades conceptuales creativas; es aquí donde los alumnos conocen los diferentes conceptos relacionados con la creatividad y los procesos utilizados, impulsándolos a dibujar, descubrir y volver a disfrutar de las cosas simples, tratar de salir de la zona de confort descubriendo sus gustos y preferencias, cambiando los malos hábitos dentro de la distribución de su tiempo por actividades que tienen postergadas por una mala administración de su tiempo libre.

Exploración: Fase de selección y empatía, donde los alumnos comienzan a buscar inquietudes o problemas a resolver y que son planteados en este curso para trabajar en su posible solución. Acá los alumnos utilizan herramientas como el "Mapa de Empatía" o el "Journey Map", un mapa de ruta de cómo las personas utilizan los servicios o consumen productos, para entender los problemas que existen y así acceder a estos empatizando para levantar sentimientos asociados a cuando uno se enfrenta a una situación real.

Convergencia (cerrar): Finalmente en esta fase es donde se define el problema a tratar y a delimitar el camino a seguir para encontrar su solución y así proponer respuestas con valor agregado, que son apreciadas por las personas y que permiten crear mejoras perdurables y no solamente una solución "parche" o estacional. Acá se utiliza el CANVAS del autor Alex Osterwalder para hacer el análisis de la situación actual, del problema que afecta a un producto o servicio, prototipado rápido de soluciones de bajo costo, con el fin de equivocarse rápido y con un menor riesgo asociado, siguiendo la consigna de que el prototipado rápido, testeado con usuarios reales, permite levantar insights que muchas veces gatillan la respuesta a un problema desde la manipulación, la textura, la materialidad, etc.

Conclusiones

Nuestras primeras conclusiones nos llevan a una muy positiva experiencia, siendo la Universidad Finis Terrae la primera Universidad en Chile que realiza un curso de esta naturaleza de forma transversal a todos sus estudiantes, de todas las carreras, de forma obligatoria.

Hemos visto en estos dos primeros semestres de realización cómo los alumnos descubren que las herramientas aprendidas tienen utilidad fuera de las salas de clases y que las pueden utilizar a diario en sus vidas o en sus proyectos de emprendimiento.

El trabajo multidisciplinar que se realiza dentro del aula es de manera grupal y, si bien nuestro curso tiene la particularidad de ser parte del área de Formación General, lo cual nos permite tener un grupo heterogéneo de alumnos de diversas carreras, el fenómeno que hemos notado de forma recurrente es el hecho de que de manera natural los alumnos buscan aliarse con sus pares de la misma carrera, solamente por un tema estratégico, justificando esto con frases como "es que a los otros no los conozco",o bien "no coincidimos en los horarios para hacer los trabajos"; pero al momento de aplicar "Metodología de Proyecto" en la fase del examen final, la estrategia no resulta tan favorable como ellos en un principio la planteaban y se ven obligados a trabajar en grupos con compañeros de otras carreras, ¿La razón principal?: debían salir de su "Zona de Confort" para poder elaborar los entregables del proyecto, donde era necesario explorar en terreno, bocetear, registrar, entrevistar, fotografiar, diagramar,

imprimir con formatos establecidos, entre otras cosas, siendo las tareas delegadas según las habilidades que posee cada integrante, además de las herramientas que cada uno de los alumnos desde sus disciplinas domina.

Los alumnos descubren en aula que "la creatividad no es un halo de luz que ilumina solo a unos elegidos, ni una inspiración divina que sólo dominan los docentes", sino que funciona igual que un músculo, que al ejercitar constantemente con rigurosidad y siguiendo un método de trabajo aumenta de forma proporcional con el avance del semestre y todas las barreras antes mencionadas se van derrumbando.

Desde su formación, nuestro fin como equipo docente ha sido trabajar colaborativamente en el desarrollo de los contenidos y de las actividades que se implementan durante cada clase y que son compartidas abiertamente por todo el equipo, lo que además permite que cada uno de los miembros se empodere del proyecto, con la intención de base de vencer los prejuicios respecto a la creatividad que existen entre los alumnos como "no soy creativo", "la creatividad le pertenece solamente a algunas carreras" o "yo no estudio una carrera creativa", aspirando a mejorar el potencial creativo de nuestros alumnos.

A vertigo of orthodoxy

Heitor Alvelos

Universidad de Porto

One of the great challenges faced by our cultural fabric in 2014 is the need for elevation beyond a sense of inescapable blandness: a world gone weary in face of its own magnitude, the post-orgiastic announced by Baudrillard now simply able to illustrate an impossible return. We as a culture seem to have settled for a strange, hybrid, aesthetic loop, guardian of endless, unthinkable technological breakthroughs and an ocean of restlessness.

Never in our History, have we had so many available media of expression, creation and communication. And yet the contemporary socio-cultural fabric seems held in a dilemma: this seemingly endless field of possibilities appears to contradict its own expression, poised towards uniformity.

Andrew Keen has provided the warning signs regarding the evidence of social media as a space for perpetual, reciprocal self-projection, just as this reciprocity mutates into mutual reflection, and ends up as mutual surveillance. The average as an idealisation of the innocuous: radical devoid of transformation, the idea of revolution as the idealisation of revolution, the image of revolution as the death of the possibility of revolution. According to Clive Dilnot, the Artificial has now woven itself onto reality, full border dissolution - continuous evidence of this becomes the motto for the allure of a supposed slow-motion quantum leap. Vertigo being instant, transitory, unbearable, it cannot be constant. And yet here we are somehow, in a state of constant vertigo.

This hysterical weltschmerz cannot but be transitory, in the axiomatic sense that all is transitory. Yet its cyclical nature might be of further interest, as it spirals rather than orbits. Contemporaneity emerges from historical and ontological archetypes rendered unreadable: our duty (in the sense that "duty" holds promise) entails the unraveling of various polarisations that leave us perplexed to the point that perplexity simply becomes a bore.

The means to change this asymmetry would include semantic, relational and existential epiphanies – a tactical reconciliation with this spiraling reversibility, as this reconciliation is the sole codebreaker.

Let's take Bowie: not the person not the brand, but the enterprise (and this includes Jonathan Barnbrook and Tony Oursler within the context of the exercise at hand). Bowie created a particularly expressive path in early 2013: the cover sleeve for his release The Next Day blatantly addresed his own past (Bowie's own "Heroes", 1977). Cover as both content and composition: veil of quotation, veil of inaccessibility, veil of indifference. Equally as expressive as the title, echoes of Baudrillard's aforementioned "After the Orgy", an awakening that is as much desolate evidence as it is a desperate plea to wake up. The launch single enquired further: Where Are We Now?

A meme does the rounds. It shifts darwinian evolution on its head: homo sapiens forsakes his own offspring, a hybrid duck-faced-wig-wearing-bikini-clad-ice-cream-stick tweeting selfies in a hot pink bathroom. In truth, duck-face has always been: it's just now able to tweet, as media suspended demand and became supply on a loop. Yet not so long ago the evolutionary "next step" was still a deteministic prophecy, not a cathartic perplexity. During the 2010 World Cup, Paul the Psychic Octopus re-inscribed a reminder for the masses: the future is random, and as such, utopia was essentially a craving for progress, a deterministic reverie. The future as an inescapably intrinsic space of uncertainty and danger, this much becomes evident in an age of pre-traumatic stress: the hallucinatory quality of the discourse of impending catastrophe does caricature this axiom but does not invalidate it.

September 15, 2012 marked the largest, nationwide demonstration of citizen outcry over austerity measures in Portugal since the aftermath of the Carnation Revolution of 1974 - the main square in Oporto, as elsewhere in countless cities, filled up with hordes of citizens, a social fabric maelstrom. Above all, individuals engaging in the visceral quantum leap of something else unknown, demanding a reinvention of the political landscape while frozen within the model of the antagonist, unable to evade its parameters: a baptism in citizenship, a TV commentator would later that evening declare. Yet a few hours after this mass outcry, a significant number of these same citizens would dance their night away on an outdoor rave sponsored by a mobile phone brand, literally two blocks away, said mobile brand a champion in, among other things, unearthing footage of World War I in TV ads inviting you to save a few cents. All You Need Is. Party and Protest, hereby rage and oblivion. Not an elevation beyond the dichotomy, but its instinctual reinforcement in the absence of a lexicon, in avoid of construction, in a dehidrated desert of social fertility. To protest is to capitulate in face of the expectation of protest, the mediatisation of protest, a snippet of predictability on the evening news, a celebration of the turbo corporate freebie. As Franco Beradi recently proclaimed, it is not forbidden to say "no": it's irrelevant. Reciprocally, the means of transcendence of this Erebus will reveal themselves by rejection of antagonism: this model of governance will not be brought down, but may be rendered irrelevant.

The anti-hero rises above the bikini-clad duck: as Antifluffy, an embodiment of resilience of meaning, as former agricultural markets collapse into their own brand, reinvented as an act of semiotic brutality, hyper-real, devoid of substance, the pungent perfume of derivative resignation. The self under pressure to prove oneself worthy of inscription versus the self as an obsession. Media is as much the Kafkian grid of metric reassurance as it is the untrained tongue of Miley Cyrus, the selfie elevated to obscene caricature (not caricature of the obscene, rather caricature itself the obscene), eroticism gone cynical, creative consummation giving way to a bulimia of codification.

Despite the nomenclature, the "Anti" in Antifluffy is an affirmative trojan horse, a choice in the absence of choice, hiding in plain sight. As Antifluffy resists decipherment, it opens up the poetic contemplation of the seashore of our Winter. An abstract humanoid semblance, introspective, somewhat cute yet softly unreadable, the desolate landscape Utopia crumbled and eroded. A fresh corpse entering the Night, still warm, still conscious. A fossil that withholds and counters this bipolar discourse that proclaims "all is well", All You Need Is: no it isn't, no you don't. You don't need a cheaper phone rate that invokes the ghosts of the fallen in their spiral of simulacra.

Yet the Sea is equally a cauldron of fertility, endlessly renewable, life, change and possibility. And thus desolation embraces its own paradox, an oblique light, a will to regenerate, a promise of clarity.

May this be called Design.

Agitar, activar y organizar iniciativas para provocar la imaginación colectiva

Sonia Díaz
Gabriel Martínez

Escuela Superior de DIseño de Madrid (e/s/d/madrid) y Escuela de Arte 12

Autoposesión: políticas de contacto. Producción de formas experimentales de ciudadanía y acción política. Activación de herramientas-mecanismos-recursos. Velocidad de trabajo. Realidad operativa del contexto. Cultura del trabajo en proceso. Políticas culturales de la emoción. Práctica colectiva crítica y transformadora. Creación de ambientes libres no estructurados. Derecho a contradecirse a uno mismo.

Pedagogías de alto contacto

Buscamos proponer iniciativas colectivas y definir su marco de acción en orden a replantear «la importancia de la educación ligada a los movimientos sociales, la producción cultural y crítica, los nuevos modos de construcción de lo público (…), que van más allá del giro educativo, pero que dialogan con él.» (Collados y Rodrigo, 2011)

El aprendizaje es auto-realización, atrevimiento y posibilidad, un collage vital en incesante proceso de evolución. En esta comunicación proponemos revisar la pedagogía de la autonomía de Paulo Freire, que cuestiona el modelo bancario de educación como sistema que somete a la institución, al docente y al alumno, así como otras teorías educativas libertarias que sugieren la autoposesión (Spring, 1975) o los sindicatos de egoístas o unión de egoístas que se plantean como uniones flexibles de participantes (Stirner, 1963) y que, según el filósofo, son la forma más libre de asociación. La construcción del conocimiento se elaboraría desde la conectividad-colaboración de alto contacto (Naisbitt,1983), una negociación entre cultura, política, economía, ética y estética.

No-objetivos

No buscamos objetivos precisos sino formas de implicación y cambio, es decir, «la apropiación eventual y el uso de los espacios de gestión colectiva», el aprendizaje colaborativo, la participación y la responsabilidad directa en todas las fases del trabajo, bajo presupuesto, «utilizando criterios del código abierto con la intención de que puedan difundirse, replicarse, evolucionar» de forma positiva (www.todoporlapraxis.es).

Congruencias

Emma Goldman señala que la enseñanza debería subrayar la capacidad de todas las personas para actuar, conformar el futuro y la dirección de la historia (Spring, 1975: 55). Para Tolstoi, la cultura es el «total de las fuerzas sociales que conforman el carácter del individuo» mientras que la educación es «un intento consciente de proporcionar a las personas un carácter y unas costumbres particulares». La educación es cultura controlada mientras que la cultura es libre (Spring, 1975: 56). Para evitar el mero aprendizaje como coacción e instrucción, el objeto de

la pedagogía debería ser el autodesarrollo basado en una mayor capacidad de acción y autogobierno. Esta autoposesión implica una liberación de escuelas y universidades (Ferrer, Neill, Dennison, Goodman) porque «las escuelas han apartado al hombre de su facultad de aprender» y le someten al control, la autoridad y al misticismo (Illich, 1971).

Debemos favorecer ambientes no estructurados que propicien el desarrollo personal propio pero sin olvidar el comunitario, fomentando el progreso de la consciencia (Rogers, Freire) como un proceso vital consciente que parte del individuo. Esto se proyecta hacia la comunidad a un nivel de acción. Tenemos que romper la inercia porque «las personas que viven en una cultura del silencio no hacen nada para cambiar el mundo» (Freire, 1961) pues se encuentran en una condición oprimida y sin capacidad para la actividad vital. Para cambiar las condiciones opresivas es necesario ganar autonomía, tener ideas propias, independientes de las dominantes y considerar auténtica nuestra realidad. Esto es lo que denominamos congruencia (Rogers, 1965) o consciencia crítica.

Pensar con el diseño

Leticia Fernández Marín
Jaime Pardo Gibson
Gabriel Barrero Tapias

Departamento de Diseño, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

De acuerdo con Sen (2001)1, no es la adquisición de bienes lo que realmente importa a las personas sino lo que estos permiten a ellas y a las comunidades ser y hacer, es decir, el tipo y calidad de vida, el bienestar que les deja disfrutar. Todo proyecto de Diseño tiene un sentido más allá de su materialidad por lo que debe considerarse como una oportunidad para ofrecer a personas y comunidades opciones de acceso –a medida humana– al disfrute de experiencias sensibles, culturales, espirituales, individuales y sociales, entre otras, y, además, para brindar alternativas de potenciamiento y empoderamiento de personas y comunidades orientadas por el respeto a la dignidad humana.

En el contexto global, en el que un alto porcentaje de la economía se soporta en actividades de emprendimiento en la escala de la microempresa, se hace necesario enlazar la cultura del emprendimiento con el pensamiento de diseño, con la salvedad de que este no es exclusivo de la disciplina. Más aún, el pensamiento de diseño, como cualquier proceso, puede ser practicado en diferentes niveles por personas y profesionales con diferentes talentos y capacidades; dicho tipo de pensamiento funciona como una caja de herramientas definitivamente útil para abordar procesos de innovación y de crecimiento organizacional (Liedtka & Ogilivie, 2011)2. Implica comprender que estos procesos se acercan, en términos prácticos, al pensamiento organizacional y a la realidad de la producción y el consumo a partir de iniciativas de emprendimiento. Es una manera de enfrentar y estructurar problemas con sentido proyectivo y prospectivo que facilita la formulación de estrategias y acciones para las organizaciones y sus cadenas de valor.

Se hace, pues, necesario vincular la cultura empresarial con la cultura del proyecto, es decir, comprender sistémicamente las implicaciones de un cambio de pensamiento que requiere consolidar las redes conformadas por organizaciones productivas, instituciones, diseñadores y consumidores que promuevan, construyan, diseñen y consuman soluciones altamente contextualizadas para las necesidades sociales y realidades de las personas. En este sentido, el diseño del sistema y del modelo de negocio articula los intereses, capacidades e infraestructuras de los interesados, y definen su rol en la solución, los beneficios esperados y la construcción de conocimiento común, resultado y validado por el intercambio.

En las nuevas dinámicas sociales que apuntan a un cambio en los valores de producción y consumo de la mano de contextos y escalas locales pero, al mismo tiempo, globalmente competitivos, se presentan dos actores sociales especialmente necesitados del apoyo de los diseñadores. Por un lado están las comunidades que se aglomeran espontáneamente con el fin de generar soluciones altamente contextualizadas y a medida de sus recursos humanos y territoriales, llamadas comunidades creativas (quienes son al mismo tiempo productores y consumidores de sus creaciones) y que dan

lugar a emprendimientos sociales difusos de carácter asociativo no formal; y, por otra parte, se encuentran los actores institucional de carácter público, privado o mixto que buscan dar soporte a este tipo iniciativas de alto potencial innovador y sustentable. (Manzini, 2007).

El Diseño puede prestar su apoyo en los procesos de aprendizaje social que involucran a estos actores a través de estas acciones:
.- Participar, como parte de la red, junto con otros actores involucrados en la generación de soluciones eficientes y accesibles para sus productores/consumidores.
.- Hacer acompañamiento para promover y mejorar los procesos de co-diseño y fortalecer las interacciones necesarias para generar soluciones basadas en la asociación. .- Estructurar y desarrollar plataformas de apoyo3 que creen las mejores condiciones para estimular, desarrollar y replicar comunidades creativas y emprendimientos sociales difusos.

En resumen, si se habla de Diseño para la Innovación Social se cuenta con un campo de investigación que persigue articular enfoques epistemológicos que provienen de las ciencias sociales y humanas con enfoques propios del Diseño, en busca de enriquecer la aplicabilidad a distintos casos particulares y de contribuir a la construcción de procesos transdisciplinares de apoyo a comunidades y grupos de interés.

De acuerdo con lo expresado anteriormente se formulan las siguientes preguntas:
.- ¿Cómo enfrentar problemas complejos que requieren ser resueltos de manera interdisciplinaria y cuál es el papel del Diseño en el proceso?
.- ¿Cómo hacer partícipes, y de qué manera, a diversos actores en un proceso proyectual de co-creación?
.- ¿Cómo apoyar el aprendizaje social relacionado y liderar procesos desde el diseño?
.- ¿Cuál es la función de los diseñadores como habilitadores de procesos de innovación y aprendizaje social?.

Influencia del humor en el arte y la publicidad

Fernando García
Irma Carrillo

Facultad del Hábitat, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México

Resumen

La influencia del humor en el arte y en la publicidad es un referente de gran importancia en el ámbito de la comunicación comercial, la cual se ha visto beneficiada por las experimentaciones realizadas por artistas y diseñadores gráficos que han incidido en diversos ámbitos para rescatar de ellas estas características que las hacen menos perfectas pero más humanas con el fin de persuadir al perceptor.

Introducción

En cierta ocasión Henry Moore, el gran escultor británico del siglo XX, dijo: "Para mí el arte es mucho más pasmoso que la ciencia. Si todas las obras de Rembrandt desaparecieran, la humanidad lo lamentaría más que si se perdiera un conocimiento científico. Éste puede volver a descubrirse, pero las grandes obras de arte jamás se recuperarían". Esta reflexión acuña, por sí mismo, el trascendente valor del arte y su gran contribución a la humanidad. Una de las maneras en que se ha promovido la divulgación del arte ha sido a través de la publicidad, con el fin de promover las cualidades de algún artículo a través de las propiedades que están implícitas en las pinturas y esculturas de gran valor artístico en la sociedad de consumo.

Reflexiones sobre arte y publicidad

¿Por qué se usan las imágenes de obras de arte en la publicidad? Es probable que una de las explicaciones más plausibles sea que mediante este tipo de representaciones iconográficas se intenta expresar el prestigio que desea alcanzar la fuente al emplear un icono de arte identificado como referente de gran valor cultural, en el amplio espacio geográfico y temporal donde se está divulgando un mensaje comercial. De igual modo, es probable que los perceptores y consumidores que puedan identificarse con esa obra impresa trasladen gran parte de su significado hacia esa marca o producto patrocinador que publicitan.

Al observar con profundidad los anuncios que emplean este tipo de soluciones gráficas en la publicidad surge la duda de porqué se utiliza en ocasiones un referente humorístico en ciertas obras de arte de reconocido prestigio. Ante ello, una de las explicaciones más plausibles residiría probablemente en el acto de desacralizar la atmósfera significativa que envolvería a alguna pintura de arte de gran prestigio, de tal modo que se le pueda otorgar un nivel más terrenal en su imperfección.

De igual modo, sería válido considerar la intención de ridiculizar el estatus cultural en el que se le ubica, producto de la sobrevaloración significativa y financiera con la que ha sido dotado.

Es claro que no en todos los anuncios de publicidad se maneja el concepto de obras de arte, aunque siempre es significativo encontrar que tales soluciones en revistas, carteles y espectáculos pueden ser recordadas con mayor facilidad si se encuentran con un sesgo de humor.

Los orígenes del humor en el arte

Los orígenes de esta modalidad, no son tan sencillos de precisar. Si bien es probable que haya ejemplos más antiguos, es seguro que una de las primeras representaciones que promovieron esta manifestación artística pueda encontrarse en la obra de Marcel Duchamp (1887-1968), quien en 1919 realizó una obra denominada L.H.O.O.Q. (homófono en francés de la frase "Elle a chaud au cul", que podría traducirse aproximadamente como "Ella está excitada sexualmente" o, de manera literal, "Ella tiene el culo ardiente") donde graficó un bigote y una pequeña barba en una tarjeta postal de la Mona Lisa de Leonardo Da Vinci. Esta burla gráfica en la que "falta al respeto" a esta obra clásica, abrió las puertas para ver con otros ojos la desacralización de toda pintura que hubiera trascendido en la cultura de arte.

Ejemplificaciones del humor en el arte actual.

A partir de esa presentación, siguieron una serie interminable de artistas y diseñadores que incursionaron en esta línea; entre ellos, habrá que destacar el excelente trabajo del caricaturista estadounidense Ward Kimball (1914-2002) quien trabajó en los estudios de Walt Disney, participando en las películas de La Cenicienta, Pinocho, Alicia en el País de las maravillas, Blanca Nieves y otras 12 largometrajes de dibujos animados más. Su principal característica en las obras pictóricas alteradas reside en enfocar un detalle externo de carácter altamente significativo sobre la pintura de arte con el cual se cambia drásticamente el significado original de la temática expuesta, causando con ello en el espectador un momento de asombro que conlleva a la hilaridad por lo chusco e incoherente de los resultados que se presentan fuera del contexto original.

Figura 1

Como ejemplo de su magnífica y enriquecedora producción sobre este género, está el libro de Kimball Art after pieces , donde se presentan ejemplificados sus trabajos relacionados con la Mona Lisa, de Leonardo Da Vinci, con tubos o rulos en su cabello; el "Retrato de mi madre", de James McNeill Whistler, donde ésta está sentada viendo un programa de televisión (fig. 2); el Nacimiento de Venus , de Sandro Botticelli, en la que ella aparece con un corsé rojo, zapatillas de tacón negras, corbata negra y grandes orejas de conejita, similar a las conejitas de Playboy (fig. 3).

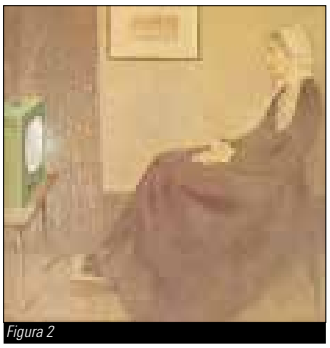


Figura 2

Aparece también la obra denominada El rapto de las sabinas, pintada por Jacques-Louis David (1748-1824), donde en medio de la gran batalla que está aconteciendo a las afueras de una gran ciudad amurallada aparece en primer plano un avión de guerra de la fuerza aérea estadounidense arrojando lanzas como si fueran bombas a la población en guerra (fig. 4), evidenciando todas y cada una de estas pinturas las reflexiones significativas que se han aludido anteriormente sobre la desacralización del valor original de estas obras de arte.

Figura 3

De manera similar, en México se ha dado también este recurso aunque de otra manera, al cubrir lo referido al humor con el elemento textual. Eduardo del Río García (1934), caricaturista, historietista y escritor mexicano, mejor conocido como Rius, publicó en 1982 un libro denominado El museo de Rius donde cita textualmente en la introducción: "Los tesoros del arte no siempre nos sugieren sentimientos de seriedad o de solemnidad. Detrás de cada cuadro hay siempre otra interpretación, muy distinta a la que el pintor quiso dar. A unos, los cuadros les hacen llorar, a otros los ponen pensativos y a otros les hacen soltar la carcajada".

Figura 4

La simplicidad de los textos añadidos coincide con el carácter desenfadado de la conducta del mexicano, donde se hace énfasis de las circunstancias que se narran icónicamente en la obra de arte pero reinterpretada a la expresión verbal que, a través de vírgulas, expresa

expresa el protagonista que aparece en esa pintura o escultura. La clave de esto es que es simplemente un comentario u oración que contribuye a cambiar el significado original para contextualizarlo a las circunstancias de nuestro tiempo. Los ropajes, las poses (si bien en esta publicación no se precisan) el color así como la ambientación, conllevan a orientar al espectador a cierta época de nuestra historia, aún cuando algunos acontecimientos no hayan sido generados originalmente en nuestro país y el protagonista ha sido, indudablemente, nacionalizado mexicano.

Es por ello que los editores mencionan que "en este trabajo, el autor busca recuperar la intención del pintor, al elaborar un cuadro famoso; Rius no se propone hacer un desacato al arte de los grandes maestros, sino ponerlo al alcance de todos". Con estas palabras se evidencia por sí misma la gran humildad con que habríamos de apreciar y observar cada una de las grandes obras de arte que pudiéramos encontrar en algún museo o galería, ayudándonos a percibirlas de modo más humano al entender la esencia de su espíritu, donde a través de una sonrisa se enfatizaría la transparencia de su esencia al ser testigos de una manera de pensar y conducirse en la sociedad plasmada en esa obra.

De igual modo, este prestigiado humorista nos indica más adelante que "contados son quienes han hecho chiste de cuadros famosos sin caer en lo grotesco, en lo vulgar", pues es indudable que muchas veces las personas que se jactan de poseer un buen sentido de humor para hacer reír a los demás se apoyan en expresiones ofensivas y humillantes hacia los demás. ¿Cuáles son las obras que se han tomado como ejemplificación de este pensamiento? Iniciemos mencionando la obra del pintor mexicano Antonio Ruiz El Corcito (1892-1964), quien en su obra denominada "El Aparador" retrata el pensamiento y el choque psicológico de la sociedad mexicana cuando en nuestro país empezó la industrialización en mayor forma a finales de la década de los treinta; en ella, una pareja de personas del campo admiran el aparador con trajes de baño aunque sean para otra clase socioeconómica. La expresión del hombre dirigiéndose hacia la mujer es, por demás, evidente: "Ese de allá sí te quedaría vieja: Tampoco tiene brazos" (fig. 5).

Por su parte, la escultura Mujer correspondiente al artista franco estadounidense Gaston Lachaise (1882-1935) declara por sí misma la voluptuosidad de las formas del cuerpo, obligando al espectador a admirar ciertas partes del desnudo. Sin embargo, la expresión que ha sido añadida a la fotografía y que el lector ha sido conminado a leer evidencia, sin lugar a dudas, el juego en que ha caído desde un principio: "Eres el primero que se da cuenta que tengo un ojo de otro color(…)". Expresión irónica y a la vez sarcástica que expresa la escultura para hacer sentir vergüenza en principio y después risa por la broma en que ha caído, al darse cuenta que si bien aparece la fotografía de la mujer en cuerpo entero, está además impresa en blanco y negro, por lo que sería imposible percibir los distintos colores de sus ojos.

Figura 5

De igual modo, en la pintura de Pierre-Auguste Renoir (1841-1919) El Palco, se presenta una pareja, compuesta por una mujer y un hombre de clase alta del siglo XIX, que están admirando un espectáculo (pudiendo ser una obra de teatro, una ópera, un espectáculo de circo, etc.) haciendo énfasis en la imagen del hombre por estar viendo hacia arriba con binoculares. Pero es el texto añadido, donde se juega el significado humorístico por parte de Rius, al indicar mediante una vírgula: "¿Te digo qué se le olvidó ponerse a la alambrista?"

Finalmente, se presenta también la escultura mexica de Cuauhxicalli, que significa Vaso de las águilas. Éste es un recipiente donde se colocaban los corazones humanos de las personas sacrificadas en las ceremonias. Sin embargo, la imagen de esta escultura cambia radicalmente su significado original al trasladar su connotación de un animal silvestre (jaguar) a un depredador más común (en particular un perro furioso), metáfora de los oficiales de tránsito que ante la primera oportunidad para levantar una infracción a algún automovilista lo detienen y le solicitan sus documentos que validen su capacidad para manejar un vehículo. De ahí que se presenten con mala cara y enseñando los dientes. Por supuesto, a todos les genera miedo (fig. 7).

Figura 7

Bansky es uno de los artistas anónimos que ha expresado su inconformidad por los sucesos comunes de la vida, donde las autoridades que habían de defender al ciudadano común son los primeros que atentan contra ellos .

Bansky es un prolífico artista callejero de origen británico que utiliza este nombre como pseudónimo con el fin de lograr identificar su arte sin ser conocida su fisonomía por cuestiones de seguridad. Las principales tópicos que maneja están referidos hacia una crítica de las circunstancias sociales que, en cierta medida, son irónicamente ciertas, aceptadas y válidas socialmente, aún cuando cada persona sabe que la esencia del mensaje expresado (no en la forma ni en la manera en que lo hace, sino sobre su significado) sea correcta.

Sin embargo, en proporción, pocas personas hacen algo para cambiar ese status quo. Algunas de las obras que ha realizado Bansky y que ha tomado este artista gráfico británico como principal objetivo de su manifestación artística, reflejan precisamente esto: cambiar lo malo presente en lo establecido. Para ello, ha partido de obras clásicas de arte las cuales expresan un significado peculiar. Por ejemplo, Las espigadoras de Jean François Millet (1814-1875), donde en lugar de continuar con el mismo concepto (agregando alguna imagen para enfatizar el significado deseado), ha mutilado la pintura a partir de la ruptura por completo del cuerpo de la tercera espigadora que aparece a la derecha del cuadro, ubicándola en el exterior de la parte inferior de esa composición, aunque ahora representada como una persona que presenta una actitud completa de relajación, fumando con tranquilidad y despreocupada, como si esperara a alguien en particular, expresando así una plena y clara rebeldía por estar siempre haciendo lo mismo (fig. 8).

Otra obra de este prolífico artista es la recreación de la pintura Playa de baile del tango de Edward Misiaszek (1921-1999), en la cual la sorprendida pareja de este cadencioso baile está a punto de detenerse al ver a unas personas que trasladan un tanque con productos químicos altamente contaminantes a pocos metros de donde ellos están (fig. 9).

De igual modo, la representación gráfica en alto contraste generada en esténcil de varias fotografías clásicas que representan la influencia de los Estados Unidos de América en el mundo, compuesta por las clásicas fotos de Mickey Mouse caminando en Disneylandia, la del payaso Ronald del restaurante McDonald y la impactante imagen de la niña Kim Phúc de 9 años generada por el reconocido fotógrafo Huynh Cong Út, en la que aparece corriendo desnuda, llorando y asustada, en una escena de la guerra de Vietnam de 1972. Esta composición nos precisa el fuerte significado de la influencia de la política de ese país en todo el mundo (fig. 10).

Finalmente, una fuerte crítica sobre una de las más importantes obras de Edgar Degas (1834-1917), Las Bailarinas, donde a través de un añadido gráfico sobre dicha pintura cambia y enfatiza el nuevo significado de este lienzo al representarnos a Simon Cowell, uno de los jurados más estrictos en el programa Britain's got talent (Gran Bretaña consigue talentos), que aparece como parte del jurado calificador junto a los que originalmente serían los profesores de las chicas (fig. 11).

Por supuesto, el humor que se presenta en la imagen de Mickey, Ronald y la niña no se sitúa en un humor blanco y ameno sino en un humor negro y sarcástico que obliga a pensar al espectador para tomar posición ante estos hechos lamentables de la vida, mientras que la imagen de Las Bailarinas, donde el juicio que se hace sobre la calidad de la manifestación artística depende en principio de una persona como jurado, es más bien una representación de humor blanco aunque con un sesgo de crítica social.

Es evidente que el arte ha influido plenamente a la publicidad. Tan es así que la diseñadora gráfica María José Cubos Tapia ha enfatizado su importancia al destacar que "en ocasiones la gente está familiarizada con las pinturas [de arte], gracias a la publicidad que existe en torno a ellas. Hay quienes tienen la suerte de haber tenido contacto más directo con ellas (en museos, exposiciones, etc.) y, al ver la obra vendiendo un producto, el interés crece y la

Figura 8

Figura 9

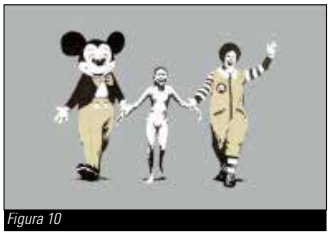


Figura 10

Figura 11

crece y la respuesta de consumo se eleva. El hecho de conocer la obra original y todo lo que ella engloba para los amantes del arte es una experiencia única". Estas reflexiones son destacadas y fundamentadas al analizar y ejemplificar dichas obras a partir de las condiciones psicológicas en que el artista pudiera haberlas generado. Por ello, hace énfasis en que "lo que se busca al tomar una obra importante y colocarla en una campaña de publicidad es que el receptor se sienta cercano a ésta y lograr que se interese en el producto que se pretende lanzar al mercado. En pocas palabras, el punto clave se encuentra en hacer que un anuncio mueva los sentimientos del espectador a manera de lograr el objetivo que la fuente requiere", lo cual indudablemente es vender.

Ejemplificaciones del humor en el arte y la publicidad

¿Cómo se presentan estos ejemplos del humor en la publicidad? Si bien existe una gran variedad de anuncios que manejan estos conceptos, quisiéramos ejemplificarlos con unos carteles o anuncios de revista de la aerolínea alemana Lufthansa. La primera imagen está representada con una pintura póstuma del compositor musical austriaco Wolfgang Amadeus Mozart, pintada en 1819 por Bárbara Krafft, donde en la publicidad aparece ataviado con unos anteojos para sol así como con una barba y bigote muy modernos (fig. 12).

De igual modo, el segundo ejemplo de los anuncios de esta compañía aérea presenta la pintura de la Mona Lisa, obra clásica de Leonardo Da Vinci que fue pintada entre 1503 y 1506. En este anuncio, la señora es ataviada con una pashmina sobre cuello y hombros, exaltando su belleza moderna con maquillaje, rubor, sombras para los párpados de sus ojos, así como con labios pintados (fig. 13). Además de los créditos de la compañía aérea que patrocina estos anuncios -información básica de página web y lema de la compañía aérea- tanto el mensaje secundario que anuncia en la parte superior Europa regresa desde 99 euros como el título principal Dios mío, Austria [o Francia] es tan barata estos días exaltan las ventajas de viajar con Lufthansa. Los referentes añadidos a las pinturas son claro ejemplo de índices que aluden al tiempo en que se está difundiendo esta publicidad así como al tipo de personas a quienes van dirigidos estos mensajes: jóvenes económicamente pudientes.

Figura 12

Figura 13

Conclusiones

Es evidente que el arte ha influido notablemente en la publicidad, donde ésta ha visto grandes ventajas para persuadir al público. Existen varios referentes que han sido empleados en la publicidad vinculada con el arte y podemos destacar en principio tres tipos:

1. El arte plasmado en la publicidad de manera literal, donde la pieza promueve directamente el producto publicitado, sin afectar o cambiar la obra original.

2. El arte plasmado en la publicidad con adición o sustracción de sus formas originales, donde la obra de arte ha sido alterada mediante la suma, eliminación, multiplicación o fragmentación de un componente que modifica su significado.

3. El arte plasmado en la publicidad con adición de textos no originales lo cual conlleva a enfatizar el significado deseado. Al ser un componente que connota gran prestigio y buena reputación al producto anunciado, ha sido menester cubrirlo con un aura que atraiga al espectador de manera clara y sencilla a través de características que conlleven al buen humor del consumidor en beneficio generalmente del producto anunciado.

En este sentido, se evidencian claramente tres clases de humor en las representaciones que vinculan el arte con la publicidad. El primero sería un humor blanco donde a través de situaciones sencillas y comunes se hace énfasis en momentos extraños que contrastan con la vida común presente en la realidad. Ejemplos de ello podemos verlos en La Mona Lisa con tubos, la clase de ballet de Las Bailarinas donde aparece como jurado Simon Cowell o en la obra El retrato de mi madre sentada frente al televisor. El segundo tipo

de humor sería el humor negro, en el que se acentúa una burla o alegría egoísta a través de la desgracia ajena. En esta clase estarían los ejemplos de "El rapto de las sabinas" donde mediante un avión F5 se bombardea con flechas a la población o El aparador, donde se exalta la condición de incapacidad por parte de la mujer al no tener brazos; de igual modo, se ejemplifica en este rubro El paseo de Mickey, Ronald y la niña de Vietnam, en el que los dos primeros personajes están muy contentos caminando con gracia y simpatía mientras escoltan a la pobre niña desnuda que corre llorando. Finalmente estaría la tercera categoría donde se enmarca el humor rojo, enfatizado por un sentido vinculado al ámbito sexual. En este grupo entraría El nacimiento de Venus, vestida como conejita de Playboy, la escultura Mujer, en la que se enfatizan las partes erógenas del cuerpo o El palco, donde los espectadores, y en particular el hombre que observa con binoculares, dan con esta nueva interpretación un significado sexual. Habrá que indicar que si bien se encontraron estos tres tipos de humor, estos mismos pueden ser combinados en sus ideas esenciales para acentuar una nueva interpretación en alguna obra elegida con la intención de promover un producto en particular.

Los planteamientos de cómo se genera esta clase de ánimo en las personas y cómo son trasladados a las cualidades que se manejan en publicidad son componentes de gran interés e importancia para que todo perceptor pueda tomarlos en cuenta en el momento de la toma de sus decisiones con el fin de elegir un producto sobre otro. Desde el punto de vista del autor, la decisión final debería quedar en las personas que tienen claras sus necesidades y no en los publicistas que inducen, conminan y persuaden a adquirir productos irrelevantes que seducen sin objeción.

Bansky. *2013. Página oficial en la web: http://www.banksy.co.uk*
Cubos Tapia, María José. *Influencia de las enfermedades mentales en el arte y en el diseño. Tesis de licenciatura en Diseño Gráfico. Facultad del Hábitat. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis Potosí. 2011, p. 100.*
Kimball, Ward. *Art after pieces. Magnum books. Los Angeles, Cal. 1979, 96 pp.*
Rius. *El museo de Rius. Editorial Posada, S.A. México D.F., 1982. 161 pp.*

Jornadas 'satèl-lit': Intervenciones gráficas en la naturaleza

Eva Moya González
Jordi Homar i Marquès
Eduard Ducrós Marsol

ESDAP (Escola Superior de Disseny i Arts Plàstiques) Serra i Abella, L'Hospitalet, Barcelona.

Las jornadas 'Satèl-lit' son una iniciativa de la Escola Superior de Disseny i Arts Plàstiques Serra i Abella, un centro público de la Generalitat de Catalunya, ubicado en L'Hospitalet de Llobregat en el área metropolitana de Barcelona, donde se imparten dos líneas de estudio: Ciclos Formativos de Grado Superior de la familia del Diseño Gráfico y Estudios Superiores de Diseño Gráfico equivalentes al Grado Universitario.

Cada curso desde el año 2001, el centro programa una salida para provocar el encuentro entre diseño, arte y naturaleza. Durante unos días, profesores y estudiantes salen del centro educativo y se trasladan a un entorno natural para realizar diferentes actividades creativas interdisciplinares que giran en la órbita del plan de estudios como si fueran un satélite de éste. El 'Satèl•lit' constituye una de las señas de identidad de una escuela que entiende la cercanía y el trabajo colaborativo como formas de potenciar el talento y las habilidades de los estudiantes.

Una de las actividades que se realiza desde los inicios de las jornadas 'Satèl•lit' es el proyecto Intervenciones gráficas en la naturaleza. Esta actividad de los Estudios superiores de diseño gráfico parte de un encargo que cambia cada curso pero mantiene siempre los mismos condicionantes. Los estudiantes, que trabajan en grupos, tienen que realizar una acción gráfica efímera en un espacio natural buscando la integración de los signos visuales en el paisaje y el respeto al medio ambiente.

Para proyectar y llevar a cabo estas intervenciones se deben aparcar los medios digitales y utilizar solamente recursos analógicos, aprovechando la naturaleza como soporte y elemento de creación visual. Por esta razón, durante la fase previa a la proyección se analizan estrategias de otras disciplinas creativas como el 'land art' y el 'street art' que también actúan plásticamente en el espacio exterior.

En el land art, la obra deja las galerías y los museos para trasladarse al espacio natural, un medio cambiante con el que la obra interactúa. Según Hans Haake, el arte ecológico busca "hacer algo que experimente, reaccione a su ambiente, cuya forma no pueda predecirse con exactitud, hacer algo que reaccione a los cambios de luz y de temperatura, esté sujeto a las corrientes de aire y dependa en su funcionamiento de las fuerzas de la gravedad" . De la misma manera, los estudiantes que participan en esta experiencia pedagógica dejan por unos días el confort y la estabilidad de los soportes habituales del diseño gráfico (papel y pantalla) para trabajar en un medio tan variable e incontrolable como la naturaleza. Las intervenciones gráficas que resultan de este proyecto ponen de relieve el increíble potencial expresivo del medio natural.

Por otro lado, las obras del land art proporcionan a los estudiantes numerosos recursos creativos para utilizar el entorno como medio gráfico: añadir, quitar, ordenar, desplazar, marcar, esconder, etc. Así, pueden emular a Robert Smithson en su 'Spiral Jetty' (una inmensa espiral creada añadiendo tierra y piedras sobre el gran lago salado de Utah), seguir las estrategias minimalistas utilizadas por Richard Long en obras como A line made by Walking (una línea recta creada aplanando la yerba con sus pasos) o Hoggar circle (un círculo marcado eliminando piedras del desierto del Sahara).

El street art o arte urbano es otro referente fundamental para la actividad. Este movimiento, que utiliza el espacio urbano como soporte gráfico, transforma el entorno en un lugar de expresión con posibilidades inacabables. De activistas gráficos como Banksy, los estudiantes pueden extraer múltiples recursos para sus intervenciones gráficas. Así, pueden introducir imágenes inesperadas en espacios para cambiar la percepción de la realidad, como hizo Banksy pintando escaleras en el muro de Palestina o ratas en los muros de Londres, o llamar la atención sobre un elemento que pasaría desapercibido enmarcándolo, marcando sus límites, identificándolo o señalándolo.

Los estudiantes tienen en esta actividad otro condicionante importante: disponen de un tiempo limitado para idear y formalizar las propuestas. Son dieciséis horas divididas en tres días para llevar a cabo un proceso completo de diseño integrado en la naturaleza: empezando por la documentación sobre la propuesta y el análisis del entorno, siguiendo por idear la estrategia creativa y acabando por la materialización de la propuesta y la intervención en el paisaje. La intensidad y concentración del proceso creativo genera muy buenos resultados. Las limitaciones temporales, técnicas y materiales del proyecto demuestran el potencial creativo de los estudiantes y su capacidad para desarrollar eficazmente un proyecto complejo.

Estas intervenciones gráficas en la naturaleza han tenido objetivos y localizaciones diversas en las diferentes ediciones de las jornadas 'Satèl•lit'. Así, en abril de 2013 se llevó a cabo el proyecto Itinerario sensorial en el Pirineo catalán, un trabajo que tuvo como resultado una decena de instalaciones efímeras que se sucedían a lo largo de un pequeño sendero de montaña que une los pequeños pueblos de La Molina y Alp. Estas intervenciones gráficas que señalizaban los puntos de interés sensorial del sendero tenían como objetivo comunicar las sensaciones y emociones que transmite el entorno natural y generar la reflexión sobre el valor del bosque como signo y soporte creativo. Los resultados fueron tan diversos como interesantes. Así, uno de los grupos de estudiantes creó un anamorfismo de un círculo rojo dibujado con tiza sobre los troncos de los árboles. El círculo sólo podía contemplarse desde un punto de vista concreto y marcaba la geometría escondida en la naturaleza. En otro lugar del bosque, un grupo situó un marco blanco que, suspendido entre los árboles, enmarcaba el paisaje mientras otro marco, en el lado opuesto, enmarcaba al observador del paisaje. Otros estudiantes decidieron situar en el medio del sendero un pentagrama con formas geométricas de colores puros que representaba visualmente los sonidos de la naturaleza integrados en el paisaje.

En el curso 2011-2012 el proyecto se tituló High tech–Low tech. En aquella ocasión el paisaje escogido fue la Costa Brava. En sus playas se ubicaron unas intervenciones formadas por imágenes y textos realizados de forma manual que reflexionaban sobre el mundo digital y hacían posible el diálogo entre la virtualidad de la pantalla y la realidad del mundo natural. Uno de los proyectos consistía en llevar diferentes acciones de ordenador a la naturaleza, como se hace mediante los atajos de teclado: copiar, cortar, pegar, deshacer (...) Así, por ejemplo, situaron unas teclas gigantes de 'ctrl+z' en la orilla de la playa emulando la misma acción que realizan las olas del mar al deshacer todo lo escrito en la arena.

Esta actividad constata de año en año los beneficios pedagógicos que comporta cambiar las dinámicas del día al día del centro educativo. El cambio de escenario, la propuesta en un entorno natural, el trabajo colaborativo, la limitación de tiempo y de medios así como la convivencia con los compañeros y los profesores, ofrecen resultados óptimos que difícilmente se podrían obtener en las aulas. Además, el proyecto consigue fomentar aspectos tan positivos como el desarrollo de la creatividad, la capacidad de adaptación al medio, el aprendizaje compartido, la cooperación y el respeto a la naturaleza. No hay duda, es una experiencia pedagógica altamente recomendable.

Diseño hoy, social y humano

Rafael Vivanco
Sandra Tineo

Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú

El diseñador ha evolucionado mucho en las últimas décadas, ha pasado de ser considerado un simple dibujante a ser reconocido como un profesional integral de la comunicación visual. Los diseñadores han trabajado para lograr esa transformación desde diversos campos de la comunicación, acorde con la sociedad en la que se desenvuelven.

El diseño participa de la cultura en toda sociedad porque es original y funcional pero, sobre todo, conceptual. En estos tiempos es fundamental ser conscientes del rol que cumple la universidad en la formación de diseñadores. Persona, sociedad y ambiente tienen al diseño como agente vinculante para lograr cambios que permitan construir una sociedad más justa, tolerante, creativa y emprendedora. Hoy el mundo exige cambios y el diseñador está en la obligación de asumir esa responsabilidad. La sociedad demanda un profesional activo, observador y analítico que reconozca, acepte y mejore su realidad, desarrollando un diseño reflexivo, humanista y social que sirva para lograr cambios de actitud, pensamiento y acción buscando el bien común. Un diseño humano y social es un `diseño agente de cambio' que, más allá de ser una filosofía, es un estilo de vida basado en el reconocimiento de nuestra diversidad multicultural y el entorno, para generar identidad siendo un diseño responsable. Reflexiones sobre arte y publicidad

A partir de la investigación profesional, el estudio y análisis, el diseñador es capaz de mirar al pasado y al entorno para reinterpretarlo, modernizando estéticas y contextualizando de manera positiva los aspectos relacionados con su cultura a fin de aplicarlos en su estrategia de comunicación.

En la Carrera de Arte y Diseño Empresarial USIL, investigación e identidad son palabras primordiales que sirven de eje para desarrollar proyectos de investigación en diseño vinculados a la realidad, buscando soluciones a los problemas sociales que nos rodean y que muchas veces no se quieren ver. Estos temas insertados en el currículo permiten la formación de comunicadores visuales conectados con la realidad a la cual pertenecen y, al mismo tiempo, exigiéndoles ser multidisciplinares utilizando la sociología, psicología, educación, antropología y otras ciencias para el logro de sus objetivos comunicacionales, permitiéndoles por un lado tener respaldo y sustento a sus propuestas planteadas y por otro al diseño como herramienta del logro de esos objetivos. Los futuros profesionales necesitan saber que cada realidad es distinta simplemente por su diversidad. En todo proceso de comunicación el mensaje siempre debe de ser pensado como un diseño socialmente responsable, evitando caer en estereotipos y modelos foráneos que no pertenecen a la realidad de cada uno de los grupos a los cuales se dirige.

Diseño desde siempre

El diseño siempre ha sido parte de nuestras vidas; desde nuestros orígenes, siempre hubo y hay diseño en todas las actividades que se han desarrollado a lo largo de la existencia humana en el planeta. Por ello, resulta absurdo afirmar, indicar o señalar cuándo nació el diseño o cuándo se hizo profesión. Sobre eso no se puede asegurar nada; lo que sí podemos afirmar, es que efectivamente nació como un oficio y que a lo largo de la historia muchos han luchado y trabajado por darle el lugar que le pertenece como profesión.

Y es que el hombre, desde que tuvo conciencia, utilizó el diseño sin siquiera pensar que lo estaba haciendo. Lo podemos comprobar en todas las culturas y es muy sencilla su explicación. El hombre es un ser por naturaleza "comunicativo", teniendo la característica de dejar huella y testimonio de su vida, creando de esa manera cultura. Si la necesidad era dejar testimonio de sus actividades no sólo se limitó a la pintura rupestre sino que con la experiencia diseñaba los gráficos de tal manera que cada vez se perfeccionaban más: de ser simples garabatos a síntesis más elaboradas y complejas e ilustraciones realistas.

Con el paso del tiempo, y en la búsqueda de cubrir sus crecientes necesidades, aprendió a cazar para alimentarse y a vestirse con las pieles de sus presas; luego empezó a diseñar sus propios utensilios, herramientas, casa y atuendos, pero con un sentido de diseño cada vez más desarrollado, trascendiendo la función para transmitir también un mensaje a través de los objetos. Muchísimas culturas milenarias dan fe de esta transformación que alcanzaba el ser humano. A medida que evolucionaba, desarrollaba paralelamente los mitos y leyendas que influenciaron el diseño de todo aquello que producía, respondiendo a sus necesidades cosmogónicas y cosmológicas. Por ejemplo, al crear la cerámica, que nació como necesidad de manipular y servir alimentos, el diseño era parte fundamental de la solución misma en donde pragmatismo y estética se fundían en un solo fin. Lo mismo podemos decir que ocurrió en la orfebrería, arquitectura, escritura, carpintería y otras actividades. De ahí la importancia que tuvo el diseño desde la aparición misma del hombre. Sumeria, una de las primeras civilizaciones, es testimonio de esto, siendo enorme el aporte de diseño que dejó al mundo. Posteriormente, Egipto es un ejemplo muy puntual de cómo se logró el manejo adecuado del pragmatismo, estética, sintaxis y semántica y China, India, Grecia, Roma tendrían al diseño como factor clave en el desarrollo de sus civilizaciones; asimismo, podemos incluir las culturas precolombinas en donde el diseño era parte fundamental de su evolución misma.

En las manifestaciones gráficas de las culturas precolombinas se puede observar cómo los antiguos peruanos dominaban los principios básicos de síntesis, composición, estética y adaptabilidad funcional a sus propias cosmovisiones. Prueba de este maravilloso legado son los diversos soportes que se utilizaron para dichas manifestaciones como testimonio de su inmensa creatividad y dominio del mismo. Hoy en día, estos principios son considerados esenciales para el diseño profesional como, por ejemplo, el diseño de estructuras cuadráticas para de ahí empezar a diseñar y, del mismo modo, la creación de paletas de colores o la habilidad extraordinaria para realizar síntesis de formas que dieron paso a símbolos e iconos. Es por ello que se considera tan importante el estudio de estas culturas en la formación de los futuros diseñadores.

No es difícil comprobar entonces cómo, de manera empírica sin siquiera proponérselo, el hombre ha creado el diseño como un oficio natural, rústico y empírico que estaría presente en todas sus actividades y que sigue felizmente ocurriendo. Con esto se puede afirmar que desde siempre el diseño ha tenido un rol social trascendiendo sus alcances técnicos y/o académicos.

Diseño como profesión

Cuando el diseño nace, lo hace como un oficio presente en todas las actividades que el hombre desarrolla: la metodología logra que el diseño se ordene y se le reconozca su principal función, que es la de solucionar problemas. Es ahí que su profesionalización le vale

el derecho de ser un comunicador visual multidisciplinario, valiéndose para ello de otras ciencias como la sociología, antropología o psicología, educación que permite crear planteamientos comunicacionales creativos, innovadores e inclusivos, dirigidos adecuadamente al público pertinente. Esta actitud multidisciplinaria busca desarrollar conceptos como punto de partida, proponiendo acciones y soluciones con sustento teórico, respaldando las medidas tomadas y utilizando el diseño como herramienta para alcanzar esos objetivos.

Ser un comunicador visual es mas que ser un diseñador, es investigar, formular, conceptualizar, cuestionar, estudiar otras ciencias y finalmente proponer; también significa afrontar los retos del día a día entendiendo, por ejemplo, que la globalización es un hecho real e ineludible pero que la estandarización de los procesos en comunicación no procede, porque los públicos objetivos son completamente distintos y únicos debido a su propia diversidad; que los seres humanos no funcionan o actúan de manera idéntica y que el uso de estereotipos o estándares foráneos no tiene mayor cabida en las sociedades de hoy que demandan identificación, emoción y por sobre todo inclusión en el mensaje, participando de la cultura, idiosincrasia y sociedad; es fundamental ser conscientes del rol que se cumple: hombre, sociedad y ambiente tienen al diseño como agente vinculante para lograr cambios que permitan construir una sociedad más justa, tolerante, creativa y emprendedora.

El mundo exige cambios y este profesional de la comunicación visual está en la obligación de asumir esa responsabilidad. Se demanda un profesional activo, observador y analítico que reconozca, acepte y mejore su realidad, desarrollando un diseño reflexivo, humanista y social que sirva para lograr cambios de actitud, pensamiento y acción buscando el desarrollo común. En cuanto a su dimensión en el espacio, el diseño pasa de desenvolverse en un plano bidimensional a uno tridimensional y posteriormente, con la evolución de la tecnología, a uno virtual; si consideramos todas las nuevas disciplinas que se derivan de esta paleta, también podemos decir que no sólo el diseño se ha profesionalizado sino que también se ha multiplicado: Diseño Multimedia, Diseño de Interiores, Diseño de Marca, son algunos ejemplos de esta especificidad que se viene alcanzando.

¿Cuántos diseños hay?

Entendiendo que el diseño evolucionó, adquiriendo técnicas y metodología, no significa que exista ahora un solo diseño y que pertenezca exclusivamente al diseñador. Todo lo contrario, el diseño es para todos, es común cometer errores en donde las soluciones desarrolladas sólo pueden ser entendidos por los mismos diseñadores; es en ese momento cuando se debe volver a mirar el entorno y redescubrir que continuamos rodeados de diseño y que se debe de tomar un tiempo para reflexionar sobre ello.

Todo ser humano hace diseño, y en muchas ocasiones sin saberlo, y eso se comprueba a diario: en el mercado, cuando una vendedora ordena sus productos para poder tener una apariencia atractiva y que se vendan más rápido sus productos, está haciendo diseño; un ama de casa que hace una torta y la decora con mucho amor y pasión está haciendo diseño; un gerente que organiza las actividades que se deben de hacer para el logro de sus objetivos también está haciendo diseño; un maestro que realiza láminas más creativas y funcionales para poder explicar temas complejos está haciendo diseño; las pizarras de los restaurantes que se colocan en la calle han sido diseñadas cumpliendo la función de informar y atraer clientes.

Con esto se puede comprobar que ese otro diseño no es menor o inferior en comparación con aquel que evolucionó y se profesionalizó, todo lo contrario, la existencia de uno valida la vigencia del otro. Esto también establece que así como el diseño surgió hace miles de años con la aparición misma del hombre, hoy en día sigue andando de su mano. Por eso, un profesional del diseño no debería tener autoridad alguna para descalificar ese otro diseño natural, empírico y ahora urbano. Porque es justamente allí donde se encuentra una enorme fuente de inspiración y de referentes que se toman para crear un sistema de comunicación vigente que permita una comunicación inclusiva y real hacia las sociedades modernas que

reclaman un mensaje claro y, al mismo tiempo, descubriendo, conociendo, respetando y contribuyendo a la generación de cultura.

El diseño entonces se convierte en un agente de cambio; más que en una filosofía, en un estilo de vida basado en la diversidad del entorno para generar cultura y ser reconocidos de manera particular. A partir de esto el profesional es capaz de mirar el pasado y reinterpretarlo, modernizando estéticas y contextualizando de manera positiva los aspectos relacionados con su cultura a fin de aplicarlos en su estrategia de comunicación. Hablar de un diseño profesional es formar parte de la sociedad a la que pertenece. Se exige ser sensible, analítico, reconocer la realidad en la que se desenvuelve, generando identidad, proponiendo un diseño reflexivo, humanista y social, que sirva para lograr cambios de actitud, pensamiento y acción que complementen las estrategias del gobierno y sociedad en la búsqueda de un desarrollo común.

El diseño es creativo y original por naturaleza pero, hoy más que nunca, conceptual y funcional. El mundo evoluciona, no se detiene y los diseñadores están en la obligación de asumir la responsabilidad del cambio. Luego de pasar una experiencia globalizadora que en algunos momentos se volvió estandarizada, la sociedad exige el reconocimiento individual-grupal, ser reconocidos por sus propias características culturales que les permitan ser identificados, aceptados y respetados. Por tal motivo se precisa de profesionales activos y observadores de su entorno para redescubrir ese otro diseño, natural, empírico y urbano que le permite ser único, original, y poder hacer frente a ese mundo globalizado.

Foro i+D
Introducción

Conclusiones del Foro I+D+i en Diseño

María Luisa Walliser

Universdidad Rey Juan Carlos, Campus de Fuenlabrada

Diseño e innovación siempre han ido de la mano. Pero esta relación pocas veces se explicita. Pocas veces se reconoce al Diseño. El papel que ha desempeñado como motor de desarrollo y catalizador de la sociedad y menos aún desde el campo de la investigación. Pocas veces se le asocian palabras como: investigación, rigor, especialización, conocimiento científico, social…

Con el reciente salto de la enseñanza del Diseño, en el ámbito exclusivo de las Escuelas Superiores a la Universidad hace que el tema de la investigación cobre especial relevancia. Se hace necesario, en este punto, una revisión y análisis de cuál es el estado de la cuestión y cómo se estructura. Por primera vez, desde esta premisa se propuso, dentro de la estructura general del 5º Encuentro BID de Centros Iberoamericanos de Enseñanza del Diseño, reservar un espacio específico para tomar el pulso al estado de la investigación en el campo del Diseño. Entendiendo Diseño en el sentido más transversal de la palabra, es decir englobando todas sus disciplinas. Se reserva para este espacio, media jornada del total del Encuentro, que finalmente queda fijada el tercer y último día del Encuentro.

La jornada de Investigación y Diseño quiere enfatizar precisamente esta vertiente del Diseño en cada una de sus disciplinas y en su conjunto: gráfico, producto, espacio y moda. Por eso, esta jornada no pretende ser sino un lugar de reunión para que investigadores, centros docentes y empresas puedan dar a conocer sus inquietudes y aspiraciones, sus trabajos y líneas de investigación. Nos mueve favorecer el comienzo de nuevas colaboraciones y el nacimiento de proyectos conjuntos de cara al futuro.

Planteamiento

Desde un principio se concibe este espacio de investigación como un foro, un lugar de encuentro donde intercambiar inquietudes, experiencias, y sobre todo, conocimiento.

El primer reto que se plantea para estructurar el foro, es acotar el término "investigación" en el ámbito del Diseño. El segundo, acotar o intentar identificar una serie de categorías que nos permitan estructurar y clasificar dichos ámbitos de investigación, de cara a generar un "mapa" que nos traslade una visión holística del estado de la investigación en el ámbito del Diseño: cuantitativa, cualitativa y geográfica dentro de Iberoamérica, la región que convoca.

Se plantean como objetivos de partida:

1. Dar a conocer proyectos de investigación destacados, en curso o finalizados en la región iberoamericana.

2. Dar a conocer los equipos, perfiles y líneas de investigación en marcha en los diferentes centros docentes participantes en el Encuentro BID de cara a favorecer y facilitar la colaboración entre estos.

3. Facilitar el encuentro Centros Docentes-Empresa en torno a la investigación en los diferentes campos del diseño.

4. Sentar las bases de una RED de INVESTIGADORES iberoamericana en torno a los diferentes campos del Diseño.

Estructura

Por otro lado, se pretende fomentar la relación continuada en el tiempo entre los diferentes investigadores con intereses afines. Para ello se piensa en una estructura dinámica de la jornada, que permita la relación y participación activa de los investigadores. Un encuentro riguroso pero distendido entre investigadores, centros y empresas interesadas en el ámbito de la Investigación en torno al diseño. Pretende ser un espacio, no sólo de presentación, sino de encuentro, relación y reflexión en torno a este tema.

La jornada se estructura en tres bloques, dando lugar a diferentes formatos de participación: comunicación, ráfagas y poster. Este formato permite elevar el número de participantes en corto periodo de tiempo.

Bloque 1. Comunicaciones. Se trata de exposiciones orales de proyectos de investigación destacados. El formato consiste en ponencias de 10 minutos con apoyo de medios audiovisuales.

Bloque 2. Ráfagas de Centros Educativos. Se trata de exposiciones cortas de unos 5 minutos en los que cada centro/equipo explicará cuáles son sus líneas de investigación, intereses, en qué son expertos y con qué otros expertos o líneas de investigación estarían dispuestos a colaborar.

Bloque 3. Ráfagas de Empresas. Se trata de exposiciones cortas de 5 minutos en las que cada empresa invitada explicará cuáles son sus intereses y necesidades y con qué expertos, proyectos o líneas de investigación estarían dispuestos a colaborar o financiar. Este bloque finalmente no se desarrolló.

Posters. Se plantea como formato complementario en todos los bloques, a través de la presentación de un poster formato DIN A-1 que complemente o refuerce la exposición oral.

Además, se plantea una actividad transversal y complementaria a las exposiciones para fomentar la participación activa de los asistentes al foro, el `Muro de reflexiones´ sobre el que los asistentes podían plasmar en Post It, sus impresiones, reflexiones y aportaciones y mensajes para los diferentes ponentes durante el encuentro. Los mensajes fueron recogidos y procesados por el equipo de coordinación de cara a las conclusiones finales.

Ejes temáticos

Como ya hemos anticipado, otro de los retos que se presenta a la hora de plantear la jornada, fue cómo estructurar y dar cabida al amplísimo abanico de perspectivas y disciplinas que se intuyen dentro de un ámbito tan extenso como es el Diseño. Teniendo en cuenta, además, que la investigación en el campo del diseño es a veces transversal en varios ámbitos.

Dada cantidad de variables a tener en cuenta, se opta /optó por plantear una matriz para tratar de vislumbrar eso ejes temáticos generales. Esto permite absorber y categorizar los diferentes temas que surjan dentro de una estructura flexible. Esta clasificación además nos permitirá, como punto de reflexión, detectar cuáles son las disciplinas y los campos de investigación más frecuentes. Por un lado, esta matriz de doble entrada, permite tener en

cuenta la disciplina o disciplinas tratadas dentro del ámbito del diseño. Por otro, acotar la temática o temáticas tratadas.

Las exposiciones se podrán encuadrar dentro de uno o varios ámbitos de los reflejados en la siguiente matriz.

	Gráfica	Producto	Espacio	Moda	Audiovisual	Diseño Integral
Docencia						
Industria						
Teoría, historia y crítica						
Sociedad						
investigación básica						
Tecnología						
Procesos						

- Docencia: La investigación en los métodos de enseñanza del diseño: los nuevos formatos pedagógicos, la transmisión de los conocimientos en una realidad tan cambiante e imprevisible. Experimentación, casos reales, buenas prácticas y ejemplos con resultados académicos a evaluar.

- Industria: La interrelación entre el diseño, los procesos de producción industrial y el mercado. Este epígrafe abarca Investigación y desarrollo de nuevos materiales, soportes y herramientas de trabajo, prácticas y procesos, donde el diseño se convierte en una plataforma de intermediación entre la empresa y las demandas sociales.

¿Cuál es hoy la relación entre diseño y producción? En un contexto donde la producción está cada vez más deslocalizada ¿Qué rol asume el diseño en los procesos de realización de los objetos?

- Teoría, historia y crítica: Teoría y reflexiones sobre el papel del diseño en la cultura contemporánea: evolución del pensamiento, documentación y estudio del legado histórico, nuevas tendencias, crítica del diseño y relaciones con otras formas de expresión cultural.

- Sociedad: El diseño, su valor y responsabilidad social, su respuesta a problemas reales: accesibilidad, design for all, service design y diseño de procesos. Sostenibilidad y retorno, ecología, ética y su influencia en la sociedad y su entorno.

- Investigación básica: Abarca desde la investigación básica y conceptual a la investigación aplicada en cualquier ámbito que no sea el docente.

- Tecnología: Influencia de los procesos tecnológicos en el diseño y propuesta de procesos tecnológicos para el diseño.

- Procesos: Procesos de diseño y diseño de procesos
En definitiva, en esta primera edición del Foro se hace un planteamiento muy ambicioso, un formato "Ideal" de partida sobre el que explorar posibilidades, que denotará algunos fallos durante su desarrollo.

Preparación y desarrollo

Ya desde la recepción de los abstracts para su selección nos llamó la atención la variedad y riqueza de temas y perspectivas y de la disparidad de formatos, alcance y contenidos de las propuestas.

Se recibieron 32 textos de los que seleccionaron para su exposición oral un total de 26.

Estas 26 propuestas se estructuraron en tres bloques: 10 comunicaciones de 10 minutos, 14 ráfagas de 5 minutos y 2 comunicaciones más destacadas que desembocarían en un dialogo debate con la participación del público asistente, a modo de conclusión del evento.

Los criterios tenidos en cuenta para la selección de las comunicaciones, debido al escaso tiempo con el que contábamos y la gran cantidad de propuestas recibidas, fueron calidad y adecuación. Una vez cumplidas estas premisas, se intentó que todos los campos de investigación estuviesen representados, quedando descartados algunos textos de calidad seleccionados por falta de tiempo físico para su exposición. Ya en este punto inicial, se puso de manifiesto la escasez de tiempo reservado para poder absorber la enorme cantidad de textos recibidos. Lo que, por otra parte, denota la buena acogida de la propuesta.

Desarrollo

Abrimos la jornada de Investigación con una extensa ponencia de Timo Rijk de la Universidad de Delf sobre la problemática de los "Archivos de Diseño", su localización, gestión, conservación y la falta de toma de conciencia social sobre su importancia.

En las comunicaciones y ráfagas los temas tratados, por ejes temáticos:

	Gráfica	Producto	Espacio	Moda	Audiovisual	Diseño Integral
Docencia	•		0 •	0	•	0 • 0
Industria	0	0 0 •				0 •
Teoría, historia y crítica						•
Sociedad	• • •			0		• •
investigación básica	0 0 0 0		• 0			• •
Tecnología	•	0	0		0 •	•
Procesos		0				•

• Iberoamérica
0 España

Docencia:

Fue uno de los temas más tratados desde diferentes enfoques:

- Nuevas metodologías docentes. De ello habló Eva Iszoro Zak (ETSAM) en el ámbito del patronaje. Hada Torregrosa (IED) expuso un modelo didáctico de posgrado basado en el aprendizaje a través del proyecto.

- La incorporación de las TIC en la formación fue un punto recurrente. Una muestra de ello fue Diego Carreño (CENP), quién nos habló de la incorporación del Diseño BIM a la formación de los nuevos profesionales

- La relación de las escuelas de diseño con la sociedad y la empresa bien a través de experiencias docentes con la comunidad: aplicación del diseño gráfico a espacios públicos (Mihaela Barrio, Pontificia Universidad Católica de Perú). De su producción (Mariano Redondo, ETSAM) o de talleres con empresas (Paz Morer, Universidad de Navarra). Oscar Salinas habló de ello abordándolo desde el proceso de generación de un postgrado para la formación en oficios pertinentes a la creación.

Industria:

Apareció de la mano de producto y de los procesos. De los nuevos procesos de producción, como la impresión aditiva en 3D y sus aplicaciones en el campo de la ergonomía, con la fabricación de prótesis, nos habló Aitor Cazón (Universidad de Navarra_Tenun).

Desde otra óptica abordó Gabriel Barrero (Pontificia Universidad Javeriana) el tema de los procesos, al proponer los procesos de diseño como estrategia para incrementar el potencial innovador de un producto.

Teoría, historia y crítica:

Sobre historia del diseño y su conservación y difusión a través de los museos y colecciones privadas versó la conferencia de nuestro primer invitado, Timo Rijk (Deft University).

Fernando Martinez Agustoni (Universidad de la República, Uruguay) planteó una reflexión sobre la condición de horizonte en el pensamiento del diseño y sus límites difusos que van desde la escala territorial del paisaje a la concreción y pequeña escala del producto.

Sociedad:

La relación entre diseño y sociedad también se abordó en diferentes ponencias. Carmen García Roger (Universidad Politécnica Católica de Perú) hablo de identificadores gráficos como generadores de identidad y herramienta de integración cultural. Juan Pablo Salcedo también hizo alusión al diseño como herramienta para poner en valor la cultura, esta vez referido a las comunidades que producen artesanía. Jorge Arturo Colorado Berrios (Universidad Dr. José Matías Delgado) propone la recuperación de una parte de la historia y la cultura, recuperando la antigua industria de la cochinílla de la grana en El Salvador.

Investigación básica:

Este apartado recogió todas las investigaciones que no pertenecían a ninguna de las clasificaciones contempladas y que de alguna manera son los indicadores de esos campos incipientes de investigación hacia los que está avanzando el diseño.

Uno de estos temas fue la comunicación, entendida como diseño de la información. El diseño como instrumento para organizar la información y facilitar su comprensión y mejor comunicación. Éste es el caso que expuso Mario Fernando Uribe Orozco (Universidad de Caldas), aplicado a los sistemas de transporte.

Fernando Marugán (Escuela Superior de Publicidad de Madrid) nos contó las fórmulas para la creación de imágenes gráficas en la publicidad.

José Rafael González (Valencia, España) traslado al ámbito del diseño gráfico y de producto, el concepto “Diseño centrado en usuario” tan habitual en el ámbito de diseño digital.

También en la línea de Diseño y Comunicación, Pedro Pérez Cuadrado , Belén Puebla (URJC) y Laura González y María Tabuerca, expusieron los resultados de su investigación sobre modelos de diseño de las cabeceras de los diarios españoles.

Además aparecieron otros temas:

Pablo Prieto (URJC) nos propuso una reflexión sobre la variación de la denominación y caracterización del color según diferentes parámetros: geográficos, culturales, etc.

Teresa Carreño (CENP) planteó un nuevo camino de expresión artística a partir de la termografía infreroja.

Tecnología:

La tecnología como vehículo facilitador del intercambio de información y conocimiento, de la interactividad e incluso de la relación entre comunidades o personas (docentes, alumnos, investigadores, etc.) En este contexto Diego Aníbal Retrepo habló de las virtudes de los Ambientes Virtuales de aprendizaje en términos de intercreatividad.
Raquel Sardá (URJC) trató cómo, la introducción del diseño multimedia en los museos españoles ha permitido vivir la experiencia de los museos de una forma diferente y llegar mejor a determinados públicos.
Camilo Hermida (Universidad de Caldas) por otro lado, nos introdujo el concepto de Interactividad semi-inmersiva, su interpretación e identificación de elementos básicos.

Mónica Pujol, nos expuso las conclusiones de su grupo de investigación, en torno al mapa digital del diseño y el alcance del diseño de interfaces colaborativas para el procesamiento digital y la interpretación analítica de la información.

Bernabé Hernandis Ortuño, por su parte, aportó una reflexión sobre la importancia de las redes de internacionales en diseño.

Cerramos la jornada con un interesante debate entre Bernabé Ortuño y Mónica Pujol.

Conclusiones

La jornada funcionó bien, el planteamiento tuvo buena acogida y se puso en evidencia la necesidad de organizar este tipo de encuentros, con más frecuencia y sosiego. Se propuso así, plantear este foro en una jornada completa, de mañana tarde o en dos días, dado que el tiempo estipulado para las presentaciones resulto corto.

Las ráfagas estaban casi más planteadas como un speed dating para darse a conocer y dar a conocer los proyectos y líneas de investigación que como comunicaciones al uso, pero aun así el tiempo resulto escaso. En esta edición se echó en falta la participación de las empresas, en su papel de agente conector entre la sociedad y la investigación/ innovación y también se plantea como un importante objetivo a cubrir en futuras citas.

Más tiempo para la preparación, selección y revisión de las propuestas permitirá dar feed-back a los participantes de cara un mejor funcionamiento y optimización del aprovechamiento de las jornadas. Para futuras ediciones se sugiere ampliar el espacio dedicado al foro de investigación, además de contemplar formatos complementarios que permitan una mayor participación y difusión de la información. Si no, en la exposición oral, sí que permitan la admisión y difusión de la mayor parte de los textos escritos. Tal vez la creación de una plataforma digital paralela y complementaria que permita la continuidad de la relación y el intercambio de impresiones y conocimiento dilatado en el tiempo sea una posibilidad.

Foro i+D
Comunicaciones

Diseño con calor

Teresa Carreño

Escuela de Diseño
CENP, España

Es nuestra intención hablar de lenguaje plástico visual a través de una tecnología que nace tan solo un año después de la fotografía: la termografía. La termografía infrarroja registra energía térmica y la convierte en una imagen bidimensional, donde es visible la distribución del calor de las superficies. No afecta ni produce ningún cambio en el sujeto u objeto de estudio, por lo que no es peligroso su uso.

La tecnología digital ha posibilitado la reducción del tamaño de los aparatos, la inmediatez de los procesos y su accesibilidad. Esto, sumado al ahorro de materiales, tiempo, medios y energía que supone su uso, ha hecho que sea una herramienta de análisis muy importante.

Los avances tecnológicos de las últimas décadas han supuesto que la técnica termográfica infrarroja se desarrolle y se aplique prácticamente en todos los campos de la ciencia.

La termografía infrarroja ha pasado a ser una tecnología indispensable en nuestra sociedad, especialmente en el campo del diseño ya que éste participa activamente en el ahorro de materiales y energía.

Es esta la vía por la que hemos llegamos hasta ella, a través del diseño y rediseño: baste recordar la nueva ley sobre la calificación energética de edificación que afecta a todos los ciudadanos. Pero esta tecnología no se queda ahí. Forma parte ya de los instrumentos que se aplican en la comunicación en nuestros días. Su uso se está extendiendo en programas de información, de divulgación y de entretenimiento y también en anuncios de todo tipo. Sin embargo, su empleo como medio de expresión por sí mismo está poco extendido.

En 2011, la exposición de termografía infrarroja artística realizada en el Centro Español de Nuevas Profesiones de Madrid supuso un cambio en nuestra relación con el mundo y la representación.

Observamos el potencial expresivo que esconden las imágenes térmicas y realizamos un estudio en el que establecimos que la práctica artística es posible con esta técnica, ya que mediante la termografía infrarroja pueden inscribirse, con sus propios medios, nuestras relaciones con el mundo exterior y con nuestro imaginario, utilizando su propio lenguaje.

Actualmente trabajamos en definir cómo se elabora este lenguaje, en poner en relieve los elementos específicos que genera el calor, para averiguar cuáles son los que diferencian, dan identidad y distinguen la imagen térmica.

En la estructura de la imagen térmica podemos valorar los elementos básicos del diseño a nivel morfológico y sintáctico o compositivo. De esta manera hemos observado cómo en

ocasiones los elementos básicos del diseño tienen una procedencia distinta a aquellos que forman su imagen correspondiente en el visible. También adquieren distinto significado, articulando la imagen de otra manera y algunos incluso no tienen su equivalente en el visible.

Era nuestra intención mostrar en el Encuentro algunos de estos casos; sin embargo, dado lo reducido de nuestro espacio y tiempo, hubo que modificar la proporción del lienzo en blanco con respecto al tiempo y a la magnitud de lo que queríamos expresar, implicando la reorganización del contenido.

Recordando entonces las palabras de Bárbara Brenan que ligan el acto creativo a la diferenciación, integración, lucidez y adecuación, hemos tomado prestadas las de Vasili Kandinsky: punto y línea sobre el plano, eso sí, desde el calor que produce el aire que respiramos, para representar todo el potencial comunicativo que se esconde en esta tecnología. De la misma manera, mediante un soplo realizado con "stop motion" esperamos producir una brisa que contribuya a generar estas ráfagas: creemos que estamos ante vientos benévolos que refrescan y revolucionan la expresión y nuestra profesión.

Proyecto de investigación para el desarrollo de identificadores gráficos para la comunidad de San José de Moro, La Libertad

Carmen García

Departamento de Arte, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Actualmente vivimos en un mundo globalizado, hiperconectado por medios de comunicación y podemos percibir una rutina competitiva, en donde se mueven marcas y personas. Tenemos que mirar más al otro, al público, abandonar esa rutina competitiva de quién es mejor y crear comunicaciones que sean diferentes pero con sentido. El concepto de creación de imagen sirve para proyectar una marca y debe replantearse con propuestas de valor, actuando correctamente con la sociedad y con el público objetivo.

El diseñador gráfico tiene un papel importante en el desarrollo de la sociedad, tiene una responsabilidad cuando genera una imagen para proyectar un mensaje. Es el encargado de realizar proyectos comunicativos -como la creación de identificadores gráficos para la imagen de marca- y generar una interacción entre el que quiere dar un mensaje y el que lo recibe, contribuyendo positivamente a la sociedad.

Por esta razón, la academia tiene que formar profesionales y personas que tengan responsabilidad social, no sólo para generar dinero e imagen sino para mejorar la calidad de vida de todos.

Con este objetivo se entabló una alianza entre la Dirección Académica de Responsabilidad Social (DARS) de la PUCP, el Programa San José de Moro (PASJM), la organización Sustainable Preservation Initiative (SPI), Turismo Cuida y el Grupo de Investigación Identidad y Diseño-PUCP.

El proyecto se generó a partir de esta alianza, para lo cual se hizo un acercamiento a la comunidad de San José de Moro para responder a sus necesidades. Es una población donde las oportunidades de trabajo son cada vez más reducidas y donde el futuro se presenta sombrío por la incapacidad de generar estrategias de desarrollo.

El proyecto consistió en crear una imagen de identidad, tanto para las Asociaciones de Artesanos como para la población circundante, con la realización de piezas gráficas que contienen la marca como un elemento comunicativo y la realización de un manual de la marca para el uso correcto de esta.

El grupo de investigación se enfocó en trabajar con los artesanos en la producción de bienes con altos estándares de calidad que pueden ser adquiridos por los visitantes, haciendo hincapié en los elementos locales en su decoración y utilidad.

Diseño centrado en la experiencia de usuario, como valor diferencial en la I+D+i.

José Rafael González Bernabé Hernandis Elingth Rosales

Universidad Politécnica de Valencia, España.

¿Qué pueden tener en común un refresco de marca potente y un smartphone? ¿O una maceta y una bebida genérica? ¿Son importantes el valor de marca, una interacción más dinámica con el producto y su contexto, así como los aspectos sensoriales y emocionales? Hallazgos de una investigación conducida por 54 expertos de 22 países diferentes y de una experiencia de interacción de 86 participantes con productos y su contexto relacional, demuestran que existen elementos comunicacionales comunes identificables en sistemas-producto, independientemente de su naturaleza y tipo, que permiten ubicar dos o más productos diferentes en un mismo nivel de valoración por proximidad, en términos de experiencia de usuario. El estudio se sustenta en una fase previa de investigación en el marco de la interacción empresa-personas, en el que existe una relación directa entre aspectos inherentes a la comunicación y su efecto en la experiencia de uso o consumo de productos o servicios, e igualmente se ha determinado que es posible medir el grado de intensidad de la experiencia en su condición de atenuada o plena, en función de una comunicación escasa o potenciada, para lo cual se ha establecido una escala referencial.

Estas consideraciones resultan de gran utilidad para analizar el portafolio de una organización desde una perspectiva multidimensional en sus procesos de comunicación y co-creación de valor y sus efectos sobre el diseño de las experiencias vinculadas con su oferta, como medio para apoyar las decisiones de innovación.

Esta visión concuerda con propuestas como las de Verganti que afirma que las personas no compran productos sino significados y que la gente usa las cosas por profundas razones emocionales, psicológicas y socio-culturales, además de las utilitarias (2009). En línea con lo anterior, Pine II y Gilmore (2000), desde su planteamiento de la economía de las experiencias, proponen un modelo de progresión de valor económico en el que las empresas teatralizan distintos tipos de experiencias, diferencian mejor sus ofertas y por ende cobran un precio adicional basado en el valor distintivo de lo que proporcionan y no en el precio que la competencia fija en el mercado.

En torno a esta temática, Verganti y Norman (2012) discuten sobre la relación entre el diseño centrado en la experiencia de usuario y su proximidad –o no- a una innovación de tipo incremental, más que radical. Lo cierto es que autores como Huizing (2011), Drucker (2007) o Von Hippel (2005), entre tantos otros, así como los propios hallazgos de la investigación referenciada en este estudio, coinciden en que este enfoque está más vinculado hoy en día con prácticas de innovación abierta y menos con el paradigma de la innovación cerrada.

Drucker, P. F. *(2007). Innovation and Entrepreneurship. "Drucker Classic Collection" Butterworth-Heinemann.*
Huizingh, E. K. *(2011). Open innovation: State of the art and future perspectives. Technovation, 31(1), 2-9.*
Norman, D. A., & Verganti, R. *(18 de Marzo de 2012). Incremental and Radical Innovation: Design Research versus Technology and Meaning Change. (D. Norman, Ed.) Recuperado el 08 de Agosto de 2012, de jnd.org - Don Norman: Designing For People: http://www.jnd.org/dn.mss/incremental_and_radi.html*
Pine II, B., & Gilmore, J. *(2000). La economía de la experiencia: el trabajo es teatro y cada empresa es un escenario. Barcelona, España: Granica S.A.*
Verganti, R. *(2009). Design Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean. Harvard Business Press.*
Von Hippel, E. *(2005). Democratizing innovation. Cambridge, MA.: MIT Press.*

Interpretación de la interactividad semi-inmersiva.

Camilo Hermida

Politécnico Grancolombiano

En las creaciones interactivas el grado de inmersión ha sido descrito como bajo, medio y alto. Los sistemas no inmersivo o de escritorio interactúan con el usuario a través de una pantalla, mouse o joystick, micrófono y teclado para vivir la experiencia digital. Los sistemas de tipo inmersivo introducen al usuario en un mundo virtual digital para explorarlo mediante guantes, visores, trajes y cascos abstrayéndolo de la realidad y hacerlo sentir parte del ambiente digital. Estas afirmaciones implican que el usuario en los sistemas no inmersivos interactivos tiene plena conciencia del espacio físico real en el cual se encuentra y los dispositivos periféricos que lo relacionan y comunican con la información digital. En los sistemas inmersivos interactivos, el usuario se desprende del mundo real y se sumerge en ambientes sintéticos digitales simulando algunos de los comportamientos naturales del mundo real, semejando actividades como el desplazamiento, levantar o mover objetos, cumplir misiones, etc. En la mitad de estos dos niveles de inmersión se ha reseñado un nivel intermedio denominado como "interactividad semi-inmersiva", que involucra algunos de elementos que soportan la interactividad inmersiva y no inmersiva, además de los elementos propios que surgen naturalmente en la condición intermedia de inmersión. El estudio de la interactividad semi-inmersiva contribuirá a identificar los elementos básicos, técnicos y conceptuales que intervienen en la creación de proyectos interactivos semi-inmersivos.

Esquema de la interactividad semi-inmersiva

Actualmente los sistemas interactivos semi-inmersivos se caracterizan por tener tres o cuatro pantallas con proyecciones en un cubo, proyecciones en paredes y en algunos casos también en el piso y el techo, controladas por computador. Éstas circundan al usuario y le generan una experiencia envolvente, que es apoyada generalmente por lentes para visión tridimensional, instrumentos para controlar las visualizaciones y/o dispositivos para el seguimiento del movimiento de la cabeza, calculando así la perspectiva del observador. Esta clase de sistema permite incluir al observador en un mundo digital apoyado por elementos periféricos para la visualización de proyecciones digitales, pero al mismo tiempo el usuario mantiene contacto y conexión con el mundo real.

Yount (2004) describe algunos proyectos como el Holodeck, el Sensorama y C.A.V.E., como los diseños que originaron la realidad virtual actual. Además se crearon proyectos como el Stereo Wall, el Holobench, el Domus, el Reality Room entre otros, cuya intención era crear un entorno virtual que introdujera al espectador mediante la influencia de los sentidos del cuerpo humano y aislarlo del mundo real.

Pero a pesar de que el usuario se encontraba embebido en la actividad digital, algunos de estos proyectos no generaban total inmersión y permitían la percepción del ambiente real

por parte del espectador. Estos proyectos poseían elementos comunes que hoy en día hacen parte fundamental de montajes interactivos semi-inmersivos; por ejemplo, pantallas con proyecciones, cuartos que intentan aislar parcialmente al observador, gráficos digitales, gafas para visión estereoscópica, proyectores de video son algunos de los más utilizados. Podría decirse que las consolas de los videojuegos actuales como el Nintendo Wii, XBOX y hasta el PlayStation, toman elementos de la interactividad semi-inmersiva. La interacción se produce través de una pantalla con imágenes tridimensionales, mediada por dispositivos periféricos como el control remoto, timones, adaptadores, etc.

El usuario mantiene un cierto nivel de concentración y abstracción del ambiente, pero no olvida que está frente a una consola y una pantalla, interactuando con elementos digitales propios de los videojuegos. En algunas creaciones semi-inmersivas se han utilizado sensores para capturar el movimiento del espectador y generar una experiencia más interactiva, que lleva información en dos vías (del usuario a los datos y viceversa); también los videojuegos lo han replicado, con sensores que capturan los movimientos del jugador evitando el contacto físico con los dispositivos periféricos usados para la interactividad.

En "360 – Ambiente de interacción semi-inmersivo de realidad virtual" Valencia (2011), propone la construcción de un ambiente de carácter semi-inmersivo, constituido por un módulo de software y otro de hardware para el análisis teórico-práctico de la evolución de los sistemas de comunicación basados en tecnologías. Consta de un prototipo con un sistema de multiproyección controlado por una plataforma de software, con un sistema de control de audio para recrear paisajes sonoros y audios envolventes; adicionalmente un sistema de sensores de proximidad que permite generar la interactividad con el usuario. Su investigación se enfoca en el análisis del diseño de ambientes semi-inmersivos, para experimentar conceptos que en la era digital intervienen en los mismos, como entornos habitables, diseño de interfaces, interactividad, construcciones temporales y espaciales. Como Hernández (2002) expone, actualmente en los entornos virtuales construidos con información y tecnología digital, se ha buscado la captura del espectador en un nivel más trascendente.

Tanto proyectos comerciales, como experimentales, e instalaciones artísticas, se centran en el usuario para darle más herramientas interactivas y mantienen al espectador inmerso, ofreciéndole nuevas relaciones con la información digital. En el caso del proyecto "360", estas relaciones se asumen desde el nivel de la interactividad semi-inmersiva.

Elementos de la interactividad semi-inmersiva

A partir del estudio y recopilación de información, más la creación de un prototipo experimental llamado "Mutoscope 2013" basado en el antiguo mutoscopio que se presentó en el sexto salón de diseño visual de estudiantes y egresados en el marco del XII festival internacional de la imagen en Manizales Colombia, permitió la observación y así describir la semi-inmersión con mayor exactitud.

Definición

La interactividad semi-inmersiva actual se puede definir como "una simulación interactiva digital en la cual el participante se sumerge en un ambiente que influencia su percepción y sus sentidos, pero a su vez conserva e identifica el contacto que sostiene con el espacio real en el cual se encuentra. Para determinar la interactividad semi-inmersiva se describen los siguientes elementos básicos.

Representación: La interactividad semi-inmersiva requiere de una representación digital del ambiente virtual y éste es creado a través del computador. La imágenes han sido grabadas o creadas previamente para que el observador interactúe con ellas. En la interactividad semi-inmersiva no se contempla la idea de avatar, así que el usuario se representa como él mismo dentro de la obra.
Interacción: De acuerdo con el objetivo de cada obra, la interactividad puede tener diferentes grados de comunicación entre los datos y el participante como lo expone McMillan (2000);

esto lo determina quien crea la obra interactiva. Por ejemplo, el usuario simplemente entra en el ambiente digital y observa las proyecciones creadas, mientras es influenciado por dispositivos de audio, imagen, iluminación, etc. Pero el creador también puede implementar el uso de gafas 3D, cámaras o sensores de diferentes tipos (proximidad, movimiento, sonido), para que la interactividad sea más completa y envolvente.

Interfaz: Para generar la conexión funcional entre los sistemas y los participantes de la interacción, se establece una interface que facilite la comunicación secundada por instrumentos o dispositivos que expanda las alternativas de control por parte del usuario, apropiándose de un espacio o ambiente aumentando las posibilidades de comunicación.

Inmersión: En el mundo digital interactivo se han descrito tres sistemas: los inmersivos, en donde el usuario desconecta los sentidos de la realidad para incorporarse en un mundo virtual desapareciendo la percepción del uso de los dispositivos periféricos que lo unen a los datos; los no inmersivos, donde el usuario está plenamente consciente que está interactuando con el computador a través de una pantalla y con dispositivos periféricos como el mouse y el teclado; en tercera instancia, los sistemas semi-inmersivos, en donde el espectador es influenciado principalmente por los sentidos de la vista y el oído. Pero donde radica esencialmente la similitud y a la vez la diferencia con los ambientes no inmersivos y los inmersivos, es en la percepción que tiene el usuario de los dispositivos: el usuario reconoce los dispositivos físicos (hápticos, visuales, sonoros, etc.), que lo unen a los datos, y adicionalmente puede mantener un cierto grado de conexión con el mundo virtual, creando un punto intermedio de inmersión y concentración en los datos expuestos en la obra interactiva.

Hardware y software: En un sistema semi-inmersivo ocurre lo mismo que en los otros dos sistemas: se requiere del apoyo de programas informáticos (animación 3D, edición de video, edición de sonido, programación, etc.), el computador y dispositivos periféricos. Los programas permiten crear el contenido de la información que visualizará el usuario (diseño visual, interface, codificación de datos, efectos, etc.), y analizan la información que se captura para expresarla en datos ofreciendo una respuesta inmediata.

Ambiente: En el sistema no inmersivo, el espacio para la interacción con el computador es normalmente "el escritorio", donde el usuario es plenamente consiente del lugar y de los dispositivos con los cuales interactúa. En el sistema inmersivo el usuario se desconecta de la realidad y vive una experiencia digital en un mundo virtual conectado por cascos, lentes, trajes, sonido etc., que estimulan los sentidos, ocasionando que se sienta sumergido en un universo artificial. En la semi-inmersión el usuario está ubicado en un espacio físico rodeado de estímulos audiovisuales que lo sumergen parcialmente en un ambiente sintético. Comúnmente es un ambiente con proyecciones que va de dos a cuatro paredes alrededor del usuario, y algunas veces con proyección también en el piso y el techo. Además de las influencias audiovisuales envolventes, debe existir un espacio prudente para el desplazamiento del observador dentro de la obra, y la interacción con ella, de acuerdo con lo programado por el autor.

Crónica de la interactividad semi-inmersiva

La interactividad semi-inmersiva es un sistema que se considera dentro de las construcciones tecnológicas y digitales actuales. Se entiende que este término es aplicado a proyectos que definitivamente están determinados por el uso del hardware y software para la magnificación de la interactividad, logrando un nivel intermedio de inmersión por parte del usuario. Aunque en este momento la realidad virtual disfruta de una mayor influencia en los sentidos y la percepción humana generando una experiencia inmersiva, cabe destacar que muchos proyectos siguen teniendo la idea de producir situaciones en el usuario que lo conecten con los datos, pero que adicionalmente mantenga una percepción del ambiente natural en el cual se encuentra. Así como en la interactividad no inmersiva se puede destacar una evolución histórica desde los primeros prototipos hasta los resultados vigentes, sucede igualmente con la interactividad inmersiva y la semi-inmersiva. En ellos

podemos examinar el desarrollo histórico de proyectos, como lo propone Zielinski (2012), que intentaron conceptualmente e intuitivamente generar elementos de la semi-inmersión que permanecen implícitos en la era digital vigente.

Se presume que el telescopio aparece a finales del siglo XVI o comienzos del siglo XVII, pero es hasta 1609 cuando el astrónomo, físico y matemático Galileo Galilei decide construir el primer telescopio registrado;. Cuando Galileo lo presentó en Venecia, los espectadores quedaron maravillados al ver la isla de Murano, que está localizada a 2 km y medio de Venecia y parecía estar a sólo 300 metros de distancia. Los observadores percibieron la cercanía Murano, aun sabiendo que estaban parados en Venecia. Posiblemente este invento constituye una de las primeras ideas de la representación de la inmersión virtual, pues conceptualmente simboliza la idea de la semi-inmersión: los espectadores veían a través del telescopio un ambiente en el cual no se encontraban; por unos instantes se desconectaban del sitio donde se situaban para trasladarse a otro lugar lejos de allí. Conceptualmente esta idea tiene elementos que actualmente persisten en proyectos interactivos: un artefacto que conecta al usuario con un ambiente ilusorio y al mismo tiempo la percepción física de ubicación en un espacio real. Estos conceptos básicos hacen parte de los componentes usados hoy en día en la interactividad semi-inmersiva.

Inventos de finales del siglo XIX, como el quinetoscopio, construido en compañía por el director cinematográfico británico William Kennedy Laurie Dickson y el inventor estadounidense Thomas Alva Edison, desarrollaron un concepto de inmersión intermedia cinematográfica. La interactividad era muy limitada en estos artefactos, ya que el observador no tenia influencia sobre la información visualizada, pero el concepto de inmersión e interacción con la máquina era intuitivamente experimentada por el usuario. El espectador individualmente se sumergía por medio de un visor en una película que contaba una historia representativa del momento socio cultural vivido en esa época y al mismo tiempo el usuario entendía que estaba usando un dispositivo que normalmente era situado en fiestas, carnavales y atracciones populares. Este invento también disfruta de algunos elementos básicos tratados en los sistemas semi-inmersivos. Después de los primeros inventos experimentales y de entretención individual surgió el proyector cinematográfico que le otorgó otras posibilidades a la experiencia, transformándose de un evento individual a una experiencia grupal. Hicieron su aparición las salas de cine, que proyectaban películas cinematográficas para un grupo de personas, originando una experiencia que transformó la percepción y las sensaciones recibidas por los usuarios. Salas oscuras con imágenes atractivas sumergían a los espectadores en historias reales o ficticias ocasionando un cierto grado de desconexión de la realidad. En este caso podemos destacar dos ideas: la primera era rodear el auditorio de estímulos visuales y, tiempo más tarde, también auditivos; y la segunda, aislar al público de sus espacios naturales para introducirlos en espacios preparados estratégicamente para que vivieran la experiencia audiovisual. Estas dos ideas son fundamentales en la experiencias que se pueden vivir en la interactividad semi-inmersiva actual. Más adelante en 1939 fue introducido al mercado el View-Master, invento que usaba la película fotográfica para diapositivas Kodachrome. Este artefacto permitía que el usuario individualmente viera imágenes a través de dos lentes con visión estereoscópica, y sumergía parcialmente al observador en una corta historia de 7 imágenes (realmente son 14 imágenes). La experiencia consistía en que se perdiera parcialmente el contacto con la realidad para vivir un mundo imaginario dentro del aparato. Este aparato es la evolución del antiguo estereoscopio y también contiene elementos básicos encontrados en los sistemas semi-inmersivos.

El desarrollo tecnológico posterior propició un salto importante en el desarrollo de propuestas interactivas, que no necesariamente se interesaban por experiencias limitadas como las posiblemente vividas en la interactividad no inmersiva, pero tampoco se expandían hasta a la desconexión total de la realidad como las vividas en la realidad virtual. En este intermedio histórico surgieron prototipos que ambiguamente sumergían al usuario, pero coexistiendo con el ambiente real. Por ejemplo, el Stereo Wall tenía una pantalla vertical de pared completa para que los usuarios con gafas estereoscópicas interactuaran con ella, comparable con lo que vemos hoy en las salas de cine con películas 3D; el

Domus proyectaba imágenes sobre una pantalla esférica, similar a lo que encontramos actualmente en algunas salas de IMAX; el HoloBench que se componía por dos pantallas, una frontal vertical y otra en su base horizontal, para interactuar con gafas estereoscópicas, semejante a la mesa táctil que lanzó hace unos años Microsoft llamada Surface, y que actualmente, en desarrollo conjunto con Samsung, se denomina PixelSense; el Reality Room inicialmente usaba una pantalla cilíndrica para la proyección de imágenes, que evolucionó en los VideoWalls de uso comercial, publicitario y corporativo. Todos estos proyectos han progresado a través del tiempo y gracias a la tecnología y su aplicabilidad, tienen usos comerciales, publicitarios, educativos y artísticos.

Las obras interactivas semi-inmersivas actuales intentan mantener un relativa inmersión del usuario en mundos digitales, similar a aquella que intentan tener mecánica, análoga y digitalmente los productos mencionados anteriormente.

Conclusiones de la evolución

Históricamente la interactividad ha evolucionado desde los primeros prototipos mecánicos hasta la actual era digital. Inicialmente la interactividad era limitada y la comunicación difícilmente iba en las dos vías, pues se limitaba al control directo que generaba el creador del contenido. En esta evolución se experimentó con sistemas que fueran más interactivos y la solución encontrada fue desconectar el espectador de la realidad para vivir una experiencia virtual interactiva, rica en estímulos de los sentidos. Muchos inventos, experimentos, prototipos y artefactos buscaron la inmersión total del usuario en experiencias multimediales de expresión física o digital. Y fue precisamente ese lapso de tiempo, en que inventos como el C.A.V.E. o el Sensorama experimentaron diferentes maneras de sumergir el espectador en mundos virtuales. Estas ideas en una etapa de incubación no consiguieron desconectar totalmente el espectador de la realidad y permanecieron en un estado intermedio de inmersión interactiva, desarrollando intuitivamente la idea de la interactividad semi-inmersiva vigente que identificamos en obras digitales.

Hoy, la decisión del nivel de interactividad a implementar, está en manos de quien crea la obra: resuelve si quiere una experiencia pasiva en un ambiente real controlado, o si se inclina por la idea del usuario navegando en mundos virtuales, desconectado de la realidad; o si prefiere encontrar una alternativa intermedia que estimule los sentidos del usuario, integrándose correctamente la percepción de la realidad y lo digital virtual, para aumentar la experiencia vivida por el observador de la obra digital, como se obtiene en la interactividad semi-inmersiva.

Hernández, Iliana. *(2002). Mundos virtuales habitados: espacios electrónicos interactivos. Centro Editorial Javeriano. Colombia.*
McMillan, S. J. and Downes, E. J. *(2000). Defining Interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions. New Media and Society, 2(2), 157-179. Research also presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Baltimore, MD August 1998*
Teegavarapu, Sudhakar and Summers, Joshua (2008). CASE STUDY METHOD FOR DESIGN RESEARCH. ASME 2008 International Design Engineering Technical Conferences & Computers. New York city, USA
Valencia, Mario *(2012). 360 – Ambiente de interacción semi-inmersivo de realidad virtual. Proyecto de investigación, innovación y creación. Universidad de Caldas.*
Yount, Lisa. *(2004). The Lucent Library of Science and Technology - Virtual Reality. Thomson Gale, United States*
Zielinski, Siegfried *(2012). Arqueología de los medios: hacia el tiempo profundo de la visión y la audición técnica, Univ. de los Andes, Fac. de Artes y Humanidades.*

Patronaje de moda: metodología didáctica y patronaje experimental.

Eva Iszoro Zak

Departamento de Proyectos, Especialidad Diseño de Moda, ESDM – Escuela Superior de Diseño de Madrid, España.

La comunicación trata sobre una temática específica de uno de los capítulos de la Tesis Doctoral de Eva Iszoro: Patronaje de Moda: Metodología didáctica, dirigida por Ana López Mozo, arquitecta y Profesora Titular de Geometría Descriptiva en la ETSAM-Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid.

Se exponen distintas técnicas empleadas en la docencia del patronaje de moda y en particular algunas técnicas experimentales.

En concreto, se han presentado proyectos y trabajos obtenidos a través de investigación creativa dentro del campo de aprendizaje del patronaje.

Patronaje Experimental / El azar controlado

En determinadas ocasiones resulta útil, práctico y motivador para los alumnos emplear técnicas de aprendizaje del patronaje menos convencionales que las transformaciones de patrones base hechos previamente con métodos o sistemas industriales o a medida.

Una de las técnicas experimentales consiste en hacer cortes de formas geométricas simples en el tejido y posteriormente unir las aristas de los bordes resultantes.

De esta manera se pueden obtener volúmenes complejos sin conocimientos de patronaje previos. Esta es una de las principales ventajas de esta técnica donde los volúmenes surgen como proyectos de investigación creativa que pueden emplear tanto alumnos como diseñadores de moda profesionales, aparte de otros métodos y técnicas.

Enseñar a traves del diseño

Hada Martinez

Responsable del área de cursos online de IED Madrid

Desde el Istituto Europeo di Design de Madrid queremos afrontar los nuevos desafíos que la enseñanza del diseño deberá asumir en los próximos años. IED Madrid, y en concreto IED Máster, se presenta como un laboratorio dinámico e innovador, enfocado al debate y la investigación, donde se dan las mejores condiciones para aprender en un entorno estratégico: un lugar para pensar en el presente y diseñar el futuro.

La enseñanza del diseño se ha identificado en los últimos años como un interlocutor capaz de hacer interactuar directamente a los nuevos procesos económicos, sociales y culturales de nuestras sociedades. Bajo esta visión, el marco educativo de las Escuelas y Facultades de Diseño constituye hoy en día un verdadero laboratorio donde acontecen procesos, metodologías e ideas que actúan sobre nuestras sociedades de manera activa, crítica y reflexiva.

Dentro de este marco los valores que fomenta el IED Madrid como escuela y en el contexto actual son principalmente:

Innovación: como motor generador de cambios.

Sostenibilidad: iniciativas coherentes y responsables.

Co-design: dinámicas participativas transversales

Human: capital humano como identidad.

Por todo ello abordamos diversos aspectos entre los que destacamos para este encuentro BID como proyectos de cambio y desarrollo los siguientes:

Design net

Proyecto de carácter internacional que pretende, desde el diseño como herramienta de conexión, impulsar acciones de cambio, innovación y desarrollo.

El fin es formar un nuevo tipo de diseñador con una visión integral, capaz de proyectar interacciones, servicios y sistemas que tengan al usuario como eje central, un diseñador consciente del contexto en el que vive y que sea activo ante la necesidad de dar respuestas a los nuevos retos globales, medioambientales, sociales, económicos, etc.

Ecosistemas creativos

Un proyecto en el campo educativo vinculado a la actividad profesional, en el que la empresa se inserta dentro del ámbito formativo con el fin de ayudar a activar o mejorar iniciativas empresariales relacionadas con la aplicación del diseño en los procesos.

El objetivo es apoyar a las pequeñas o medianas empresas que demandan incluir procesos de diseño en su realidad, respondiendo así a sus necesidades que en la mayoría de los casos se basan en que:

- Quieren repensar y pensar sus nuevos modelos de negocio orientados a un mercado innovador e internacional.

- Demandan ayuda y asesoramiento para dar el salto, y crecer.

- Buscan contactos en un ecosistema con intereses y afinidades tanto nacional como internacional.

- Manifiestan la necesidad de una visión específica, flexible y creativa orientada a empresarios.

Innovación Académica

Una nueva visión de enseñar, no enseñar el diseño, sino a través del diseño, independientemente del ámbito.

En este apartado destacamos la labor realizada en el ámbito de la formación online lo cual nos está permitiendo trabajar sobre un mayor campo de experimentación y la oportunidad de llegar a un público más diverso e internacional, fomentando la interacción y la posibilidad de generar una red colaborativa y de participación.

La metodología que se aplica es propia del IED con una evolución constante que permite humanizar la enseñanza online a través de contenidos diferenciadores, planteamientos didácticos novedosos y una interacción elaborada.

La condición horizonte : sentido de la innovación y pensamiento del diseño

Fernando Martínez Agustoni

Escuela Universitaria Centro de Diseño Facultad de Arquitectura- Universidad de la República Montevideo-Uruguay

Hacia una didáctica del diseño

Gran parte del quehacer en materia de diseño es aproximarse a una noción de lo que el diseño es. Tal es así que la exploración de la acción social del diseño, la producción cultural que a él se asocia, el estudio de los procesos históricos que le son inherentes y hasta el propio desarrollo de productos y otras formas de materialización se subsidian de una noción de diseño que implícita o explícitamente suscribe, a su vez, una visión del mundo.

Si pudiéramos cuantificar el uso de la palabra diseño en el tiempo y graficarla, en la actualidad se avistaría un pico de escala extraordinaria. Del mismo modo ocurriría con la diversidad de acepciones de Diseño que se manejan en la actualidad a nivel del imaginario social, también en forma explícita o implícita.

De este modo cualquier propuesta en torno al diseño demandará el esclarecimiento del significado que se da al término, a fin de abordar el sentido de la propuesta en cuestión.

Una didáctica del diseño se hace necesaria, entonces, más allá de los ámbitos de formación de diseñadores o profesionales del diseño, proyectada hacia la sociedad toda a fin de procesar una inculturación sobre el diseño y sus prestaciones, al menos como un intento de superar el caos conceptual en torno a la noción de diseño y sus prestaciones, sobre la que sospechamos que impera una adjetivación que exalta una condición superflua bajo la que se pierde un potencial singular que el diseño tiene en la solución de cuestiones que revisten urgencia para la condición de gran parte de la población del planeta.

Tal es el carácter de ciertas prestaciones que presenta que, sin lugar a dudas, debería estarse considerando el derecho de los seres humanos al usufructo de sus logros.

Esta didáctica del diseño comienza por trabajar en la especificidad del diseño, en su ontología.

El primer paso hacia una didáctica del diseño lo constituye la presentación de los recursos que permitan una aproximación a lo que esta actividad significa.

Por otro lado, y considerando ahora los ámbitos específicos en los que se forman profesionales del diseño, nos resulta importante precisar que en la actualidad se habla de disciplinas proyectuales y que en el ámbito académico se nuclean disciplinas tales como Diseño Industrial, Arquitectura, Urbanismo, Paisajismo y Diseño Gráfico en una

misma área o institución; en virtud de ello se reconoce que estas disciplinas tienen algo en común. En tal sentido, ha resultado para nosotros una práctica reflexiva de interés la indagación acerca de la naturaleza de aquello que las hace susceptibles de agrupación. Para algunos, las une el proyecto o lo que se ha dado en llamar el pensamiento proyectual; otros entienden que lo que tienen en común es la práctica del diseño y otras concepciones consideran que el hábitat y el habitar son los elementos que hacen al objeto común de tales disciplinas.

Entendemos que hay algo de cierto en todas estas concepciones y hemos propuesto una aproximación a la noción de diseño que se centra en la interacción del ser humano con el hábitat como objeto de sus prácticas. Pero nuevamente se hace relevante definir lo específico del diseño.
De este modo entendemos importante aproximarnos al diseño como a un proceso de búsqueda de soluciones a las situaciones que se dan en la interacción del ser humano con el hábitat. Así, en distintas escalas de interacción el diseño da solución a las distintas pieles: "la indumentaria, el universo de los objetos, la arquitectura, el paisaje" .

El concepto de paisaje

En nuestra reflexión el concepto de paisaje ha resultado fundamental y por ello le damos este espacio en nuestro trabajo, porque entendemos que la construcción del sujeto se expresa en esta noción y a partir de ella podemos reconocer otros órdenes.

Comúnmente se proyecta la noción de paisaje como algo que `está ahí´, fuera de quien lo observa, se entiende como el medio ambiente físico biológico, algo simplemente objetivo. Pero este paisaje no es simplemente este medio ambiente, el territorio, el objeto visible. El paisaje se constituye a partir de este territorio, de este medio ambiente físico biológico pero su esencia es subjetiva. El paisaje es, podríamos decir, la dimensión subjetiva del territorio.

Esta concepción nos ha llevado a algunas posibilidades de interpretación interesantes.

La primera es que el diseño paisajístico se supone asociado a transformaciones y cambios inherentes a ese territorio, a ese ambiente físico-biológico, lo que es cierto, pero también lo es que la transformación de la subjetividad del habitante también forma parte de esa intervención, de ese diseño. En este caso el diseño se lee como una transformación simultánea del objeto y del sujeto.

Justamente esta es la noción de interfase que nos conforma. La interfase no es un lugar en el objeto, sino que es un dominio en el que objeto y sujeto se solapan.

La otra posibilidad de interpretación, es que esta idea es extensible a otras esferas o escalas del diseño, la indumentaria, los objetos y el diseño arquitectónico.

Si revisamos a la luz de esta idea nuestra ontología del diseño, veremos se dispara un proceso de revisión de aquella didáctica del diseño a la que nos referimos, conlleva una deontología diferente y, en definitiva, nos habilita a revisar la manera en la que se diseña y ha diseñado, revisando entonces a partir de ello la historia y metodologías asociadas.

Volveremos sobre los atributos del paisaje y la posibilidad de extrapolación a otros órdenes o esferas.

El pensamiento del diseño.

Desde la perspectiva que venimos, el pensamiento del diseño, como el diseño mismo, no es un concepto acabado, es un concepto in process, in progress. Es fundamental para seguir el hilo de esta idea no quedar atrapados en la concepción del design thinking como una metodología dada cuya discusión está clausurada, tal como se viene difundiendo actualmente.

Si hay algo que no admite clausura y debe ser siempre objeto de interpelación es el concepto de diseño y lo inherente a él, dado que esta interpelación de la realidad constituye parte de su esencia misma.

Y ya que nos permitimos esta condición de cosa en construcción, refiriéndonos al pensamiento del diseño, he aquí una serie de atributos que verificamos de algún modo que le son inherentes y que, en definitiva, ya que el concepto de diseño es un constructo, está en nuestras manos hacerlo mejor antes de ser victimados por una noción de diseño que nos resulta ajena e inconveniente para el mundo que habitamos.

El pensamiento del diseño es, entre otras cosas "ubicuo, transcultural, transdisciplinario, singularmente centrado en la persona y con un sentido ético".

Hay en estos elementos algo especial en lo que se refiere al abordaje de situaciones y problemas, a las dinámicas prospectivas y de estudio de tendencias, a la compleja acción de desarrollar el proyecto, de elaborar el futuro desde el presente sin dejar de participar de la plenitud de éste último, del aquí y ahora. Ese algo especial es lo que ha dado lugar a que alguien, incluso más allá de los límites del campo del diseño, promoviera la idea de design thinking, pensamiento a la manera en que los diseñadores hacen.

Estamos convencidos de que hay en esto implícito un recurso metodológico de gran alcance, aun si en alguno momento decidimos que no es diseño sino otra cosa.

Hay algo que todos necesitamos para todas las cosas que hacemos y eso es sentido.
El sentido es una de los elementos más preciados. Sin él, probablemente nadie querría emprender nada.

Si hay dudas, estas son relacionadas con el sentido. Por esta razón hemos elaborado este dispositivo conceptual que esperamos resulte un aporte para orientarnos en la búsqueda del sentido.

La condición horizonte

La noción de horizonte es en nuestra propuesta el elemento fundamental, asociada a la relevancia que hemos dado a la vez a la noción de paisaje,

El horizonte es elemento clave en la representación del mundo físico así como lo es también para el mundo conceptual y para la proyección de nuestra conciencia.

La propuesta que hacemos la hemos denominado dispositivo conceptual y su propósito es la búsqueda del sentido. Algunos indicios sobre la idea:

1. ¿Desde dónde surge la propuesta y en qué se fundamenta?

Desde nociones de Filosofía morfológica y del Vitalismo geométrico .

Desde la noción de paisaje y la noción de horizonte.

¿Cómo?

Procurando dar respuestas a ciertas preguntas tales como:

¿Hay una lógica que relaciona la morfología de nuestro universo material, de la manifestación perceptible de lo que existe y la morfología del ser consciente?

¿Es posible una hermenéutica existencial a partir de la expresión del territorio?

¿Cómo se relaciona todo esto con el pensamiento del diseño/pensamiento proyectual? ¿Están relacionados formalmente (comparten su forma) los sentidos parciales, fragmentales, que se desarrollan para nuestro pensamiento, con un sentido absoluto?

2. ¿Hacia dónde?

Hacia una nueva comprensión de la relación recíproca entre la expresión de y en el territorio físico, y la conciencia, el ser y el pensar.

En particular, hacia una nueva comprensión de la relación recíproca entre el hábitat y el pensamiento.

Por otra parte se abre la posibilidad de profundizar en esta exploración a partir de florecientes atributos de la noción de horizontes inherentes al campo de la ciencia, tales como el concepto de horizonte de sucesos .

Este trabajo ensaya, así, una propuesta de hermenéutica existencial a partir de una lectura del hábitat desde la percepción humana.

Propone la definición de la condición humana a partir de una analogía entre la percepción del territorio y la cognición de la realidad. Una lógica posible, vinculante entre el paisaje y el ser.

La propuesta surge a partir de una meditación a propósito de las causas formales del universo material y la posibilidad de que la topología de la conciencia obedezca a la misma causa.

Así como la realidad física material del universo se ha condensado en forma de astros y planetas esféricos para la percepción humana, la realidad se ofrece en forma esférica a la conciencia.

De este modo, el orden primigenio del universo material, para la escala humana, se funda en un evento perceptual y conceptual que constituye la matriz cultural de la civilización y que es propio de un mundo esférico. Ese evento es el horizonte.

Sin nombrarlo el Antiguo Testamento se refiere a él, resultando el elemento fundamental del primer acto ordenador del caos en la creación.

"E hizo Dios la expansión, y separó las aguas que estaban debajo de la expansión, de las aguas que estaban sobre la expansión. Y fue así (...) Y llamó Dios a la expansión Cielos. Y fue la tarde y la mañana del día segundo." (Génesis,1:7-8)

El horizonte es límite real y virtual a un mismo tiempo.

Separa lo perceptible de lo imperceptible, de lo imaginable, de lo concebible. Y, del mismo modo, separa lo imaginable y lo concebible de lo inimaginable y lo inconcebible.

El límite resulta, así, el referente ordenador del mundo material dado a nuestra percepción y al mismo tiempo, la noción que nos abre a la concepción de figuras retóricas, que procuran poner al alcance de la interpretación y comprensión las realidades que se presentan a la conciencia y a la imaginación .

Así es que una persona humana no percibe la eternidad sino el tiempo porque la eternidad se presenta a la conciencia de modo que esta alcanza al horizonte temporal, abarcando sólo la noción que percibimos como tiempo.

Tampoco percibe las tantas dimensiones que constituyen el todo sino que sólo alcanza la noción que percibimos como espacio, del mismo modo que la persona no percibe más allá de

los límites que determinan su corporalidad y la estructura de la realidad de su mundo físico. Horizonte temporal, espacial y corporal. El horizonte es el lugar límite entre lo fenoménico y lo nouménico. Igualmente es el punto de encuentro entre lo infinito y lo finito. Tiene una singular semejanza con la condición del ser humano, en el sentido de que en este último lo finito y lo infinito confluyen en una misma conciencia.

Esta propuesta encuentra su inspiración, por un lado, en una reflexión de Gianni Váttimo: "(...)el arte construye la noción de habitar(...)La arquitectura es el arte epónimo, pues construye el espacio físico que habitamos" .

Desde su concepción heideggeriana, Váttimo nos abre a una muy especial concepción del alcance de las disciplinas llamadas proyectuales en la configuración de la forma o topología del pensamiento, de la conciencia humana, afirmando que, de igual modo, el arte construye nuestro habitar en otros territorios, ya no territorios físicos sino que se refiere al hecho de habitar nuestros paradigmas.

Por otro lado, hemos encontrado una resonancia en el vitalismo geométrico, que profesa Peter Sloterdijk, en su obra Esferas. Dice Sloterdijk: "(…)no puede rechazarse sin más la presunción de que el mundo nos sea dado sólo a través de prejuicios geométricos innatos. ¿No podría pensarse que la vida es una incesante demanda posterior de conocimientos sobre el espacio del que procede todo?" ."Vivir, formar esferas y pensar, son expresiones diferentes para lo mismo."

Acciones inherentes a la noción de proyectar tales como planear, lanzar hacia adelante, atribuir características a alguna cosa, representar, están comprendidas, en una forma tan sutil como poética, en esta acción que Sloterdijk denomina formar esferas: "Vivir, pensar y (...) proyectar".

Proyectar es inherente a la condición horizonte. La condición horizonte pone en evidencia que la posibilidad de la plenitud y libertad de la persona humana está en el 'aquí y ahora´ y que la forma de pensamiento que permite habitar ese `aquí y ahora´, sin ser presos de la ilusión y la ensoñación y que hace posible sobrevivir en el mundo, es el pensamiento proyectual.

El ordenamiento y el establecimiento de un límite son acontecimientos inseparables.

El límite nos da dirección y sentido, orientación, perspectiva, capacidad de apreciación, de ideación, de proyección.

A lo largo de la historia el hombre se ha mantenido vinculado con el horizonte. Más allá del horizonte se ocultaba el misterio, lo desconocido, objeto de una especulación que arrojaba posibilidades tales como enfrentarse a criaturas monstruosas o descubrir maravillas.
La exploración de nuevos mundos ha puesto al conquistador, al aventurero, en diálogo permanente con el horizonte. En la aventura del pensamiento, al enfrentar la situación límite, aquella que da origen al filosofar, se pone de manifiesto nuevamente eso que llamamos la condición horizonte.

Desde la circunstancia singular, desde el desafío de cada instante hasta la escala de un proyecto de vida, siempre se presenta un horizonte como desafío y a partir de este ahora nuestra imaginación teje posibles escenarios, posibles soluciones acerca de un más allá de este límite.

Por más que avanzamos, el horizonte mantiene su distancia y a lo largo de la historia siempre nos enfrentamos a resolver ese más allá. El desafío ha sido, siempre, enfrentar las incertidumbres propias de esta condición horizonte para resolver nuestra supervivencia en el mundo físico y así habilitarnos para vivir plenamente el aquí y ahora, para dar forma a nuestras incertidumbres, para resolver nuestros puntos ciegos.

La respuesta a ese permanente desafío, siempre nuevo, está en esta forma especial de pensamiento, la forma de pensamiento que se ha desarrollado en la historia para participar de la co-creación del mundo que habitamos.

Es ese pensamiento que le es propio al arte, que se asocia al proceso de la creación y que se encarna en esta forma de pensar que se ha comenzado a manifestar en el campo del diseño y que hoy se proyecta, sin duda, a una incipiente forma nueva de pensar que nos pueda acercar a una armonía con el Universo y, hoy por hoy, a un razonable sentido para la innovación.

Hawking, S. W. & Ellis, G. F. R.: *The Large Scale Structure of Space-time, Cambridge, Cambridge University Press, 1973,ISBN 0-521-09906-4*
Sloterdijk, Peter*: Esferas I, Siruela, Madrid, 2003, ISBN 84 -7844-654-0*
Restany, Pierre*. Hundertwasser. El pintor rey con sus cinco pieles. Benedikt Taschen, Colonia 1999. ISBN 3822878561*
Ricoeur, Paul*: Teoría de la interpretación: Discurso y excedente de sentido, Siglo XXI Editores; España; 1995. ISBN 9682319552*

Fórmulas de creación de imágenes gráficas sorprendentes en publicidad

Fernando Marugán

Escuela Superior de Publicidad y Universidad CEU San Pablo de Madrid

El punto de partida de este estudio se encuentra en mi experiencia previa como creativo en agencias de publicidad. Es allí donde he comprendido la necesidad de crear imágenes publicitarias que llamen la atención ya que se muestra algo inhabitual. Esta es la esencia de la creatividad publicitaria, crear algo que choque con lo que todos podemos estar acostumbrados a ver.

Mi posterior tesis sobre "La metáfora visual y su utilización creativa en la publicidad exterior actual" me permitió investigar en las formas de presentar una metáfora visual de forma más sorprendente. A partir de los estudios de Roland Barthes, entre otros, he analizado las fórmulas de creación de imágenes sorprendentes, que llamen la atención del receptor y que además sean capaces de ofrecer una amplia información en sí mismas. Al fin y al cabo ésta es la esencia del trabajo del diseñador y el director de arte en publicidad. Para conseguir este efecto creativo existe un número limitado de fórmulas que permiten lograr imágenes sorprendentes ya que tan sólo hay seis maneras de crear imágenes creativas a partir de otras no creativas. Dominar este número limitado de fórmulas permite generar impactos visuales a través de un anuncio publicitario, ya sea gráfico o audiovisual, acciones de street marketing, un diseño o incluso un logotipo.

Todo ello contradice la idea de la creatividad como genialidad aislada; proponiendo este número limitado de reglas se configura al creativo como alguien que puede desarrollar imágenes impactantes en un corto espacio de tiempo. Con ello la genialidad se reduce pero no se elimina ya que se requiere utilizar las reglas de manera que permitan crear la imagen sorprendente más innovadora y adecuada al mensaje que se quiera transmitir al receptor.

Cabeceras (cabezotes, cabezales, rótulos, logotipos, manchetas): modelos de diseño tipográfico en los diarios impresos españoles en 2013

Pedro Pérez
Belén Puebla
María Tabuenca
Laura González

Universidad CEU San Pablo, Universidad Complutense de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos

Las cabeceras de prensa diaria española se rigen por los parámetros que marcan los modelos más en boga de cada momento. A día de hoy, la mayoría de los periódicos en España responden a las exigencias establecidas por los grupos editoriales a los que pertenecen. La concentración de los medios de comunicación en las grandes empresas multimedia se produce por una doble vía. Existen diarios creados directamente por los grupos editoriales y la supervivencia de numerosas publicaciones de histórica relevancia pasa por la compra o absorción del periódico por parte de los grupos mediáticos. Son estos últimos los que conservan algunas de las características de su antigua cabecera, aunque siempre respetando los rasgos fundamentales para su diseño impuestas por el grupo.

En España cada diario muestra en su diseño de cabecera lo que el grupo mediático al que pertenece considera oportuno. La concentración informativa está ocasionando una pérdida de identidad en muchos de los diarios de larga tradición.

El grupo Joly, líder del sector en Andalucía, y Vocento han sido recientemente los casos más evidentes. Respecto a las cabeceras del grupo Vocento, hay que diferenciar entre el diario Abc, de tirada nacional, y el resto de regionales. Abc mantiene su propio diseño y no tiene pautas comunes con el resto de publicaciones del grupo. Por el contrario, los regionales de Vocento vivieron un antes y un después con el rediseño de 2009. Ese año se rediseñaron de manera conjunta todos ellos, manteniendo unos elementos comunes al grupo, cabeceras en positivo, voladas a la izquierda, en negrita y con un friso o balcón por debajo de ellas, pero marcando la diferencia, ya que se mantenían las tipografías originales de cada publicación, para imprimirles el valor de tradición y no perder la familiaridad con el lector. Al contrario que Vocento, el grupo Joly prefirió conservar las tipografías originales de cada publicación para imprimirles el valor de tradición y no perder la familiaridad con el lector.

Por otro lado, las cabeceras de todos los diarios de los grupos PROMECAL y PROMECAM son absolutamente idénticas, si bien en el caso de los diarios de Castilla y León cambia el color del luto que cierra la cabecera.

Por lo general, la cabecera de las publicaciones diarias ocupa todo el ancho de la primera página. Suele aparecer centrada y abarca, en altura, la octava parte del tamaño total de la mancha. Ésta es una muestra de la importancia del rótulo sobre los demás elementos de la publicación. El valor de la cabecera, como elemento icónico, símbolo y muestra de la identidad del diario, justifica su colocación dentro de la página como el eje principal del que surgen los demás componentes de la portada.

La cabecera de los diarios pretende ser una llamada de atención para el potencial consumidor. Si el rótulo le transmite la idea de un producto informativo que responde a sus

intereses y tras su adquisición confirma que la imagen de la portada se corresponde con los contenidos, el consumidor se familiarizará con la publicación.

La conclusión general que resulta tras analizar las tendencias de 2013 en el diseño de cabeceras para publicaciones diarias impresas españolas es que el rótulo se ha convertido en el símbolo de cualquier diario, la imagen detrás de la que está la empresa periodística en cuestión. Y así lo demuestra el hecho de que en las versiones digitales de los diarios se emplee la misma cabecera que en su versión impresa aunque con ligeras modificaciones.

El diseño de este elemento icónico busca transmitir los valores que cada publicación concreta considera suyas, unos valores que se corresponden con los del lector potencial. Por ello, las connotaciones subjetivas de la tipografía empleada y de los colores que aparecen en la cabecera son el principal medio de transporte para esas ideas que se quieren transmitir.

La investigación que se presenta nace de un proyecto puntual concluido, para el II Congreso Internacional de Tipografía 'Las otras letras' celebrado en Valencia en el año 2006 que, posteriormente, se volvió a retomar y se sigue alimentando en los cursos de doctorado de la Universidad CEU San Pablo desde el seminario 'Análisis tipográfico y de color de los diarios españoles'.

Se propone un trabajo de campo continuado con base en el elemento de la cabecera (rótulo, logotipo, mancheta…) de los diarios impresos donde las variables analizadas se multiplican por los elementos de la muestra (más de cien) que aportan singularidades de muy diversa índole.

Los resultados del estudio se han venido publicando periódicamente a través de varios soportes: como comunicación especial seleccionada en el libro de actas del propio Congreso Internacional de Tipografía; como artículos en revistas de investigación con índice de impacto; como referencias en blogs especializados en diseño y comunicación; y como volumen diferenciado editado por la Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana.

Denominación y caracterización del color

Pablo R. Prieto
M. Luisa Walliser

Departamento de Ciencias de la Educación, el Lenguaje, la Cultura y las Artes, Universidad Rey Juan Carlos, España.

En diferentes disciplinas el nombre y la caracterización de los colores están definidos con precisión o hay un patrón más o menos preciso comúnmente aceptado; por ejemplo, en la gestión digital del color se emplean perfiles que caracterizan la posición de los colores básicos respecto del modelo CIELAB y en el campo de las artes los nombres de los tintes están comúnmente aceptados. Sin embargo, fuera de las jergas científicas - precisas o profesionales - más o menos precisas, la denominación de los colores es imprecisa y opinable.

Lo que se presenta a continuación es un proyecto de investigación que pretende caracterizar con un nivel de precisión aceptable y respecto de un modelo comúnmente aceptado por la comunidad científica - CIELAB - qué color es cada nombre de color común. Dicho de otra forma, en qué coordenadas Lab se encuentra, por ejemplo, el color rojo, el naranja o el rosa cuando se los nombra fuera de un contexto científico o profesional.

Introducción

La asociación del nombre de un color a un color concreto en el lenguaje común es una asociación aprendida, cultural y sin una guía o referente externo al que acudir en caso de duda. Es, en definitiva, una asociación opinable y no precisa. Y es lógico que sea así: la relación entre el significante - el nombre de un color - y el significado - el color al que alude - no tiene ningún referente - muestras de color - estandarizado. Este proyecto no pretende elaborar tal referente como un apriorismo sino conocer cuál es el volumen, respecto del estándar CIELAB, en el que se concentra cada nombre de color para los hablantes de un mismo idioma.

El proyecto es una primera etapa de un proyecto mayor, a futuro, y de momento se circunscribe al ámbito de la Comunidad de Madrid, España. Posteriores proyectos ampliarán los resultados a otros ámbitos geográficos hispanoparlantes con el fin de detectar posibles variaciones por razones culturales o del entorno. En una última etapa se podría extender el estudio a otros idiomas y, de esta forma, fijar traducciones precisas para el nombre de los colores basadas en cercanía a coordenadas Lab, detectando posibles falsos amigos, corrigiendo posibles errores y confirmando traducciones.

Objetivos

1. Conocer la lista de nombres de color más comunes.
2. Caracterizar, respecto del modelo de descripción del color CIELAB, las coordenadas Lab de los nombres de color más comunes.

Estado de la cuestión

Este proyecto podría parecer que entra de lleno en el concepto de relatividad lingüística. En concreto, podría parecer que entra en el debate iniciado por Brent Berlin y Paul Kay en 1969 con la publicación de Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. No es el caso.

Antes que pretender entrar en cuestiones antropológicas, culturales o lingüísticas, estaría el planteamiento de la investigación más cercano al libro publicado en 2004 por Eva Heller Psicología del color. La investigación de Heller se basa en una encuesta a 3.000 alemanes sobre las asociaciones emocionales que atribuyen a una lista de colores preestablecida. No entra, en los resultados, a juzgar las razones de la asociación, aunque en la publicación hace un repaso a la evolución histórica de usos y costumbres asociadas a los colores y a la capacidad de la industria para reproducir tintes. Este proyecto, como el de Heller, no pretende juzgar las razones de la asociación de un nombre de color a un color concreto, aunque sí se aproximará en futuras ampliaciones del proyecto a posibles diferencias geográficas en dichas asociaciones.

La investigación metodológicamente más cercana fue publicada en la revista Vision Research en 1990 por Robert M. Boynton y Conrad X. Olson con el título Salience of chromatic basic color terms confirmed by three measures. En esta investigación los sujetos sometidos a test eran expuestos, bajo condiciones controladas, a 424 colores dos veces. En cada ocasión debían nombrar el color que veían con un solo término. La investigación trataba de detectar el grado de consistencia entre una y otra exposición al mismo estímulo cromático. Sus resultados son especialmente relevantes para juzgar, en la presente investigación, la consistencia de los resultados en la fase de caracterización de los nombres de color.

Existen varios sistemas normalizados de nombres o sistemas de codificación de color: RAL, Pantone, ISCC–NBS, etc. Sin embargo, todos ellos funcionan de forma inversa a la pretendida por esta investigación: a un conjunto de muestras de color se les asigna un nombre o un código y es necesario contar con las muestras para caracterizar el color y su nombre o código.

Aunque el color se ha estudiado y se estudia desde multitud de perspectivas, desde la puramente biológica o neurológica hasta la psicológica, evolutiva o cultural, no existe o este equipo no conoce investigaciones como la aquí presentada: conocer, respecto de un modelo comúnmente aceptado por la comunidad científica (CIELAB), a qué color se refiere el uso común de un nombre de color (el conjunto de nombres de color más habitualmente empleado).

Metodología

1ª Fase: Nombres de color.

En esta primera fase se pretende conocer cuáles son los nombres de color más habituales para trabajar con ellos en la segunda fase. Se emplea la entrevista personal como método para recabar datos estadísticos significativos.

2ª Fase: Caracterización del color.

En esta segunda fase se determina estadísticamente cuál es el volumen propio, en el espacio tridimensional Lab, para cada uno de los nombres de color más citados en la fase anterior.

Bajo condiciones de exposición al color controladas, los sujetos de test caracterizan (señalan) cuál es a su juicio el color que se corresponde a cada nombre de color. El test se realiza tanto con color generado por luz emitida como con color con luz reflejada sobre pigmento.

Resultados esperados

Para cada nombre de color de la lista de los más habituales, lista elaborada en la primera fase, se obtendrá un volumen definido sobre el espacio CIELAB. El centro de cada volumen caracterizará qué color es cada nombre de color.

Berlin, B.; Kay, P. *(1969). Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. California: University of California Press.*
Boynton, R. M.; Olson, C. X. *(1990). "Salience of chromatic basic color terms confirmed by three measures", Vision Research.*
Heller, E. *(2004). Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Barcelona: Gustavo Gili.*

Paradigmas y prácticas del diseño

Mónica Pujol

Centro de Estudios Interdisciplinarios Universidad Nacional de Rosario (UNR). Argentina

Este trabajo busca sumar los diferentes modos de hacer diseño, con y para la gente, desde la inclusión de las diferentes posiciones paradigmáticas como contextos de realización y de interpretación.

Los diseñadores no solemos ser conscientes de las nociones de realidad que subyacen a nuestros trabajos, cuando ésta es una de los instrumentos más poderosos que el diseño tiene hoy para enfrentar la complejidad.

La hélice como herramienta

El diseño históricamente se ha definido a partir de su capacidad de transformación de la realidad social. Es en esta capacidad de transformación que la práctica profesional usualmente hace foco, sin preguntarse quizás en qué concepción de realidad subyace su trabajo.

Mi tesis doctoral sobre paradigmas y prácticas del diseño tuvo por objetivo poner en discusión los términos en que el diseño realiza esta transformación al cuestionar qué entendemos por realidad social. La problematización sobre el concepto de realidad social es un aspecto clave para la comunidad de diseño ya que permite analizar la diversidad de producciones del diseño desde sus relaciones con la economía, la política y la sociedad. Este desarrollo surge a partir del análisis en la Teoría de las Organizaciones que Burrel y Morgan hicieran en su libro Metaphors and puzzle solving in Organization Theory basado en el concepto de paradigma de Thomas Kuhn como realidades alternativas.

En este trabajo se buscó mapear la diversidad de las prácticas emergentes del diseño, entendiéndolas como diferentes modos de hacer y pensar, en las que subyacen distintas percepciones paradigmáticas de la realidad social. Para este mapeo se tomó los cuatro grandes paradigmas que Burrel y Morgan propusieron para las organizaciones: funcionalista, interpretativo, humanista o subjetivo y materialista o estructuralista.

Mi trabajo puede ser considerado como un método emergente, al considerar los paradigmas como fases contextuales en la construcción social de sentido como una hélice en constante movimiento. En este movimiento algunas acciones de diseño operan en más de una de las fases contextuales y otras lo hacen sólo en una pero, al estar en constante movimiento, toda acción de diseño funciona como condición contextual de nuevas acciones.

En la actualidad el diseño ha sido reconocido como una poderosa herramienta de transformación social para el desarrollo. Creo firmemente en la capacidad de esta herramienta para hacer frente a la complejidad de las diversas crisis sociales y culturales que hoy enfrentamos en distintas partes del mundo.

Burrell and Morgan *(1980), Paradigms, Metaphors, and Puzzle Solving in Organization Theory. Ithaca, NY: Cornell University Press.*
Kuhn, Thomas S *(1970 [1962]). The Structure of Scientific Revolutions. Chicago : The University of Chicago Press.*
Pujol Romero, Mónica*. (2010) " Design: apuntes para definir el campo" en : Las Nuevas Fronteras del Diseño. Editado por la Universidad Anahembí Morumbí, Sao Paulo, Brasil.*

La intervención gráfica en espacios públicos en el aprendizaje del diseño

Mihaela Radulescu

Pontificia Universidad Católica del Perú

El diseño es una actividad que genera realidades. El recorrido va desde la imagen mental a la imagen con soportes externos, materializando el pensamiento humano que a su vez interactúa con el contexto para modificarlo. El diseñador que interviene gráficamente en un espacio público debe enfocarlo como un espacio sintomático para la relación con el beneficiario. En este sentido requiere de una pragmática espacial en la cual el diseño no sólo es portador de informaciones y agente de comunicación sino también desarrolla una función cultural formativa de ideas, hábitos, estilos de vida e identidades. El escenario público es un universo de interacciones cuyos indicadores gráficos participan en la generación de sentidos y valores.

En la enseñanza–aprendizaje del diseño gráfico, la intervención de espacios incorpora la señalética y el diseño de escenarios como matrices de acciones y eventos. La formación debe contar con estudios situacionales y manejar proyectos con dimensiones conceptuales, comunicativas, expresivas y técnicas, en una visión en la cual el diseño informa, comunica y forma al público usuario. Por estas mismas características, los proyectos deberían ser trabajados en condiciones reales, con casos y usuarios reales. Como valor agregado, su aplicación tendría alcances sociales relevantes para el perfil actual de la formación universitaria, con responsabilidad pedagógica, didáctica y social.

En el Perú, la cultura gráfica tiene en consideración los signos de identidad por lo cual los identificadores que refieren la identidad peruana son parámetros significativos para los proyectos de intervención gráfica en espacios públicos. En este contexto se realizó y aplicó el proyecto didáctico de la intervención gráfica del edificio Tinkuy de los Servicios Estudiantiles, ubicado en el campus de la Pontificia Universidad Católica del Perú, cuyas funciones, -estudio, conversación, reuniones de trabajo, patio de comida, boletería y librería del Centro Cultural, cafetería, tiendas- se relacionan con la especificidad de las actividades y competencias estudiantiles: leer, descubrir, informarse, divertirse con la información y la comunicación.

En convergencia con el diseño arquitectónico y las pautas de construcción e implementación de estructuras y servicios, los estudiantes del 5º año de Diseño Gráfico aportaron sus proyectos de intervención gráfica con carácter semiótico interdisciplinario, de los cuales uno fue implementado. La intervención realizada consiste en una sintaxis tipográfica integrada rítmicamente al edificio, con rasgos tipológicos y compositivos que valoran la actual cultura urbana peruana, con referentes locales de la cultura chicha y referentes universales de la cultura pop. Su cromática remite al tratamiento andino de los colores al igual que su densidad compositiva. Al mismo tiempo, la semántica de las palabras indica las funciones del edificio. Incorpora la función cultural formativa de estilos de vida e identidades en una dimensión juvenil, lúdica, que promueve la mirada que explora y descubre, así como la

presencia constante de la información. En el proceso de investigación y creación se tomó en cuenta el propósito del edificio: para quién es, qué pretende ser, tener, significar, comunicar, dónde se ubica y cómo interactúa con su entorno, que tipo de diálogos entabla con los usuarios. Se plantearon elementos expresivos y discursivos para incidir en la personalidad del espacio, para informar, sugerir, plantear lecturas afectivas, jugar, interviniendo con formas, ritmos, colores, iconos, escenas. El edificio se vuelve así un escenario que invita a las personas a desempeñar ciertas acciones, a recibir información, a experimentar ciertos estados de ánimo. Se trató de valorar la tradición mural y a la vez desarrollar un conjunto de interacciones integradas a la actual sociedad de la comunicación.

Diseño, interdisciplinariedad y transdisciplinariedad, apuntes para un diálogo con Fernando Martínez Agustoni

Juan Pablo Salcedo

Decano, Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación, Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia.

Pretender abordar los retos disciplinares que nos plantea la interdisciplinariedad y la idea de transdisciplinariedad al interior de las instituciones universitarias que forman en diseño es una tarea que desborda el formato de un diálogo y, sin embargo, el poder plantear puntos de vista y reconocer diversas perspectivas dan sentido a la tarea, más aún si se tiene en cuenta la calidad del interlocutor. A partir de esta premisa, los apuntes presentes pretenden dejar evidencia de algunas de las ideas preparadas para dicho diálogo y que obviamente fueron maravillosamente desbordadas durante el mismo.

Es importante partir de una definición: la presentada es de Nicolás Malinowsky, de intención de uso en nuestra Facultad al ser fácil de comprender y de integrar a procesos proyectuales tanto por docentes como por estudiantes. En conferencia, referida a Edgar Morin, nos plantea que la interdisciplinariedad implica contacto entre las disciplinas en la que cada una aporta problemas, conceptos y métodos, es una reafirmación epistemológica de la reagrupación de saberes, ofrece la habilidad y la práctica de integración, requiere estimulo, estrategia y exploración de campos y reúne disciplinas para abordar problemas determinados. La transdisciplinariedad se aprende de un hecho o realidad en un contexto amplio, ofrece a las disciplinas un acto cognoscitivo que interactúa formando o construyendo un todo con sentido, supera la fragmentación del conocimiento, ofrece mayor integración, explora limites disciplinares y practica un aprendizaje y un saber holístico y abarca métodos para relacionar el conocimiento científico, la experimentación y la práctica de resolución de problemas (Malinowski, 2007).

Para asumir la variedad de acciones mentales necesarias contamos con una estructura con la capacidad de abordar diversas formas de pensamiento; sin embargo, hemos priorizado el uso del hemisferio izquierdo de nuestro cerebro y debemos esforzarnos por desarrollar el derecho, entrenándolo con el ejercicio de sus cualidades propias. Es así como accedemos a formas de pensamiento alternativo, sistémico, integrador, entre otras cualidades que nos facilitan variadas y enriquecedoras relaciones al eliminar fronteras disciplinares en los actos creativos

Esta posibilidad nos permite activar en el contexto académico el pensamiento de diseño de acuerdo con los postulados de Blyth y Kimbell sobre el papel del diseño tanto en procesos particulares como en aplicaciones sociales (Blyth & Kimbell, 2011). Todo ello reconociendo los modos de apropiación planteados por Bloom (Bloom, 1984) y aportando como opciones el percibir y el negar como objetivos y a la vez como momentos de la cognición: percibir, negar, aceptar, conocer, entender, aplicar, analizar, sintetizar, evaluar y crear; resaltando que, para el caso de la formación en diseño, debemos hacer énfasis en la aplicación y en la creación.

Estos objetivos se desarrollan en ciclos de construcción mental tipo: Concepto / Estructura / Forma - Función / Funcionalidad / Conformación - Componente / Prefiguración / Parte -Planeación / Producción / Implementación - Estrategia / Táctica / Operación, los cuales se pueden suceder tanto para detallar el proyecto como para verificar su sentido y su totalidad.

La acción y los resultados deben ser comunicables y la definición para la comunicación utilizada aquí es la de Bernardo Toro: "crear condiciones para que los diferentes sentidos, significados y símbolos producidos puedan circular y competir en igualdad" (Toro, 1998).

La estrategia de comunicación del diseñador es formalizar la misma, lo cual exige hacer perceptible no solo la forma sino el sentido que esta contiene, manifestar sus funciones (como pueden ser prácticas, estéticas y comunicativas) y esa labor debe ser coherente con el sentido del proyecto. Así el diseño va más allá de la huella y manifiesta el sentido permitiendo la sinergia entre el creador/organización y el usuario/cliente; en una relación dada por el diseño como acción, actúa sobre acciones para producir acciones y no sobre cosas para producir cosas, involucra la toma de conciencia sobre la percepción, el deseo, la expresión, la ética, la estética o la productividad, entre otros.

El diseño así es la actividad proyectual que desarrolla desde la oportunidad hasta la materialización plástica de las condiciones de comunicación y la forma. El resultado de este proceso debe ser un hecho material y culturalmente posible, ya que sus alcances están en los dos ámbitos.

El proyecto interdisciplinar ha de ser percibido, entendido, aceptado y apropiado desde el ciclo de creación y más aún si se desean abordar espacios transdisciplinares. Hasta la implementación, donde la transdisciplinariedad exige diversas acciones que traspasen los límites normales de las disciplinas y de su manera de ver y entender la relación con usuarios/clientes y al aplicarse se hace parte de la cultura del sistema de creación, el proyecto pierde impacto si no se participa de su generación, si no se identifica y no se entiende con el sentido.

En la creación de los proyectos el trabajo del grupo debe responder a premisas mínimas: confianza entre los participantes; reconocer los conflictos y las crisis que deben ser por ideas y asumidas sin filtros; compromiso con el sentido, con el plan de acción y con las decisiones tomadas; responsabilidad de cada uno con el todo y reconocer los resultados colectivos dentro del respeto al sentido.

Para transformar una cultura, en este caso creativa, se debe poder analizar, sintetizar, evaluar y crear con acciones transdisciplinares que permitan igualmente impactar los espacios de aplicación del diseño, los grupos sociales y la sociedad para lograr un desarrollo sostenible de manera integral, es decir, que contemple aspectos económicos, propios del sistema de las economías creativas donde se insertan los diseños, sociales, políticos y tecnológicos; nos debemos plantear una sociedad creativa, donde el diseño cumpla un papel para el bienestar biopsicosocial y cultural y poder así afrontar los grandes desafíos para nuestra sociedad: construir y mantener un orden de convivencia democrática, ser más productivos para eliminar la pobreza y posibilitar la mejoría de la calidad de vida (Toro, 1998).

Esto se debe hacer sin perder de vista las disciplina y sus condiciones propias y a partir de allí promover las acciones transdisciplinares sin caer en acciones que fracturen la confianza de los equipos de creación o generen expectativas falsas de relaciones entre disciplinas cuando lo que se presenta es la evasión de una de ellas, es decir, no ser competentes desde cada disciplina u oficio.

El diseño como disciplina integradora promueve y apoya, en acciones transdisciplinares:

1. Nuevos escenarios y el desborde de paradigmas.

2. Innovación y creación de productos, servicios y políticas.

3. Transferencia de conocimiento.

Es así una herramienta de articulación, comunicación y concreción.

Con esta manera de abordar el diseño desde la academia esperamos poder contribuir al sueño de William Allin: "La educación no es la respuesta a la pregunta, la educación es el medio para encontrar la respuesta a todas las preguntas".

Bloom, B. *(1984). Taxonomy of educational objetives: The classification of educational goals. Handbook 1: Cognitive domain. New York: Allyn and Bacon.*
Blyth, S., & Kimbell, L. *(2011). Design thinking and the big society: From solving personal troubles to designing social programs. London: Actant and Tailor Haig.*
Malinowski, N. *(2007). Complejidad y Transdisciplinariedad Educativa. Recuperado el Noviembre de 2013, de http://www.youtube.com/watch?v=gBMjqEW7AJI*
Toro, B. *(octubre de 1998). La Movilización Social. (p. 1. Curso de Diseño Urbano, Entrevistador)*

La introducción del diseño multimedia en los museos españoles

Raquel Sardá

Departamento de CC. Educación, Lenguaje, Cultura y Artes. Universidad Rey Juan Carlos, España.

Los museos, hoy en día, están al alcance de todos los ciudadanos y su función educativa y divulgativa, entre otras, es fundamental para nuestra sociedad. Desde sus orígenes los museos han evolucionado y la manera de mostrar los objetos ha experimentado cambios sustanciales. Con la incorporación de las nuevas tecnologías se han ampliado las posibilidades de dar a conocer el contenido de los museos, de generar actividades y experiencias innovadoras que involucren a los visitantes.

La introducción de las nuevas tecnologías en distintos ámbitos de la sociedad se ha producido de una manera tímida. En ocasiones, el hecho de incorporar avances tecnológicos en una institución supone realizar trámites complejos, cambios estructurales, formación interna, etc. En España muchos museos han valorado la necesidad de fomentar el diseño de aplicaciones multimedia, tanto para mostrar el contenido del mismo como para favorecer el contacto con el público, lo que contribuye a crear una imagen de museo moderno, actualizado e innovador.

Desde hace unos años se ha producido un aumento de público gracias a las exposiciones temporales, las acciones de fundaciones privadas y la descentralización cultural. El museo está en un momento de cambio y uno de los hechos más relevantes es la aparición de nuevas tecnologías, tanto en su papel didáctico como difusor de cultura.

Las aplicaciones y herramientas multimedia pueden ser grandes herramientas de estudio y conocimiento. La interacción favorece el aprendizaje y llega mejor a todo tipo de público. El cambio de público pasivo, receptor, a público activo, generador, trasforma la dinámica de estas instituciones. Se está creando una nueva relación entre museo y visitante, más participativa y multidireccional. El uso de herramientas de difusión y de participación en Internet ha favorecido enormemente esta nueva relación y ha permitido la descentralización del museo, llegando a todos los rincones del planeta.

A la hora de incorporar tecnología multimedia en los museos hay que hacer cambios que pueden afectar al espacio y al recorrido, al propio objeto o, incluso, pueden exigir un replanteamiento del mismo. Uno de los factores que más influyen es el tipo de museo. Algunas temáticas permiten la incorporación de la tecnología de una manera más sencilla y natural; en otros casos, la introducción de desarrollos multimedia en el espacio físico del museo afecta terriblemente al entorno, ya que tanto el continente como el contenido constituyen el objeto del museo.

En esta investigación se ha analizado el uso de la tecnología multimedia en los museos españoles como herramienta docente y divulgativa valorándose el tipo de contenidos que se ven beneficiados por su uso.

En España existen números museos de diversa tipología y temática. Debemos realizar una valoración general teniendo en cuenta las peculiaridades de cada tipo de museo.

En este sentido existen grandes desigualdades entre los museos, propiciadas no sólo por la temática sino también por el tipo de gestión, la ubicación y el tamaño. Cada vez más museos españoles ofrecen reconstrucciones de espacios, sistemas de realidad aumentada, interacción con obras, animaciones que explican procesos, evoluciones, transformaciones, etc. Muchos museos están trabajando en la digitalización y catalogación de sus fondos y poniendo en valor esos contenidos digitales a través de aplicaciones y desarrollos multimedia. También están presentes en las redes sociales o hacen difusión de contenidos a través de blogs, publicaciones electrónicas o herramientas colaborativas.

El diseño de estas aplicaciones es fundamental para que el usuario obtenga una experiencia satisfactoria de uso y para contribuir a generar una imagen del museo innovadora, participativa y activa. Afirmamos que el uso de aplicaciones multimedia ha contribuido a transformar la imagen del museo y a crear una nueva relación entre el museo y visitante.

Alonso, L. *(1999). Introducción a la nueva Museología. Madrid: Alianza.*
Asensio, M.; Asenjo, E. *(2011).Lazos de luz azul: museos y tecnologías 1, 2 y 3.0. Barcelona: Editorial UOC, S.L.*
Bellido, M.L. *(2001). Arte, museos y nuevas tecnologías. Gijón: Trea.*
Bolaños, M. *(1997). Historia de los museos en España: memoria, cultura y sociedad. Gijón: Trea.*
Colorado, A. *(1997). "Museo e hipermedia",en Revista de Museología, nº 11, Asociación de Museólogos, Madrid.*
De Montebello, P. *(2010). El museo: hoy y mañana. Madrid: Cátedra Museo del Prado.*
Layuno, M.A. *(2002). Los nuevos museos en España. Madrid, España: Edilupa*
Rico, J.C. *(2009). ¿Cómo se cuelga un cuadro virtual? Las exposiciones en la era digital. Gijón: Trea.*
Santacana, J.; Serrat, N. *(2007). Museografía didáctica. Barcelona: Ariel.*

El diseño de información como mediador entre los usuarios y la infraestructura para mejorar la eficiencia comunicativa en los sistemas de transporte. Estudio comparado entre los sistemas integrados de transporte de las ciudades de Cali (Colombia) y Barcelona (España).

Mario Uribe Orozco

Universidad Autónoma de Occidente. Cali. Colombia.

La orientación es un factor inherente a la condición humana que empleamos a diario en actividades tan simples como ir de un lugar a otro, salir de casa e ir al mercado, ir al colegio y regresar. En este contexto se propone un estudio y caracterización desde el diseño de información con el fin de comprender su capacidad de indicación a través de la tipografía, color y apariencia en los problemas de movilidad en el territorio para analizar su repercusión en la orientación de los individuos. Además, se propone la reflexión crítica acerca de maneras, prácticas, discursos y aplicaciones aparentemente exitosas que históricamente han configurado al diseño de información como área proyectual.

El estudio se estructura a partir de responder tres preguntas básicas: ¿qué? ¿por qué? y ¿cómo?. En el ¿qué?, se describe el objeto de estudio de la investigación y busca que se comprendan los alcances de la misma; en el ¿por qué?, se presentan las razones de la importancia de la investigación, su pertinencia; y en el ¿cómo? los asuntos concernientes con lo metodológico, las maneras que se emplean para atender la investigación, las fuentes primarias y secundarias, así como el tratamiento de los datos y resultados.

¿Qué?

Los sistemas de transporte están formados por dos componentes principalmente. Uno consiste en la infraestructura física que posibilita el desplazamiento de un lugar a otro por parte de las personas a través de vehículos de uso colectivo, vías o corredores férreos, y los lugares adaptados a la recolección y repartición de pasajeros. El segundo componente está basado en la comunicación y busca instaurar un diálogo entre la infraestructura y las personas que lo usan. Ésta, a través de elementos funcionales, permite a los usuarios entender y utilizar el servicio (Shakespear, 2011, p.94). Desde la aparición de los sistemas de transporte acuático, aéreo y terrestre los mapas, considerados como un elemento guía para los usuarios, han sido una preocupación para los profesionales involucrados en facilitar el transporte. Antecedentes notables, como el diagrama del metro de Londres diseñado por Henry Beck (1931), la señalización del metro de París por Adrian Frutiger (1970) o el sistema de información visual del metro de Nueva York diseñado por Massimo Vinelli (1974) constituyen ejemplos paradigmáticos de maneras de organizar la información para el uso de sistemas de transporte. El diseño de información es un campo que busca con el mínimo de elementos trasladar al sujeto el mayor nivel de información y cuyo objetivo es asegurar la efectividad de la comunicación. Es el campo que se ocupa de racionalizar las prácticas que buscan facilitar la comunicación entre los elementos físicos y las personas estableciendo caminos de fácil acceso para buscar, entender, usar y recordar la información pertinente. Simplifica los procesos perceptuales, de lectura, comprensión, memorización y traducción de la información compleja. En el caso particular de los sistemas de transporte, el diseño de información busca aprovechar las maneras en las que opera el proceso comunicativo en

las personas en su relación con el entorno. Para ello, dota de unidades de información el espacio pretendiendo facilitar su comprensión y uso.

El panorama que motiva la investigación desde un campo como el diseño de información, tiene el fin de comprender las razones por las cuales configuraciones de símbolos en los sistemas de transporte de Cali (Colombia) y Barcelona (España), alcanzan efectividad y eficiencia comunicativa suficiente para permitir el establecimiento de un discurso entre los elementos de la infraestructura de un sistema de transporte y el público que lo usa, buscando, a partir de los resultados de la investigación, comprender de qué manera el diseño de información contribuye en la solución de los problemas de comunicación con las personas en los sistemas de transporte en general mediante la configuración de programas de signos que sirvan a la gente para aprender, recordar, actuar e interactuar y, en consecuencia, facilitar así la toma de decisiones mientras utiliza un sistema de transporte determinado, disminuyendo los tiempos y contribuyendo a la buena movilidad en las ciudades.

¿Por qué?

La movilidad puede ser entendida como la posibilidad de desplazamiento de una persona en el territorio a partir de la incorporación de las variables que le permitan ir de un lugar a otro en el menor tiempo posible, teniendo una relación directa con la libertad, la independencia y el desarrollo individual. El ser humano vive la movilidad como un proceso por etapas, en el cual se busca alcanzar la independencia en el desplazamiento como estado máximo y se concluye con la limitación de este, hasta llegar en la vejez a lo denominado como movilidad 0 (Hourcade, Jean, 1999,p.45). La movilidad en la ciudad contemporánea es vista como un factor determinante para el desarrollo. La construcción de infraestructuras, estandarización de normas de tránsito y estructuración de modelos son elementos partícipes de su planteamiento y cuestionamientos gubernamentales. No obstante, la movilidad como concepto requiere ser comprendida como algo más que la dotación de elementos arquitectónicos, debe ser entendida como principio de libertad en el desplazamiento. Para esta investigación la movilidad es asumida como la capacidad de desplazamiento y la libertad para la toma de decisiones; en consecuencia, a mayor libertad, mayor será la movilidad. En este sentido la investigación busca entender cómo el diseño de información puede contribuir con la mejora de la "libertad" en el proceso de movilidad, brindando autonomía al presentar información preparada de manera adecuada para ser usada en situaciones especificas de la vida en las ciudades.

La movilidad vista desde el diseño de información constituye uno de los problemas a resolver, el ¿para qué?, la razón que motiva el ejercicio de la práctica. Los usuarios deben comprender con facilidad el uso que la infraestructura dispuesta para la movilidad propone; este discurso entre la infraestructura y los usuarios es el objeto que el diseño de información cómo practica debe estudiar y documentar con el fin de fundar elementos epistemológicos que favorezcan la comprensión de los fenómenos participes y las maneras en las que se aplican sus principios.

Es posible notar que pese a existir desarrollos teóricos, bibliografía sobre la práctica, proyectos de investigación, revistas especializadas, eventos internacionales o agremiaciones de profesionales y de académicos, el campo del diseño de información requiere fomentar la discusión sobre asuntos particulares del área que promuevan el desarrollo y consolidación de su práctica, pasar de las generalidades a las particularidades, buscar avanzar en la comprensión de los detalles que faciliten su desarrollo. La presente investigación buscará centrarse en el caso especifico de los asuntos que atañen al diseño de información como mediador en la relación de los usuarios con los sistemas de transporte y a partir del estudio y el análisis de los resultados contribuir a este fin. Se trata de particularizar en el fenómeno e intentar dilucidar sobre las maneras de alcanzar efectividad y eficiencia comunicativa en las condiciones de uso propuestas por la infraestructura de un sistema de transporte y sus usuarios, buscando, en consecuencia, acotar las maneras en las que el diseño de información contribuye mediante la configuración de estructuras de signos

a aprender, recordar, actuar e interactuar para facilitar la toma de decisiones en el interior de los sistemas de transporte.

¿Cómo?

El ser humano cuenta con tres tipos de memoria: sensorial, a corto y a largo plazo. Estas trabajan almacenando la información en el cerebro y permiten la comprensión del espacio circundante. Su funcionamiento se acciona dependiendo de la importancia de la información disponible, de los intereses individuales y de las condiciones del entorno. Actúa a través de los procesos cognitivos (O`Grady & O`Grady, 2008, p. 58). Una persona, al usar un sistema de transporte, emplea los tres tipos de memoria. Tiene claridad (en la mayoría de los casos) sobre dónde se encuentra y a dónde se dirige. Al entrar o detenerse en una estación o parada de autobús conoce su destino pero no sabe cómo llegar a él; esta información se almacena en la memoria sensorial, la cual es inmediata y no requiere de grandes esfuerzos. La información del destino es contrastada inmediatamente con la dispuesta gráficamente en el recorrido. Si bien la información disponible puede ser variada, el interés particular aísla la información redundante de la específica, o sea la ruta de autobús que le permitirá hacer el desplazamiento en el menor tiempo posible al lugar de destino. La información se almacenará en la memoria de corto plazo y, de ser necesario, al repetir esta acción -ir al mismo lugar de manera frecuente- se almacenará en la memoria de largo plazo con el fin de estar disponible para ser empleada posteriormente. El diseño de información puede contribuir a reducir el esfuerzo cognitivo de las personas al emplear un sistema de transporte, ocupándose de prever las necesidades del usuario, las condiciones de éste y el tipo de información requerida.

El diseño de información se encarga de la comprensión del fenómeno, pero no es quien decide qué informar, adecua la información distribuyendo apropiadamente el mensaje en paquetes de datos para cada tipo de memoria, buscando disminuir así el esfuerzo cognitivo de los usuarios en pro de la eficiencia en la comunicación. Frascara indica que la manera cómo se presenta la información puede ayudar o dificultar su memorización (2011, p.13). El diseño de información opera como mediador entre el usuario y su entorno, buscando la reducción del esfuerzo cognitivo al preparar y presentar la información de manera que reduzca la posibilidad de error y contribuya a facilitar su comprensión y memorización. Jacobson contribuye con esta postura al afirmar que "el mejor diseño de información reconoce y utiliza el carácter interactivo de la comunicación para transmitir significado y aumentar el entendimiento entre todas las partes involucradas en una actividad o evento" (Jacobson, 2000, p.3). Hablar entonces de `eficiencia comunicativa´ se entiende como la disminución del esfuerzo cognitivo que una persona debe hacer para recordar cómo resolver el problema de ir de un lugar a otro empleando la plataforma semiótica –el programa de señales- disponible en el sistema de transporte y dando por sentado el correcto funcionamiento del proceso comunicativo entre las partes.

Dado que el objetivo operativo de la plataforma semiótica de un sistema de transporte es brindar información para el uso y ubicación de los usuarios en él y que los objetivos finales del sistema de transporte son planteados en busca de dar respuesta a las necesidades del usuario a través de la producción de cambios en el conocimiento, las actitudes o conductas permitiendo la comprensión del uso del mismo, esta investigación se plantea a través de un estudio comparado entre el Masivo Integrado de Occidente (MIO) de la ciudad de Cali (Colombia) y el Transporte Metropolitano de Barcelona (TMB) con el fin de comprender las razones por las cuales determinadas configuraciones alcanzan efectividad y eficiencia comunicativa a través del establecimiento del discurso entre los elementos de la infraestructura de un sistema de transporte y sus condiciones de uso, buscando a partir de los resultados reconocer las maneras en las que el diseño de información contribuye en la configuración de estructuras de signos que sirvan a la gente para aprender, recordar, actuar e interactuar y en consecuencia facilitar la toma de decisiones al interior de los sistemas de transporte.

Si la investigación en diseño persigue la creación de un mayor sentido del bienestar humano tanto individual como colectivo (Margolin et al., 2001, p.15) entonces esta investigación analizará las plataformas semióticas establecidas en los dos casos de estudio y tratará de entender la manera en que el diseño de información opera en estos casos. Para ello se adelantarán una serie de fases que permitirán comprender el fenómeno en el proceso comunicativo, dilucidar la dimensión semántica del diseño de información en los sistemas de transporte de Barcelona y Cali y determinar la influencia que ejerce en este proceso la dimensión operativa, encargada de soportar los mensajes.

Carácter fundamental:

Aicher, Otl, K., Martin. (1981). Sistema de signos en la comunicación visual (2ª ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

Frutiger, A. (2005). Signos, símbolos, marcas, señales. Gustavo Gili.

Munari, B. (1996). Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica. Gustavo Gili.
Carácter teórico:

Aragall, F., & Montana, J. (2012). Universal Design: The Humbles Method for User-Centred Business. Gower Publishing, Ltd.

Costa, J., & Reposo, D. (2008). La rebelión de los signos: el alma de la letra. La Crujía Ediciones.

Frascara, J. (2011). ¿Qué es el diseño de información?,. Infinito.

Guffey, Elizabeth. "Knowing Their Space: Signs of Jim Crow in the Segregated South." Design Issues 28, no. 2 (April 1, 2012): 41–60

Hourcade, Jean. (1999). ¿Qué movilidad para mañana? Otra mirada a los transportes (1st ed.).
España: Oikos-tau.

Jacobson, R. (2000). Information Design. MIT Press.

Julier, G. (2010). La cultura del diseño. Gustavo Gili.

Maeda, J. (2007). Las leyes de la simplicidad/ The Laws of Simplicity: Diseño, Tecnología, Negocios, Vida/ Design, Technology, Business, Life. Gedisa Editorial S A.

Margolin, V., Morales, L. R., Narváez, L. M. J., Bringhurst, R., Ochoa, C. G., & Garone, M. (2001). Antología de diseño 1. Designio.

McGinley, Chris, and Hua Dong. "Designing with Information and Empathy: Delivering Human Information to Designers." The Design Journal 14, no. 2 (2011): 187–206.

Noble, I., & Bestley, R. (2004). Visual Research: An Introduction to Research Methodologies in
Graphic Design. AVA Publishing.

O'Grady, J. V., & O'Grady, K. V. (2008). The Information Design Handbook. RotoVision.

Peak, Daniel. Gibson, Michael. Pributok, Victor. (2011). Information design journal (Vol. 19). Information Design Journal Ltd.

Shakespear, R. (2011). El diseño como catalizador. ¿Qué es el diseño de información?. Infinito.

Strickfaden, Megan, and Patrick Devlieger. "Empathy Through Accumulating Techne: Designing an Accessible Metro." The Design Journal 14, no. 2 (2011): 207–229.

Carácter aplicado:

Abellaán, Miquel. (2012). Which way to go? Placemaking, wayfinding & signage. Barcelona: MONSA.

Baer, K., & Vacarra, J. (2010). Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies. Rockport Publishers.

Baines, Phil, D., Catherine. (2004). Señales: rotulación en el entorno (1a ed.). Barcelona: BLUME.

Dirección general de transporte. (1984). Metro de Barcelona: manual de señalización; Ferrocarriles de la Generalitat de Cataluña: Manual de señalización e información. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

JARDI, E. (2012). Pensar con imágenes. Gustavo Gili.

Serrats, Martha. (2006). Imagen gráfica: aplicaciones en espacios públicos. España: MaoMao.

Smitshuijzen, E. (2007). Signage Design Manual. Lars Müller.

Biografías

Eduardo Águila De Ramón
Santiago, Chile

Diseñador Industrial y Diplomado en Marketing en la Escuela de Negocios de la Pontificia Universidad Católica de Chile, realiza su trabajo académico y de investigación por más de 17 años en la misma universidad. Consultor en Creatividad, *Design Thinking* e Innovación Radical con Identidad Local, es Académico del Magíster en Gestión de Diseño e Innovación de la Universidad Mayor. Miembro de la Red Vértice de la Universidad del Mayab, México, ha sido académico del Máster en Innovación y del Taller *Design Thinking* de la Universidad Adolfo Ibáñez. Actualmente es Director del Centro de Creatividad e Innovación para el Liderazgo en la Universidad Finis Terrae. En su trabajo profesional ha impulsado e implementado emprendimientos en múltiples áreas de la industria creativa, la innovación, la educación, el diseño, las exportaciones, el cine y la publicidad. Es embajador de uniquisimo.com y miembro del Consejo Editorial de Citylab Santiago.

www.finisterrae.cl
eaguila@uft.cl

Heitor Alvelos
Porto, Portugal

Doctorado en Diseño (Royal College of Art, 2003) y Master en Comunicación Visual (School of the Art Institute of Chicago, 1992). Profesor de Diseño y Nuevos Media en la Universidad de Oporto y vicepresidente del Consejo Científico (CSH) de la Fundación para la Ciencia y la Tecnología (Portugal), es director, por la Universidad de Oporto, del Instituto de Investigación en Diseño, Media y Cultura (ID+) y del Medialab para la Ciudadanía FuturePlaces (UTAustin-Portugal). Es miembro de diversos organismos: European Academy of Design Executive Board, Ars Electronica Advisory Board, KREV Ambassadorship y UTAustin-Portugal Program for Digital Media. Desarrolla diseño, audiovisual y performance con las editoras Touch, Ash International, Cronica y Tapeworm. Es comisario del proyecto de crítica cultural Autodigest, músico en Stopestra y editor de 3-33.me. Sus temas actuales de investigación incluyen media participativos, ciudadanía creativa y criminología cultural.

heitoralvelos.wordpress.com

Gonzalo Aranda Toro
Santiago, Chile

Nacido en Santiago de Chile, comparte su trabajo como diseñador gráfico con la docencia en la Escuela de Diseño del Instituto y Universidad Santo Tomás. Magister en la especialidad Diseño Industrial por la Universidad Tecnológica Metropolitana de Chile y la Universitat Jaumé I de Castellón, España, es además Diplomado en Educación Superior.

Ha gestionado y diseñado proyectos y estrategias de comunicación de índole cultural, social, educativa, de difusión, marketing y publicidad. Realiza actividades profesionales de manera independiente en las áreas de Comunicación Visual y Gestión del Diseño: Diseño de Espacios, Diseño Editorial, Producción de Impresos y Medios Digitales.

Es Director Nacional del Área Diseño para las Instituciones de Educación Superior Santo Tomás y dirige el Programa de Licenciatura en Diseño en la Universidad Santo Tomás. Realiza investigación, creación y elaboración de material de apoyo a la docencia. Ha participado en congresos nacionales e internacionales en calidad de expositor.
Es miembro del Consejo Nacional de Escuelas de Diseño y participa en el Consejo Nacional de la Cultura, Área Diseño.

www.ust.cl

Marisela Avalos
San Salvador, El Salvador

Nacida en El Salvador, actualmente es directora y catedrática de la Licenciatura en Diseño Estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, El Salvador, y es asesora en Diseño gráfico para diversas empresas e instituciones locales e internacionales. Licenciada en Diseño gráfico por la Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador (1996), becaria Fulbright para cursar el máster en Fine Arts por la University of Illinois, Chicago, EEUU (1999) y máster en Diseño gráfico y Nuevas Tecnologías con doble titulación por la Universidad Pompeu Fabra y Universidad Don Bosco, El Salvador (2004).

Se ha desempeñado profesionalmente en el campo del diseño gráfico y en el área docente desde 1996, trabajando en diversos programas académicos y estudios de diseño en El Salvador y Estados Unidos. Ha trabajado en proyectos educativos tal como Gallery 37 para escuelas públicas del área metropolitana de Chicago y en la creación de la nueva malla curricular para la licenciatura en Diseño Estratégico en la Escuela de Comunicación Mónica Herrera. Su interés profesional incluye la implementación de los procesos de diseño para impactar socialmente el entorno y la investigación en la educación del diseño. Es miembro del Comité Asesor por El Salvador para la Bienal Iberoamericana de Diseño.

mavalos@monicaherrera.edu.sv

Roberta Barban Franceschi
Madrid, España

Nacida en Brasil, actualmente vive en Madrid, donde compagina el desarrollo de su tesis doctoral sobre la Gráfica de los Diseñadores Brasileños con la docencia en la Universidad Europea de Madrid (UEM) desde 2009. Licenciada en Arquitectura y Urbanismo en el Centro Universitario Moura Lacerda (2001), posee un máster en Diseño Industrial por la Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita (2006) y otro de Investigación en Arte y Creación por la Universidad Complutense de Madrid (2011). Actualmente es doctoranda de Bellas Artes en la Universidad Complutense de Madrid. Desde 2004 trabaja en la docencia universitaria, habiendo ejercido en las universidades brasileñas UNESP, PUC Goiás, IESB y Senac Bauru en los grados de Arquitectura, Diseño Industrial, Diseño Gráfico y de Interiores. Asimismo, ha publicado varios artículos y capítulos de libro. Desde 2010 es investigadora de la Cátedra Steelcase de Espacios y Equipamientos Educativos; en 2013 pasó a ser su investigadora principal.

roberta.barban@gmail.commailto:Roberta.barban@uem.es
http://lattes.cnpq.br/5711462597718678

Gabriel Barrero Tapias
Bogota, Colombia

Diseñador Industrial especialista en Producción y Productividad. Magister en Diseño de Procesos de Innovación, con trayectoria en el ámbito de la investigación y la docencia en Diseño. Hasta la fecha ha participado en 17 proyectos de investigación y 16 proyectos de diseño y desarrollo de producto, dentro de los cuales destaca la participación en el proceso de diseño y construcción de 13 embarcaciones marítimas y fluviales.

Ha sido integrante del equipo para la creación de la Corporación de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo de la Industria Naval, Marítima y Fluvial- COTECMAR, en la que fue director de Ciencia y Tecnología durante seis años.

Actualmente es director del programa de Diseño Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana, donde dirige Proyectos de Diseño de Producto e imparte la asignatura Gestión de Proyectos de Innovación en programas de pregrado y posgrado.

Pontificia Universidad Javeriana

Esta Universidad ejerce la docencia, la investigación y el servicio con excelencia, como universidad integrada a un país de regiones, con perspectiva global e interdisciplinar, proponiéndose la formación integral de personas que sobresalgan por su alta calidad humana, ética, académica, profesional y por su responsabilidad social, así como la creación y el desarrollo del conocimiento y la cultura en una perspectiva crítica e innovadora para el logro de una sociedad justa, sostenible, incluyente, democrática, solidaria y respetuosa de la dignidad humana.

barrerog@javeriana.edu.co <barrerog@javeriana.edu.co>

Carlos Brenes Márquez
Sevilla, España

Nacido en Sevilla en 1975, es Licenciado en Bellas Artes y C.A.P por la Universidad de Sevilla, Máster en Creación de Productos Interactivos (Comunidad de Empresarios Andaluces) y Máster en e-Learning y Redes Sociales (UNIR).

Su trayectoria profesional siempre ha estado vinculada al mundo de la formación, el diseño y la cultura. Tras un período como diseñador freelance, centró su dedicación en la formación y fomento del diseño digital, principalmente como coordinador del área de diseño digital de IED Madrid. Ha sido director y creador del festival de cultura y creación digital WASABIinMOTION. Actualmente ejerce como responsable del área de cursos online de IED Madrid, dirigiendo proyectos educativos en e-Learning, ideando escenarios para la formación online, estrategias de gestión de planes, adaptaciones metodológicas, plataformas e-Learning y diseño instruccional.

c.brenes@madrid.ied.es

Teresa Carreño
Madrid, España

Máster en Producción Artística por la Universidad Politécnica de Valencia, es Licenciada en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid. Restauradora de Pintura por el Istituto per il Arte e il Restauro (Florencia, Italia) Attestato di cualifica profesionale, Regione Toscana. Graduada en Artes Aplicadas, especialidad Diseño de Interiores, en Madrid.

Profesora en el Centro Español de Nuevas Profesiones de Madrid desde 1986.

En la actualidad combina su labor docente con la profesional e investigadora. Ha participado en numerosas exposiciones y proyectos artísticos tanto en España como en Europa.

teresa.carreno@nuevasprofesiones.com

Irma Carrillo Chávez
San Luis Potosí, México

Nacida en San Luis Potosí, México, es Profesora investigadora de tiempo completo en la Facultad del Hábitat, de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Maestra en Diseño Gráfico por el Instituto de Investigación y Posgrado de la Facultad del Hábitat con la tesis Análisis semiótico del envase 1900-1930, es Licenciada en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Ha impartido cursos de Taller de Diseño, Semiótica para la Comunicación Gráfica, Redacción Publicitaria, Semiótica Tipográfica, Teoría Tipográfica, Seminario de Investigación de Tesis y Taller de Tesis, tanto en licenciatura como en maestría. Ha participado como ponente y conferencista en congresos nacionales e internacionales.

Durante quince años ejerció la profesión de diseño gráfico en un despacho de su propiedad para clientes de la iniciativa privada y Gobierno del Estado de San Luis Potosí, así como del ámbito cultural.

Ha participado en exposiciones colectivas con carteles de su autoría.

galiazul42@hotmail.com
igrafic@fh.uaslp.mx

Raul Cunca
Lisboa, PortugaL

Diseñador y profesor, es Doctor en Diseño de Equipamento de la Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa y Magister en Diseño Industrial por la Domus Academy de Milán. Asimismo, es Profesor Asociado de la Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa y miembro de varias Comisiones Científicas, destacándose como Consejero del periódico diid_disegno industrial industrial design. En la actualidad, también es miembro del panel internacional Comisarios del MIUR, Italia.

Como diseñador ha sido premiado en varios concursos. Ha desarrollado su carrera profesional en diferentes áreas: equipamento, producto, museografia y equipamento urbano. Desde 1986 participa en exposiciones en Portugal, España, Italia, Alemania, EEUU y Japón. Es autor de los libros Territórios Híbridos, UL-FBA, 2006, y A Magia da Polaroid-Colecção Raul Cunca, Casa da Cerca, publicado en 2012. En 2014 la Casa da Cerca–Centro de Arte Contemporânea realizó una exposición y editó una monografia retrospectivas de su trabajo, tituladas Raul Cunca. O design plural.

raul.cunca@fba.ul.pt

Clice De Toledo Sanjar Mazzilli
Sao Paulo, Brasil

Licenciada en Arquitectura y Urbanismo por la Universidade de São Paulo, con Maestría y Doctorado en Estructuras Ambientales Urbanas en el área de Programación Visual por la FAUUSP. Obtuvo la beca Sandwich para realizar una estancia de posgrado en el Politecnico di Torino (1990) y beca de Formación Permanente/ Movilidad del profesorado brasileño por la Fundación Carolina para estudios en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid (2010). Desarrolló trabajos de arquitectura y diseño en su oficina durante 20 años (1985-2005) hasta que empezó a ejercer la docencia a tiempo completo. Actualmente es profesora del Departamento di Diseño en la FAUUSP, donde imparte clases de Lenguage y Diseño Visual a nivel de licenciatura y Procesos de Diseño Experimental en los cursos de postgrado. Fue coordinadora del programa de licenciatura de Diseño de 2006 a 2009 y vice-coordinadora de 2011 a 2013. Coordinó el área de Diseño y Arquitectura del Programa de Postgrado en el período 2009-2011.

clice@usp.br

Sonia Díaz Y Gabriel Martínez
Salamanca, España

Sonia Díaz es diseñadora gráfica, licenciada en Bellas Artes por la Universidad de Salamanca, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid y Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Es magister en Museografía y exposiciones por la UCM. Ha impartido docencia en cursos de especialización y masters de diseño, gestión cultural y exposiciones en la Fundación Ortega y Gasset, EAE Business School de Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Istituto Europeo de Design, Escuela de Arte nº10 y Escuela Superior de Diseño de Madrid.

Gabriel Martínez es diseñador gráfico, tiene estudios de filosofía y está licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Salamanca. Ha impartido docencia en la Escuela Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid, EAE Business School de Madrid, Istituto Europeo de Design y Escuelas de Arte nº10 y 12 de Madrid y ha sido profesor asociado en la Facultad de Bellas Artes de Salamanca.

Ambos son integrantes del estudio de diseño LSDspace y forman parte del colectivo Un Mundo Feliz.

Han publicado el CD *Revolution Dingbats & Motion Dingbats* (2006), el libro *Pictopía: Radical design in a brave new World/ gráfica social en estado puro* con la editorial Promopress (2008), *Imagomundi: pictograms, ideograms, signs for utility, usefulness and pleasure/pictogramas, ideogramas, signos para uso, servicio y disfrute en Promopress* (2011) y Th*e new Disasters of War. Bastard Pop Design en Ediciones de Ruina/Boldbooks* (2012).

Su trabajo ha sido seleccionado y publicado en más de 50 libros por editoriales de todo el mundo.

Han expuesto sus proyectos en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, MUSAC / Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León, Domus Artium / DA2 (Salamanca), BAC'08 / festival internacional de cultura contemporánea (Barcelona), Start Soma Gallery (San Francisco), Crewest Gallery (Los Angeles), Good 50x70 / Trienal di Milano (Italia), Martin Luther King Jr. Center (New York), Center of the Study of Political Graphics (Los Angeles, California), School of Visual Arts (New York), Optic Arts Gallery, (Portland, Oregon), Festival de Videoarte OffLoop'04 (Barcelona), OFFF'03. Online Flash Film Festival (Barcelona), Generación 2003, La Casa Encendida (Madrid) y en la Biennale for New Media Art, Museo de Arte Contemporáneo de Mérida (Yucatán, México).

lsdsp2@gmail.com

Eduard Ducrós Marsol
Barcelona, España

Licenciado en Bellas Artes (especialidad Pintura) por la Universidad de Barcelona. Actualmente es director de la Escola Superior de Disseny i Arts Plàstiques Serra i Abella en L'Hospitalet (Barcelona), donde también es profesor de medios audiovisuales.

Compagina su carrera en el ámbito académico con su actividad como músico y artista plástico. Ha hecho varias exposiciones de su obra pictórica y escultórica, tanto individuales como colectivas.

educros@xtec.cat

Ana Estudillo
Valencia, España

Licenciada en Bellas Artes por la Universitat Politècnica de València, (1988), es Diplomada en tecnología textil por AITEX Alcoy (1989). También posee Diploma de Estudios Avanzados en Artes Visuales e Intermedia por la Universitat Politècnica de València, (2012).

Siempre vinculada a las Escuelas de Arte y Superiores de Diseño, inició su actividad docente en 1993, siendo actualmente Profesora titular de Medios Informáticos (2005) en la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia, donde desarrolla desde un enfoque didáctico la aplicación de lenguajes y técnicas digitales de software especifico en las especialidades de interiorismo, diseño gráfico y de producto y, de manera especial, en la especialidad de Moda.

Compagina su actividad académica con la coordinación, gestión y asesoramiento de programas internacionales de intercambio, cooperación e investigación con centros e instituciones europeas dedicadas a la Enseñanza Superior.

aestudillo@easdvalencia.com

Elena Farini
Madrid, España

Doctor Arquitecto Europeo por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, licenciada con honores en arquitectura en la Escuela Politécnica Federal de Lausanne (EPFL), Suiza, 1996. Es también Diplomada en Diseño Industrial en la Escuela de Arquitectura Athenaeum de Lausanne (EAAL), Suiza, 1990.

Socio fundador de Farini Arqutiectos, ha realizado una gran variedad de proyectos; con una combinación de obras, paisajismo y diseño aplicado, trabaja con una visión global y plural del territorio al diseño. Tiene sede en Madrid, Suiza y Francia.

Su actividad profesional está complementada con la labor docente en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid (ETSAM).

www.fariniarquitectos.com

Dimas Fernández Goroatarzu
Madrid, España

Consultor independiente, dedicado a la identidad visual y la comunicación gráfica, es fundador del estudio de diseño Tritone y socio fundador y senior designer en Fullcircle. Es Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Salamanca en la especialidad de Diseño y Audiovisuales (1989) y profesor en la Universidad Francisco de Vitoria.

www.tritone.es

Roberto Gamonal Arroyo
Madrid, España

Diseñador y profesor e investigador universitario. Es doctor en Creatividad Aplicada y máster en Diseño por la Facultad de Bellas Artes de la UCM. Licenciado en Ciencias de la Información de la UCM, actualmente es profesor asociado en el departamento de Periodismo II.

Codirige el máster de Diseño Editorial en medios impresos y digitales y el curso de especialización de Diseño de Tipografía en el Istituto Europeo di Design – IED Madrid. En este centro colabora también impartiendo asignaturas relacionadas con la tipografía en los Estudios Superiores.

Ha sido profesor investigador visitante en la Escuela de Diseño de la Universidad de Guanajuato (México) y la Escuela Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco (Portugal).

Pertenece a los grupos de investigación SOCMEDIA y Ciberimaginario y a la junta directiva de la asociación científica ICONO 14. Forma parte también del comité de redacción de ICONO 14, revista científica dedicada a la Comunicación y Tecnologías Emergentes.

Es miembro de los colectivos UnosTiposDuros y la Asociación Cultural Familia Plómez que revisan la historia de la tipografía y de las técnicas de composición e impresión artesanales.

robertogamonal@yahoo.es

Silvana Garcia Varela
Buenos Aires, Argentina
(Argentina-Española)

Fundadora de DIM (Diseño + Imagen + moda), la primer escuela especializada en diseño, moda e imagen del Perú, con plataforma de cursos online y presenciales.

Miembro honorífico de la Asociación Latinoamericana de Escuelas de Diseño de Moda, es Consultora y conferencista internacional en Argentina, Ecuador, Perú y España, especializada en educación, seminarios y tendencias de moda y textiles. Ejerce como Directora creativa de renombradas compañías internacionales de Retail, enfocadas en mercados latinoamericanos, europeos y asiáticos.

Especialista en styling y color, posee experiencia directa en Diseño de modas, textil y gráfico de 14 años.
Creadora de Curriculas de moda y Gestión Textil para Universidades e institutos de Argentina y Perú, está titulada en Diseño de Indumentaria y Diseño Textil por la Universidad de Buenos Aires.

Ha realizado un Posgrado en la Universidad de Negocios Essan, Graduate School of Business, en Habilidades Directivas y es Asesora de Modas y Personal Shopper de la Maison Aubele de Buenos Aires, actualmente cursando Maestría en Gestión Educativa por la Universidad Católica del Perú.

sgarciavarela@gmail.com

Maria Gil Orobal
Valencia, España

Estudiante de Grado en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos de la Universidad Politécnica de Valencia desde 2010. Actualmente está realizando el proyecto de fin de carrera. Asimismo, ha empezado simultaneamente el Grado en Ingeniería Mecánica. Se define como "una persona muy activa, siempre tengo planes y proyectos en mente para realizar".

magior1@etsid.upv.es

José Rafael González Díaz
Cali, Colombia

Director de la Carrera de Diseño de Comunicación Visual, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colombia (2014), ha sido investigador y Profesor Invitado en la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), España, (2007-2013) y Doctor por la misma en el Programa en Métodos y Técnicas del Diseño Industrial y Gráfico con mención Cum Laude (2013). Máster en Diseño, Gestión y Desarrollo de Nuevos Productos y Especialista en Técnicas y Métodos del Diseño Industrial y Gráfico en la UPV y Postgrado en Proyectación Ambiental y Desarrollo Sustentable, Foro Latinoamericano de Ciencias Ambientales, Cátedra UNESCO para el Desarrollo Sustentable, La Plata, Argentina (1997). Es también Arquitecto con mención Cum Laude, Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela (1994). Posee experiencia en actividades de consultoría y proyectos de gestión y ha participado en convenios marco con empresas para actuaciones de investigación y desarrollo en diversos campos tanto nacionales como internacionales. Ha publicado en revistas especializadas y realizado ponencias en eventos de divulgación científica. Participa en el diseño de productos, servicios y comunicación con proyectos de desarrollo estratégico en áreas de packaging, hábitat, eco-eficiencia y sostenibilidad, salud y bienestar, señalética, productos y procesos inteligentes, entre otras.

jogondia@alumni.upv.es

Laura González Díez
Madrid, España

Doctora en Ciencias de la Información. Periodista y Diseñadora editorial. Secretaria académica del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Es directora de la sección Gráfica Informativa y Comunicación Digital e investigadora principal de ICOIDI (Grupo de Investigación en comunicación a través de la Imagen y el Diseño).

Imparte las asignaturas de Diseño Gráfico y Periodístico en los grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Comunicación Digital y Publicidad en la Universidad CEU San Pablo, de Madrid, donde también es Profesora de la asignatura de doctorado Análisis del color y de la tipografía en el diseño de medios.

Ha impartido numerosos cursos y seminarios, en centros públicos y privados, sobre Diseño Editorial y Diseño gráfico y tipográfico. Es profesora invitada en diferentes másteres oficiales y dirige el Curso de Experto en Diseño Gráfico de Medios Impresos y Digitales.

Es autora de libros y artículos sobre diseño gráfico y periodístico. Desde 1995 organiza las Jornadas de Fotografía, Edición y Diseño en la USP CEU y del ciclo Hablando de Diseño. Es miembro de DIMAD (Asociación de Diseñadores de Madrid) y de la AE-IC (Asociación Española de Investigación en Comunicación).

Forma parte del cuerpo de revisores de diferentes revistas de investigación en Comunicación.

Laura.Fhm@ceu.Es

Miguel Hernández Cañadas
Madrid, España

Director creativo y socio fundador del estudio de diseño Pluviam, es Licenciado en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid en la especialidad de Diseño (1997), Profesor Universitario de la Universidad Francisco de Vitoria desde 2006 y Profesor del Máster de edición de Santillana Formación y la Universidad de Salamanca. Miembro de la asociación de emprendedores Lo Creas o No!, organizadores del evento *Love Mondays*.

www.pluviam.com

Bernabé Hernandis
Valencia, España

Nacido en Valencia, actualmente trabaja como profesor investigador de la Universitat Politécnica de Valéncia. Dr. Ingeniero Industrial, es director del Máster en Diseño, Gestión y Desarrollo de Nuevos Productos de la UPV. Dirige y edita la revista online especializada en diseño www.rdis.upv.es. Es director de la Red Internacional en Diseño Sistémico RDIS, miembro fundador del Grupo de Investigación y Gestión del Diseño de la UPV, director académico del Doctorado internacional Métodos y Técnicas para el Diseño Industrial y Gráfico y subdirector de Posgrado y Tercer Ciclo del Departamento de Ingeniería Gráfica de la UPV. Durante los últimos veinte años ha impartido cursos de doctorado, másteres, talleres, seminarios y conferencias en Europa y Latinoamérica. Actualmente dirige múltiples proyectos de investigación vinculados al diseño y desarrollo de productos industriales, así como a la creación de empresas innovadoras.

bhernand@dig.upv.es; www.digd.es

Jordi Homar I Marquès
Barcelona, España

Licenciado en Bellas Artes (especialidad Pintura) por la Universidad de Barcelona. Catedrático de Dibujo y Color. Ha dirigido la Escola Superior de Disseny i Arts Plàstiques Serra i Abella en L'Hospitalet (Barcelona) y ha coordinado el Departamento de Comunicación y Relaciones Exteriores del mismo centro donde también ha ejercido como docente en la especialidad de dibujo. Asímismo, ha sido profesor de dibujo de representación en la escuela Elisava.

Actualmente es técnico especialista en estudios artísticos del Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya.

Como artista plástico ha realizado diversas exposiciones y ha trabajado como ilustrador para publicaciones didácticas de la editorial Parramon y la revista literaria Zut.

jhomar2@xtec.cat

Joan Ibáñez
Valencia, España

Posee el Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Productos en la promoción 2010/2014 de la Universidad Politécnica de Valencia. Experto en programas de las empresas de más renombre como Autodesk y Adobe. Habla castellano y valenciano a nivel nativo e inglés con un nivel medio.

joanibmar@gmail.com

Eva Iszor Zak
Madrid, España

Diseñadora de Moda y Arquitecta por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid (ETSAM) desde 2004. Compagina su trabajo profesional con la docencia en la ESDM Escuela Superior de Diseño de Madrid y con la investigación en el Departamento de Ideación Gráfica Arquitectónica en la ETSAM.

Desde 2005 trabaja por cuenta propia y en asociación con otros arquitectos y diseñadores, tanto en proyectos puramente arquitectónicos con en otros de diseño en distintas vertientes. Es coautora de proyectos premiados en concursos internacionales de arquitectura y su trabajo ha sido publicado en diversas publicaciones. También ha participado en diferentes exposiciones de arquitectura y diseño: Circulo de Bellas Artes de Madrid, Fundación del Colegio de Arquitectos de Madrid, Arquería de los Nuevos Ministerios en Madrid, galerías de arte Mad is Mad, Espacio Valverde, etc.

Desde 2010 comercializa sus diseños de moda internacionalmente. Ha mostrado sus colecciones en el salón Atmosphere de París, Museo del Traje de Madrid o Zona D de Valencia Fashion Week. Su último desfile tuvo lugar en el Ateneo de Madrid en febrero de 2014.

www.evaiszoro.com

Adolfo Jordán
Madrid, España

Arquitecto por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid, ha trabajado en equipos de diseño para relevantes oficinas internacionales de arquitectura e ingeniería, colaborando en concursos premiados y en el desarrollo de proyectos singulares en Europa y Asia, desde la escala de la planificación urbana a la edificatoria y otras iniciativas de diseño. Es además especialista en dirección integrada de proyectos. En su trabajo de investigación indaga en las nuevas intersecciones entre el espacio, la materialidad y la tecnología, así como en el conocimiento de las conexiones de los aspectos digitales de la creación y la producción con la naturaleza expresiva y humana del diseño. Desde 2010 es Profesor en el Grado en Diseño de la Universidad Europea de Madrid y en 2012 se incorpora a la Cátedra Steelcase de Espacios y Equipamientos Educativos, inquiriendo sobre meta-espacios docentes y la interacción de la arquitectura, el aprendizaje y la gestión de la educación.

jordanadolfo@gmail.com

Miguel Latorre Sánchez
Valencia, España

Estudiante de Grado de Diseño Industrial en la Universidad Politécnica de Valencia, también posee el título de Técnico en Desarrollo y Aplicación a proyectos de construcción por la universidad laboral de Cheste (Valencia).

milasnc@etsid.upv.es

Marcelo Leslabay
Madrid y Bilbao, España

Es licenciado en Diseño Industrial por la Universidad Nacional de La Plata (Buenos Aires) y cursó estudios de Doctorado en Arquitectura por la Universidad Politécnica de Madrid.

Desde hace más de veinte años dirige su estudio Leslabay Diseño, donde trabaja en distintas áreas del diseño vinculadas al proyecto y la gestión, especializándose en comisariado de exposiciones, consultoría, periodismo y docencia.

Sus exposiciones han representando al diseño español en Argentina, Brasil, Bosnia y Herzegovina, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Dinamarca, El Salvador, Eslovenia, Estados Unidos, Estonia, Finlandia, Francia, Guatemala, Honduras, Italia, México, Paraguay, Perú, Portugal, Serbia y Uruguay.

Ha sido subdirector de la revista Experimenta, publicación especializada en Cultura del Proyecto, Diseño, Arquitectura y Comunicación.

Es socio fundador de Di_Mad Asociación Diseñadores de Madrid y creador de la Bienal Iberoamericana de Diseño –BID–.

Es profesor titular de Cultura del Proyecto en la Escuela de Artes Decorativas de Madrid y profesor asociado de Diseño Industrial en Tecnun de la Universidad de Navarra.

www.leslabay.com

Cristina Marmolejo Cueva
Esmeraldas, Ecuador

Nacida en Esmeraldas, costa norte del Ecuador, en el año 2003 consiguió la Tecnología en Sistemas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede en Esmeraldas (PUCESE). Se tituló como Licenciada en Diseño Gráfico en la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo (ESPOCH), donde obtuvo un reconocimiento como la mejor egresada de la Facultad de Informática y Electrónica (FIE), así como el primer lugar en el concurso de diseño gráfico Abriendo fronteras. Actualmente está realizando un estudio sobre el uso de las TIC como medio de difusión en las Instituciones de Educación Superior para la Maestría de Tecnologías de la Gestión y Práctica Docente de la PUCESE´.

Combina sus funciones como Directora de la Escuela de Diseño Gráfico de la PUCESE con el Diseño freelance para diversas organizaciones. Se ha desempeñado como catedrática universitaria en la PUCESE y en la sede Santo Domingo (PUCESD).

Miembro de la Red de Diseño SINAPUCE (Sistema Nacional Pontificia Universidad Católica del Ecuador) y de la Red Universitaria de Diseño (RUD), forma parte del equipo de trabajo entre la PUCESE y la Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV-EHU) en un estudio sobre la calidad de las Universidades de América Latina.

moncaiba@gmail.com

Fernando Martínez Agustoni
Montevideo, Uruguay

Artista plástico, diseñador y paisajista uruguayo, se desempeña actualmente como profesor agregado responsable del Área Teórico Metodológica de la Escuela Universitaria Centro de Diseño de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República y profesor de la Facultad de Artes de dicha Universidad. Es Licenciado en Artes Visuales en la Facultad de Artes e Ingeniero Agrónomo Forestal por la Facultad de Agronomía, ambas de la Universidad de la República, Uruguay. Asimismo, es postgraduado en la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires, diplomado en Altos Estudios en Diseño, en Investigación y Estudios Avanzados en Diseño y en Investigación y Estudios Avanzados en Paisajismo en Universitario BIOS de Uruguay. Becado por el gobierno de Francia y la Comisión Sectorial de Investigación Científica de la Universidad de la República, en el marco de un proyecto de Investigación en el Collége Internacional de Philosophie de París, también es autor de diversas publicaciones entre las que destaca "La Condición Horizonte".

fmartinezagustoni@gmail.com

José Martínez
Valencia, España

Doctorando de la UPV y licenciado en Ciencias Químicas, es profesor titular de la Escola d'Art i Superior de Disseny de València en el Departamento de Ciencias Aplicadas y Tecnología.

Actualmente es Jefe de Estudios de la citada institución, con una trayectoria de más de 10 años en la docencia y didáctica tecnológica aplicada a los diseños de moda, producto, interiores y gráfico.

Ha participado en estudios definitorios de los perfiles profesionales de diseñadores en la comunidad valenciana y ha puesto en marcha, en la institución a la que pertenece, mecanismos y herramientas de calidad para la mejora continua.

En su trayectoria profesional anterior fue auditor jefe cualificado por AENOR (Asociación Española de Normalización) y evaluador del modelo EFQM. Asimismo llevó a cabo un gran número de actividades de consultoría en el sector privado y público relacionado con el modelo ISO 9000 e ISO 14000.

jmartinez@easdvalencia.com

Hada Martinez Torregrosa
Madrid, España

Nacida en Madrid y Licenciada en Geografía e Historia en la especialidad de Historia del Arte por la Universidad Complutense, ejerce actualmente como Directora Didáctica de IED Máster Madrid. A su formación universitaria suma otras experiencias como la beca Erasmus en Roma, Máster Education Management (Istituto Europeo di Design, Cagliari, Italia), Máster en Comunicación y Gestión Empresarial (Instituto de Empresa. Madrid) y Máster en Diseño y Montaje de Exposiciones (Centro Superior de Arquitectura, Madrid). Su trayectoria profesional dentro del ámbito cultural y de la comunicación va desde el sector de las subastas hasta la coordinación cultural del proyecto olímpico MADRID 2012, la subdirección del área cultural y de comunicación de la Fundación Antonio Camuñas, la actividad formativa como docente y directora de programas o participar como freelance en proyectos especiales.

h.martinez@madrid.ied.es

Borja Miret García
Valencia, España

Estudió bachillerato científico-técnico en Gandía para comenzar el Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto de la E.T.S.I.D. (Universidad Politécnica de Valencia) en 2010. Tras cuatro años ha llevado a cabo tanto diseños de producto -expuestos en el encuentro- como proyectos de diseño gráfico e identidades corporativas. Actualmente está realizando el trabajo de fin de Grado sobre Diseño Conceptual de Automóvil.

framiga@etsid.upv.es

Paulina Montenegro Pau
Santiago, Chile

Diseñadora Industrial egresada de la Universidad Diego Portales con Diplomatura en Metodologías y Habilidades Docentes por la Universidad Finis Terrae.

Trabajó como Consultora y Diseñadora en Remade in Chile, apoyando el desarrollo de programas de capacitación y consultorías en diseño y reciclaje para el emprendimiento social. Ha sido docente en la Academia de emprendimiento Maule, de la Universidad de Talca, y hoy se desempeña como profesora de Creatividad multidisciplinaria en la Universidad Finis Terrae. Actualmente es Coordinadora del Centro de Creatividad e Innovación para el Liderazgo en la misma casa de estudios. Se ha desempeñado en el área profesional utilizando el diseño como herramienta estratégica para el emprendimiento, con base en el Design Thinking.

www.finisterrae.clcreatividad@uft.cl

Lucinda Morrissey
Madrid, España

Se tituló en Central St Martins (Londres) con la licenciatura BA Honours en Diseño Gráfico. Creó su propio estudio (Epic Diseño) en 1995, después de trabajar en varios estudios de diseño y comunicación. Desde 1999 trabaja como consultor independiente. Tiene experiencia en todos los campos del diseño gráfico, identidad corporativa, logotipos, marca, memorias anuales, campañas, catálogos, interfaz y packaging. Desde 2010 forma parte del selecto grupo de diseñadores gráficos de los sellos de Correos de España. Durante 1999-2000 impartió clases en el Istituto Europeo di Design. Actualmente es profesora en el Grado en Diseño de la Universidad Europea en Madrid, habiendo participando en el desarrollo y coordinación de distintas materias desde su implantación en 2009; además, forma parte de la Cátedra Steelcase de Espacios y Equipamientos Educativos desde su fundación en 2010. Lucinda es británica pero pasó varios años de su infancia en España y es bilingüe ingles-español; vive y trabaja en Madrid desde 1991.

lucindamorrissey@gmail.com
http://lucindamorrissey.blogspot.com/

Eva Moya González
Barcelona, España

Licenciada en Bellas Artes (especialidad Diseño Gráfico) e Historia del Arte por la Universidad de Barcelona. Actualmente es coordinadora académica de los Estudios Superiores en Diseño Gráfico de la Escola Superior de Disseny i Arts Plàstiques Serra i Abella en L'Hospitalet (Barcelona), donde también es profesora de la especialidad de diseño gráfico.

Ha comisariado y coordinado diferentes exposiciones, entre las que destacan *Mentides* y *En curs* (Centre d'Art Tecla Sala) y *Bisions* (L'Harmonia Espai d'Art), proyectos todos ellos desarrollados en el ámbito pedagógico.

Es coordinadora del proyecto pedagógico de diálogo entre diseño gráfico y naturaleza que se desarrolla en las jornadas *Satèl·lí*, en las que participa desde 2001.

Ejerce como diseñadora gráfica y ha trabajado como crítica de arte y diseño en el suplemento cultural de El Periódico de Catalunya y en la revista Rockdelux, entre otros.

emoya@xtec.cat

Laurent Ogel
Madrid, España

Laurent Ogel (1963, Francia) es Ingeniero y diseñador industrial. Posee amplia experiencia con emprendedores y empresas en múltiples sectores, tanto en España como en el extranjero. Profesor en varias escuelas de negocios, ha dirigido numerosos programas de creación y consolidación de empresas, en particular para las Industrias de la Creatividad. Es socio de Dimad.

Experto en Business Design implementando modelos de gestión Triple Balance y diseño de Business Plan para ser presentados en foros de inversión. Una parte importante de su actividad es asesorar a empresas que contratan a personas con discapacidad y emprendedores con diversidad funcional. Participante en Academy 2013 para inversores privados de Keiretsu Forum, colabora en la Red de Industrias Creativas (www.reddeindustriascreativas.com). Es profesor de Gestión Empresarial en la Escuela Superior de Diseño de Moda de la Universidad Politécnica de Madrid y en la Escuela de Organización Industrial (EOI) y dirige actualmente el programa *Business is Design* en el Instituto Toulouse Lautrec de Lima, así como el Start-up Toulouse.

www.praxxis.es
@laurentogel
@praxis_XXI
https://www.facebook.com/praxxisTB

Daniel Parente
Madrid, España

Nacido en Viana do Castelo (Portugal), es ingeniero de Sistemas, Informática y Telecomunicaciones por la Universidade do Minho de la ciudad de Braga, con un Máster en Marketing y Program Management en EE.UU. y un MBA por el IESE Business School de la Universidad de Navarra entre otras titulaciones.

Lleva trabajando más de 15 años en departamentos de telecomunicaciones e IT de empresas tecnológicas. Desde 2006 hasta mediados de este año ha ejercido como CEO de Revistronic (Lifeline Entertainment) y presidente ejecutivo en Enigma SP, productora de videojuegos.

Posee una dilatada experiencia en el sector del ocio interactivo digital. Ha sido miembro fundador de DEV, Asociación Española de Desarrolladores de Videojuegos y Software de Entretenimiento, y ha pertenecido a su junta directiva mientras estuvo en Revistronic. En la actualidad es CEO de Hydra Interactive Entertainment, fundador de Bootstart, co-fundador de Albatech, y director del área de tecnología, arte y entretenimiento de ESNE, puesto que ocupa desde 2010.

http://www.danielparente.net

Inmaculada Pascual
Valencia, España

Licenciada en Ciencias Químicas por la Facultad de Ciencias Químicas de Valencia y Perito en Cerámica Artística por la Escuela Superior de Cerámica de Manises.

Es Profesora titular en la Escola d'Art i Superior de Disseny de València, en la especialidad de Materiales y Tecnología: Diseño, en el Departamento de Ciencias Aplicadas y Tecnología.

Compagina su actividad académica con la Jefatura de Estudios de Alumnado, cargo que desempeña desde 2009. Asimismo ha sido miembro de la Comisión de Calidad de dicha institución de 2009 a 2011.

En su trayectoria profesional anterior cabe destacar la beca de investigación como restauradora en el Museo de Cerámica de Paterna (2002-2003).

ipascual@easdvalencia.com

Juan Pastor Bustamante
Madrid, España

Experto en creatividad e innovación, procesos de repensamiento en productos y servicios y estrategias para empresas, organizaciones y territorios. Fundador de la empresa Repensadores y vicepresidente de la Asociación para la Creatividad (Asocrea). Ha trabajado en proyectos de consultoría para empresas. Entre los reconocimientos obtenidos por las organizaciones que ha dirigido están el *Design Management Europe Award*. (Mención Especial), el Premio Ricardo Marín y el Premio Iberoamericano de Creatividad e Innovación (Categoría Especial).

Dirige en la actualidad la Red de Industrias Creativas (www.reddeindustriascreativas.com), que desarrolla iniciativas y actividades como encuentros, conferencias y talleres, entre otras, con el objetivo de seguir ayudando a las empresas y a los profesionales de las industrias creativas. También dirige el *Team Leader Master of Strategic Design Labs del Istituto Europeo di Design* y es profesor de Gestión Empresarial en la Escuela Superior de Diseño de Moda de la Universidad Politécnica de Madrid y en la Escuela de Organización Industrial (EOI).

http://www.repensadores.es/
@esrepensadores

Javier Peña
Barcelona, España

Nacido en Burgos, actualmente vive en Barcelona donde desarrolla su actividad profesional. Doctor en Ciencias Químicas por la Universidad Politécnica de Catalunya, es Jefe de estudios para el Grado de Ingeniería en Diseño Industrial y Profesor de materiales y proyectos en Elisava Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona.
Asimismo, es director científico de Materfad, centrando su investigación en los nuevos materiales funcionales, tipo piezoeléctricos, termoeléctricos, memoria de forma, y es autor de diferentes patentes en este ámbito. Investigador principal en diversos proyectos competitivos y consultor de materiales y tecnología en diferentes proyectos con financiación privada, es autor y editor de varios libros sobre materiales entre los que destaca Selección de materiales en el proceso de diseño, CPG, Barcelona, 2008. También es autor del documental El Futuro En Construcción y del video *Nuevos materiales.*

jpenya@elisava.net

Pedro Pérez Cuadrado
Madrid, España

Doctor en Ciencias de la Información. Periodista y Diseñador editorial. Profesor Titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). Ha sido profesor adjunto de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU y profesor asociado de Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Fue responsable de los departamentos de Diseño de diversos diarios así como director de departamentos de producción.

Autor de los diseños originales de Canarias 7, Tribuna de Salamanca (premio de la Society for News Design), Deporte Campeón y La Gaceta Regional de Salamanca.

Ha escrito numerosos artículos y libros sobre Diseño de la Información Periodística y colabora también en diferentes Másteres y Posgrados oficiales relacionados con el Diseño de la Información.

Consultor de diseño y nuevas tecnologías de producción en prensa para diversas empresas nacionales, es miembro de AEPD (Asociación Española de Profesionales del Diseño) y de la SND (Society of News Design). En la actualidad es Secretario Académico del Departamento de Ciencias de la Comunicación e imparte diversas asignaturas como profesor titular. Es director de la revista de investigación en comunicación *index.comunicación,* de la Universidad Rey Juan Carlos.

pedro.perez@urjc.es

Sebastián Pérez-Canto Orellana
Santiago, Chile

Publicista, Licenciado en Comunicaciones de la Universidad de las Américas, posee Certificado IV en Multimedia del Central College, Sydney, Australia y es Diplomado en Gestión de Creatividad para la Innovación de la Universidad del Pacífico y Diplomado en Metodología y Habilidades Docentes de la Universidad Finis Terrae. Académico de la Universidad Finis Terrae y del Instituto Profesional Inacap, realiza tareas como Emprendedor y Consultor en Comunicaciones Estratégicas con su agencia de comunicaciones Yo Sé Dónde y es creador de regalos únicos a través de experiencias memorables con su emprendimiento Gift Planners, creado utilizando la metodología del Design Thinking.

www.yosedonde.cl
sebastian@yosedonde.cl

Pablo R. Prieto
Madrid, España

Arquitecto por la ETSAM de la UPM (España), doctor en Ciencias de la Comunicación por la URJC (España) y, profesionalmente, diseñador gráfico y de interactivos.

Actualmente es Coordinador del Grado en Fundamentos de la Arquitectura de la URJC, donde imparte docencia en los grados en Fundamentos de la Arquitectura, Diseño integral y gestión de la imagen y Bellas Artes.

Es socio fundador de la empresa de Arquitectura, Diseño y Comunicación cubo-3, donde ha realizado trabajos de arquitectura, arquitectura efímera, organización de eventos, exposiciones, imagen corporativa, presentaciones públicas e interactivas de proyectos y productos, diseño publicitario y editorial y diseño y desarrollo web y de videojuegos.

pablo.prieto@urjc.es

Belén Puebla Martínez
Madrid, España

Belén Puebla Martínez es Doctora en Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (2013). También es Licenciada en Periodismo (2005) y en Comunicación Audiovisual (2007) por la URJC. En 2008 obtuvo la Suficiencia Investigadora (DEA) dentro del programa de doctorado Investigar y Desarrollar la Sociedad de la Información. Es Máster de Comunicación y Problemas Socioculturales (2009). Actualmente es profesora en la Universidad Complutense de Madrid. Anteriormente, desde 2009 hasta 2012, ha sido profesora visitante en la URJC. Es directora del grupo de investigación Visual, grupo multidisciplinar de jóvenes investigadores en torno a la comunicación en España. Es co-fundadora, junto a Pedro Pérez, de la revista científica en Comunicación Aplicada *Index*, Comunicación de la URJC.

bpuebla@ucm.es

Mónica Pujol
Buenos Aires, Argentina

Doctora en Teoría del Diseño, FADU-UBA (honoris laudis), es directora del Área de Diseño de la Universidad Nacional de Rosario y profesora de la cátedra de Diseño Gráfico I, II y III en la Universidad de Buenos Aires. Ejerce una prolífica actividad en los campos de la educación, gestión, investigación y práctica profesional, que se evidencia en el perfil innovador de su trayectoria. Impulsora del DISUR, Red de Carreras de los Diseños en Universidades Públicas Latinoamericanas, de cuyo Consejo Directivo forma parte. Dirige la ONG Hacer Diseño Hoy que anualmente organiza las Jornadas Latinoamericanas de Debate Interdisciplinario (desde el 2004 a la actualidad). Coordinadora del Proyecto del PENID, Programa Estratégico Nacional de Innovación y Diseño, para el Ministerio de Ciencia y Tecnología. Es miembro del banco de evaluadores nacionales de investigación para el Ministerio de Educación de la Nación Argentina.

monicapujol@gmail.com

Mihaela Radulescu De Barrio De Mendoza
Lima, Perú

Docente principal e investigadora de semiótica visual en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Arte, especialidad de Diseño Gráfico; curadora de arte, es Licenciada en Filología Románica y tiene segunda especialidad en Pedagogía en la Universidad de Bucarest, Rumanía. Asimismo posee Maestría en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Doctorado en la Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú, Diplomatura en Gestión de la Calidad en la Enseñanza Universitaria, del Consorcio de Universidades de Perú y Diplomatura en Construcción de Programas de Enseñanza Virtual en la PUCP y la Universidad de La Rioja, España.

Dirige la revista Memoria Gráfica y el Laboratorio de Investigaciones y Aplicaciones de Semiótica Visual de la PUCP, es codirectora de Producciones ViDi - Video Diseño PUCP y del Observatorio PUCP de las expresiones de la identidad en el diseño de los textiles y la indumentaria peruana actual y coordinadora del Programa de Titulación en Diseño Gráfico y del grupo de investigación *Semiótica de la Imagen.*

Es miembro de diversos Comités y Organizaciones latinoamericanos relacionados con el diseño y la semiótica y autora de varios libros de semiótica aplicada.

mradule@pucp.edu.pe

Diego Aníbal Restrepo Quevedo

Diseñador Gráfico (Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá), especialista en Creación Multimedia (Universidad de los Andes, Bogotá) y candidato a Doctor en Diseño y Creación (Universidad de Caldas, Manizales). Posee amplia experiencia en diseño y desarrollo de aplicaciones para medios digitales. Es Docente e Investigador Universitario en Diseño/Programación Gráfica Hipermedia y Diseño/Programación para Videojuegos. Director de Proyectos de Investigación conducentes a titulación en Diseño Gráfico dentro de las líneas Diseño para la Cognición y Gestión y Trasmisión de Conocimiento, durante la última década se ha concentrado en temas que se relacionan con las implicaciones del diseño en los sistemas enseñanza-aprendizaje mediados por tecnología. A lo largo de ese tiempo ha desarrollado diferentes TIC, Plataformas y Sistemas de Educación Virtual tanto en modalidades E-Learning como B-Learning para múltiples encargos. Su investigación doctoral (en proceso), titulada *Intercreatividad en Potencia*, explora modelos de interacción que potencian la creatividad en los miembros de comunidades por medio de las TIC, convirtiéndolos así en gestores de conocimiento de valor para su comunidad. Fue reconocido con obra seleccionada en el V Festival Internacional de la Imagen y en el Salón Internacional de Arte Digital.

d.restrepo@c14studio.com

Margarita Rodríguez De Canó

Santo Domingo, República Dominicana

Nacida en Santo Domingo, donde reside actualmente, es graduada de arquitectura en Santo Domingo, con maestría en Diseño Industrial y Mercadeo en la UCLA. En la actualidad es Doctoranda en Educación por la Universidad de Murcia. Trabaja como Decana adjunta del área de Ingenierías de la Universidad INTEC de Santo Domingo, como profesora de la carrera de Diseño Industrial en la misma universidad y como consultora en el área del diseño en diferentes temas, en especial en mobiliario escolar, donde ha sido consultora e investigadora desde el año 1999 hasta el presente para el Ministerio de Educación de República Dominicana. Su tesis doctoral aborda precisamente el tema de mobiliario escolar desde la perspectiva del mantenimiento y reparación con modelos participativos y comunitarios. Obtuvo el premio *Mujer* es Artes en Diseño Industrial, otorgado por la Universidad Autónoma de Santo Domingo, en el año 2011.

marocano@hotmail.com

Carlos Joaquín Ramírez Fernández

Situado en el centro de México, el estado de San Luis Potosí, y en su capital que lleva el mismo nombre, se encuentra el Centro de las Artes de San Luis Potosí Centenario. Está localizado en el edificio que desde 1890 hasta 1999 fue Penitenciaría del Estado, considerado un monumento histórico, pues en él sucedieron acontecimientos que marcaron el rumbo de la Revolución Mexicana. En 2004 se inicia la restauración del edificio encomendado al ganador del concurso nacional que se lanzó para este fin, estando a cargo del despacho Alejandro Sánchez García Arquitectos. Finalmente se inauguró en agosto de 2008 para funcionar como el *centro de alto rendimiento artístico* más grande del país.

estudiogatorojo@yahoo.com

Anabella Rondina
Buenos Aires, Argentina

Egresada de la Carrera de Diseño Industrial por la Universidad de Buenos Aires, es posgraduada en Gestión Estratégica de Diseño por la misma Universidad y el Politécnico de Milán. Desarrolla su actividad profesional en el Centro Metropolitano de Diseño de Buenos Aires desde 2002, siendo desde 2011 gerente de la institución, cargo al que accede por concurso público de antecedentes. Fue parte del equipo que logró la nominación de Buenos Aires como Primera Ciudad de Diseño de UNESCO en el marco del Programa de Ciudades Creativas de dicha institución, líder de proyecto del 1er Festival Internacional de Diseño de Buenos Aires y responsable de la estrategia e implementación del Programa de Incorporación de Diseño del CMD.

Es profesora de la Universidad de Buenos Aires desde 1994 siendo responsable de la materia Diseño Industrial, cátedra que ha obtenido el Premio UBA en la categoría blogs universitarios en 2012 y 2013.

www.cmd.gob.ar
www.catedrarondina.com

Elingth Rosales

Diseñadora Industrial, Máster en Diseño, Gestión y Desarrollo de Nuevos Productos, Candidata a Doctora del Programa en Métodos y Técnicas del Diseño Industrial y Gráfico de la Universidad Politécnica de Valencia, España. Experiencia en posiciones de investigación, desarrollo y e innovación en Pymes del sector hábitat de la Comunidad Valenciana, España. Experiencia en proyectos y participación en convenios marco orientados hacia la gestión del diseño en entornos colaborativos universidad-empresa-instituciones y usuarios o consumidores. Participación en diferentes proyectos de investigación nacionales e internacionales patrocinados por instituciones como la Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo y el Instituto para la pequeña y mediana industria de la Generalitat Valenciana, España. Publicaciones y ponencias en diferentes eventos y publicaciones reconocidas a nivel nacional e internacional.

elromar1@doctor.upv.es

Juan Pablo Salcedo Obregón

Bogotá, Colombia

Diseñador industrial, doctorado en Imagen, Tecnología y Diseño por la Universidad Complutense, Madrid, y cursando el Doctorado en Diseño, Gestión y Fabricación de Proyectos Industriales en la Universidad Politécnica de Valencia. Cuenta con amplia experiencia en diseño, desarrollo e implementación de proyectos multidisciplinares y desarrollo de productos para diferentes contextos, con una visión del diseño como herramienta de desarrollo social, tanto en ámbitos públicos y comunitarios como empresariales.

En la actualidad es Decano de la Universidad El Bosque, Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación, y ha sido Director de la carrera de Diseño Industrial de 2003 a 2006. Es el fundador y director de I+D+i+T y proyectos de diseño del Centro de Diseño, Imagen y Comunicación en la Universidad El Bosque.

Ha sido director del Museo de Desarrollo Urbano (Museo de Bogotá) de 1998 a 2002, y dirige Salcedo Obregón & ASC, Asesorías en diseño y comunicación urbana.

salcedojuan@unbosque.edu.co

Óscar Salinas

Dedicado a la práctica profesional, la docencia, gestión académica e investigación, actualmente dirige el Programa de Posgrado en Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ejerció como presidente y fundador del Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, secretario de la Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial y vicepresidente de la Academia Mexicana de Diseño. Es fundador e integrante desde 1994 de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior en México (CIEES) en el Área de Arquitectura y Diseño.

osalinas@unam.mx osalinas@unam.mx

Carlos Sánchez Medina

Granada, España

Estación Diseño es un nuevo centro de formación y de promoción del diseño que nace en Granada con la vocación de convertirse en un referente del sector en la Comunidad andaluza.

Uno de los socios fundadores es Carlos Sánchez de Medina, con formación universitaria, y una amplia trayectoria en el sector profesional y docente.

estaciondiseno.es

Raquel Sardá Sánchez

Docente en el Departamento de Ciencias de la Educación, el Lenguaje, la Cultura y las Artes de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, en los Grados de Bellas Artes, Diseño Integral y Gestión de la Imagen y Educación Primaria. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la URJC y Licenciada en Bellas Artes por la UCM. Especializada en estudios sobre Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías.

Ha impartido clases en la Comunidad de Madrid en la Escuela Superior de Arquitectura (U.P.M.), en la Universidad de Málaga y en el Instituto Superior de Arte Iart.

Ha desarrollado su actividad profesional en Telefónica Investigación y Desarrollo en la División de Desarrollo de Aplicaciones y Creación de Contenidos. Posteriormente, como Jefa de Proyecto en Art Media Company (Telefónica Media), ha coordinado y realizado proyectos multimedia e innovación relacionados con nuestro patrimonio cultural y artístico. Hasta el año 2008 ha trabajado como consultora en la línea Multimedia de Telefónica Soluciones.

Pertenece al grupo de investigación Intermedia de la URJC. Ha colaborado como ponente en diversos cursos, jornadas, seminarios y simposios. Así mismo, ha realizado exposiciones de escultura, grabado y fotografía, obteniendo diversos premios y becas.

raquel.sarda@urjc.es

Laia Serra Pérez

Valencia, España

Estudiante de último curso del Grado de Diseño Industrial y Desarrollo de Productos en la Universidad Politécnica de Valencia, se encuentra actualmente realizando prácticas en una consultoría de mantenimiento de maquinaria. Su mayor interés se centra en la parte más técnica de la carrera, como procesos industriales, calidad o logística, por lo que tiene como objetivo realizar un máster para su especialización en tales disciplinas.

laserpre@etsid.upv.e

Alejandra Striuk
Madrid, España

Estudiante de último curso del Grado de Diseño Gráfico en la Universidad Europea de Madrid. Ha sido miembro del grupo de Estudiantes Excelentes de la universidad desde 2010 hasta la actualidad así como de la *Cátedra Steelcase de Espacios y Equipamientos Educativos* como parte del equipo de marco teórico. Ha realizado prácticas profesionales en el estudio *Information Architects* en Zurich, Suiza, desde junio a septiembre de 2013 trabajando en los campos del diseño web, diseño de aplicaciones móviles y diseño gráfico. Completa su formación mediante la participación en talleres orientados a la programación y a los medios digitales. Alejandra nació y pasó su infancia entre Lugansk (Ucrania) y Alicante; reside en Madrid desde 2010.

astriuk@gmail.com

María Tabuenca Bengoa
Madrid, España

Doctora en Periodismo, es Profesora Colaboradora en la Universidad CEU San Pablo y es miembro del grupo emergente ICOIDI (Investigación en Comunicación a través de la Imagen y el Diseño). Actualmente realiza labores de docencia impartiendo y tutelando las asignaturas Fundamentos de Arte y Diseño y Prácticas en Empresa. Su línea de investigación gira en torno al Diseño Gráfico y la Tipografía, y sus publicaciones se centran, fundamentalmente, en el cartelismo y el diseño tanto en el entorno urbano como en la industria cinematográfica. Ha publicado y revisado artículos sobre tales temas en revistas científicas como *index.comunicación* o la Revista de *Comunicación de la SEECI*.

Ha colaborado con publicaciones especializadas como Pasajes de Diseño o con empresas del sector como el Grupo Domestika y ha participado en múltiples jornadas y congresos nacionales e internacionales como ponente

Además, es profesora invitada en diferentes cursos y seminarios relacionados con el diseño y coordina el ciclo Hablando de Diseño y las Jornadas de Fotografía, Edición y Diseño en la Universidad CEU San Pablo, así como el Curso de experto en Diseño Gráfico de medios impresos y digitales.

maria.tabuencabengoa@ceu.es

Nieves Torralba
Valencia, España

Doctora en Bellas Artes por la Universitat Politècnica de València, 1992. Su actividad académica en la Escola d´Art i Superior de Disseny de València, de la que es profesora titular en el Dpto. de Expresión y Representación (1995), la compagina con la producción artística, en la que el dibujo, la caligrafía y el espacio público son elementos sustanciales de su poética personal. Es autora del libro *Holografía Artística. Holografía Creativa Española 1983-1993*. Y de más de una veintena de artículos sobre diseño, moda y dibujo.

Ha impartido conferencias, ponencias y cursos en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, México 2011, la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez, México, 2012, o el Instituto Superior de las Artes de La Habana, 2013.

Desde 2010 crea y dirige la Línea de Investigación *Moda Contemporánea: Los Modelos y el Contexto (ISEACV).*

www.nievestorralba.com

Mario Fernando Uribe O.
Cali, Colombia

Durante los últimos 14 años se ha desempeñado como académico y profesional del Diseño en áreas como el diseño de información, imagen digital, multimedia, animación, publicidad y comunicación mediada por tecnología. Es docente a tiempo completo en la Universidad Autónoma de Occidente (Colombia) e investigador del grupo Diseño de Comunicación Gráfica. Miembro del grupo DICOVI de la Universidad de Caldas, ha sido profesor invitado (2010 y 2011) de la Escuela de Diseño Altos del Chavón, filial de Parsons New School of Design, en el marco del programa "Charlistas Internacionales". Desde el 2010 es director de la revista *Diálogos de la Comunicación* de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (www.dialogosfelafacs.net). Durante el 2012 adelantó una pasantía de investigación en Barcelona sobre el diseño de información en los sistemas de transporte. En la actualidad es Candidato a Doctor en Diseño y Creación de la Universidad de Caldas.

www.mafouribe.com
mafo.uribe@gmail.com

Carmen Lucía Vargas Mayo
Bogotá, Colombia

Diseñadora Industrial, especialista en Docencia Universitaria, vinculada a la Universidad El Bosque desde el año 2003. Es la coordinadora del Ciclo Básico de la Facultad de Diseño, Imagen y Comunicación y líder del proyecto académico de la misma. Dirige los proyectos de fortalecimiento curricular en el diseño integrado de cursos. Tiene a su cargo el programa de capacitación de profesores en aprendizaje significativo, formación por competencias, educación para adultos y la apropiación de la cultura del aprendizaje constructivista en la Facultad. Así mismo, es docente en el área de Diseño Básico y en la dirección de proyectos de grado. Investigadora de la línea de Educación, Teoría y Epistemología de Diseño y Comunicación Plástica, sus proyectos están encaminados a la búsqueda de nuevas maneras de enseñar el oficio del diseño, con aplicación directa en la facultad en la conformación de equipos de trabajo.

vargascarmen@unmbosque.edu.co

Rafael Vivanco
Lima, Perú

Estudiante de Doctorado en Antropología en la PUCP, Magister en Docencia Superior por la Universidad Ricardo Palma, Licenciado en Educación por la Universidad San Ignacio de Loyola y Profesional Técnico en Diseño Gráfico, es profesor de la Facultad de Arte de la PUCP en la especialidad de Diseño Gráfico.

Actualmente es coordinador académico de las carreras de Arte y Diseño Empresarial, Diseño y Gestión de Marca y Multimedia y Fotografía Publicitaria de la Universidad San Ignacio de Loyola. Encargado de definir el perfil del egresado, tiene a su cargo el proceso de titulación para los egresados así como el desarrollo de los cursos de investigación para diseño. Editor de las publicaciones Bla Gráfico, Zoo, Nativa y ediciones especiales. Organizador de talleres y conferencias de diseño nacional e internacional e investigador sobre diseño como profesión bajo la filosofía de Diseño Agente de Cambio como eje transversal. Conferencista en diversos eventos de diseño en Asia, Europa y América, ha publicado diversos artículos en revistas especializadas y memorias de congresos.

rvivanco26@gmail.com

Mª Luisa Walliser
Madrid, España

Arquitecta y Máster en Conservación y Restauración del Patrimonio Arquitectónico por la ETSAM de la UPM (España). Su labor profesional se ha desarrollado siempre a caballo entre la arquitectura y el diseño.

Actualmente es Coordinadora del Grado en Diseño integral y gestión de la imagen de la URJC, donde imparte docencia en los grados en Diseño integral y gestión de la imagen, Fundamentos de la Arquitectura y Bellas Artes.

Es socia fundadora de la empresa de Arquitectura, Diseño y Comunicación *cubo-3*, con la que ha realizado trabajos de arquitectura, arquitectura efímera, organización de eventos, exposiciones, imagen corporativa, presentaciones públicas e interactivas de proyectos y productos, diseño publicitario y editorial y diseño y desarrollo web y de videojuegos.

luisa.walliser@urjc.es

www.bid-dimad.org/encuentro
www.bid-dimad.org
www.dimad.org