

El “espacio”, variable fundamental del Diseño como disciplina genérica, desde un planteamiento transdisciplinar que incluye a todas las especialidades de diseño

Actas de Diseño (2020, diciembre).
Vol. 32, pp. 238-242. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2015
Fecha de aceptación: julio 2016
Versión final: diciembre 2020

Liliana Salvo de Mendoza (*)

Resumen: El Diseño como disciplina genérica ha sido abordado por la Escuela de Diseño en el Hábitat en Congresos de Enseñanza con el objeto de consolidar su base epistemológica. Disciplina que, como proceso, nace a partir de las necesidades del hombre-social, germina en el diseñador en un plan mental y llega finalmente a un “*resultado*” o producto terminado. Se analiza cómo los diferentes productos ocupan el “espacio” y cómo el hombre-social al otorgarle referencialidad y pertenencia lo convierte en “lugar”. Concluyendo que el primer “lugar” de nuestra existencia, somos cada uno de nosotros mismos y origen de todos los demás “lugares”.

Palabras clave: Diseño - epistemología - espacio - social - modelo.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 242]

El objetivo del presente documento es fijar la mirada en el “espacio”, como una de las variables fundamentales de la Disciplina Diseño Genérico o Integral, considerándola un planteamiento transdisciplinar que incluye todas las especialidades tales como diseño urbano, arquitectónico, industrial, gráfico, imagen y sonido, etc.

El Diseño como disciplina genérica ha sido abordada por la Escuela de Diseño en el Hábitat (EDH) en los diferentes Congresos de Enseñanza, con el objeto de profundizar: racionalizar, sistematizar, verificar y confirmar la base epistemológica común del Diseño, considerando la epistemología un conocimiento que sospecha, antes de creer, una disciplina que, como tal, ejercita un tipo de reflexión suspicaz para con las ciencias.

Si bien hay muy respetados pensadores y productores de Diseño que consideran que es una pretensión científica darle al diseño una base epistemológica, creemos que es pertinente, en este caso, seguir reflexionando y profundizando sobre el modelo disciplinar del Proyecto Institucional de la EDH que aspira ser el eje articulador donde convergen, se interrelacionan, se integran conceptos, principios y metodologías de las diferentes áreas del saber. Facilitando la interdisciplinariedad, la multidisciplinariedad y la transdisciplinariedad en beneficio de los egresados diseñadores que conforman equipos para responder a las variadas demandas de la comunidad de una manera integral.

Por ejemplo, el prestigioso Diseñador Norberto Chaves (s.f.) considera un mito entre los líderes de opinión, escuelas y profesionales, el darle carácter científico al Diseño y considera que:

Esta tendencia tiene sus orígenes históricos en las manobras de los fundadores de la disciplina, entre cuyos objetivos estaba arrancar a la disciplina de las garras de las artes aplicadas decimonónicas y respaldar la creación de objetos en órdenes menos caprichosos

y más objetivos que el gusto”. La ergonomía, la tecnología, la psicología, la semiología y otras “logías” de carácter o resonancias científicas vendrían a redimir de la flagrante “arbitrariedad” en la que estaba inmersa y ascenderla a un rango técnico-cultural superior.

Otros pensadores critican la fascinación de los investigadores del Diseño por generar una metodología propia de diseño y consideran que nunca se podrán superar las metodologías comunes de investigación tales como encuestas, entrevistas, cronogramas, pruebas de ensayo-error etc.

Sucede que en instituciones pioneras como el caso de la Escuela de Diseño en el Hábitat (EDH) en la Patagonia, donde se generó enseñanza del Diseño en una región donde no existía, se adopta un rango generalista, con el objeto de ir abordando de manera empírica los diferentes y variados reclamos, necesidades y deseos de la comunidad, sean estos de ámbito privado, público o de la producción.

En estas instancias, se debió actuar a la manera del modelo médico, por ejemplo cuando aparece la necesidad en zonas desprovistas de instituciones para la salud, debe aplicarse un concepto de atención desde una medicina generalista y/o preventiva antes de una alta especialización. De la misma manera sucede con las instituciones pioneras de enseñanza del diseño. El objetivo, en sus inicios, es generar cultura de diseño en la comunidad, demanda de diseño y resolver algunos temas generales acotados a la región, antes de una alta especialización. El tiempo y la experiencia desde la fundación de la EDH nos han demostrado que las demandas que se presentan desde la comunidad, para ser satisfechas en los “trabajos de vinculación productiva” (último trabajo de los alumnos), tienen siempre características generalistas comprometiendo respuestas en las diferentes especialidades del diseño.

Por ejemplo: desde la solicitud de Identidad Corporativa (marca, papelería, folletos, objetos promocionales, cartelería exterior, marquesina, diseño interior del local, equipamiento, stand, indumentaria laboral), hasta la solicitud del Ministerio de Desarrollo Territorial y del Municipio de Vista Alegre referido a: Puesta en Valor de Parque Victoria, intervención urbanística del espacio público, para incorporarlo al corredor turístico del Alto Valle, denominado Ruta de Vinos, Manzanas y Dinosaurios.

En el primer caso, se forman equipos interdisciplinarios de alumnos de las diferentes carreras de diseño: gráfico, industrial, de interiores, indumentaria, con la supervisión del docente específico y la consultoría de los docentes de las diferentes asignaturas.

En el segundo caso, donde la solicitud requiere de la intervención de diseño urbano, diseño de paisaje, diseño arquitectónico, diseño industrial (objetos de equipamiento tales como parrillas, bancos, mesas, luminarias, bicicletteros, juegos infantiles), diseño gráfico (marca, señalética: informativa, prohibitiva, normativa, preventiva, de seguridad, etc.), se amplía el equipo con la participación y dirección activa de docentes, arquitectos-urbanistas y asesores externos conformando un equipo de Extensión denominado Grupo Confluencia para la realización de dicho proyecto.

Ante esta realidad generada desde las necesidades de la comunidad es compromiso de la Institución revisar el proyecto institucional y consolidar aquellos conceptos que son comunes al Diseño Genérico con el objeto de un mayor entendimiento entre los integrantes de los equipos interdisciplinarios. Analizar el porqué de una realidad local donde los egresados de la EDH se agrupan en estudios como equipos interdisciplinarios de diseño industrial, gráfico, de interiores, de indumentaria, además de ser solicitados en estudios de arquitectura para resolver problemas de cierta especificidad, de diseño de interior, gráfico, industrial, etc.

El análisis que se realiza sobre la experiencia de la institución EDH da como resultado, hasta ahora, reforzar y consolidar la integración y transdisciplinariedad del modelo curricular del proyecto institucional de la Escuela, con el objeto de generar un mayor entendimiento entre los diseñadores de diferentes especialidades, antes de abandonar definitivamente esta instancia integrativa en un ciclo superior, ya sea licenciatura o posgrado.

Los diseños curriculares no deben ser idénticos: dependen de las características de la comunidad, de su desarrollo y demanda, de la geografía y tecnologías de la región, cantidad de alumnos mínimos y máximos necesarios. Esto genera diversidad y en eso radica el éxito de la propuesta.

Con el objeto de reforzar el proyecto institucional de la EDH se presentó en el Congreso en el 2013, una reflexión sobre la Base epistemológica del Diseño como Disciplina Genérica o Integral y sus fundamentos como disciplina, común a todas las especialidades. En ella se intentaba ordenar algunos principios y experiencias. Por ejemplo:

I. Cultura del Diseño como asignatura académica en todas las especialidades

Es decir, como planteamiento transdisciplinar que pretende reflexionar en torno al diseño, de manera poliédrica y compleja, cuyo objeto de estudio incluye tres diferentes subcampos que se vinculan al producto diseñado: el proceso de producción, la profesión de diseñador, el consumo de diseño. Se genera así un triángulo de actividades que constituyen un sistema analítico dinámico con interacciones e intersecciones entre estas y el producto diseñado. El producto diseñado puede ser tanto un objeto, como una imagen, como un espacio, y hacia él confluyen las actividades que intervienen desde los tres vértices del triángulo:

El producto diseñado no solo se refiere a los bienes de consumo, sino a otros tipos de productos de diseño que van más allá de lo material: el branding de lugares, el branding del ocio, los dispositivos electrónicos, el cibespacio, y finalmente, la comunicación.

La Cultura del Diseño como disciplina académica tiene como antecedentes:

I.a. La Historia del Diseño comprendida en la Historia del Arte, disciplina que considera al diseño como trabajo individual que concede más importancia al estilo que a sus procesos, a su impacto social y a los consumidores. Que pondera los diseños cotidianos de consumo privado que pueden ser el diseño de autor, por ejemplo el diseño de muebles (las sillas de los maestros). La preponderancia de un diseñador en la historia y su pretensión de salir del anonimato a veces depende de factores aleatorios, tales como publicaciones, fotografías de alta calidad artística de sus trabajos o entrevistas periodísticas. La Historia del Diseño siempre se ocupó de los objetos y sus relaciones con los procesos de cambio; sin embargo, la vinculación entre el creciente diseño y los avances en estudios culturales, de la sociología, economía, política y geografía que aportan interesantes perspectivas sobre los cambios profundos en la producción y el consumo, no fueron tomados en cuenta.

I.b. La Cultura Visual cuestiona y amplía el campo de investigación de la Historia del Arte en los años 70. Sus partidarios se alejaron de los análisis tradicionales, la forma, la procedencia y el patrocinio, para adoptar una postura más antropológica respecto de lo visual en la sociedad. Desde entonces, son admisibles dentro de ella todas las formas visuales posibles: Estudios de Comunicación Audio-Visual, Bellas Artes, Fotografía, Cine, la TV, la Publicidad y el Diseño. La lectura de una imagen es la faceta central de esta disciplina. El rasgo oculocéntrico de la cultura visual presenta al observador como un ser casi inanimado. Y por otro lado las formas visuales son estáticas.

I.c. La Cultura Material: en 1990 muchos historiadores se alinearon en esta disciplina que se ocupa de descripciones y explicaciones muy seductoras sobre el significado de los objetos domésticos de la vida cotidiana de las personas y le otorgan mucha importancia a la investigación sobre cómo los consumidores privados, leen y entienden los productos, pero desconocen el trabajo de

los diseñadores y de los productores de diseño. En los tratados de cultura material no se ocuparon demasiado de la planificación de los lugares de ocio, de lugares de aglomeraciones urbanas o de los videos juegos en red, tampoco de la formación corporativa, los actos empresariales o el diseño de centros comerciales que tienen tanta importancia como el consumo privado.

Sin embargo, la disciplina Cultura del Diseño ha captado conceptos de estas dos tendencias: de la Historia del Diseño, la idea que los objetos de diseño tienen valores estéticos, de intercambio, simbólicos etc. y de la Cultura material, lo referente a lo actitudinal de las personas como consumidores y la ponderación de la realidad cotidiana.

La Cultura de Diseño es una herramienta fundamental para el análisis de remodelaciones urbanas y se refiere a la densa y nutrida coexistencia a la que han llegado los productores, consumidores y diseñadores, que genera beneficios locales, económicos, sociales y culturales.

II. Algunos principios universales del diseño

Estos principios son comunes a todas las especialidades. Se pueden ejemplificar e ilustrar con los productos de diseño de dichas especialidades.

II.a. ¿Cómo influir en la percepción de un diseño?

Ejemplo: La ley de Prágnanz - El color - Fondo y figura.

II.b. ¿Cómo instruir a través de un diseño?

Ejemplo: El condicionamiento operante - La jerarquía - La legibilidad.

II.c. ¿Cómo realzar la utilidad de un diseño?

Ejemplo: Las instrucciones - La representación icónica.

II.d. ¿Cómo incrementar el atractivo de un diseño?

Ejemplo: Los arquetipos - El panorama-refugio.

II.e. ¿Cómo mejorar el modo de diseñar?

Ejemplo: La accesibilidad - El factor de seguridad - La modularidad.

III. Principio básico primordial para estructurar la disciplina Diseño Genérico o Integral. Lectura, comprensión e interpretación del “espacio”

Cotejando la integración y complementariedad de los diferentes productos de diseño en el espacio contextual. Concepto de Entorno, Contexto y Ambiente.

IV. La Experiencia Académica

La experiencia académica de la Escuela de Diseño en el Hábitat (EDH), cuyo proyecto institucional tiene como objetivo integrar contenidos y métodos comunes del diseño, tan fragmentados en especialidades y formar así profesionales con una visión integral del diseño. La experiencia positiva a lo largo de sus 20 años de existencia.

V. Encuesta

Se realiza al personal docente de la Institución, sobre el tema: “La base epistemológica del Diseño y su organización en una disciplina genérica o integral, común a todas las especialidades” y su relación con el Proyecto Institucional de la Escuela.

Además de los ítems I, II, III, IV y V es fundamental para estructurar la Base Epistemológica del Diseño Genérico o Integral, incorporar las siguientes metodologías de enseñanza-aprendizaje:

a. Análisis de objeto o producto

Valor de la observación y por ende de la reflexión y del conocimiento.

Base de la investigación con la máxima objetividad posible.

Comprensión de la realidad, tangible o intangible, de objetos y/o productos. Análisis morfológico, funcional, de funcionamiento y estructural. Relación de estos con el contexto. Conexiones entre la razón de ser de los distintos productos de la cultura del diseño y las referencias geográficas, históricas, sociales, tecnológicas etc.

Conciencia del impacto ambiental que provocan los productos creados por el diseñador.

Conciencia de la vida útil, longevidad de los productos en relación a las necesidades de los usuarios, la geografía, la tecnología y el medio ambiente.

b. Resolución del problema

Interviene la subjetividad y creatividad del diseñador-alumno.

Los problemas a resolver provienen de las necesidades, demandas y deseos del ser humano contextualizados en un hábitat determinado.

El diseñador-alumno debe decodificar las demandas, tanto manifiestas como latentes, y traducirlas en problemas de diseño si esto fuera posible y beneficioso para la comunidad

El diseñador-alumno debe incorporar herramientas y creatividad para generar una amplia multiplicidad de opciones para la resolución del problema.

Este método genera y desarrolla un espíritu crítico en el diseñador-alumno.

c. Proceso de Diseño

En el proceso de diseño se incorporan ambos métodos, el de análisis y el de resolución de problema. El proceso de diseño es invariante en todas las carreras de diseño, desde la percepción de la demanda social, reconocimiento y formulación del problema proyectual, análisis del problema, análisis de las características del usuario, análisis de situaciones contextuales similares, análisis de objetos o productos análogos, formulación de premisas, formulación de programa, búsqueda de alternativas, selección de la solución y plan de acción, evaluación, materialización del producto, hasta vida útil del producto e impacto ambiental.

En síntesis, la Disciplina Diseño tiene un proceso común que parte de las necesidades o deseos del hombre social, y hace germinar en el diseñador un plan mental, un programa espacial y un plan de producción acorde a las tecnologías adecuadas, para llegar finalmente a

un resultado o a un producto terminado que cubra las expectativas de los consumidores.

La vida útil del producto debe ser prevista como premisa de proyecto, considerando fundamental la preservación del ambiente que ha pasado a ser un objetivo de diseño en paridad con las necesidades del hombre.

Desarrollo de la variable “Espacio”. Principio básico primordial para estructurar la disciplina Diseño Integral o Genérico. Punto III. Lectura, comprensión e interpretación de los espacios

Los productos se concretan como cultura de diseño: sean productos tangibles o intangibles de los pueblos, y se instalan en un espacio variable fundamental del Diseño. Según el Diccionario de la Real Academia Española, el espacio es “extensión que contiene toda la materia existente”, “el continente de todos los objetos sensibles que existen a la vez o parte de ese continente ocupado por cada objeto sensible”, “distancia recorrida por un móvil en cierto tiempo”, “capacidad de terreno, sitio o lugar”. El espacio es en principio pasible de ser considerado como vacío inicial, ante la presencia de la masa se transforma en un nuevo vacío final modificado. Puede ejemplificarse con aquellos espacios que se generan en los aglomerados urbanos, cuando hay una relación, tensión y movimiento entre masas (edificios, transporte, equipamiento, etc.). Al tener estos espacios cualidades intrínsecas de habitabilidad y ser reconocidos por el hombre social se transforman en “lugares” de pertenencia y de referencia.

Según la Real Academia Española el “vacío” significa entre otros, “falta de contenido físico o mental”, “carente de materia”.

Michel Serres (1995), declara:

¿Qué es la vida? No lo sé, ¿Dónde mora? Al inventar el lugar, los seres vivos responden a esa pregunta” Y agrega ¿...quien no sabe que el término ecología quiere decir, en sentido literal: teoría o discurso de la casa de los seres vivos? Del lugar, de la morada, del hábitat... en suma, lugares propicios y propios de los seres dotados de vida. (...) Inventan un lugar, en un mundo inerte que solo conoce espacio.

El nuevo vacío final modificado puede o no tener vacío interior. En el caso del diseño arquitectónico el vacío interior resulta ser un espacio habitable cuando posee las cualidades de habitabilidad, no solo en las actividades habituales y corrientes de primera necesidad del hombre, sino otras que incluyen usos, hábitos, costumbres, tradiciones, deseos etc. y es reconocido por los que lo habitan como su “lugar” de identidad y de pertenencia. José Ricardo Morales, en su libro *Arquitectónica* (1999), afirma que: “nombrar es conocer”, así, “los lugares conocidos y nombrados “nacen”, porque la denominación que se les asigna contribuye a “producir” lugares en el espacio, que no surgen plenamente como tales mientras no podemos nombrarlos”.

Según Gallardo Frías (2011) en su tesis *Lugar/ No-Lugar/ Lugar* opina que “en Arquitectura: ‘Los no-lugares se

caracterizan por una ruptura con el ser humano, quien se siente inquilino y no propietario”. A su vez, plantea que “al igual que la racionalidad se sirve de la irracionalidad para constituirse como tal (...) también el lugar se sirve del no-lugar para constituirse como tales”.

En el caso de los productos de diseño industrial se instalan con su materialidad en el vacío inicial y algunos poseen vacío interior según se refiera, por ejemplo a refugio, vivienda prefabricada, transporte. En este último caso, también hay una ocupación del espacio en el circuito que traza en su movilidad el transporte y que genera una envolvente espacial modificatoria de ese vacío inicial.

También otros productos, por ejemplo los muebles, en general ocupan un espacio, pero en su utilización trazan envolventes espaciales. Tal el caso de una mesa y sus sillas, cuando son utilizadas por los comensales. O la cama hospitalaria que necesita del acceso lateral de una camilla y el apoyo de personal médico y/o paramédico para la atención del paciente.

Cuando se refiere a herramientas o máquinas que deben ser manipuladas por los hombres en actividades específicas, estos movimientos también generan envolventes espaciales que son modificatorias del vacío inicial conformando un nuevo vacío final modificado.

Estos espacios al ser reconocidos por el hombre-social resultan ser lugares identificables y referenciales.

Los productos de diseño gráfico, tales como cartelera informativa, publicidad, señalética, etc. pueden ocupar con su materialidad tridimensionalmente un espacio determinado, originan una tensión con el observador al proponer una distancia óptima de observación, que producen envolventes que se instalan en el espacio delimitando el vacío final modificado.

Todo aquello que germinó como plan mental, debe dejar de ser un pensamiento individual, para sociabilizarse, al permitir a los otros la posibilidad de percibirlos, aun cuando los productos se materialicen bidimensionalmente, como por ejemplo, las producciones gráficas de soporte plano: editorial, historieta, fotografía, tv, etc. que deben ser leídas de una manera frontal y a escasa distancia. Por lo que su conformación material da crédito de su existencia, siempre que cuenten con el reconocimiento del hombre-social.

Los productos de diseño de indumentaria, no solo son materialidad que ocupa espacio, son la segunda piel del hombre, o sea, el primer espacio donde alberga su cuerpo, ya sea para protegerse de las inclemencias del tiempo o para preservarlo en diferentes actividades de riesgo. Al utilizar el hombre la indumentaria adecuada le permite realizar ciertas actividades: trabajo, deporte, teatro, danza etc. Aparte de lo funcional, la indumentaria al ser seleccionada por el hombre, confirma la identidad de este.

También en algunos casos, la movilidad de la indumentaria traza envolventes espaciales, ejemplo la vestimenta de ballet en un espacio-escenario.

En diseño de imagen y sonido, desde el plan mental está presente el espacio o escenario donde se desarrollan los hechos. Puede ser representado materialmente por un modelo o una imagen. Pero además, ser simbolizado solo por sonidos que inducen a su conocimiento, dando pautas de distancia, de época histórica, características del paisaje, acontecimientos, etc. También el hombre-social

como espectador, oyente o participante debe apropiarse de ese espacio y dar cuenta de su existencia.

En cada uno de estos ejemplos, referidos a los diferentes productos de las especialidades del diseño, englobados en una disciplina Genérica o Integral, si no son percibidos y apropiados por el hombre-social, ellos pueden morir sin dejar huella de su existencia. Sin embargo al ser reconocidos pasan a pertenecer, identificar, definir y referenciar lugares.

En síntesis, el primer lugar de nuestra existencia, somos cada uno de nosotros mismos y es a partir de ahí donde se originan todos los demás lugares

Referencias bibliográficas

- Serres, M. (1995). *Atlas*. Paris: Ediciones Julliard.
- Morales, J. R. (1999). *Arquitectónica*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Gallardo Frías, L. (2011). *Lugar / No -Lugar/ Lugar en la Arquitectura Contemporánea*. Tesis Doctoral. Director Arq. Javier Seguí de la Riva. Madrid: U.T.S Arquitectura. Universidad Politécnica de Madrid (UPM)
- Chaves, N. (s.f.) *Cuatro mitos en la cultura del diseño. Las presunciones teóricas, el culto a la creatividad, la concepción publicitaria y el mesianismo social del diseño como distorsiones en el concepto y en el ejercicio del oficio*. Disponible en: www.norberto.chaves.com

Bibliografía

- Auge, M. (1993). *Los no lugares. Espacios de Anonimatos: una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Ed. Gedisa SA.
- Auge, M. (1997). *Hacia una antropología de los Mundos Contemporáneos*. Barcelona: Editorial Gedisa SA.
- Bunge, M. (2002). *Epistemología*. Barcelona: Ediciones Ariel.
- Doldan, J. M. (2012). La Formación del estudiante respecto de diseño del "No Lugar". *Acta de Diseño*, 12. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires: Argentina.
- Gausa, M. et al (2001). *Diccionario Metapolis de la Arquitectura Avanzada*. Barcelona: Actar.
- Guy, J. (2010). *La Cultura del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lidwell, W; Holden, K; Butler, J. (2005). *Principios Universales del Diseño*. Barcelona: Naturart SA. Editado por Blume.
- Muntañola Thornberg, J. (1974). *La arquitectura como lugar*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Saldívar Maldonado, Z.; Silva, C. (2004). Epistemología y diseño. Un maridaje necesario. Chile: Revista Crítica Cultural. *Revista de Ensayos Latinoamericanos*.
- Santos, M. (1996). *Metamorfosis del Espacio Habitado*. San Pablo: 6ta Edición Editorial Hucitec.
- Santos, M. (1996). *Espacio y Método*. San Pablo: Editorial Hucitec.
- Salvo de Mendoza, L. (2008). Construyendo la Identidad Patagónica... Un enfoque integral en el proceso de enseñanza y aprendizaje en el hábitat patagónico. *Actas de Diseño*, 5. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

Salvo de Mendoza, L. (2010). Conceptual para Modelo Disciplinar de Diseño Integral *Actas de Diseño*, 8. Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo. Buenos Aires: Argentina.

Salvo de Mendoza, L. (2013). El mobiliario y equipamiento integrado al espacio arquitectónico y/o urbano". *Actas de Diseño*, 14. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires: Argentina.

Salvo de Mendoza, L. (2016). La Base epistemológica del Diseño y su organización en una disciplina integral, común a todas las especialidades. Principios básicos multi, inter y transdisciplinares comunes del diseño integral. *Actas de Diseño*, 21. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires: Argentina.

Schaposnik, V. (2013). *Los intersticios lineales ferroviarios en desuso apropiados por el hábitat de la pobreza. Desafío desde una problemática informal hacia una respuesta formal*. Tesis de doctorado en Arquitectura y Urbanismo- La Plata: FAU- UNLP.

Schaposnik, V. (2003). *Arquitectura: Investigación-Teoría-Proyecto*. Buenos Aires: Nobuko.

Schaposnik, V. (2001). Arquitectura con discurso. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional de La Plata "47 al fondo", 6. La Plata: Argentina.

Abstract: Design as a generic discipline has been approached by the School of Design in Habitat in Teaching Congresses in order to consolidate its epistemological basis. Discipline that, as a process, is born from the needs of the social-man germinates in the designer in a mental plan and finally arrives at a "result" or finished product. It analyzes how the different products occupy the "space" and how the social-man granting referentiality and belonging makes it "place". Concluding that the first "place" of our existence, we are each of ourselves and origin of all other "places".

Keywords: Design - epistemology - space - social - model.

Resumo: O design como disciplina genérica foi abordada pela Escola de Design no Hábitat em congressos de ensino com o objetivo de consolidar sua base epistemológica. Disciplina que, como processo, nasce a partir das necessidades do homem social, germina no designer num plano mental e conclui num resultado o produto terminado. Se analisa como os diferentes produtos ocupam o espaço e como o homem social ao outorgar-lhe referência e pertença o converte em lugar. A conclusão é que o primeiro lugar de nossa existência somos cada um de nós e origem de todos os outros lugares.

Palavras chave: Design - epistemologia - espaço - social - modelo.

(* **Liliana Salvo de Mendoza**. Arquitecta, docente e investigadora. Coordinadora Institucional de la Escuela de Diseño en el Hábitat, Argentina. Presidenta y Socia fundadora de la Fundación Hábitat Patagónico. Ha participado en concursos de proyectos habiendo obtenido premios y menciones. Referente de CEPRODI, Neuquén. Perteneciente a ALADI, Argentina Ha participado en Jornadas y Congresos como disertante y como Jurado en el Colegio de Arquitectos de Neuquén.