

Una pasión llamada diseño

Laura Ferrari (*)

Actas de Diseño (2013, marzo),
Vol. 14, pp. 85-106. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: septiembre 2012
Fecha de aceptación: noviembre 2012
Versión final: mayo 2013

Resumen: El siguiente texto es un breve relato complementario de las Crónicas del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, realizado desde el 30 de julio al 1 de agosto de 2012 en Buenos Aires, Argentina; el mismo contiene los comentarios, reflexiones, opiniones y participación de los asistentes a esta edición del Congreso.

Palabras clave: Relato - Congreso de Enseñanza - Latinoamérica - Reflexiones - Crónicas.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 106]

Introducción

Si algo quedó claro para todos los que fuimos parte del III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño es que vivimos en un continente vigoroso, en permanente ebullición, que de cada crisis sale fortalecido. Un continente que comparte identidad, memoria, raíces, revoluciones, sueños de independencia, similares momentos históricos, próceres, mártires y conquistas. Un continente poblado por gente de todos los acentos y colores, de historias personales diferentes; que habitan paisajes disímiles, desde los mares hasta las más altas cumbres. Países con fronteras que una vez al año concientemente se rompen para levantar una única bandera: la de la pasión por el Diseño.

Como ya se ha vuelto costumbre, durante tres días intensos la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo se transforma en el epicentro del continente latinoamericano: aquí llegan pedagogos, maestros, artistas, profesores, diseñadores, con sus equipos portátiles o los tradicionales cuadernos o libretas: fantásticas *notebooks* que nunca se cuelgan y que dan cuenta de nuestra más importante huella personal: la escritura. A todos nos une la misma ocupación: la docencia. Y a todos nos reúne la misma preocupación: ser mejores profesores cada día. La temática a abordar es inagotable: ¿cómo enseñar Diseño? ¿Cómo formar a las nuevas generaciones de diseñadores que –sin perder el ADN latinoamericano– sean capaces de analizar el mundo y sus necesidades, ver lo que todos ven y proponer lo que ninguno propuso aún y crear –de esa manera– tendencia? De esto y mucho más se tratan estos tres días para los que nos preparamos durante todo un año y que permanecerán en la memoria mucho tiempo más: lunes 30, martes 31 de julio y miércoles 1º de agosto del 2012.

Y así comienza esta historia:

Crónica del Congreso por día

Lunes 30 de julio de 2012. Reuniones oficiales / Apertura del Congreso

Durante todo el día, participantes de todas las nacionalidades se acreditaron para participar en el III Congreso

Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Con la simpatía y calidez de siempre, en el Aula Magna de la sede Mario Bravo 1050, la profesora de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Elisabet Taddei, dio la bienvenida y comentó las actividades planificadas para el día: por la mañana presentación de las actividades del Observatorio Latinoamericano de Investigación en Diseño y la III Reunión de la Comisión Latinoamericana de Postgrado. Un cóctel, en el receso del mediodía, en la sede Cabrera, engalanada con la muestra Glob-All-Mix - 30 posters para un Mundo Sustentable (proyecto impulsado por el diseñador brasileño Felipe Tabora quien convocó a 30 diseñadores de todo el mundo a presentar trabajos sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo). Por la tarde, la presentación del informe las actividades de la Red Latinoamericana de Emprendedores Creativos, la III Reunión del Programa de Colaboración para el Desarrollo Académico de Diseño y Comunicación y la presentación del Panel de Emprendedores Creativos de Diseño. Finalmente, a partir de las 18 la apertura formal del III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño y la presentación de la Mesa de Honor.

El Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Oscar Echevarría, se dirigió a los presentes dándoles la bienvenida tanto a quienes ya son parte de la casa, pues nos visitan cada año, como a los que por primera vez se hicieron presente este año. Manifestó que las actividades planificadas antes de la apertura oficial son como esos partidos que se juegan antes de la inauguración, haciendo una comparación con las Olimpíadas. Augurando una semana intensa de actividades aclaró la agenda de actividades, se refirió a la importancia que una vez más cobra este año el VII Encuentro Latinoamericano de Enseñanza del Diseño y la enorme satisfacción de la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP, ya que más de 250 escuelas se han adherido al VI Plenario del Foro de las Escuelas de Diseño. El III Congreso Latinoamericano de Enseñanza de Diseño se organiza este año alrededor de 21 comisiones que nuclean más de 200 ponencias y no queda duda alguna de que el mismo se ha instalado definitivamente como un lugar de debate de las problemáticas del diseño y la comunicación. El Decano remarcó la importancia que tienen dos actividades que durante este ciclo se han vuelto fundamentales en la Universidad de Palermo: el

desarrollo del Programa de Investigación y la creación del Programa de Emprendedores Creativos.

Otro tema importante está referido a las acciones bilaterales y multilaterales que se realizaron desde el Encuentro del año 2011 que incluyen capacitación, intercambio y publicaciones conjuntas. Y un énfasis especial fue puesto al remarcar la importancia de la política editorial de nuestra Facultad, que valió que la publicación Actas de Diseño 12 y 13 hayan alcanzado el Nivel I de excelencia, cumpliendo el 95% de los requisitos que impone el Conicet, lo que habilita a la mencionada publicación para estar avalada por Latindex. Trece libros de Actas de Diseño, editados durante 7 años, resumen la discusión latinoamericana en torno al Diseño.

Respecto de la publicación Cuadernos, el Decano Oscar Echevarría compartió el inmenso logro alcanzado ya que el número 42, nacido del II Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño –año 2011– incluye un ensayo acerca de la subjetividad contemporánea, fruto de una investigación conjunta entre Argentina y Colombia; y existen otros dos próximos a editarse, con investigaciones conjuntas realizadas por distintas universidades latinoamericanas. Integrando la mencionada política editorial de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, en el marco del III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, se entregará a los participantes el quinto libro que reúne los trabajos de diseño de Afiches e Ilustración, año 2012.

III Reunión de la Comisión Latinoamericana de Postgrado:

A continuación tomó la palabra el Arquitecto Roberto Céspedes, profesor de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y Responsable del Programa Vínculos Internacionales, quien se refirió al enorme logro que significa la edición de las publicaciones, resultado del trabajo en las Comisiones del Congreso del año pasado y reflejado en el Cuaderno 43 que además de impreso, se haya también editado digitalmente. Mencionó especialmente el ensayo: “Acerca de la subjetividad contemporánea. Evidencias y reflexiones”, coordinado por Alejandra Niedermaier y Viviana Polo Florez, trabajo realizado entre la universidad de Palermo y la Universidad San Buenaventura de Colombia, Sede Cali, Colombia, que surgiera en la Comisión 1.1 C Curricula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos. Del mismo modo, también comentó otro trabajo conjunto, llamado “La sociedad imaginante”, cuya coordinación estuvo a cargo de María Elena Onofre y Nora Morales, realizado entre la Universidad de Palermo, la Universidad Autónoma Metropolitana de México, México, la Universidade de São Paulo y Unisinos - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos, Brasil, que surgiera de lo elaborado en la Comisión 2.1. Mercadeo y Gestión del Diseño. Y, por último, “Tejiendo Identidades Latinoamericanas”, coordinado por la Dra. Marcia Veneziani, ensayo realizado entre la Universidad de Palermo, la Universidad del Cauca Colombia, Fundación Universitaria Área Andina Colombia, Universidad de Chile, Chile, Universidad Nacional de Mar del Plata Argentina, surgido de la Comisión 6.2 Identidades locales y regionales.

También se encuentran en etapa de elaboración los trabajos “Transferencia tecnológica a la industria”, realizado entre la Universidad de Palermo y la Universidad Federico Santa María Santiago de Chile. Y el trabajo “Arte y moda”, que se gesta entre la Universidad de Palermo y la Università di Bologna, Bologna, Italia.

A continuación, el Arq. Roberto Céspedes se refirió a la Comisión Latinoamericana de Posgrado, surgida en el año 2010 en el marco del I Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, cuya membresía está conformada por los académicos, docentes, investigadores y autoridades presentes con Maestría o Doctorado. Sus fundadores fueron unos treinta miembros que originaron, a partir del debate un Manifiesto con los principios de la agrupación y luego elaboraron un borrador de Reglamento que se compartió para su ajuste, de modo digital, hasta su versión definitiva. Muchos son los logros de esta Comisión Latinoamericana de Posgrado: se publicaron los listados, el Manifiesto y el Reglamento en Actas de Diseño, se elaboraron otras publicaciones como los Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Ensayos), se nombraron los comité de actuación: Comité de Doctorado, Comité Editorial y Comité de Arbitraje de las publicaciones internacionales. En el II Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño se presentó el Observatorio Latinoamericano de Investigación y la Red Latinoamericana de Emprendedores en respuesta a las inquietudes planteadas. Ambas propuestas se fueron integrando y fortaleciendo de manera no presencial.

Observatorio Latinoamericano de Investigación en Diseño

A su turno, la Licenciada Mara Steiner, coordinadora del Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, se dirigió a los presentes con las siguientes palabras: “Como muchos de ustedes recordarán, el año pasado, en este mismo espacio, propusimos una nueva instancia de participación a la que denominamos ‘Observatorio Latinoamericano de Investigación en Diseño’. Esta propuesta en realidad había surgido a partir de un proceso de reflexión que había tenido lugar en el Plenario del Foro de Escuelas de Diseño del año 2010. Fue en ese espacio en el que, entre otras cuestiones, se debatió acerca de la necesidad de vinculación, estímulo y desarrollo de políticas y acciones de Investigación en Diseño de nuestro continente. Por eso, de alguna manera, el Observatorio Latinoamericano de Investigación en Diseño se propuso encauzar la organización de un proyecto en el que pudieran participar investigadores, académicos y profesores tanto en forma individual como en representación de instituciones vinculadas al diseño en la región. El año pasado, este mismo ámbito fue de alguna manera la plataforma de lanzamiento del Observatorio Latinoamericano de Investigación en Diseño.

En aquella oportunidad nos preguntábamos ¿Cuáles eran los temas que se estaban investigando en Diseño en nuestros países? ¿Cuáles eran las áreas de interés? ¿Qué posibilidades de apoyo teníamos para investigar, publicar y difundir nuestros trabajos?

Es por eso que la propuesta de trabajo sobre la que hablamos en el 2011 se orientaba en dos direcciones que con-

fluían en un denominador común: por un lado, el objetivo que les habíamos propuesto era el de trazar un relevamiento acerca de lo que estaba sucediendo en materia de investigación en Diseño en las diferentes comunidades. Es decir, de lo que se trataba era de sondear sobre qué se estaba investigando, cuáles eran las publicaciones y en dónde estaban, cómo estaban conformados los equipos de investigación. Y por el otro lado, la propuesta que les hacíamos estaba vinculada a que pensáramos juntos cuál podría ser la agenda de temas o subtemas sobre los cuales nos interesaría trabajar; los que nos merecían una mayor atención.

Lo cierto es que esta invitación que les hicimos el año pasado superó nuestras expectativas porque se sumaron al Observatorio Latinoamericano de Investigación en Diseño más de 60 instituciones dedicadas a la enseñanza del diseño en América Latina y más de 160 académicos y profesionales del diseño. Nos alegró saber que esta fue bien recibida.

Entonces, a partir de nuestro encuentro del año pasado, desde diferentes latitudes fueron llegando una multiplicidad de propuestas. Es así que una parte de nuestra tarea de este año estuvo vinculada al procesamiento y a la sistematización de las propuestas de trabajo que hemos ido recibiendo en el transcurso de los meses.

Entendimos que era necesario hacer confluír de manera orgánica todas estas propuestas para poder avanzar y elaborar una nueva propuesta de trabajo conjunto.

Para eso en primer lugar, era necesario identificar un denominador común. Y en segundo lugar, era necesario cruzar todas las propuestas de trabajo recibidas para evaluar cuáles eran los tópicos que de una a otra propuesta aparecían como prioritarios.

El denominador común emergió prácticamente de manera natural: quedó claro que debía tratarse de un Proyecto ligado a los Estudios Comparados porque, justamente, la metodología de los estudios comparados propone un abordaje disciplinar que favorece la identificación, el análisis y la explicación de similitudes y diferencias en entornos culturales diversos.

Por eso, el primer paso estuvo ligado a la identificación de una metodología de trabajo y, en segundo lugar, nos abocamos a la tarea de tipificación de áreas de trabajo prioritarias, en virtud de las propuestas que recibimos. Es así que a partir de todas las propuestas recibidas confluyen tres líneas de trabajo que hoy les queremos proponer. La invitación está abierta a que ustedes elijan una o dos líneas de trabajo para así poder colaborar en un proyecto conjunto.

Estas tres líneas son: Pedagogía, Sociedad y Emprendimientos.

1. Pedagogía

La primera línea, a la que denominamos “Pedagogía”, entiende que la Pedagogía del Diseño es necesariamente un campo de indagación permanente. Es decir, la docencia es un proceso que está en un devenir constante y que se capitaliza en la medida en que como docentes nos vamos formando y vamos adquiriendo experiencia de trabajo en el aula. En este sentido, la propuesta de trabajo que les proponemos consiste en sondear a partir de entrevistas realizadas a docentes, prácticas pedagógicas exitosas aplicadas

a la enseñanza del diseño, de modo de poder conformar un corpus de experiencias pedagógicas exitosas en el campo del diseño en América Latina y que puedan ser replicadas por otros docentes en otros países de la región. Estamos convencidos de que compartir experiencias pedagógicas innovadoras posibles de ser replicadas enriquece la tarea docente y de formación de futuros diseñadores.

2. Sociedad

La segunda línea, a la que denominamos “Sociedad” está dirigida específicamente a docentes de Diseño. Se trata de un trabajo que el docente puede desarrollar al interior de su cátedra. El propósito es que los alumnos, por supuesto que guiados por el docente, entren en contacto con empresas u organizaciones con el objetivo de desarrollar mecanismos de colaboración. Esto significa acudir a empresas u organizaciones sin fines de lucro para resolver alguna necesidad vinculada al Diseño que estas instituciones puedan tener. Es decir, se trata de acercar a alumnos a una experiencia de trabajo real, con un cliente real para resolver alguna necesidad también real.

La finalidad es que las empresas constituidas como “clientes” presenten una problemática y los estudiantes, con la coordinación académica del docente, trabajen en la resolución de esa problemática a través de la producción de las piezas de Diseño.

3. Emprendimientos

La tercera línea, denominada “Emprendimientos” apunta a avanzar hacia la construcción de un repertorio de estrategias vinculadas a casos de emprendedores exitosos en América Latina.

En los últimos años el concepto de emprendedorismo se posicionó como un tema capital en la agenda de discusión actual y muchos estudiantes y profesionales desarrollan su perfil laboral de manera independiente, liderando sus propios proyectos a partir de algún emprendimiento cultural o comercial. Es así que esta línea de trabajo se propone colaborar a nivel regional para, a partir de entrevistas realizadas a emprendedores exitosos de la propia institución, construir un repertorio de emprendimientos en América Latina”.

• Jorge Gaitto, Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, manifestó: Todos los que hoy estamos aquí pertenecemos al campo del Diseño. Cuando nos referimos a la importancia de la investigación está claro que ninguno de nosotros es un *nerd* de laboratorio. Ninguno trabaja e investiga solo. Facilitar este espacio de intercambio es el lugar propicio para impulsar diferentes líneas de investigación, de acuerdo con los objetivos de cada Escuela de Diseño. Por lo tanto la investigación nuestra está lejos del laboratorio solitario: lo entendemos como actividad más social, y está ligado a la sustentabilidad y el futuro de cada una de nuestras carreras.

Se abrió así un momento de intercambio de opiniones entre los presentes:

• Delegado de una Universidad de Perú: El año pasado vine a quejarme y a pedirles ayuda. Este año volví para

quejarme y pedirles más ayuda. Pero vine acompañado: hubo eco en nuestro país. Llevamos dos años y medio de inserción en el mercado; empezamos de manera desordenada e informal, pero estamos haciendo investigación. Comenzamos a trabajar con colegas de la Universidad San Ignacio de Loyola; luego, en el 2011, participamos en el II Congreso de Enseñanza del Diseño. Yo dicté un curso e hicimos un trabajo muy interesante con artesanas de un poblado muy distante a las que les entregamos el trabajo realizado pero constatamos luego, al volver a tomar contacto con las artesanas, que ellas siguen haciendo lo mismo que hacía sin tener en cuenta nuestros aportes. Entonces: ¿para qué investigamos? Yo creo que hacemos investigación para un mercado que no le encuentra sentido al mercado de la investigación. ¿Cómo podemos lograr que estas artesanas, habiendo recibido el resultado de investigación, lo puedan convertir en parte de su vida?

• Jorge Gaitto: Antes que nada, no se desanimen: si el objetivo fue la investigación, ésta se hizo. Pero hay que pensar que existe otra etapa posterior que es la gestión. La pregunta, entonces, es: ¿cómo se gestiona el resultado de nuestras investigaciones para que pueda ser aplicado a la resolución del problema?

• Edward Zambrano, Escuela de Artes y Letras, Colombia: Hacer investigación implica que luego viene la gestión del conocimiento. Al principio es un poco frustrante. Así como nosotros no estamos acostumbrados a investigar en Diseño, la sociedad tampoco. Y esto se debe a que, por mucho tiempo, la Universidad se ha dedicado a hacer investigación para la Academia. Algunos países llamados “desarrollados” encontraron que tenían que vincular la investigación con la industria. Esto resulta fácil con las ciencias exactas pero en el mundo creativo aparece la incertidumbre natural del productor que no le cree al que investiga. Es un proceso largo, de ganar credibilidad, de poder aplicar y apropiarse conocimiento. La Universidad debe procurar estos vínculos sociales y antropológicos.

• Rafal Vivanco, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú: En nuestra Universidad los alumnos realizan investigaciones en su primer año de estudios y en el último. Al comenzar es muy difícil explicarles la importancia que tiene investigar, pues quienes estamos en la Universidad, somos agentes de cambio y podemos lograr que éstos se produzcan. Cuando comenzamos con este programa de investigación los estudiantes buscaban un problema de la sociedad y lo trataban de solucionar a través del diseño. Luego, pasaron al campo teórico: leían y lograban hacer el proyecto, aunque éste no fuera viable. Poco a poco nos hemos ganado un sitio y trabajamos con organizaciones que creen en la importancia de hacer cambios a partir del diseño. El comunicador visual debe entender que pertenece a una sociedad, con problemas, con cosas creativas y debe conocer su entorno para poder crear.

• Luis Eduardo Garzón Flórez, Universidad Nacional de Colombia: La investigación es lo que más me interesa, pues tiene dos vías: la teórica y –la más importante– la aplicada, que está relacionada con emprendedor, con empresas y con crear productos. Aquí comienza a vincularse con otros intereses y actividades que van muy de la mano con el diseño y es entonces que la gente empieza a ver el Diseño y su importancia. Nosotros estamos trabajando

con el reciclaje y vemos que éste logra insertarse en la comunidad cuando se aplica el Diseño.

• Jimena García Ascolani, Universidad Iberoamericana, Paraguay: El año pasado nos fuimos con la misión de investigar qué pasaba en nuestros países. Vimos que había trabajos de tesis, pilotos, pero no había investigación formal. Lo que estamos haciendo en la actualidad es tratar de juntarnos profesores de distintas universidades para ponernos de acuerdo sobre qué vamos a considerar investigación. Por ejemplo, ¿el trabajo de un alumno de primer año es una investigación? Y sobre todo pensar que una vez que realizadas las investigaciones lo importante es apoyarlas para que puedan generar un emprendimiento.

• Roberto Céspedes, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Hasta ahora aparecieron desde quejas por las problemáticas que acarrea la investigación, hasta ideas interesantes, que tienen que ver con que investigar en Diseño es diferente a otras ciencias. Nosotros somos los responsables de que la investigación en Diseño sirva: en estas cuatro paredes están las personas que pueden cambiar los problemas que hay en la actualidad y lograr que la investigación sea aplicada.

• Mónica Polanco, Pontificia Universidad Católica del Ecuador: Es verdad, nosotros somos responsables de hacer el cambio. Coincido con lo que vienen refiriendo nuestros compañeros respecto de lo social que traen aparejadas las estrategias de diseño. Nosotros tenemos una Universidad pequeña; no llegamos a 150 estudiantes. Tenemos tres disciplinas: vestuario, producto y diseño gráfico. Nuestro problema es que sacamos muchos diseñadores gráficos y poco de productos. La sociedad ecuatoriana no entiende la necesidad de formar diseñadores de productos con inserción en la artesanía. Tenemos artesanos en productos textiles y los jóvenes hijos y nietos de estos artesanos no le dan el valor que el diseño puede tener para el desarrollo de una artesanía más productiva donde se pueda desarrollar. Este problema también lo tienen otros países, no sólo Ecuador. Tenemos que ver cómo gestionamos desde el diseño una producción e investigación donde podamos insertarnos y seamos escuchados para colaborar en producir mejores productos.

• Jorge Gaitto, Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Lo que acaba de referir la colega de Ecuador también puede aplicarse a otras universidades, teniendo en cuenta la relación entre Diseño y producción industrial y la artesanal. Para lograrlo hay que desarrollar investigación, que ésta sea aplicada y que pueda gestionarse a través de un emprendimiento. Para ello hay que generar un plan de negocios, un monitoreo, un seguimiento. El éxito de esa gestión hará que se reconozca la importancia de la investigación en Diseño; de lo contrario, será imposible y nos vamos a quedar vendiendo ilusiones.

• Astrid Isidora Barrios Barraza, Universidad Autónoma del Caribe: Nosotros tenemos 45 años de práctica en el desarrollo de investigación; por ejemplo, en Modas tenemos un grupo eco-desarrollo. También tenemos experiencia en trabajar con los artesanos. Nos hemos vinculado con siete tribus y acabamos de llevar una muestra artística de pectorales artesanales a Miami. Trabajando junto a la gobernación hemos podido comercializar los trabajos hechos por los artesanos, darlos a conocer y de esta forma

logramos que ellos mismos le muestren a la comunidad la importancia que tiene lo realizado.

- Amarilis Elfás, Universidad de Zulia, Venezuela: Desde del año 1995 estamos inmersos en proyectos de investigación. En mi Universidad se ven claramente dos grupos: uno, activo y otro, apático, sin ganas de investigar. El desafío de los activos es convencerlos de la importancia que tiene un programa de investigación. Trabajamos sobre las áreas de investigación y extensión e, incluso, tenemos un programa que se llama “Hacedores de Hábitat”. También generamos acuerdos con instituciones del gobierno para que las investigaciones sean aplicadas dentro de las comunidades. Desde la Universidad tratamos de educar a los clientes, a los gobiernos y a las comunidades para que la ciudad crezca y mejore estéticamente. También hacemos investigación en turismo e histórica. Hemos creado una Maestría en Comunicación Visual para la carrera de Diseño Gráfico y las investigaciones que realizamos son publicadas en revistas científicas.

- Sandra Navarrete, Universidad de Mendoza, Argentina: Personalmente trabajo como investigadora en dos universidades nacionales y represento también a la Universidad San Martín de Porres, de Lima, Perú. Nosotros notamos que hay bastante interés en la investigación aplicada y en el estudio de casos, pero poco interés en la investigación formal. Los organismos de control de gestión están preocupados por la producción epistemológica de conocimiento. Si no hacemos el esfuerzo nosotros, los diseñadores, nos quedaremos como una disciplina pragmática que sólo investigará en función del hacer. Es hora de que entremos en las grandes ligas y de que hagamos investigación disciplinaria. Tenemos que trabajar con comunicadores para tratar de ver cuál es el estado del conocimiento y cuál el nicho donde podemos desarrollarnos. Hay muchas inquietudes pero poco conocimiento.

- Marcela Vicente, Coordinadora de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de Mar del Plata, Argentina: En mi Universidad venimos realizando desarrollo trabajos de investigación sobre temáticas relacionadas con color y textura. A mis estudiantes les acerco casos concretos de Organizaciones no Gubernamentales e instituciones que ellos conozcan, con el objetivo de traer problemáticas reales al aula. Los responsables de las instituciones van al aula y se ponen en contacto con los alumnos que trabajan entonces sobre estos casos reales. Pero no queremos hacer una “universidad servicio” sino un programa de investigación, pues la mirada que pueden tener los docentes y las instituciones como creadores de conocimientos genera una retroalimentación para las carreras y el compromiso con terceros genera otro compromiso a nivel conocimiento. Este programa fue para abrir nuestras carreras, cotejarlas con la realidad para ver cómo estábamos y con qué contábamos. El trabajo con casos reales en un contexto real aporta a la currícula y es necesario buscar permanentemente nuevas estrategias.

- Representante de la Universidad de San Simón, Cochabamba, Bolivia: En nuestra Universidad hay unas doce facultades. Yo quiero plantear cinco áreas donde se indica la investigación: 1) Capacitación: no podemos investigar sin ello, por lo que hay que crear redes de capacitación. 2) Gestión: no todas las universidades tienen recursos económicos pero sí contamos con recursos humanos;

hay que gestionar con las gobernaciones, alcaldías, con las ligas externas de países europeos. 3) Investigación propiamente dicha: debemos investigar hacia adentro y hacia afuera. Desarrollar la epistemología de las ciencias del diseño aun débil, de tal manera que nuestra investigación sea aplicable y un real aporte al desarrollo socioeconómico y productivo. 4) Transferencia, la forma de llegar al medio. 5) Priorización de temas. Estos cinco factores son fundamentales para poder organizarnos.

- Álvaro Manuel Sánchez Colan, Universidad de San Martín de Porres, Perú: Como publicista considero que la investigación es fundamental pero antes que esto debemos tomar conciencia de que somos comunicadores. Quizás en años anteriores se asociaba a la investigación con búsqueda de información pero la importancia es la aplicación que le vamos a dar y que cumpla objetivos comunes. En nuestra Universidad los alumnos desarrollan campañas reales. La Universidad de Palermo no sólo convoca esta semana pues constantemente comenzamos a ligarnos apuntando a objetivos claros para un beneficio común.

- Luis Cláudio Portugal do Nascimento, Universidade de Sao Paulo, Brasil: Me inquieta la investigación por el tema de la calidad, del rigor científico. Tengo la impresión de que la gran cantidad de nuevos cursos de postgrados, de congresos, no se corresponden con la idea de calidad. Es un campo joven, en evolución y el desafío que tenemos es profundizar, desarrollar criterios de evaluación de calidad y de rigor científico. No basta decir que estoy haciendo investigación hay que tener calidad para calificarla y tornarla útil. En Brasil los congresos de investigación son enormes, pero a mi juicio son infantiles, sin criterio, sin calidad. Hay que tener respeto por la calidad y el rigor, por comprender qué es la investigación, las distintas modalidades, las técnicas para recolectar datos, la manera de inferir conclusiones. En los próximos 20 años deberemos hacer un desarrollo interactivo si queremos hacer cosas útiles que tengan sentido. Tenemos una expansión horizontal muy grande en Latinoamérica; sólo en Brasil tenemos 7 centros de 50 cursos de Diseño en Brasil pero la calidad es muy baja. Decimos siempre que los profesores no leen, pero los alumnos tampoco.

- Rosa Chalkho, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Muchos pensaban que el Diseño iba a transformar el mundo. Yo creo que debemos reflexionar sobre esta carga que el Diseño se ha impuesto a sí mismo porque la responsabilidad de transformar el mundo no le compete al diseño ni a la investigación. Lo que el Diseño se encarga de hacer es buscar soluciones a los problemas; éste es su *modus operandi*. Por lo tanto, la investigación en diseño no tiene como objetivo solucionar un problema sino develarlo en toda su complejidad, con capacidad crítica.

- Marcos García, Universidad de los Lagos, Chile: Hace sólo tres años que me atreví a investigar. Y coincidí con que la calidad en la investigación es un problema. Los diseñadores hacemos productos, es decir que vemos en tres o cuatro dimensiones. Si investigamos seriamente, construimos lenguaje y apoyamos nuestros proyectos, lograremos avanzar. Hay dos investigaciones: una es la que genera conocimiento, artículo, concepto y otra que se traslada a la usabilidad.

• Osvaldo Muñoz Peralta, Universidad de Chile: Creo que no sólo el término investigación es gigante sino el término diseño. Hemos trabajado en investigación y en docencia. Tuvimos cursos especializados pero lo interesante es que nos dimos cuenta de que siempre tenemos que arrimarnos a alguna disciplina con la que poder hacer investigación. Pero tenemos algo que decir propio en el campo del diseño. Diseño es una acción natural al ser humano. La investigación que hemos hecho es para empezar a construir conocimiento. Mucha es investigación histórica, pues no se sabe cuántos diseños son chilenos autóctonos. La única manera que tenemos de hacer investigación es presentándose a un fondo concursable; hemos ido generando fondos que nos permitieron investigar.

• Jorge Castro, Universidad de la Empresa, Uruguay: Siempre me pregunto, ¿por qué la financiación surge para la aplicación y no para investigaciones básicas dirigidas a generar conocimiento? La investigación también pasa por una actualización de la propia docencia y cómo esto se transmite a los alumnos. Hay que estar actualizado. Mi ponencia de este año es la formación de un diseñador con características de emprendedor.

• María Aguirre Tamez, Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco, México: En mi Universidad tenemos la figura del profesor investigador. Tenemos un postgrado en Diseño y hemos comenzado con un grupo de investigación. La investigación en Diseño tiene muchas facetas. Tenemos una inquietud: conceptualizar la investigación no sólo como la búsqueda del conocimiento sino como la búsqueda sistemática de algo que sea nuevo y valioso. Estamos en la búsqueda de ver cuál es la diferencia entre un trabajo profesional y otro de trabajo de diseño. Queremos incorporar los aspectos de la investigación científica con los valores que tiene la investigación en Diseño. Un producto es valioso si tiene que ver con la originalidad y si tiene pertinencia.

• Roberto Céspedes, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Dos aspectos que aparecieron hasta ahora es el de la calidad y el de la especificación. En el ADN del Diseño está el hecho de solucionar un problema pero ¿qué pasa cuando el problema a analizar es el propio Diseño?

• Mara Steiner, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Todos entendemos que la investigación académica en Diseño y Comunicación es un desafío curricular, sobre todo en la medida en que se trata de una disciplina que tiene pocos años de existencia comparada con disciplinas más tradicionales y que tienen por lo tanto con un recorrido más extenso. En el transcurso de este año muchos de ustedes se han comunicado con nosotros manifestando que tienen ganas de investigar pero que no saben por dónde empezar, otros nos decían que sentían que les faltan algunas herramientas metodológicas. Entendimos entonces, en función del *feedback* que recibimos observamos que no se trata solamente del interés de sumarse a un programa sino que hay un interés por cuestiones que van un poco más lejos y que están vinculadas con la inserción de una política de investigación más a largo plazo. Por eso queremos compartir nuestra experiencia de trabajo con ustedes porque estamos convencidos de que trabajando en conjunto vamos a poder enriquecer nuestras discipli-

nas. En este sentido, la Facultad entiende que la investigación en Diseño es todo un desafío. Por eso diseñamos un Programa de Investigación que está dando resultados más que interesantes. Pero doy un paso atrás. La Facultad entiende que este desafío de investigar debe cruzarse con lo curricular. En este sentido la Facultad trabaja desde hace ya varios años en una línea que de alguna manera está conformada por tres grandes áreas de trabajo.

En primer lugar, nos encontramos con un eje de investigación troncal. Esto significa que el estudiante no se encuentra con la investigación en el último período de cursada (cuando tiene que elaborar su Proyecto de Graduación) sino que transita por un eje vertical que incorpora la investigación al interior de la currícula, desde el primer día de clases. Esta articulación vertical comienza en el primer año de la carrera a través del cursado de un conjunto de tres asignaturas denominado “Núcleo de Formación Académica”. En estas asignaturas se trabajan aspectos vinculados a la iniciación a la investigación y la redacción de trabajos académicos, con el propósito final de que el alumno desarrolle incipientes proyectos de investigación y comunicación a los que podrá dar continuidad a medida que avance en su formación.

En segundo lugar, y dentro de esta línea interna, la Facultad alcanzó la consolidación de una amplia política editorial que canaliza y difunde la producción de la Facultad. Las publicaciones de la Facultad están inscriptas en la agencia nacional que otorga el número de estandarización de series [ISSN]; esta instancia además sitúa a la producción de la Facultad en las redes de información científicas tales como la Latindex, Scielo y Dialnet.

Y en tercer lugar, en esta búsqueda de ampliación de las posibilidades de inserción universitaria, la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo implementó dos programas innovadores focalizados en investigación: a) La Licenciatura en Diseño, con una fuerte orientación hacia la actividad investigativa y de indagación y b) La Maestría en Diseño que propone un programa innovador en estudios de posgrado.

Entonces desde el interior de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo venimos trabajando desde hace varios años en estas líneas que cruzan actividades de investigación con lo curricular. Así, llegamos a marzo del año pasado, momento en el que sentimos que era necesario dar un paso más y lanzamos un Programa de Investigación con el objetivo de trabajar junto con el cuerpo docente para instalar la cultura de la investigación al interior de la Facultad.

Este programa integral de investigación está articulado en tres ejes que están interrelacionados entre sí: un primer eje al que denominamos “Tendencias”, un segundo eje al que llamamos “De Capacitación y Asesoramiento” y un tercer eje denominado “Difusión y Visibilidad”.

- Eje 1: Tendencias: A través de este eje el Programa de Investigación organiza los campos de abordaje que interpelan los discursos sobre el Diseño contemporáneo. Una primera acción del Eje Tendencias estuvo orientada hacia la sistematización, a la manera de un mapa, de las áreas temáticas de interés para la disciplina. Esta línea de trabajo intenta dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿Cuáles son las problemáticas que preocupan a la disciplina en la actualidad? ¿En qué espacios es posible encontrar

fisuras que reclamen procesos de indagación? Surgió así una cartografía que facilita una comprensión global de estas cuestiones y que permite articular una multiplicidad de espacios para la investigación. El Programa de Estudios Comparados sobre el que hablamos antes también nace de este eje de trabajo: se trata de formalizar una comunidad latinoamericana de indagación sobre el campo del Diseño a partir de estas tres líneas de trabajo que mencionamos antes: Pedagogía, Sociedad y Emprendimientos.

- Eje 2. Capacitación y asesoramiento: Tiene que ver con la promoción de acciones orientadas hacia la formación y capacitación. En este sentido, este eje de trabajo se orienta hacia la transmisión de herramientas metodológicas para la formulación de Proyectos de Investigación y la creación de una comunidad de investigadores. Desarrollamos ya dos ediciones del Seminario de Formación en Investigación (orientado a docentes y maestrandos) con el objetivo de fomentar la reflexión sobre cuestiones epistemológicas vinculadas con la actividad investigativa.

- Eje 3. Difusión y visibilidad: Promueve e impulsa el intercambio de experiencias a través de espacios de vinculación tales como congresos, foros y publicaciones. Es una parte fundamental de toda política orientada hacia la investigación el garantizar la transferencia de los resultados obtenidos. En este sentido, los profesores que se sumaron al programa de investigación van a presentar una ponencia en este III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño.

Por otro lado, hemos desarrollado ya seis Foros. Los Foros son espacios internos de visibilidad de las acciones desarrolladas. Se trata de espacios de encuentro e intercambio a fin de que cada investigador presente su proyecto a los demás participantes del Programa.

Y por último llegamos a la publicación, una instancia necesaria para garantizar la visibilidad de la producción. Esta es a grandes rasgos la síntesis de nuestra experiencia en este tiempo de trabajo. Hoy la Facultad quiere compartir este modelo del Programa de Investigación con ustedes y para ello les proponemos una Clínica Intensiva que está programada para la primera semana de noviembre, orientada a autoridades académicas de instituciones adherentes al Foro de Escuelas de Diseño. El desarrollo de la Clínica emerge a partir de la demanda que surgió por parte de muchos de los adherentes al Foro de Escuelas de Diseño acerca de este interés por aproximarse a tareas de investigación

• Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Haremos esta clínica abierta y gratuita durante dos días de noviembre, dirigida a las instituciones o áreas que tienen escaso desarrollo en investigación y a las que les interesa investigar. Del mismo modo, haremos una clínica también abierta y gratuita sobre Emprendedores Creativo con el fin de generar desarrollo emprendedor con sus estudiantes.

• Roberto Céspedes, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Quiero puntualizar dos aspectos que figuran en la Carta de Diseño: calidad y especialización. Calidad entendida no como excelencia sino como un proceso. Tenemos que ser conscientes de que somos instituciones de distintos tamaños y envergadura. La calidad debe ajustarse a ambas situaciones, con lo cual la solución esta aquí: entre todos nosotros.

• Jorge Gaitto, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Aquí estuvimos hablando de la necesidad de especializaciones, para tratar de segmentar el enorme campo del Diseño. En ese marco quiero invitarlos en nombre de nuestra Facultad al Primer Encuentro Latino de la Moda –Tendencias en Palermo– los días 10 y 12 de octubre de este año 2012.

Y así terminó una mañana intensa que continuó en la sede de Cabrera, engalanada para el cóctel de bienvenida organizado para todos los asistentes del Congreso. Por la tarde, a seguir debatiendo sobre la pasión que nos reúne: la enseñanza del Diseño.

Red Latinoamericana de Emprendedores Creativos

Retomadas las actividades por la tarde del lunes 30 de septiembre del 2012, primer día del III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, fue el turno de María Elena Onofre, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, quien, en nombre de la Facultad, dijo estas palabras.

• María Elena Onofre: Confieso que es muy gratificante y sobre todo sumamente estimulante este Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño que compartimos desde hace tres años y que tiene su antecedente en nuestro entonces embrionario Foro de Escuelas de Diseño. Durante todo un año nos preparamos -ustedes para venir, nosotros para recibirlos-, compartimos experiencias y trabajamos tomando como punto de partida las inquietudes planteadas entre todos en el encuentro previo y avanzamos a paso sostenido sobre aquellas propuestas que decidimos potenciar.

La Red Latinoamericana de Emprendedores y el Observatorio de Investigación en Diseño son las propuestas que decidimos potenciar. Sobre estos dos ejes centrales se articuló un plan sistemático de abordaje para aplicar innovación y creatividad al modelo de gestión académica. Cuando hace un año, el 25 de julio de 2011, en el marco del II Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, nos reunimos en este mismo auditorio autoridades y académicos de instituciones educativas de Latinoamérica, abrimos un foro de debate en el que reflexionamos, planteamos las necesidades comunes y las dificultades de nuestro quehacer profesional e institucional. En ese espacio de intercambio de experiencias y reflexiones se resolvió crear en conjunto la primera Red Latinoamericana de Emprendedores Creativos. A lo largo de este año de trabajo hemos compartido experiencias, explorado caminos, planificado y realizado actividades de investigación y desarrollo; hemos motorizado nuevas dinámicas y generado espacios de vinculación con protagonistas e influenciadores del campo profesional que nos compete. Estas acciones, sumadas unas a otras, ampliaron las perspectivas de nuestra incipiente Red Latinoamericana de Emprendedores Creativos.

En esta etapa inicial se creó el Directorio de la Red, plataforma a la que se unieron 550 adherentes en la modalidad emprendedores y 80 instituciones educativas en la modalidad adherentes institucionales. En este contexto se puso en marcha el Primer Concurso de Emprendimientos

Creativos al que se postularon 220 emprendimientos en sus categorías Idea-proyecto (90) y Emprendimiento en marcha (130). Resultaron ganadores del concurso: Martín Iglesias con su proyecto Torneo de Ideas - México en la categoría Idea-Proyecto y K-WESKAR de Juan Antonio Concha Sepúlveda y Rodrigo Toledo Soto de Chile en la categoría Emprendimiento en marcha. Los premios a los ganadores se entregaron el día viernes 3 de agosto en el cierre del Encuentro.

En función de todos estos desafíos planteados y en orden a actuar sobre escenarios posibles que contribuyan a una cada vez mayor profesionalización de los graduados con perspectivas laborales sólidas y sustentables, hemos desarrollado una propuesta, la Escuela de Emprendedores Creativos. Queremos presentar y compartir este modelo innovador que propone instalar un puente entre los proyectos de Diseño y la sustentabilidad económica y profesional de los egresados de las escuelas de Diseño de Latinoamérica.

Desde su creación, la Escuela de Emprendedores Creativos ha recorrido un camino de exploración, investigación y acción hasta consolidarse como un espacio único y multidisciplinar que nutre e inspira a estudiantes, profesionales e instituciones interesadas en activar, difundir y acelerar proyectos relacionados con las Industrias Creativas y Culturales.

El proceso de formalización de la Escuela de Emprendedores Creativos comenzó inmediatamente después de la realización del último Encuentro Latinoamericano de Diseño (julio 2011). Convocamos a académicos y profesores conformando un equipo que trabajó intensamente en analizar otras propuestas en el área, en sintetizar todas las acciones que en este campo venía desarrollando la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, en elaborar los contenidos, y en el diseño de la Escuela como proyecto institucional en su conjunto. Pero ¿cuál es la estructura genética, el ADN de la Escuela de Emprendedores Creativos? Existe una nueva manera de abordar las estrategias de negocios. Las industrias creativas aportan al sistema una dinámica propia más vinculada a la realidad y a la innovación que al discurso sobre la productividad y eficiencia de los modelos tradicionales que muestran señales de saturación y agotamiento. En este escenario de certezas “inciertas” el mundo de los negocios reclama, además de modelos de aproximación más intuitivos, mejores respuestas inspiradas en la innovación que aportan los procesos creativos. El modelo que propone la Escuela de Emprendedores Creativos potencia la interacción entre cuatro grandes fases: Idea, Modelo de Negocios, Activación y Aceleración, desde un enfoque innovador que ofrece un puente entre el acercamiento propio de la creatividad y la metodología tradicional del plan de negocios. Esta interpretación acentúa la ventaja comparativa y el atributo distintivo de la Escuela respecto de las propuestas tradicionales de la formación de emprendedores en las Escuelas de Negocios.

La Escuela de Emprendedores Creativos promueve el desarrollo de proyectos personales, profesionales y sostenibles que potencien el surgimiento de emprendimientos culturales, comerciales e incubadoras de empresas.

Siguiendo el enfoque planteado esta mañana por Mara Steiner al presentar el proyecto del Observatorio de

Investigación, verán que en este caso también tomamos como marco articulador del modelo el abordaje a través de 3 ejes multidisciplinares:

1. Eje Tendencias: Exploración de Tendencias en búsqueda de nuevos posibles. Abordar las tendencias sociales desde la perspectiva de un Observatorio de Tendencias Profesionales propone una visión transversal de las ideas más relevantes que influyen y modifican los campos que nos son pertinentes. El Observatorio selecciona, resume, relaciona y organiza las principales ideas y opiniones que mueven a la sociedad del conocimiento haciéndolas accesibles. El Eje Tendencias se articula en dos espacios: a) El Observatorio de Tendencias Profesionales; y b) la Comunidad de Tendencias. Nuestro Observatorio es un espacio de investigación que impulsa la capacidad de observación, de análisis y de cuestionamiento continuo del entorno para situarse un paso adelante de la realidad presente. El mercado reclama profesionales que -además de poseer un alto conocimiento técnico de sus competencias específicas- estén dotados de una visión global, con capacidad de leer el entorno y sus cambios, además de comprender los mecanismos que los generan.

Por otro lado, la Comunidad de Tendencias DC está conformada por un equipo destacado de empresarios, profesionales y creativos que se caracterizan por ser emprendedores líderes en los diferentes campos del diseño, las comunicaciones y la creatividad en los que actúan. Luego compartirán las experiencias profesionales y la visión personal de Hernán Berdichevsky, Gustavo Stecher y Adrián Scurci, miembros del Consejo Asesor de la Comunidad de Tendencias DC.

2. Eje Capacitación, asesoramiento, y tutorías: El área de capacitación de la Escuela de Emprendedores Creativos tiene su antecedente más firme en la incorporación del área de negocios de manera orgánica y curricular en los proyectos pedagógicos de toda oferta académica de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. La Escuela se organiza en Clínicas Intensivas de Capacitación y Laboratorios de incubación.

Las Clínicas Intensivas de Capacitación conforman el eje central de la formación para emprendedores y articulan de manera sistematizada el conjunto de conocimientos necesarios para abordar cada una de las etapas de un emprendimiento creativo.

Los Laboratorios de Asesoramiento e Incubación de Proyectos son espacios de integración, activación y aceleración de emprendimientos, cualquiera sea la etapa en la que se encuentren. Un equipo de profesionales especializados en incubación de emprendimientos acompaña y asesora al emprendedor creativo en su experiencia *entrepreneur*. La Escuela de Emprendedores Creativos plantea cuatro momentos: a) Idea; b) Modelo de Negocios; c) Activación y d) Aceleración. A cada momento le corresponde una Clínica Intensiva y los Laboratorios de Incubación de Proyectos. Sobre estos temas hablará luego Adrián Lebendiker.

3. Eje Difusión, Visibilidad y *Networking*: La Escuela de Emprendedores Creativos promueve e impulsa la difusión y el intercambio de experiencias de emprendedores a través de espacios de vinculación profesional, *newsle-*

ters, blogs, directorios y catálogos en los que participan todos sus adherentes. Hemos tomado acciones de alcance latinoamericano: el armado de un Directorio de Emprendedores y la organización de un Concurso Internacional de Emprendedores. Y también hemos generado acciones propias para la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, que detallo a continuación:

- Generación DC: un espacio de difusión y vinculación profesional online de estudiantes y egresados de la Facultad. Es una red social online que permite compartir con otros estudiantes y egresados su experiencia de vida personal, profesional y comercial. Es un espacio para comunicar los logros personales y profesionales de los emprendedores creativos de nuestra Facultad.
- Catálogo 185 Emprendimientos Creativos de estudiantes y egresados: en el marco de las actividades desarrolladas por Generación DC se ha publicado el catálogo impreso que presenta y describe 185 emprendimientos activos de estudiantes y egresados de la Facultad.
- Feria de Diseño: un espacio de participación en el que los emprendedores ponen a prueba su modelo de negocios al entrar en contacto con su público objetivo y efectuar operaciones comerciales concretas. Ya vamos por la V Edición.
- Programa Trabajos Reales para Clientes Reales (TRCR): En este Programa estudiantes de diferentes carreras analizan, estudian y resuelven necesidades y pedidos de ideas, proyectos, campañas, productos y otras creaciones que diversas empresas, instituciones y organizaciones sin fines de lucro solicitan a la Universidad de Palermo.

Queremos compartir este modelo pues no es casual que la investigación y la actividad emprendedora nos ocupe y nos preocupe a todos. Desde hace años esta Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo integra de manera orgánica y curricular el área de negocios y la investigación a toda su oferta académica. Organizamos también el Programa de Transferencia para compartir con las instituciones adheridas al Foro de Escuelas de Diseño, los aspectos más significativos de las experiencias del Programa Integral de Investigación y de la Escuela de Emprendedores Creativos. En tal sentido hemos organizado dos Clínicas: a) Clínica de Investigación: que se dicta el martes 6 y el miércoles 7 de noviembre de 2012. b) Clínica de Emprendedores: que se dicta el jueves 8 y el viernes 9 de noviembre de 2012

A continuación, Adrián Lebendiker, en nombre de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, se refirió concretamente a la Escuela de Emprendedores Creativos con las siguientes palabras:

- Adrián Lebendiker: la Escuela de Emprendedores Creativos comenzó a funcionar a pleno, con 40 proyectos. El foco de trabajo está puesto en el desarrollo de competencias. Los que participan traen una idea proyecto y nosotros los ayudamos a llevarlo a la práctica mediante diferentes herramientas. Algunos participantes vienen con ideas difusas y otros con ideas en marcha; es decir que compatibilizamos distintos estadios. En principio no hay proyectos con un alto nivel de desarrollo y la Escuela

resulta muy útil para los que sufren estancamiento o crisis en sus proyectos. Los contenidos están estructurados con un objetivo cronológico: se parte de la idea y el objetivo es llevarla al mercado. Son cuatro módulos: 1) puesta en valor de la idea; 2) aspectos que tienen que ver con el mercado; 3) procesos de producción; 4) todo lo vinculado con la ecuación económico-financiera del proyecto. Aparte se trabaja especialmente en el fortalecimiento interior, búsqueda de mejores oportunidades y multiplicación de recursos, incluso de financiamiento. La dinámica de trabajo está orientada a ejercicios y juegos participativos. La teoría se la damos complementariamente para que la lean en su casa. Trabajamos en equipo: los participantes desarrollan un ejercicio individualmente pero luego lo tienen que negociar con cuatro o cinco compañeros; y se van probando varias cosas: capacidad de percepción, flexibilidad, adaptación, para llegar finalmente a una discusión que permita llegar a conclusiones. De esa manera el participante testea y comparte sus ideas y proyectos frente a otros y, a partir de las conclusiones a las que se llega, se mejora la propuesta y luego la confrontan con experiencias prácticas de emprendedores que ya están en el mercado. Estamos teniendo una muy buena devolución y gran participación por parte de los inscriptos.

Luego de estas presentaciones, se abrió la rueda de opiniones de los participantes:

- Representante de la Escuela de Artes y letras de Colombia: Todos los programas de la Escuela son de Diseño, pero nosotros somos de arte; por eso realizamos proyectos transversales juntándolos desde las áreas de mercadeo para que los estudiantes desarrollen productos hechos con materiales reutilizados. Se hace luego una muestra, se exponen y se venden en el mercado; de esta manera los estudiantes están contentos porque el dinero les vuelve al bolsillo. Hacemos una Feria de tres días y en esos días han ganado unos u\$s500. Este proyecto que nació de un trabajo de curriculum oculto, fue creciendo. También realizamos semilleros de investigación: en ellos los estudiantes aprenden la metodología para investigar en Diseño. Se trabaja con elaboración de patentes y de esta manera los alumnos comienzan a acercarse al mercado. Estamos construyendo una oficina de emprendimiento ligada con áreas de administración y economía; y también una asociación de exalumnos de diseño.
- María Alejandra Ricciardi, Universidad del Aconagua de Mendoza, Argentina: En mi Universidad, si bien no se ha formalizado, exploramos recursos humanos para mantener a los egresados dentro de la institución porque son los que más la defenderán en el futuro. Se articuló una disciplina entre la carrera de Comercialización y Diseño donde trabajan de manera real en la producción de lana. La convocatoria fue realizada a los estudiantes que mayor compromiso demostraron, propuesta conjunta del municipio y la Universidad.
- Representante del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colombia: Nuestro Instituto tiene la carrera Diseño Industrial. Quiero destacar el apoyo que brindamos a pequeñas empresas industriales en cuanto al diseño. Estamos tratando de montar un Laboratorio de Diseño para generar impacto en sectores vulnerables de la ciudad.

• Mónica Polanco, Pontificia Universidad Católica del Ecuador: Tenemos una población de 150.000 habitantes. En la Escuela de Diseño se dictan tres disciplinas: Vestuario, Diseño Gráfico y Diseño de Productos. Desde hace ya cuatro semestres hemos formado semilleros de emprendimiento. A través de aportes de escuelas de negocio, de desarrollo de sistemas, hemos formado grupos en los que se intercalan estudiantes de distintas disciplinas. Todos han tenido un poco de éxito. Se comenzó a trabajar un proyecto con el municipio de la ciudad de Ibarra en donde se integra Arquitectura, Diseño, Comunicación Social y otras disciplinas y se está buscando apoyo privado o público para desarrollarlos.

• Carlos Manuel Luna Maldonado, Universidad de Pamplona, Colombia: Nuestro modelo pedagógico incluye que desde el primer año de estudio los estudiantes hacen trabajo práctico en la comunidad. Y como muchos alumnos viajan desde distintos lugares de nuestro país, los orientamos a trabajar sobre empresas de sus ciudades. Esto permitió rescatar ciudades pequeñas con el apoyo de sus municipios.

• Luis Fernando Tellez Jerez, Universidad Tecnológica FITEC, Colombia: En la Universidad de Santander estamos trabajando distintos complementos en la formación, insistiendo en la necesidad del trabajo en equipo. Se le da mucha importancia a la incorporación de nuevas tecnologías ya que éstas presentan nuevas alianzas, por ejemplo, programadores. Permanentemente apostamos a la innovación.

• Roberto Céspedes, Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Llegados a este punto, me interesa generar un poco de polémica: ¿qué hacemos con un estudiante que viene con una idea y nos damos cuenta de que ésta no funcionará como negocio? ¿Los apoyamos? ¿Les decimos que no sirve? Yo creo que tenemos que tener una mentalidad creativa a la hora de pensar un proyecto y una mentalidad pragmática a la hora de concretarlo. Y estas modalidades no siempre conviven en la misma persona. Por eso es imprescindible formar equipos de trabajo. Y los profesores, como guías que somos, los tenemos que preparar para el éxito y el fracaso.

• Representante de la Universidad Autónoma de Baja California, México: En nuestro caso, cuando un estudiante tiene una idea y nos damos cuenta de que no funcionará, en principio lo apoyamos para no desanimarlo, pero luego les pedimos que realicen un estudio de mercado para que se den cuenta por sí solos de que su proyecto no va a funcionar.

• Jimena García Ascolani, Universidad Iberoamericana, Paraguay: Este año hemos concretado el tema emprendedorismo como eje transversal a todas las carreras. Comenzamos a generar un plan de capacitación a los docentes para que sepan incentivarlos en este sentido. En noviembre se hará una exposición en la que los estudiantes presentarán sus proyectos y una vez presentados, la Universidad decidirá cuál de esos proyectos apoya.

• Jorge Castro, Universidad de la Empresa, Uruguay: Creo que debemos preguntarnos hasta qué punto el apadrinamiento es bueno si sabemos que el mercado no apoyará el proyecto. ¿Es tan malo fracasar? ¿Cómo es posible levantarse si uno nunca ha sufrido un revés? Yo creo que tendemos a apadrinar demasiado al estudiante pero

luego, en la vida profesional, esto no sucederá. Creo que debemos apoyarlos en las caídas. Tenemos que ser un guía en sus ideas de negocio y jugar el rol de abogados del diablo para que trabajen con la ley del descarte.

• Agustín René Solano Andrade, Universidad Autónoma de Puebla, México: Muchas veces las Universidades motivan a sus estudiantes en charlas con profesionales tuvieron éxito. Yo procuro que quienes se encuentren frente a los estudiantes no sean tan famosos ni premiados. Tenemos que presentarles otros tipos de personas también, para que conozcan otro término de la palabra éxito; los que cambian de profesión, los que se han jugado, por ejemplo, tenemos un caso de un ingeniero químico que terminó dedicándose a la pintura. Porque el peligro es que, en el camino de emprender hacia la empresa les vendemos que tienen que llegar a ser como Coca Cola o WV. En nuestra Universidad inculcamos a los estudiantes que éxito es que se comprenda lo que hacen. Lo demás viene después. Si quieren dinero, que vendan tacos. La frustración viene cuando el mapa que uno se imagina sobre el futuro no existe. No hay que dejar de pensar para qué estudiamos o por qué.

• Prof. Hernández, Universidad Autónoma de México: En nuestra Universidad se utiliza el modelo de gestión por tutorías. Al igual que un padre, dejamos que el hijo se caiga para levantarse pero lo dotamos de herramientas para saber levantarse; no es lo mismo un fracaso de 100 dólares que uno de 3000. Tenemos que dotar a nuestros alumnos de herramientas de gestión, enseñarles a pensar críticamente y, si se caen, que entiendan por qué se cayó para que no se replique en el futuro.

• Jorge Gaitto, Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo: Ser diseñador es muy importante; no vamos a cambiar el mundo, eso está claro. Lo que está en el centro de la cuestión es el propósito que tenemos. Si los que estamos acá nos sentimos capacitados para guiar a los jóvenes profesionales para que vayan en ese camino, quiere decir o que somos exitosos o que hemos fracasado y por eso conocemos el camino del fracaso. Pero insisto en que hay que tener en cuenta los propósitos: ¿Qué perseguimos? ¿Éxito en la profesión? ¿Éxito económico? ¿Reconocimiento social? Solemos decir que trabajamos mucho y no se nos reconoce como profesión. Yo sería prudente para hablar de éxitos o fracasos.

Panel de Emprendedores Creativos

A continuación, coordinada por el Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Jorge Gaitto, se procedió a presentar la mesa redonda del Panel de Emprendedores Creativos, miembros de la Comunidad de Tendencia de la Facultad de Diseño y Comunicación, integrada por:

• Hernán Berdichevsky, creador de Nobrand, una empresa argentina fundada en el año 2003, con el claro objetivo de desarrollar los íconos urbanos del proyecto Idarg y transformarlos en productos (objetos, accesorios e indumentaria).

• Gustavo Stecher, Diseñador Gráfico egresado de la Universidad de Buenos Aires. Socio fundador junto con

Hernán Berdichevsky de ImagenHB en el año 1995, desarrollando branding estratégico para diferentes clientes en Argentina, Chile, Alemania y USA. Director del área de estrategia y consultoría en Branding, desarrollando proyectos independientes de Branding Cultural y de identidad, a cargo del proyecto de Identidad Argentina “Norbrand”.

- Adrián Scurci, director de Ozono, Estudio de Diseño y Animación. Formado en la Universidad de Buenos Aires como Diseñador de Imagen y Sonido, cursó estudios de Master en Administración y Marketing Estratégico (UCES), y miembro del Concejo Profesional de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Su carrera como diseñador y animador 3D comenzó en 1995 en Imaga.

- Adrián Scurci: El Estudio de Diseño y Animación Ozono empezó por necesidad pues como diseñador quería pasar del lado operativo al estratégico para alargar la carrera profesional. En el campo de Diseño, en gestión hubo un cambio de paradigma muy grande cuando Internet rompió las barreras geográficas. Esto también atomizó el mercado y la cultura del emprendedor pudo florecer. Lo que antes se hacía con 80 mil dólares ahora se hace con 1000. En la primera etapa, al comenzar a armar un emprendimiento, se es a la vez estratégico y operativo; luego nos gana lo estratégico y es entonces que pasamos, de ser diseñadores a ser emprendedores. En este sentido, la Facultad es siempre orientativa y no formativa, pues muestra un poco de todo; luego cada uno encuentra su camino. Personalmente creo que no se puede ser estratégico sin pasar por lo operativo.

- Hernán Berdichevsky: Yo creo que si uno está muy bien en lo que hace se instala en una franja de comodidad y no se pone a pensar en algo nuevo. Con Gustavo Stecher, mi socio, nunca pensamos ser emprendedores, pero los factores económico-sociales tienen mucho que ver. En Argentina, en el año 2001 hubo una crisis terrible. Nosotros veníamos trabajando bien los siete años anteriores, trabajando en identidad, un tema que nos interesaba mucho. Pero la situación nos robaba las esperanzas. Nos pusimos más serios y tratamos de auto-consolarnos y esto fue una herramienta cultural que luego se convertiría en un producto comercial sin dejar de lado ni pensamientos ni personalidad. Ninguno de nosotros fue educado para ser emprendedor. Hoy, después de 20 años de recibirme, estoy dejando lo que me gusta hacer y tardé en 15 años en lograr, que es diseñar, para entender otras herramientas que me forman como emprendedor y empresario. Los obstáculos son nuevos desafíos. La paradoja es que antes quería ser jefe, ahora quiero volver a ser diseñador.

- Gustavo Stecher: A mí me sigue sorprendiendo ser emprendedor. Yo recuerdo mi formación, a los 20 años y, si me hablaban de emprendedorismo, hubiera sido lo mismo que si me hablan hoy de física cuántica. Pero los años nos llevan a una madurez que hace necesario crecer. Es lógico que después de 15 años de hacer diseño directo sed quiera cambiar la escala y hacer trabajos, formar un equipo, diseñar estrategias y no piezas. Pero dirigir un equipo no se aprende en Photoshop ni en Metodología III. En nuestro caso nos tuvimos que poner a estudiar este nuevo campo. Comenzamos por interactuar con otros profesionales y a consultar expertos para ver cómo dise-

ñar un proyecto. Hoy tenemos un estudio grande. Lo que nos apasionaba era poder plasmar la identidad argentina en una iconografía, y lo logramos. Le dimos formato de marca. Sucede es que cuando se salta la escala y se tiene que coordinar equipos hay que comenzar a trabajar en otros factores: vincularse con abogados, con contadores, con todos los que hacen al proceso empresarial. Entonces el desafío pasa a ser cómo seguir diseñando. En la actualidad, en nuestro Estudio, diseñamos más estratégicamente, desarrollamos proyectos que nos parecen interesantes y se transforman en emprendimientos rentables.

- Jorge Gaitto: Hace ya años que muchas instituciones nos preocupamos por formar diseñadores y no “choferes de mousse”. Pero ahora hay que dar un paso más: es necesario formar a nuestros estudiantes no sólo como emprendedores sino también como estrategas. Esta especialización de la formación debe unirse a los que se especializan en diseño pues no siempre los diseñadores van a ser estrategas.

- Adrián Scurci: No creo que todos quieran ser estrategas, básicamente cuenta la limitación propia, ya que no todos quieren manejar gente; es algo que tiene que ver con lo aptitudinal y con lo actitudinal. Todo diseñador tiene una cuota de artista interno pero también sabe que hay a veces hay que poner verde porque la hija del dueño quería verde. Uno tiene que saber hacia dónde quiere ir. Para convertirse en estrategia hay que dar un salto, cultivarse, no sólo estudiando teoría, educándose, también formándose una historia de vida interesante. En el Estudio a veces había diseñadores creativos muy buenos a quienes, si yo les pidiera que liderasen el equipo no querrían, porque ellos quieren hacer personalmente sus diseños.

- Hernán Berdichevsky: las generaciones de estudiantes de hoy distan años luz de las nuestras. Pongo de ejemplo a Alejandro Ross, un gran diseñador argentino, que tardó 17 años en convertirse en lo que es porque la velocidad de la transmisión no era del día a la mañana. Uno iba trabajando mucho en la identidad personal y cuando llegaba la madurez podía salir a operar sobre muchas cosas. Hoy esos pasos son muy rápidos. En nuestro Estudio el desafío es entender qué es lo que quiere un diseñador recién egresado, ya que los tiempos son muy rápidos. Si no aprovechamos el conocimiento de las nuevas generaciones, estamos mal. En unos cinco meses nos damos cuenta de si este joven quiere crecer o no, si les interesa o no. Los que trabajan en nuestro Estudio siempre tienen la misma edad: el que crece es uno.

- Adrián Scurci: Un factor muy importante es el miedo: hay gente a la que el miedo paraliza y, a otros, los moviliza. Las generaciones de ahora tienen mucho miedo a la no actividad; la incertidumbre los moviliza. El futuro y la incertidumbre hacia el futuro no los amedrenta, las relaciones son cada vez más cortas. Armar un equipo lleva dos o tres años y esto es incompatible con los tiempos de las nuevas generaciones. Este constante movimiento canibaliza el trabajo. Y, para agregar dificultades, cotizar intangibles es algo muy complicado.

- Gustavo Stecher: Un problema muy importante que yo veo es que en Diseño no se aprende la importancia del trabajo en equipo. En ese sentido, incluso a nosotros nos llevó mucho tiempo sentir que lo que pensábamos pero

no dibujábamos también era nuestro diseño. Sería importante remarcar esto desde el principio de la formación.

- Adrián Scurci: En un sentido, el primer emprendedor siempre es uno. Yo, por ejemplo, salí de la Universidad queriendo pagar las expensas y el supermercado con mi trabajo. Ahí me di cuenta de que me habían enseñado muy poco a vender lo que me había aprendido a hacer. El Diseño es un proceso donde alguien te contrata para tener soluciones. Está lo artístico pero también lo monetario. Es verdad que yo hice un trabajo de identidad propia fuerte pero esto económicamente me reditúa.

- Gustavo Stecher: Y lo más interesante es cuando el cliente siente que el diseño que le proponemos es propio. Sabe que no lo dibujó pero ahí está lo que él quería.

- Hernán Berdichevsky: Doy un ejemplo: hace dos años íbamos incorporar a un diseñador ecuatoriano de 19 años, que recién empezaba y ya había ganado dos premios. Pero vivía en una ciudad de 50 mil habitantes, sin muchos recursos. Sinceramente, me dio miedo pues me dije: le voy a dar conocimientos sobre cosas que ya están pasadas para él cuando él podía estar en lo cierto sobre el futuro en un montón de cosas. Y quizás, así lo destruyo porque le quito toda la frescura de alguien que no nació en una mega ciudad.

- Gustavo Stecher: Doy otro ejemplo: hace un par de años ganamos un concurso para trabajar sobre la identidad de una ciudad. Se creó una discusión: por qué nosotros podíamos justamente crear la identidad de una ciudad. Luego nos dimos cuenta de que era que nosotros íbamos a aportar la identidad: aportaríamos las herramientas de diseño y comunicacionales. Trabajar sobre el pensamiento lateral hace que la gente piense diferente. Los procesos lineales en diseño llevan a resultados lineales. Los procesos más amplios te llevan a lugares más grandes. La experiencia es lo más interesante que puede tener un estudiante.

- Hernán Berdichevsky: En un mundo globalizado la identidad es un bien de un valor enorme y es fundamental poder trabajar sobre ella, tanto a nivel personal como de un país. En la actualidad, el primer mundo mira Latinoamérica por la potencialidad que tenemos; esto es nuestro valor agregado. Cada uno lo tiene que descubrir y operar no sólo personalmente sino como territorio: operar como un continente con propia identidad.

- Adrián Scurci: Yo recuerdo que un día vino una persona al estudio que quería aprender a tener buen gusto. Yo pensé decirle: nacé de vuelta, no te vino el buen gusto; no es algo que se aprenda. Tenemos que saber cuáles son nuestras propias limitaciones y dedicarnos a fortalecer nuestras fortalezas pues los limitantes están y es muy difícil superarlos. Por ejemplo: hay diseñadores que tienen más de artistas que de diseñadores; esto hay que saberlo. Somos esclavos de nuestras propias conquistas; las empresas tienen el tamaño de su dueño y llegan hasta donde el dueño quiere. Para crecer más hay que aprender a delegar y entonces sentimos que la empresa deja de ser un poco nuestra. Es entonces que nos gana el empresario; sentimos que cada vez tenemos menos control de todo. A quienes me preguntan qué es el Diseño yo les respondo que es un término que está muy bastardeado; yo creo que tiene una parte de profesión pero también es importante cómo uno se toma la vida. Yo me siento diseñador todo

el día: desde los objetos que elijo para mi casa hasta las propuestas que diseño.

- Hernán Berdichevsky: Si yo me tuviera que definir diría que soy un vendedor de pasión. Es muy difícil vender algo y no se enseña en ninguna universidad. Pero más difícil es vender algo que es mentira. No me considero un creativo: encontré una manera de solucionar los problemas con cierta inteligencia.

- Gustavo Stecher: A mí no me preocupa el vender o el no vender. En la empresa contagiamos entusiasmo y, cuando uno puede contagiar el entusiasmo, resulta tan fácil como vender agua en el desierto. En mi caso no pude decidir ser diseñador. Fue al revés, me llegó, no podía ser otra cosa; es una actitud que uno disfruta. EL diseño es un plan mental, una estructura de pensamiento.

- Jorge Gaitto: Los diseñadores estamos todos enfermos y si no lo estás te vas a contagiar. Hay que tener el virus del Diseño adentro. Estamos todo el tiempo haciendo cosas que los demás no entienden. Yo recuerdo que cuando iba al consultorio de mi odontólogo le robaba las hojas de las revistas porque para algo me iba a servir ese rojo, o ese amarillo que aparecían en ellas. Aún hoy miro una nube o manchas de humedad y veo formas, figuras. Cuando desde la docencia podemos meterle este virus al estudiante, podemos decir que ya lo formamos; que nuestra tarea de educadores está cumplida.

- Adrián Scurci: Para mí no hay cosa más aburrida que un diseñador que sólo habla de Diseño; a veces ganar proyectos es no hablar de Diseño. Por eso, la Universidad tiene que ser formativa pero también orientativa y brindar riqueza cultural. El diseñador es una esponja que necesita de esto.

- Berdichevsky, Scurci y Stecher impactaron al auditorio con sus palabras y sus experiencias. A ninguno de los educadores presentes les quedó duda de la importancia que tiene en la actualidad formar a nuestros estudiantes en emprendedorismo.

La tarde del día lunes se adentraba y con ella llegaba la Ceremonia de Apertura del III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño.

Acto de Apertura del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

La escena es contundente: un auditorio repleto de educadores de todas las nacionalidades. En red, en el Salón de Usos Múltiples (SUM) de la Universidad de Palermo, también repleto, los participantes se preparan para escuchar la esperada Apertura que también será vista en varias pantallas de la Planta Baja de la sede central de la Universidad ya que la expectativa es enorme.

Para dar la bienvenida a todos, han sido invitados a hablar a los presentes tres miembros del Foro de Escuelas de Diseño: Rebeca Isadora Lozano Castro (Coordinadora de la carrera de Diseño Gráfico, Universidad Autónoma de Tamaulipas, México), Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza (Directora de Investigación del Departamento de Arte, Universidad Católica del Perú, Perú) y Edward Zambrano Vicerrector de Investigación y Desarrollo, Corporación Escuela de Artes y Letras, Colombia)

A continuación se transcriben sus palabras:

• Rebeca Isadora Lozano Castro: Buenas noches a todos ustedes, compañeros colegas. Sean bienvenidos al III Congreso Latinoamericano de la Enseñanza del Diseño, aquí, en la Universidad de Palermo. Evento que tiene un significado muy especial para mí por haberme abierto las puertas en Argentina desde hace tres años. Aquí, el Diseño fluye y se respira en el ambiente; los proyectos y experiencias que venimos a compartir hacen de este encuentro algo sumamente enriquecedor para todos. Además, vengo a compartir el trabajo que actualmente se ha venido haciendo a nivel nacional en mi país, México, y en mi Universidad. Me refiero al Examen General de Egreso (EGEL - DISEG) en conjunto con el CENEVAL, en el que llevamos la mitad del camino recorrido y que, particularmente, hemos traducido en funciones, áreas y tareas profesionales, que se plantearon bajo ciertos medios para la validación social del perfil del Diseñador Gráfico. Por ello, dentro de mi Universidad (la Universidad Autónoma de Tamaulipas - Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo) estamos haciendo ajustes pertinentes dentro del Mapa Curricular considerando lo que les comento, con la finalidad de obtener mejores resultados en el perfil de egreso en los estudiantes. Esto entre otras novedades. Agradezco su presencia, la cual me estimula y anima al ver toda esta gama de cultura, ideas creativas, personalidades y avances logrados. Es para mí un honor venir representando a mi Facultad, a mi universidad y a mi país.

• Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza: Me referiré en esta ocasión a La Enseñanza del Diseño, en los siguientes términos:

1. El aprendizaje significativo. La enseñanza del Diseño, con las particularidades requeridas por cada situación formativa y cultural, tiene el aprendizaje significativo del estudiante, futuro diseñador, en el centro de sus decisiones y acciones. El futuro diseñador aprende a responder a situaciones y demandas; a posicionarse en el mercado, la sociedad y la cultura con propuestas de diseño sustentadas, funcionales, originales y enriquecedoras; aprende a adelantarse a las tendencias generales de desarrollo. Pero la clave de la respuesta rápida del diseñador a los cambios que ocurren en la sociedad y la profesión es el aprender a aprender; lo es también para una comprensión amplia de la cultura, de la gente y de sus horizontes de expectativas y realizaciones, y de la acción del diseño como agente activo en la dinámica social y cultural.

2. Los ítems formativos. La formación de diseñadores es el primer lugar de encuentro con el contexto profesional: un espacio de enseñanza y aprendizaje, recorrido por interrogantes y desafíos, abundante en experimentos y estrategias. Es un espacio de conocimiento y de generación de competencias. Los jóvenes diseñadores construyen y verifican sus conocimientos, los confrontan con la realidad que es y la que será, se proyectan hacia el mundo que a su vez se transforma rápidamente, desarrollan el saber, el saber hacer y el saber ser. Es también un espacio de investigación, con una constante actividad de documentación, análisis e interpretación de datos. Todo diseño se produce en determinado contexto histórico, geográfico y cultural: hay un aquí y ahora que se manifiesta en todo proyecto de diseño. Este entorno, la cultura material y espiritual de una comunidad, genera

una visión del mundo y estilos de vida, con criterios y referencias culturales. Para comprender el tipo de vínculos que el diseño establecerá estratégicamente con el contexto, el estudiante deberá conocer la cultura contemporánea e investigar el imaginario colectivo. Al mismo tiempo deberá conocer el mercado, sus parámetros y su dinámica. Deberá conocerse a sí mismo y el modo en que el contexto personal opera en sus proyectos, tomar conciencia y evaluar sus valores y referentes, su imaginario particular, su identidad como comunicador y creador de diseño. En este marco de conocimientos, el estudiante diseñador realizará proyectos, construcciones estratégicas que resultan del ejercicio de las competencias adquiridas y de su uso sociocultural. Actualmente, la formación de diseñadores gráficos no puede prescindir de la evaluación permanente de la dinámica profesional en el contexto nacional e internacional, o de los modelos de formación en los campos del diseño de otros centros de estudios. Éste es el gran interés de esta convocatoria, el conocimiento de otros modelos formativos, aportando a la formación de un diseñador con competencias complejas, capaz de adaptarse a las situaciones laborales y seguir aprendiendo e innovar en su campo, con una visión humanística y responsabilidad social.

3. El proyecto de formación en Diseño en América Latina. Los resultados de este esfuerzo conjugado de intercambio de conocimientos e investigación didáctica se proyectan hacia la creación de las condiciones de un aprendizaje significativo del Diseño en América Latina, respaldado por recursos formativos varios:

- La integración del Diseño con otras disciplinas, en una visión inter y transdisciplinaria.

- El ejercicio de la interculturalidad en la comunicación y construcción de realidades, con respeto de la diversidad cultural.

- La interacción de los medios tradicionales de creación y producción con los nuevos medios tecnológicos.

- La implementación de los recursos de la educación virtual y de los medios sociales.

- El desarrollo de proyectos reales, con efectos reales.

- La inserción del Diseño como actividad proyectiva en la sociedad, en beneficio de la comunidad.

- El funcionamiento de estructuras didácticas adecuadas y proactivas.

En el proceso, los mismos docentes se forman como investigadores, gestores y especialistas en una educación superior en permanente renovación, atenta a las nuevas condiciones, necesidades y expectativas de esta sociedad de la comunicación e interacción. En la actualidad, la formación de Diseñadores Gráficos en América Latina toma como referentes las exigencias presentes y futuras del mercado, así como el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación y producción, en un enfoque preocupado por las características socio profesionales de la profesión, que apunta hacia el posicionamiento laboral del Diseño y del diseñador en la sociedad contemporánea. Pero, al mismo tiempo, está desarrollando un enfoque estratégico que se interesa por la identidad y la acción cultural del diseño, con miras al planeamiento de las acciones formativas en función de la cultura local o regional. Es un enfoque que le asigna un lugar importante a la construcción de valores y al rol que el diseño

desempeña en ella. Los dos lineamientos son mediadores de la calidad de vida de la comunidad latinoamericana, a través de los vínculos productivos y reflexivos que el diseño establece con la comunidad. Consideramos que estos dos lineamientos han de ser funcional de manera conjunta. Además, consideramos que hace falta desarrollar un tercer lineamiento, la valoración del diseño para la visión de mundo. Esta consideración es imprescindible si se quiere formar diseñadores reflexivos, creativos, con valores humanos y culturales, capaces de comunicar innovando y educando a la gente.

4. La esencia de la enseñanza-aprendizaje del Diseño. En este marco conceptual y estratégico, la formación de diseñadores se define como una carrera profesional de competencias estratégicas, creativas y técnicas, centrada en la creación y comunicación gráfica en interacción con el contexto; organizada sobre los fundamentos de los vínculos entre artes, humanidades, tecnologías y ciencias de la sociedad y del mercado; generadora de proyectos comunicativos en los cuales colaboran métodos de investigación, creación y producción, así como de articulación con la situación de comunicación y mercado.

5. El perfil del estudiante. Para llegar a la meta, la enseñanza del Diseño deberá orientar al estudiante en el desarrollo de su espíritu analítico, de una gran curiosidad por el mundo que lo rodea y de la actitud que lo lleve a diseñar estratégica y creativamente. La vocación y los conocimientos teóricos y prácticos son importantes, pero también la manera de buscar y procesar la información, la disciplina, la constancia, el ingenio, la sensibilidad y expresividad, la capacidad de innovación, la conciencia crítica y la búsqueda de originalidad. Para desarrollar este perfil, durante la formación, el estudiante deberá contar con una estructura didáctica y pedagógica capaz de proporcionarle una sólida base cultural, estética y técnica.

6. Conclusiones. Concluimos esta breve presentación enfatizando que a enseñanza del Diseño asume en la actualidad las exigencias de una nueva manera de enseñar y aprender, por las nuevas condiciones que se están dando en el mundo, por lo cual aborda la formación de diseñadores gráficos no sólo para capacitar a los estudiantes con conocimientos y competencias profesionales, sino también para ayudarlos a crecer, como seres humanos, como creadores de arte y cultura, como artífices de la cultura visual. Se preocupa por crear las condiciones de una autogestión de la inteligencia creativa y productiva de los estudiantes, facilitando su auto-organización y apoyando sus proyectos más allá de las salas de clase. Se interesa por incrementar los vínculos de la formación con los diferentes contextos con los cuales el diseñador interactúa, con el mercado, con su ámbito profesional, con el ámbito internacional de la investigación en el campo del diseño. Es una enseñanza que está encaminada a ofrecer una mayor calidad formativa en la cual todos participamos.

• Edward Zambrano: Una vez más estamos aquí. La Universidad de Palermo nos abre sus puertas para hablar acerca de la vocación: la educación. La mayoría de nosotros somos diseñadores y comunicadores por formación pero docentes por vocación. La calidad, las nuevas herramientas, las funciones de la academia; nada mejor que escuchar y escucharse al confrontar experiencias, deseos y expectativas que, aunque con perfiles diferentes, son

comunes a todos. El perfil del que quiere ser diseñador ha cambiado; su relación con el saber, con el espacio, el tiempo y el otro. Por eso debemos enfrentar nuevos desafíos para cautivar y así formar en Diseño. Este evento de investigación formativa (es decir, para la academia) se constituye como modelo para repensar el proceso de enseñanza-aprendizaje, para repensar las herramientas, es decir la pedagogía, la didáctica y para globalizar dentro del mundo globalizado. Es posible que frente a esa caracterización, evento de investigación formativa, no hayamos sido concientes pero así es: ¿cuántos estudios comparados, experiencias significativas y otras manifestaciones de información sistematizable hemos visto y veremos? Entonces resta asumir lo analítico y lo sintético del proceso para que los resultados sean concordantes con la información recibida. El evento cada vez tiene más resultados particulares, observatorios, comisiones, redes y foros cada uno de ellos con oportunidades maravillosas de impactar sobre el estudiante. Una gran oportunidad para aprovechar el registro y la conciencia de diseño para optimizar el quehacer de la Universidad (eso es investigar) año tras año se viene filtrando cuando se presente y año tras año crece la construcción de lo nuestro a partir de lo de cada uno. Desde lo sociológico es una muestra de trabajo sin egoísmo, sin exclusividades. Es cierto que lo visible es magnífico pero mayor es lo que no se ve en estos tres días pero se ejecuta en medio de imbricaciones interinstitucionales e infra-institucionales que viven durante todo el año. Es claro para todos que el impacto del Congreso Latinoamericano de la Enseñanza del Diseño que organiza la Universidad de Palermo cada año se ve reflejado en las aulas y en las instituciones que de manera diferente se apropian de lo expuesto en dicho Congreso. Así que bienvenidos a todos a esta construcción de academia y con más alegría lo digo porque sólo puedes dar la bienvenida cuando sientes que estás en lo tuyo, lo nuestro, entre todos nosotros.

Mesa de Honor

A continuación de estas palabras a cargo de los tres prestigiosos integrantes del Foro de Escuelas de Diseño, y para dar apertura oficial al III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, se dirigieron a los presentes los invitados a la Mesa de Honor, Andy Cherniavsky, Gustavo Domínguez y Marcelo Salas Martínez. Los tres han recibido el Premio Estilo Profesional entregado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo a profesionales y empresarios que actúan en los diversos campos del diseño y las comunicaciones y que se han destacado por convertirse en emprendedores creativos y exitosos. Son también integrantes de la Comunidad de Tendencias de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Sus perfiles profesionales son los siguientes:

• Andy Cherniavsky: desde su Estudio ACH realiza campañas de publicidad con las principales agencias del país y del exterior. En fotografía de moda realiza las campañas de indumentaria de las principales marcas de la República Argentina como: Yves Saint Laurent, Christian Lacroix, Pablo Ramírez, Wanama, María Cher,

Breeder's, Key Biscayne y Cacharel entre otras. En el mercado editorial, es la editora fotográfica de las Revista G7 y desarrolla notas y tapas de las principales revistas y diarios del país.

- Marcelo Salas Martínez: Psicólogo, emprendedor y dueño de la cadena de cafeterías que lleva su apellido y que su abuelo fundó hace más de 75 años. Junto a su hermano y mediante un sistema de franquicias, lograron expandir el negocio a cien sucursales que hoy cuentan con unos mil empleados.

- Gustavo Domínguez: Es Director Comercial de Cono Sur Seagrams (Chivas Regal, Blenders, Mumm, Bianchi, San Telmo). Presidente de Allied Domecq Argentina y Brasil. Fundador de SABIA SA (Bols, Teachers, Jack Daniels, Reserva San Juan, Duc, Calvet, Sauza, Finlandia). Venta al Grupo Campari de Italia y consolidación del negocio con la incorporación de Cinzano, Old Smuggler. Presidente de la AAM (Asociación Argentina de Marketing). Director de Curso de Posgrado en la UB.

De manera desestructurada pero intensa se dirigieron a los presentes con las siguientes palabras:

- Andy Cherniavsky: Yo tengo una historia particular con mi trabajo como emprendedora en fotografía ya que no tuve la opción de ir a una Universidad o cursar estudios terciarios. Comencé estudiando por mi cuenta y leyendo revistas de fotografía en inglés que traducía justamente para aprender esa lengua. Recuerdo que en la cocina de mi casa preparaba rouges, utensilios, ropas y así armaba mi set fotográfico. En aquel momento hubiera agradecido profundamente la posibilidad de tener una Universidad que me sustentara para encarar un emprendimiento creativo. Por eso, estando en la Universidad de Palermo, una las cosas que más me llamó la atención es un pequeño librito sobre 185 emprendimientos creativos. Me shockeó porque esa enorme cantidad de emprendimientos nacieron de este semillero que propicia la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Y confieso que me dio un poco de celos; es algo de una dimensión impresionante. Todo lo que tiene que ver con Diseño, emprendimiento y fotografía tiene sinergia. Como fotógrafa tengo un socio directo que es el diseño que viene apuntado con el 3D, la animación, el cine, la escenografía, el vestuario. Pero el Diseño es el cóctel explosivo. Quiero relacionar esto con estos emprendedores que me llamaron la atención. Recordar la enorme curva que tracé desde que puse mi pequeña empresita donde sacaba fotos en las plazas a mamás con sus bebés, hasta llegar a lo que soy hoy: una emprendedora. Todo lo que he emprendido y he hecho ha estado inmerso en mucho estudio, más allá de que yo soy autodidacta. Mi historia sigue paso a paso: desde aquellas plazas a trabajar sacando fotos de músicos del rock nacional. Espero tener pronto mi tercer libro publicado y en este momento trabajo lo que me gusta: teatro, campañas de belleza, lo *fashion*, moda, diseño, diseño gráfico. Me encanta diseñar y la fotografía me permitió incursionar en diferentes lugares, incluso a la filmación de cine publicitario.

- Gustavo Domínguez: Una persona que diseña quiere dejar su marca en el mundo, en una pequeña historia, lo mismo que un artista. A mí me sucedía que yo a veces no

encontraba lugar para desarrollar mis intereses y por eso tuve que emprender solo, aprendiendo de las experiencias de otros, que a veces tienen realidades alejadas de la lo que sucede en Latinoamérica. El Diseño nos conecta con la realidad cotidiana y nos permite hacer una empresa en una realidad accesible. Es como cuando uno se coloca una meta: tiene que ser ambiciosa pero si es demasiado alta no se llega nunca y puede ser frustrante. La pregunta es: ¿cómo relacionamos una carrera con la posibilidad de ser emprendedor? La primera condición es mirar hacia adelante con fe y entusiasmo. No olvidarse nunca de los fracasos, tratar de convivir con ellos. Las personas a las que les va bien, han fracasado y han aprendido a convivir con este fracaso. Los que tienen una vocación y la siguen han dado un primer paso hacia el éxito, más allá de sus circunstancias. Esa es la característica de un emprendedor: tener vocación, perseverar y asumir que el fracaso es una de las opciones. Insisto en esto porque en general se prepara a las personas para el éxito pero muchas veces los pequeños fracasos son los escalones para alcanzar el éxito. Por eso, escuchar experiencias de otros, en lo que les fue bien y en los inconvenientes, es fundamental. Cada experiencia de emprendedor tiene su particularidad. En mi caso hice mi primer emprendimiento cuando abandoné la compañía donde estaba, cansado de viajar y no ver crecer a mis hijos. Me fui a vivir a Cariló (localidad balnearia en la provincia de Buenos Aires, Argentina) y puse dos negocios al público relacionados con el mundo de la bebida. Subsistí dos años maravillosos, pero entre el 2000 y el 2002 la Argentina no atravesaba su mejor momento y tuve que dejar mi emprendimiento y volver a trabajar para otros. Y obtuve una enseñanza: hay que elegir bien el momento para encarar un emprendimiento pues una buena idea llevada adelante en el momento inadecuado probablemente salga mal. Lo mismo sucede con las experiencias de terceros: cada uno tiene su singularidad, tiene que respetar su propio estilo y creer en las propias convicciones. Lo único que nos hace llegar a destino es la diferenciación, esencia del marketing y de la comercialización. En mi caso, volví a trabajar en una multinacional hasta que se vendió y nos quedamos nuevamente sin trabajo. Entonces empecé a hacer un proyecto de emprendedor: no heredé un negocio, vi una oportunidad con marcas de bebidas alcohólicas que no tenían dueño. Rentamos una planta y empezamos a trabajar desde cero, con un concepto de equipo, pues éramos todos los que nos habíamos quedado sin trabajo. Elegí un buen momento, tenía un equipo de gente que nos permitió tener una planta de 13.000 m². Teníamos profesionales en todas las áreas que eran socios de la compañía; es decir que formamos una cooperativa de gerentes. Entre todos pusimos el dinero y empezamos la empresa. Nos fue muy bien, tuvimos un desarrollo rápido. Las claves: oportunidad, estrategias, simplicidad, trabajo en equipo. Con 6 millones de pesos de capital construimos un activo de 40 millones. Es fundamental que en un emprendimiento existan profesionales que sepan de números. En nuestro caso, crecimos, nos tocó nuevamente la crisis del 2008 a nivel mundial y nos aparejó un enorme riesgo financiero. Pero, hay que tratar de sacar el beneficio de las crisis. En ese momento recibimos una propuesta de Campari y nos hicimos socios por un tiempo: pasamos de ser una

PYME (Pequeña y Mediana Industria) a ser socios de una multinacional. Podemos sacar como conclusión que hay que tener flexibilidad para hacer negocios en esta región y que la soberbia destruye más negocios que la competencia. Hay que saber adaptarse, el negocio inicial no siempre se puede llevar a cabo. Estamos inmersos en un modelo mundial que nos ofrece todas las posibilidades. Una persona que lee una edición dominical de un diario recibe más información que la que recibió un ser humano en la edad media durante toda su vida. Una persona que transita por una gran ciudad invadida por la publicidad, ve 35.000 impactos de marca en un día. El mundo es un océano de información con la profundidad de una laguna, por eso hay que profundizar en lo que nos interesa. El que no entiende el todo fracasa, lo que no significa ser especialista en todo. La globalización nos trae un mundo más cercano para interrelacionarnos y esto incluye sufrir las crisis o disfrutar los beneficios.

• **Marcelo Salas Martínez:** Yo quiero agradecer a quienes hablaron antes de mí y agradecer especialmente a la Universidad de Palermo por brindarnos a empresarios y emprendedores la posibilidad de acercarnos a los estudiantes ya que esto posibilitará un cambio profundo en Argentina y toda Latinoamérica. Mi pregunta, para mí mismo, es: ¿qué hace un psicólogo que sabe de café hablando en un Congreso de Diseño? No lo sé muy bien. La historia de mi compañía es simple, es una empresa familiar. Antes era casi un comercio con distribución de café, con alguna época de gloria. Pero cuando yo comencé no. Cometí muchos errores. Pensábamos, allá en el 92 que teníamos que hacer algo con marketing, una publicidad para todo el país, en el canal de televisión estatal (ATC). Teníamos un negocio en Talcahuano al 900 que era también una pequeña distribuidora de café. Entonces, llamamos a una compañía de publicidad; le pagamos 60.000 dólares y pusimos una publicidad que –luego me daría cuenta– no tenía sentido. Era un señor que apretaba un botón y llamaba a la secretaria, preguntándole: “Susana, ¿llegó Martínez?” “No, doctor”, decía la secretaria. Y luego, aparecía el slogan: “Café Martínez, lo mejor para su empresa”. Como se imaginarán, tiramos todo el dinero y seguimos cometiendo errores hasta que alguna vez acertamos. Nos pasó que decidimos cambiar porque no nos encontrábamos a gusto simplemente vendiendo café a cafeterías; queríamos vender un buen café y que estuviera bien servido. En los años 90 las experiencias de café no eran las de hoy. No había aroma a café y nosotros queríamos vender café en un ámbito donde hubiera aroma de café. En el local de Talcahuano al 900 convidábamos café y empezamos a venderlo en pocillos. Ese desarrollo, del año 94, fue la primera cafetería gourmet de la Argentina y del mundo. Y después lo que yo personalmente hice fue empezar a ver qué necesitaban los clientes. Cuando supe hacer eso se lo enseñé a otro. Empezamos siendo 12 personas y hoy ya somos más de 1000. Empezamos con la herencia de un local pero también con un legado de principios, de cómo hacer las cosas en la vida. Hoy me encargo de pensar cómo hacer para dejar un legado a los que hoy están trabajando conmigo.

• **Jorge Gaitto:** Desde el incipiente proyecto que tuvieron, ¿cómo piensan nuevos proyectos hoy, siendo ya empresarios exitosos?

• **Andy Cherniavsky:** En mí es casi una necesidad generar nuevos proyectos; soy una persona totalmente espontánea y vocacional. Si no lo hiciera, me moriría. Además me divierte, me hace bien. Tuve proyectos exitosos, otros no tanto y fracasos también.

• **Gustavo Domínguez:** Tenemos que ser concientes de que podemos tener muchas ideas pero no se pueden llevar todas a cabo. Lo más importante es respetar las características de cada uno. A mí me cuesta mucho dejar algo a la mitad. Con respecto a los proyectos, me parece sustancial tratar de definirlos. Hay que darles tiempo a los proyectos para saber si fueron o no exitosos, porque como las personas tienen ciclos de vida. Y lo que acontece hoy, con la rapidez que vivimos, es que el período que sucede entre la idea y la concreción es largo, y a muchos les desaparecen las ganas de hacerlo.

• **Marcelo Salas Martínez:** Vivir conmigo mismo es una verdadera tortura porque siempre estoy pensando cosas nuevas. Trato de correrme del lugar en el que estaba antes, cuando además de tener todo en la cabeza me movía también para concretar las cosas. Hoy de gerenciar a los equipos para que trabajen; trato de tirar ideas pero observo cómo la gente joven hace las cosas mucho mejor que yo y esto me emociona y me alivia. A mí siempre me encantaron las computadoras y de joven estudié mecanografía en una academia llamada Pitman. Cuando aparecieron las computadoras estudié códigos para tratar de mantenerme al día con la tecnología. Cuando comenzó todo el tema de las redes (y esto aparece porque el mundo necesitaba volver a unirnos a los seres humanos desde la libertad pura de expresión) estuvimos muy abiertos: fuimos la primera cadena de cafeterías con páginas web. Hoy tenemos un equipo de gente que maneja exclusivamente la comunicación en redes y yo me ocupo de supervisar esto personalmente.

• **Andy Cherniavsky:** Creatividad, empuje y ganas son cosas fundamentales para un emprendedor. Cuando contrato personal y miro carpetas, portfolios, páginas, busco ver creatividad.

• **Gustavo Domínguez:** Yo busco gente que tenga buenos niveles de tolerancia y habilidad para responder a los conflictos. Cuando hago una entrevista logro que la persona se muestre tal cual es en un ámbito que la apasione. Hay que correr el velo, ver lo que hay adentro, para que esa persona dure en el equipo. Hay que buscar personas que iluminen, no que brillen.

• **Marcelo Salas Martínez:** Yo busco algo que los brasileños tienen mucho: buen humor, porque es sinónimo de inteligencia; optimismo, gente positiva. Y en segunda instancia aprendí que en el cuerpo humano hay tres partes que tienen neuronas: cerebro, corazón e intestinos. Si las tres voces concuerdan, la mente, corazón y entrañas dicen que sí, trato de que esa persona trabaje conmigo. Y cuanto más gente hay trabajando para uno más cuidado hay que tener. Yo trato de transferirles sobre todo la mística de mi empresa, estoy aprendiendo y me falta mucho por aprender. Es muy complejo lo que nos sucede. No me quejo, es lo que me toca. Transmitir la cultura del trabajo y la educación ahora es más complicado que en mi época. Hay que enseñar más cosas y entonces se corre el riesgo de ser menos profundo. Yo todo eso lo transmití con amor, con pasión. Los manuales

y los equipos que transmiten esto comprenden que es una responsabilidad muy importante, de buena manera. Esto es la construcción de país: se construye con gente que trabaja y con gente que le enseña a otros a trabajar; algunos lo comprenden y otros no. A veces vemos que el brillo se apagó en los jóvenes o quizás no sepamos ver el brillo; quizás seamos aburridos y no buenos para transmitir conocimiento. Es muy complejo atravesar el deseo de un joven por pasarla bien, por no sacrificarse. Creo que tenemos que volver a abrazar la educación y el trabajo. Como empresarios tenemos que aprender que es una responsabilidad nuestra. Hoy tuve una charla con el directorio de mi compañía y no es fácil llevar esta visión que tengo a cabo. Las empresas son parte de una comunidad, la modifican. Cuando le transmitiste a una persona la importancia del trabajo y la educación lograste transmitir algo importante. Por eso estoy hoy en la Universidad de Palermo, tratando de transmitir esto.

• Andy Cherniavsky: A mí me costó mucho salir de la fotografía tradicional para volcarme totalmente a la digital y todos sus derivados como, por ejemplo, intervenir las fotos. Muchos consideran que fue una gran pérdida salir de la fotografía tradicional pero no se le puede cerrar las puertas al futuro ni al arte. Como fotógrafa en lo que pongo más énfasis es en el concepto, en la idea y no en lo técnico; lo digital es una herramienta a la que hay que encontrarle el justo punto. Más reparos tengo con el retoque digital: me gusta hacer mis fotos sin retocarlas, aunque a veces es imposible.

Luego de un rico intercambio de opiniones entre los presentes y los invitados de la Mesa de Honor finalizó el primer día del III Congreso Latinoamericano de la Enseñanza del Diseño.

Martes 31 de julio de 2012. Sesión de las Comisiones del Congreso

La expectativa para el día siguiente fue enorme: nos esperaba el verdadero núcleo del Congreso: los más destacados profesionales, académicos y docentes de Iberoamérica presentando a sus colegas sus *papers*, experiencias áulicas, teorías y estrategias pedagógicas y debatiendo las fascinantes posibilidades de la enseñanza del Diseño. Desde las 10 de la mañana hasta las 20 hs., en la sede de Larrea, se realizaron más de 200 conferencias divididas en 21 comisiones que dieron cuenta de la importancia, vitalidad y riqueza de la pedagogía del Diseño en la región. [Ver Agenda de Comisiones y Conclusiones del Congreso: Agenda Completa del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2012). Buenos Aires, publicado en esta edición en pp. 25-65]

Miércoles 1 de agosto de 2012. Plenario Foro de Escuelas de Diseño / Cierre del Congreso

Comenzó la mañana con la sesión del VI Plenario del Foro de Escuelas de Diseño. Una mesa presidida por las autoridades de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, decano Oscar Echevarría,

Secretario Académico Jorge Gaitto, y Roberto Céspedes, responsable de Vínculos Internacionales.

Tres representantes del Foro de Escuelas de Diseño se dirigieron a la presentes con las siguientes palabras:

• Jimena García Ascolani, Universidad Iberoamericana, Paraguay: Es un placer inmenso para mí representar en este III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño a la Universidad Iberoamericana de mi país. ¿Qué podemos decir más que gracias a las autoridades de la Universidad de Palermo y absolutamente a todo su equipo de trabajo? Desde que llegamos y antes, a través de mails y teléfonos, nos miman y nos tratan bien. Es un placer venir todos los años. Gracias también a todos los que formamos el Foro por cambiar experiencias enriquecedoras; nos vamos con ideas nuevas y con más fuerza para seguir luchando en Iberoamérica. Espero que sigamos en contacto todo el año intercambiando proyectos.

• Liliana Salvo de Mendoza, Escuela de Diseño en el Hábitat de Neuquén. Argentina: Aunque reiterativo, agradezco infinitamente a la Universidad de Palermo por esta convocatoria que año tras año nos deslumbró con su organización y la calidez de la recepción y, por sobre todas las cosas, nos facilita la oportunidad de intercambiar con nuestros hermanos latinoamericanos la diversidad de culturas, de contextos, de geografías. Así también conocer los diferentes enfoques respecto de la enseñanza del Diseño e ir, a través del conocimiento, encontrando los factores comunes de la mirada latinoamericana sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje, sin perder la riqueza de la diversidad en la implementación. He tenido oportunidad de vivir también en otros países latinoamericanos y creo que, si bien hay variedad de costumbres (por ejemplo, me costó mucho llegar a disfrutar los chiles mexicanos o las arepas en Venezuela), a medida que más conocía estas costumbres más disfrutaba y amaba sus culturas y encontraba muchos más puntos de coincidencia. Como dijo Paracelso en el 1500: "Quien no conoce nada, no ama nada. Quien no puede hacer nada, no comprende nada. Quien nada comprende, nada vale. Pero quien comprende también ama, observa, ve... Cuanto mayor es el conocimiento inherente a una cosa, más grande es el amor... Quien cree que todas las frutas maduran al mismo tiempo que las frutillas, nada sabe acerca de las uvas..." Quiero comentarles que pertenezco a la Escuela de Diseño en el Hábitat de Neuquén, portal de la Patagonia y pionera de la enseñanza del Diseño en la región. Para nosotros es fundamental la participación e integración en este Congreso. No se olviden que hay un dicho popular argentino que dice: "Dios está en todas partes pero atiende en Buenos Aires". En mi larga historia de vida he ejercido la docencia por casi 40 años en diferentes universidades, por ejemplo, he permanecido más de 15 años en la UNBsAs. Conozco las características de nuestras multitudinarias, valientes e históricas universidades instaladas en las grandes capitales. Pero, por razones personales, tuve que trasladarme en 1933 a la ciudad de Neuquén, región del Alto Valle de la Patagonia y en ese contexto geográfico y sociocultural recién descubrí la verdadera concepción del Diseño y su función social. Ante la observación de la ciudad, mirar con ojos muy abiertos, escuchar con oídos muy grandes (ya que las ciudades hablan) y sentir la agi-

tación de la comunidad en los rituales de la vida diaria, pude detectar una ciudad crecida apresuradamente por el boom petrolero, con grandes recursos naturales, pero sin sentido de pertenencia de sus habitantes. Y ante la observación, el análisis y a interpretación de la cultura material: el trazado de las ciudades, la participación del paisaje, los ríos, la arquitectura, el mobiliario urbano, la cartelería, las marquesinas, los objetos cotidianos, las artesanías, las producciones gráficas, se confirmaron los requerimientos y demandas de la comunidad y es en ese momento cuando se crea la Escuela de Diseño de Neuquén, contextualizada en la región del Alto Valle, con un proyecto institucional de diseño integral y holístico cuyo objetivo primordial fue generar una verdadera cultura del Diseño en todas sus manifestaciones y reforzar su identidad. Quisiera aclarar el concepto de diseño integral haciendo un paralelo con el trillado modelo médico, aunque muy usado, es sumamente aplicable en este caso. En lugares donde no existe ni existió la atención de la salud no se puede dar un servicio de alta complejidad y especialización; hay que realizar acciones inmediatas, medicina generalista, medicina familiar y/o preventiva (vacunación, control de la maternidad) que incluya a la mayor parte de la comunidad y que genere la necesidad de una vida sana y una cultura saludable. Así también donde no existen escuelas de Diseño hay que generar la necesidad del diseño en todas sus especialidades y forjar una cultura del Diseño. Es así como el conocimiento y la interpretación de la realidad geográfica y sociocultural define un proyecto institucional adecuado a ese contexto. Por ejemplo, la concepción de diseño integral de la Escuela nos ha permitido una verdadera inserción de los alumnos en el campo laboral en la región. Los alumnos de las diferentes especialidades del Diseño, que se entrenan a través de sus trabajos finales de vinculación productiva o participando con docentes, profesionales especialistas desde el Departamento de Extensión en la resolución de problemas regionales y locales pasan al campo profesional formando equipos interdisciplinarios de Diseño. Pero, si bien creemos que hasta ahora la Escuela ha logrado generar identidad en la región, no debemos encerrarnos en nuestros propios logros; debemos seguir aprendiendo todos los días y este foro para nosotros es invaluable ya que nos permite la posibilidad de reforzar nuestra identidad regional e integrarla con nuestro ser latinoamericano. Y, por carácter inverso, debemos conocer el mundo para ser más latinoamericanos y reforzar nuestra identidad regional y local. El año pasado, justamente, en la Comisión de Identidad reemplazamos la palabra Global por Glocal. Y es así que mientras más conocemos otras realidades y tengamos más claros los principios universales del Diseño y su enseñanza, más libres seremos para interpretar otros contextos, otras culturas y generar metodologías acorde con esas nuevas realidades socioculturales y geográficas. Por último, una reflexión: reforzemos con vehemencia y optimismo en nuestros alumnos los valores culturales y éticos, que sabemos que están en crisis a nivel general. Valoremos y amemos la docencia que nos permite ser siempre jóvenes al aprender no sólo a través del asombro de nuestros alumnos sino a través de nuestro propio asombro y nos da la oportunidad, además, de estar presentes en las tran-

siciones culturales, o sea, dejar la impronta del pasado y proyectarnos con nuestros alumnos hacia el futuro.

- Fernando Alberto Álvarez Romero, Romero, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Colombia: Agradezco inmensamente la oportunidad que me brindan los organizadores de este evento que en mi percepción a lo largo de estos años se ha consolidado como un hito en la historia del Diseño latinoamericano, un lugar de reunión, reflexión y cooperación en torno al diseño. A pesar de haber aceptado esta oportunidad para que mi voz y la del programa de Diseño Industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano a la que represento, se escuche. Siento que es muy poco lo que puedo decir; siento que muchas personas con mayor trayectoria podrían hacerlo mucho mejor que yo. Pero lo que me animó a estar hablando en este grandioso escenario es mi compromiso con el Diseño, especialmente con el Diseño Industrial y con la pedagogía de la tecnología. A mi juicio, dos saberes que contribuyen de manera importante en el desarrollo de nuestras comunidades bajo los cuales tuve formación profesional, especialidades que consideré y considero son mi opción de vida en torno al trabajo. El primero de ellos, el Diseño Industrial, a quien Donald Schön dibuja como una comunidad de práctica, de una riqueza impresionante en esperanza y lleno de posibilidades para las sociedades. Y el segundo, el mejor escenario de reflexión crítica y propositiva, sobre lo que Hegel denominó como la acción regional con respecto a fines. La formación de estas nuevas generaciones de diseñadores ha dejado entrever cierto conformismo, no sólo en la formación de profesionales sino además de ciudadanos, de usuarios y organismos que afectan las otras especies del planeta que habitamos. Como lo mencionada el señor Presidente de Uruguay recientemente en la cumbre de Río, el mercado nos ha dominado y no lo controlamos. Para ilustrar sobre el término alteridad vale la pena destacar un reportaje acerca de un soldado colombiano, en donde se entrevistó a la madre y ésta describía cómo lo crió: “Mi lema fue: en una mano el pan y en la otra el rejo. Me siento muy orgullosa. Tengo un hombre que mostró tolerancia, control y don de gentes, lo que necesita este país” (a propósito del recrudecimiento del conflicto armado entre colombianos). Vale la pena destacar en esta descripción un concepto de educación de sentido común, educar para ser ciudadano, para ser tolerante. Tenemos que preguntarnos ¿qué diseñador le entregamos a la comunidad? De igual manera al diseño le falta tomar conciencia ambiental y nada mejor para explicarlo que lo señalado por Josep Estermann (1998) cuando pone el dedo en la llaga sobre la preeminencia del antropocentrismo aún hoy, que no se debe ignorar los mensajes de la naturaleza. En tal sentido, Estermann nos dice: “Como la naturaleza (extra humana) no tiene rostro y resistencia ética ‘absoluta’ nunca adquiere la dignidad de la alteridad”. Y más adelante ejemplifica agudamente: “Incluso muchos debates ecológicos de nuestros días no superan esta posición: hay que conservar el medio ambiente para que el ser humano pueda sobrevivir a largo plazo. El antropocentrismo sigue vivo aún en el discurso ecológico más progresista de Occidente”.

Identificadas estas palabras en el seno del hombre civilizado, más utilitaristas no pueden ser. Vale la pena observar que el pensamiento occidental nuevamente

se equivoca y que la alternativa puede estar en quienes entienden a los seres y sus relaciones, tal como lo hace la pachosofía. ¿Qué le entregamos a la naturaleza?

¿Sobre qué educación hablamos?

Existen varios tipos de educaciones: la formal, en la que mayormente los estudios reportan curvas de ascenso en cobertura y no tanto en calidad, según la OEI (Metas educativas 2012: la educación que queremos para la generación de los bicentenarios de agosto 2010), pero que curiosamente no mencionan nada respecto de la educación para el cuidado del ambiente. La educación no formal, de la que no conocemos mucho salvo decir que si existe un sector que encuentra que la educación formal tiene grandes falencias y qué modelos alternativos pueden presentar alternativas en la procura de una mejor calidad y cobertura, sobre todo para las elites que pueden pagar expertos especialistas o para los marginados quienes han encontrado un lugarcito en el acceso a las letras. Finalmente, está la educación informal en la que todos somos educados día a día por guardias de seguridad, los transeúntes, las receptionistas y todos aquellos con los que interactuamos cada día que nos enseñan de los tratos y en algunas ocasiones de los maltratos. Esta educación que también cuenta es la que personalmente me preocupa pues las otras llevamos tiempo, o trabajando sistemáticamente tratando de emanciparla pero de ésta informal llevamos por lo menos 500 años reproduciendo conductas de sometimiento. Hemos presenciado a lo largo de la historia de la humanidad la hegemonía del paradigma transformador sobre el otro, el del cuidador, y si se tienen dificultades para tomar conciencia (piagetiana) y, peor todavía, para dar cambios mundiales en la dirección (vale la pena mencionar los escasos logros alcanzados por las cumbres mundiales: Estocolmo, Nairobi, Berlín, Kioto, Buenos Aires, Marrakech, Johannesburgo, Río de Janeiro). En palabras del señor Presidente Mujica: “El desafío que tenemos por delante es de una magnitud de carácter colosal y la gran crisis no ecológica, es política. El hombre no gobierna hoy las fuerzas que ha desatado sino que las fuerzas que ha desatado gobiernan al hombre... No podemos indefinidamente continuar gobernados por el mercado sino que tenemos que gobernar el mercado”. Algo se puede recriminar a la mayoría de los que hacemos diseño: una persistencia heredada de proporcionar una vida confortable sin el cálculo del esfuerzo que hace que las cosas se valoren y disfruten más, que se puede educar desde el diseño con productos que contribuyan a entregar a la naturaleza usuarios cultos, que nos hagan partícipes del mundo y no al contrario, individuos que reproducen el modelo depredador y consumista. Es por esto que en la mayoría de propósitos proyectuales muchas veces aparecen el confort, la facilidad, la rapidez y otra serie de calificativos que se repiten incesantemente para ser solucionados con diseño y no tomamos conciencia de que pueden llegar a planos desmedidos que rápidamente se escalan en las personas que los apropian, los usan y consumen los productos diseñados. Se descuidan, entonces, principios últimos de moral de lo que implica la servilidad propia de los productos. Las consideraciones aquí presentadas reflejan esa alarma ambiental y epistémica que se escucha muy tenue y además muy contados atienden, en el sentido de pensar sobre la vida digna pero no sólo humana sino la del planeta entero.

Luego de las palabras de estos tres oradores, el decano de la Facultad de Diseño de la Universidad de Palermo, Oscar Echevarría, remarcó la importancia de poner el foco en contenidos para fortalecer diferentes publicaciones. Se mostró sorprendido por la calidad de los trabajos presentados, no sólo los teóricos sino también los afiches e ilustraciones. Por primera vez desde que se realiza este evento, se les entregó a los presentes las conclusiones del II Congreso grabadas en DVDs, esta III edición también fue grabada para continuar con este registro. La idea es seguir subiendo videos al canal que la Facultad de Diseño y Comunicación que tiene en Youtube y continuar con la fuerte presencia en redes sociales. El señor decano agradeció también a la embajada de México el haber abierto las puertas para presentar en el mes de mayo (2012) el Libro de Afiches. Remarcó también el orgullo que significa que, año tras año, las distintas embajadas latinoamericanas abran sus puertas para presentar este libro que es de todos.

El Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo expresó que debido a la enorme cantidad de trabajos recibidos se realizó una preselección y que este año, no sólo se hicieron los concursos de Afiches y de Ilustraciones sino también de Diseño de Mobiliario, Páginas Web y Emprendedores Creativos. Remarcó el aporte significativo tanto en premios como en dinero que ayudan a fomentar el interés.

Reconocimiento Académico Profesional en Diseño - año 2012

Como ya es habitual, el Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño reconoce cada año la trayectoria profesional en Diseño de aquella o aquel diseñador que con sus producciones, reflexión y actividad contribuyen al desarrollo del Diseño en su país, para lo cual se reciben diferentes propuestas de las distintas universidades y centros de estudio participantes.

El honor este año fue el Diseñador Enrique Saavedra Kuri. La académica de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Dra. Marcia Veneziani leyó las siguientes palabras:

• Dra. Marcia Veneziani: Es un inmenso honor para mí estar hoy para entregar el Reconocimiento a la Trayectoria Académica y Profesional del Diseño con la que distinguimos a aquellos académicos y profesionales que día a día se destacan en la disciplina que a todos nos une. Es un premio extremadamente significativo ya que reconoce la iniciativa, la creatividad, el talento y el profesionalismo de los profesionales del Diseño que también se desempeñan en la actividad académica, siempre dispuestos a transmitir su experiencia a los estudiantes. En nombre del Foro de Escuelas me honra presentar a Enrique Saavedra Kuri, postulado por la Universidad La Salle de México. Enrique Saavedra Kuri es una de las mayores autoridades en Consultoría de Marca y Diseño Estratégico en México. Con una experiencia de más de 25 años, trabaja tanto consultoría como estrategia y también el diseño de programas de identidad de marca, de producto, tanto a nivel corporativo como empresarial para innumerables proyectos internacionales y nacionales. “Sol Construc-

tores”, una de las empresas más reconocidas en México fundada por él, lo tiene como Director General. Pero su tarea se remonta a muchos años, pues antes de crear la mencionada empresa “Sol Constructores” Enrique Saavedra Kuri dirigió la operación de Landor Associates en México, incluyendo también América Central, los países andinos y el Caribe. Se graduó en Diseño Gráfico en la Universidad Iberoamericana, continuando luego sus estudios de posgrado en el Art Center en Pasadena, California, alcanzando su Maestría en Identidad de Marca y Comunicación Intercultural. Sus trabajos han recibido múltiples reconocimientos en su país e internacionalmente. Pero Enrique Saavedra Kuri es también docente y dicta asignaturas, cursos y conferencias de Estrategia de Marca, Diseño Estratégico e Identidad en la Universidad Iberoamericana, Universidad Anáhuac, Universidad del Mayab, La Salle y Tecnológico de Monterrey entre muchos otros establecimientos a los que la pasión por enseñar lo ha llevado. Sus colegas lo definen como un verdadero estratega del Diseño que, además de talentoso, posee una gran visión empresarial y el don de transmitir e impulsar el desarrollo de la disciplina. Y, además, Enrique Saavedra Kuri es también un destacado artista plástico. Reflexionar sobre el Diseño forma parte de su naturaleza. Decía Honoré de Balzac que “no existe gran talento sin gran voluntad”. Yo, agregaría que tampoco bastan la voluntad y el talento si no son acompañadas por una buena dosis de empatía y creatividad. Pero ¿por qué empatía y creatividad? Emplearé nuevamente las palabras de otro gran estudioso para intentar explicar lo antedicho. Dice Humberto Eco (refiriéndose a los escritores creativos, pero bien vale también para todos aquellos que se desempeñan en profesiones como el Diseño en donde la creatividad es el mascaró de proa): “los escritores creativos –como lectores razonables de su propia obra– tienen ciertamente el derecho a desafiar una interpretación descabellada. Pero, en general, tienen que respetar a sus lectores ya que, por decirlo así, han lanzado su texto al mundo como un mensaje en una botella”. Vaya entonces, junto al Reconocimiento a la Trayectoria Académica y Profesional del Diseño, un profundo agradecimiento a Enrique Saavedra Kuri por haber lanzado al mar ese mensaje que conjuga talento, voluntad y creatividad como ejemplo para las siguientes generaciones de diseñadores.

Un cerrado aplauso de la concurrencia avaló la designación de Enrique Saavedra Kuri, quien no pudo recibir personalmente el reconocimiento pues motivos laborales le imposibilitaron viajar, por lo que en su nombre estuvo Aurora Maltos Díaz, jefe de la carrera de Diseño de la Universidad La Salle, México.

Plenario del Foro de Escuelas de Diseño y Acto Homenaje a sus miembros

A continuación el Plenario, como Asamblea, realizó un debate abierto de los miembros del Foro, con propuestas para el Congreso del año 2013, coordinado por el Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Jorge Gaitto; quien presentó también el Acto Homenaje del Foro de Escuelas de Diseño a sus miembros.

- Mariela Alejandra Marchisio, Universidad Nacional de Córdoba: Lo que se consiguió desde la Universidad de Palermo es instalar un espacio en el que nos podemos encontrar una vez al año y conocernos, reconocernos e instalar un diálogo necesario en Latinoamérica. Espero que este espacio se siga sosteniendo. Como miembro del Foro invito a que abramos un debate hacia un campo que todavía no conversamos que es que por qué no nos ponemos a pensar cómo formamos a las personas que enseñan a ser diseñadores. Me encontré gratamente con que muchos estamos pensando ya en esto. Tenemos mucho interés en cómo enseñar a aprender porque notamos debilidades; es decir cómo formamos a nuestros docentes, para conseguir mejores egresados. Me gustaría proponer que para el 2013 tengamos una mesa en la que podamos instalar la cuestión de la formación de nuestros docentes.

- Amarilis Elias, Universidad de Zulia, Venezuela: Me llevo de este Congreso experiencias para transmitir a mis colegas y a mis estudiantes pues año tras año el Foro, el Encuentro y el Congreso incrementan las actividades que proponemos en nuestras Universidades. Quiero agradecer especialmente el llamado a diferentes concursos; nuestros estudiantes han participado, uno de ellos resultó ganador y esto causó un fuerte impacto en mi Universidad. Las publicaciones son una herramienta extraordinaria pues en Venezuela se nos acredita como investigadores y hemos logrado que las actas fueran indexadas y que se encuentren en Latindex, lo que nos da un aval importante como investigadores. Cumplo en transmitir una inquietud de mis compañeros arquitectos: desearían más apertura del Congreso para debatir sobre el área. Y además, queremos establecer un convenio con la Universidad de Palermo para favorecer intercambios entre estudiantes y profesores.

- Jorge Gaitto, Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Antes de pasar a los homenajeados desde nuestro lugar queremos decirles cuál es el criterio que llevamos adelante con los homenajes. Es un reconocimiento a los que nos vienen apoyando desde que comenzamos, hace ya siete años. Sabemos del esfuerzo que significan que nos acompañen año tras año, por lo que también queremos agradecerles. Hoy podemos decir que es un proyecto compartido, de todos. Después de estos siete años no homenajeamos a instituciones ni a representantes; es ya un reconocimiento a nuestros amigos que, es verdad, vienen representando a distintas instituciones educativas.

Cierre y Conclusiones del Congreso

Luego de la entrega de plaquetas a los homenajeados, tomó la palabra Roberto Céspedes, responsable del programa Vínculos Internacionales:

- Roberto Céspedes, Vínculos Internacionales de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Llega el momento que más interés reviste para mí porque podemos pensar ideas que se concretarán el año que viene. Éste es el tiempo donde surgen relajadamente ideas. Ya hemos tomado algunas de las que nos presentaron a lo largo del año y tomamos también algunas decisiones. Es el momento para pedir y proponer para que

nos digan sus ideas. Yo tengo la sensación de que en las comisiones este año trabajamos con mayor profundidad y seriedad en cuanto a investigación, tarea docente, vínculos. Hemos agudizado la selección de las ponencias, han quedado afuera algunas que no ameritaban el nivel. Armamos 21 mesas con un promedio de 12 ponencias cada una. Y estamos trabajando como pidieron, en la formación de los docentes.

• Candelaria Moreno de las Casas, Instituto Toulouse Lautrec, Perú: Me gustaría escoger un tema para trabajar de manera colaborativa y así presentar el año que viene el resultado, para ver si las visiones son diferentes o coinciden en toda Latinoamérica; aprovechando las redes sociales podemos lograrlo.

• Clara Zapata, Universidad Pascual Prado, Colombia: Quiero proponer que se cree una cátedra itinerante de creatividad que pueda circular por las diferentes Universidades de nuestra región.

• Rodrigo Antonio Queiroz Costa, Brasil: Me interesa que analicemos cómo se comporta el mercado latinoamericano para saber si hay algo que nos une más allá de nuestras realidades. Y proyectar el papel del diseño en los próximos años; prever el paradigma de Diseño a futuro.

• Fabián Bautista Saucedo, CETYS, México: Me interesa proponer una comisión que indague la relación del Diseño con la ciencia y la tecnología. Podría parecer que no tienen nada que ver pero el Diseño ya es una necesidad en el mundo tecnológico pues detrás de todo el soporte de programación para concretar la fase de usabilidad se necesita un diseñador. Esto abre una vertiente, un acercamiento diferente de las nuevas tecnologías ligadas al diseño.

• Roberto Céspedes, Vínculos Internacionales de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: En algunas comisiones se trabajó sobre metodología de la investigación. Tenemos que ser conscientes de que ya entramos en la línea de la ciencia y debemos desarrollar nuestra propia tecnología, puntualizando nuestras diferencias.

• María Fabiola Espinoza Morazán, Universidad Americana, Nicaragua: Yo quiero realizar una propuesta formal: ver si fuera posible abrir más aún el Congreso de manera virtual, por ejemplo a través de Skype o videograbar las comisiones para poder multiplicar el mensaje.

• Alfredo Gutiérrez Borrero, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Colombia: Es la primera vez que vengo y me gustaría proponer realizar alguna acción que permitiera mayor visibilidad aún para Buenos Aires de la magnitud del evento. Por ejemplo, que se encuentren los practicantes del diseño con los habitantes de la ciudad; que haya invitados estratégicos en las comisiones, del ámbito local o internacional. En definitiva, que Buenos Aires se apropie de este Congreso.

• Luis Arturo Tejada Tejada, Escuela de Diseño & Mercado de Moda Arturo Tejada Cano, Colombia: Yo propongo que cada dos años llevemos a Palermo al resto de las ciudades latinoamericanas; es decir, ver la manera de armar una suerte de Congreso itinerante.

• Representante de Brasil, del Instituto de Ciencia y Tecnología: Me gustaría proponer que también haya un espacio para presentar trabajos de alumnos y diferentes estrategias pedagógicas, como así también publicaciones de todos los países.

• Roberto Céspedes, Vínculos Internacionales de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: El producto de nuestro trabajo como docentes está previsto en las comisiones que tienen que ver con la enseñanza. El año que viene ya tendremos un espacio especial para publicaciones de toda Latinoamérica. Nuestro objetivo es dar siempre visibilidad a las producciones.

• Jorge Gaitto, Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Resumiendo posiciones podríamos decir que más lentamente de lo que quisiéramos vamos avanzando en el sentido que todos queremos. Recuerdo el I Congreso en el que acordamos cosas para trabajar en el próximo. Luego vino el siguiente Congreso, en donde hablamos del estado del Diseño y del arte. Quiero decir que, permanentemente definimos el campo y nos cuesta avanzar en la búsqueda de soluciones. Pero tenemos que reconocer que avanzamos y mucho: ya conocemos el estado de cuestión. Empezamos haciendo concursos de Afiches; hoy tenemos Ilustración, Diseño Web y Mobiliario. Y tenemos que seguir incorporando campos. Lo maravilloso de todo esto es que el Diseño es mágico y que, a cada uno de nosotros, escuchando al otro se disparan ideas hasta lugares increíbles. Todos sabemos que hablamos siempre de lo mismo y que lo hacemos porque nos gusta escucharnos. Es maravilloso encontrarnos cada año, fortalecer promesas para el que viene y seguir avanzando para el siguiente. Esto es emocionante. El vínculo personal que este espacio propone no hay que perderlo jamás.

• Roberto Céspedes, Vínculos Internacionales de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Uno de los nuevos caminos que emprendemos es el tema de la especialización. Hablar de diseño tiene su punto de contactos, ahora llegó el momento de la especialización. En ese sentido los invitamos al Encuentro Latino de la Moda, Tendencias Palermo. Comenzar a especializar es la clave para profundizar y avanzar.

Finalizada esta rueda de propuestas, Jorge Gaitto invitó a los presentes al momento más esperado para todos aquellos que amamos la docencia y el Diseño: la lectura de las conclusiones de las comisiones que debatieron en el III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Estas conclusiones serán una huella más en el camino que estamos realizando diseñadores, comunicadores, pedagogos, profesionales de la región, al que se suman ya instituciones europeas. Camino que se hace al andar, como diría el poeta. Sabemos de dónde partimos, sabemos lo que queremos, tenemos las ganas y la energía para no detenernos; sabemos que cada desvío abrirá una nueva posibilidad de conocimiento, de especialización. La meta va más lejos a medida que avanzamos. Pero, cuando todo un continente lleno de vida, que fue capaz de levantarse y atravesar las situaciones más adversas, se pone de pie en pos de Una pasión llamada diseño, es difícil de detener; mucho más si ese continente es Latinoamérica.

[Ver Conclusiones de las Comisiones del Congreso 2012: Agenda completa del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Buenos Aires, publicado en esta edición en pp. 53-65]

Nota Comité Editorial: Este texto no pretende ser dichos textual sino un acercamiento general a los lectores de lo expuesto y trabajado durante el Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. El mismo ha sido elaborado con los apuntes tomados durante los tres días de trabajo por la profesora Laura Ferrari.

Abstract: The following text is a short complementary statement of the Chronicles of the Third Latin-American Congress of Education of Design, carried out from July 30 to August 1, 2012 in Buenos Aires, Argentina; the same one contains the comments, reflections, opinions and participation of the assistants to this edition of the Congress.

Key words: Text - Congress of Education - Latin-America - Reflections - Chronicles.

Resumo: O seguinte texto é um breve relato complementar das Crônicas do Terceiro Congresso Latino-Americano de Ensino do Design, realizado do 30 de julho ao 1 de agosto de 2012 em Buenos Aires, Argentina; o mesmo contém os comentários, reflexões, opiniões e participação dos assistentes no Congresso deste ano.

Palavras chave: Relato - Congresso de Ensino - América Latina - Reflexões - Crônicas.

(*) **Laura Ferrari.** Profesora de Castellano, Literatura y Latín. Dramaturga y Guionista. Docente e integrante del Equipo de Comunicación Pedagógica de la Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo, Argentina.