

respuesta de los estudiantes. ¿A mayor participación o comunicación del docente qué ocurre con la participación o comunicación de los alumnos? Finalmente, desde el interés de las escuelas de diseño –aplicable a otros ámbitos de la educación universitaria– es relevante orientar la formulación de políticas y estrategias para desarrollar la docencia virtual y uso académico de las TIC con propósitos de realmente mejorar la calidad de la formación, no meramente por un 'entusiasmo tecnológico'. En este contexto ¿es suficiente el uso del aula virtual sólo como un recurso de información –como parece recurrente– o es necesario que el docente adopte una estrategia que ocupe recursos específicos para generar interacción y comunicación y de ese modo favorecer el trabajo colaborativo entre los participantes de una comunidad de aprendizaje?

Esta conferencia fue dictada por **Eduardo Hamuy** y **Oswaldo Zorzano** (U-Arcis - Chile) el jueves 31 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

El diseño y el hombre del siglo XXI

Marcela Kral

El ritmo de vida actual impone nuevas y cambiantes necesidades para el hombre en cuanto a la habitabilidad de los espacios. Los profesionales del diseño somos los encargados de dotar a los espacios que habita el hombre de características básicas que hacen al confort, en cuanto a la funcionalidad, estética y tecnología.

Es necesario desmitificar el concepto de diseño como sinónimo de frivolidad, en tanto es una disciplina que requiere un alto grado de formación y especialización, teniendo como meta final elevar la calidad de vida del hombre, y la preservación del medioambiente.

El diseño de interiores, específicamente, debe considerar al hombre, su sensibilidad y necesidades, su perfil y pertenencia social, así como también debe manifestar un profundo conocimiento y respeto a la obra de arquitectura en la que va a intervenir, manejando solventemente las tecnologías disponibles en el mercado.

De esta forma, descartando las 'recetas', las respuestas de los profesionales no se convertirán en caprichosos productos de las modas sino que, por el contrario, surgirán de sólidos conceptos que colaboren a jerarquizar cada día la profesión de diseñador.

Esta conferencia fue dictada por **Marcela Kral** (Universidad de Morón - Argentina) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Art Wear Project

Gustavo Lento Navarro

El diseño de indumentaria ha atravesado diferentes periodos en la construcción cultural y epistemológica de su propio conocimiento. Así como el arte va modificando la metáfora de significación y va fusionándose con otras áreas, el diseño de indumentaria comienza a recorrer territorios que sugieren nuevos desafíos y exploran nuevos sentidos en la función del diseñador. Uno de los caminos que el diseñador de Indumentaria puede tomar es la construcción simbólica y expresiva del objeto indumento como reflejo inmediato y tangible del pensamiento artístico. Diseñador y artistas confluyen en el *Art Wear*. Inspiración, concepto, búsqueda de nuevos posibles, búsqueda de lo apolíneo, lo dionisiaco, lo prometico y lo fáustico en el sentido del artista, es parte de lo que se ve en el desarrollo del *Art Wear*. Un proyecto artístico y personal, orientado hacia la instalación, la video instalación, la performance, la danza, las intervenciones urbanas, la fotografía analizado y realizado desde la óptica del diseñador de indumentaria. El diseño de indumentaria como pensamiento artístico.

Esta conferencia fue dictada por **Gustavo Lento Navarro** (Universidad de Palermo - Argentina) el jueves 31 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Universal Sense Searcher, metodología del Trends Searcher y el Coolhunter

Gustavo Lento Navarro

En el marco del desarrollo de un producto, las áreas que participan de su creación intervienen en diferentes tipos de investigaciones. Una de ellas, la que pone al producto diseñado en el mercado estableciendo una verdadera y tangible competencia, es la investigación de tendencias. Esta palabra ha sido usada, bastardeada, tanto, que hasta podríamos llegar a confundir su definición.

Tendencia es el mecanismo por el cual un acontecimiento, una acción, o un producto, manifiesta el reflejo simbólico y metafórico de aspectos cognitivos y perceptivos de una sociedad; en el caso del diseño es la construcción proyectual de las metáforas sociales que arman a una cultura contemporánea. Estos movimientos sociales tienen una dinámica y una lógica que descubriremos durante el proceso de nuestro trabajo. El trabajo del cazador de tendencias, muchas veces llamado *coolhunter*, atravesó desde los años ochenta diferentes aspectos (demás está aclarar que este formato de investigación surge de una necesidad de mercado para actualizar y potenciar sus productos). En su estadio primitivo, el