

cuación a los gustos y tendencias de los públicos, sino también la adecuación con el entorno ecológico y la viabilidad comercial que otorga el sustento económico que permite la continuidad en el tiempo.

La obtención de fondos no es campo exclusivo de las empresas, sino también de las organizaciones sin fin de lucro, que pueden utilizar estrategias de marketing sin que esto ponga en tela de juicio sus actividades.

La diferencia entre empresas y organizaciones sin fin de lucro está más que en la obtención de ganancias, en el destino que se les dé. En un caso serán las cuentas bancarias de sus accionistas, y en otro, será la reinversión en las mismas actividades de la organización que le permitirá subsistir.

El diseño como herramienta de marketing es crucial para el éxito de cualquier producto. El marketing como herramienta de diseño es la clave que le otorgará la sustentabilidad necesaria en el público meta y perdurabilidad en el tiempo.

Esta conferencia fue dictada por **María Eugenia Moreno** (Intergeo Argentina S.A. - 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.

La vida es un carnaval. El diseño industrial en Barranquilla

Edgar Andrés Moreno Villamizar

Barranquilla, el centro urbano más importante de la costa caribe colombiana y la cuarta ciudad en jerarquía del país, posee alrededor de 1.6 millones de habitantes en su área metropolitana y poco menos de un millón en sus asentamientos periféricos y municipios anexos, según datos oficiales más recientes.

Su historia, relata gran tradición en las artes plásticas, literatura, artesanía, moda, producción agroindustrial y manufacturera. Es allí donde se desarrolla el proyecto diseño industrial de la universidad del Norte, cuyas características especiales permitieron al equipo docente generar diversas estrategias basadas en la teoría del aprendizaje significativo (David Ausubel), la cual determina que el docente debe aprovechar la estructura cognitiva del estudiante para no "alumbrar mentes en blanco". Partiendo de esa premisa se inició el desarrollo de un proyecto de abstracción y composición formal basado en la cultura material del carnaval de Barranquilla, entendiendo la misma como: el conjunto de objetos que tienen en común los miembros de una sociedad (Juan Diego Sanín Santamaría).

El interrogante entonces es, ¿por qué el carnaval de Barranquilla? Porque este evento no sólo es una fiesta alegre y liberal, sino de hecho, es la manifestación cultural más arraigada y generadora de identidad de la región costera de Colombia. El carnaval es, y seguirá siendo, espacio de intercambio cultural, catalizador de sinergias,

escenario de inclusión social y antología de imaginarios culturales. Es allí donde el docente puede hacer uso de desfiles, música, encuentros y todo aquello que se relaciona con la festividad para desarrollar el método de la proyectación con estudiantes de primeros niveles.

De los resultados de esta iniciativa se extraerán desarrollos muy interesantes basados en mitos como el del hombre caimán, danzas como la cumbia, comparsas como las marimondas, disfraces individuales como el mohicano de oro y muchos otros. Posteriormente, tomando esta experiencia como línea base del desarrollo académico en la primera etapa de la formación, la Universidad del Norte representada en sus estudiantes y docentes ha incursionado en otros aspectos del carnaval como proyectos de mobiliario urbano itinerante para el desarrollo de los desfiles, diseño de carros alegóricos y proyectos de investigación que han conseguido financiación de organismos promotores nacionales. Dichas intervenciones han generado varios tipos de situaciones al interior de la sociedad local: reconocimientos, polémicas, espacios de discusión y más importante aún, la génesis de una identidad y estilo, posible para el futuro diseñador barranquillero, ya que le abre espacios locales e internacionales que podrían materializarse en oportunidades laborales, incubación de empresas y generación de discursos teóricos en torno al diseño en Colombia.

Esta conferencia fue dictada por **Edgar Andrés Moreno Villamizar** (Fundación Universidad del Norte - Colombia) 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 gráfico y su relación irruptiva con el contexto social

Claudia Mosqueda

El análisis de las condiciones sociales, culturales y de diseño que sirvieron de marco a la práctica profesional del diseño gráfico deja ver algunas de las características generales y particulares propias de la naturaleza de la actividad proyectual y profesional del diseñador.

Entre esas características destacan las siguientes: el diseño gráfico genera productos tridimensionales que responden siempre, de manera integral, a una demanda individual o colectiva. Es una actividad proyectual que se desarrolla mediante procesos teóricos y prácticos que conducen a la elaboración de obras, objetos, espacios e imágenes diseñadas profesionalmente.

El nacimiento de la práctica del diseño gráfico está directamente relacionado con el desarrollo económico y social de la llamada segunda etapa de la sociedad de consumo (fin de la década de los cincuenta y los sesenta) y con el desenvolvimiento de los procesos culturales ligados estrechamente con el inicio de la sociedad de