

talizado es obnubilante y globalizado y demanda de una permanente actualización.

- Necesidad de pertenecer a Asociaciones de Profesionales para poder trabajar y obtener respaldo profesional institucional.

3) Metodologías Participativas

- La metodología es lo que interesa: ¿Cómo trabajar? ¿Con qué métodos? Método participativo. Cómo consideramos al público para el cual trabajamos. Cómo diseñamos los mensajes para esos públicos.

4) Diseño Social:

- En busca de una definición conceptual de esta rama del diseño cuyo objetivo es vincular la práctica del profesional de diseño en un proyecto socialmente sustentable, contribuyendo desde la disciplina a las diversas necesidades sociales que se presentan en cada entorno. Respuesta a una necesidad medioambiental que necesita ser atendida. Fortalecer esta área de gestión de la práctica profesional. Rol fundamental del diseñador en campañas de concientización así como en la capacitación de gente de pocos recursos.

5) Tríada Comunitaria: visualizar un esquema conformado por tres comunidades –la comunidad general, la comunidad académica y la comunidad empresarial– cuya vinculación resignifique la teoría con la realidad del profesional de diseño.

- El rescate de la identidad en un mundo globalizado y la tarea del diseñador gráfico en la formación de la cultura. Necesidad de una metodología para que el Diseñador Gráfico responda o atienda a esa función, y de concientizar a los estudiantes sobre esa responsabilidad.
- Cómo establecer al Diseño Gráfico como profesión y disciplina. Atención al rol que cada uno lleva en la sociedad, como docente o como alumno.
- Alertar a los diseñadores que son muy teóricos. La clave es el contacto con la práctica y la realidad.
- El rol de la universidad y sus miembros como actores involucrados en la sociedad.
- Rol de la comunidad en relación al problema al que se enfrenta el estudiante frente al mercado laboral: se le pide experiencia y técnica especializada. Se requiere adquirir la técnica con mayor rapidez para insertarse en el mercado laboral. Se desatienden las materias de formación.
- Estrategias de enseñanza para evitar problemas éticos.

6) Código: consiste en la elaboración de una serie de criterios que rijan la profesión, y que puedan ser desarrollados por los integrantes de la red del Foro de Diseño en un trabajo coordinado de red latinoamericana para compartir experiencias, propuestas y generar conciencia.

- Necesidad de unificar conceptos e identificar criterios para poder transmitirlos al mundo entero y hablar todos en un mismo idioma. Establecer criterios de comportamiento ético. Propuesta de desarrollar un Código de Ética Latinoamericano.

Comisión: Diseño y Epistemología

Integrantes: Diego Alejandro Chicaiza - Matias Kalwill - Eugenio Mangia Guerrero.

Orador: Diego Alejandro Chicaiza

Coordinadora: Elsa Bettendorff

Conclusiones expuestas en el cierre del Segundo Plenario:

Desde la epistemología: una exploración en seis escalas

Apertura

¿Qué es la epistemología? Intentaremos presentar algunas claves para tratar de entender la función de esta disciplina cuyo nombre nos puede sonar extraño, al menos como docentes. Las exposiciones de las otras comisiones han tenido como hilo conductor la referencia a nuestra cultura. No pretendemos aquí ofrecer una conclusión o una solución que preestablezca conceptos o actitudes, sino más bien una serie de pasos exploratorios que nos van a servir a nosotros, los docentes, para la elaboración de nuestros proyectos en la enseñanza del diseño.

Luego de escuchar las demás ponencias, nos parece claro que la epistemología no es ajena a los distintos tópicos expuestos, sino que, por el contrario, puede otorgar sentido y coherencia a la intención manifiesta de establecer referentes propios de la cultura del diseño en general, y de nuestra cultura en particular.

A continuación, describiremos las escalas de nuestro viaje hacia la relación entre la epistemología y el diseño planteada desde la denominación de nuestra comisión, viaje cuyo destino final todavía no puede (ni debe) determinarse.

Primera escala: una evidencia empírica

Nuestra comisión fue la de menor convocatoria en el foro, ya que estuvo integrada por tres participantes y dos coordinadoras. De este dato cuantitativo se inducen algunas hipótesis causales (nunca “casuales”), que apuntan a factores tanto contextuales como endógenos al diseño, su enseñanza y sus mismos “enseñantes”: a) el desinterés de los educadores en diseño latinoamericanos hacia la aproximación propuesta (el acercamiento del diseño a la epistemología, o de la epistemología al diseño) se debe al débil posicionamiento de la epistemología en la construcción del diseño como disciplina en nuestro medio, frente a temáticas de mayor visibilidad o “publicidad” en las discusiones académicas; b) el desinterés de los educadores se debe a un prejuicio respecto de sus propias competencias en un territorio que les resulta ajeno y, en algunos casos, ignoto; c) el desinterés de los educadores se debe a la inmediata (y errónea) asimilación de la epistemología a una suerte de “teoría pura”, alejada de la praxis que caracteriza al campo del diseño, pese al insistente reclamo de esa teoría, que, paradójicamente, parecería no ser una tarea de los mismos diseñadores. Estas hipótesis son también un diagnóstico parcial respecto de un cierto imaginario (regional o global), impreciso pero dominante, en cuanto al “saber qué” y al “saber cómo” del diseño, imaginario que aquí nos atrevemos a desafiar.

Segunda escala: dos estructuras sintácticas

En el título “diseño y epistemología”, el nexo coordinante “y” remite a un abordaje exploratorio de las relaciones entre ambos campos; sólo avanzando en este abordaje podemos admitir la expresión “epistemología del diseño” como denominación de una plataforma para la reflexión tanto sobre la especificidad disciplinaria como sobre sus múltiples implicancias interdisciplinarias.

Tercera escala: una negociación semántica

El hecho de que la epistemología suela definirse, en sentido estricto, como “filosofía de la ciencia” y, eventualmente, como “filosofía de la ciencia y de la técnica”, parece condicionar el acercamiento propuesto a una identificación previa del diseño con una y/u otra (ciencia y/o técnica), tan controversial como la relativa al arte; sin embargo, si se considera a la epistemología como el estudio, la reflexión y el análisis de la producción, circulación y transformación de conocimientos tanto teóricos como empíricos dentro de un ámbito del saber (y el hacer) históricamente situado, resulta lícito postularla como el escenario apropiado para desarrollar ese mismo debate (¿es el diseño ciencia y/o técnica?), en lugar de postergar indefinidamente su aparición; por otro lado, la ubicuidad del diseño como actividad proyectual autoriza a descentrarlo de las tradicionales “etiquetas” disciplinares, e incluso a evaluarlo en una dimensión transdisciplinaria más que interdisciplinaria, como veremos más adelante.

Cuarta escala: una motivación pragmática

El diseño necesita a la epistemología en la medida en que la epistemología es garantía de un distanciamiento crítico ante las evidencias, los supuestos, los dogmas, las creencias, los mitos creativos, las rutinas productivas, las normativas, los métodos, las herramientas conceptuales y materiales, los problemas, las determinaciones contextuales, las rupturas, las violencias, los silencios... en suma: ante los paradigmas que, tácita o explícitamente, rigen el quehacer del diseño en una coyuntura dada. El “uso práctico” de la epistemología en relación con el diseño va de la mano de la investigación, en sus distintas vías: del descubrimiento a la validación, y viceversa; de las teorías a los hechos, y de los hechos a las teorías. Sin el recurso de la teoría, los hechos se presentan como meras impresiones aisladas, efímeras y vacías de sentido; sin el concurso de los hechos, las teorías se perciben como meras imposturas intelectuales o ficciones discursivas (esos “fantasmas” que espantan a tantos diseñadores).

Quinta escala: una epistemología posible

La necesidad de la reunión entre epistemología y diseño no habla por sí misma de los “contenidos” o la “orientación” resultante de ese vínculo. Aquí nos cabe recordar la distinción entre “necesidad” y “deseo”: deslindar qué hay de una y qué hay de otro en la demanda de esa relación es ya una labor psicoanalítica que nos excede; sin embargo, creemos estar en condiciones de esbozar una epistemología posible para el diseño, al menos para el diseño en Latinoamérica (cuidándonos de decir “diseño latinoamericano”, aun cuando consideramos que la cuestión de la identidad exige también un encuadre

epistemológico, pero no queremos invadir el terreno de otra comisión).

Comencemos por enunciar lo que no sería una epistemología del diseño en Latinoamérica:

1. No sería un “motor de búsqueda” de una teoría unificada del diseño, estable y atemporal, ya que esta última es una pretensión alejada del dinamismo y la diversidad propios del campo;
2. No sería un elemento decorativo de la currícula universitaria, adosado a las asignaturas troncales o a los programas de investigación como consecuencia de un “horror vacui” en el imaginario académico;
3. No sería una extrapolación forzada (y forzosa) de modas intelectuales ajenas a nuestras realidades locales;
4. No sería un instrumento de homogeneización, ocultamiento o suspensión de la(s) ideología(s) latente(s) en la reflexión y el debate sobre el diseño como disciplina.

Lo que sí sería esta epistemología, siempre en el terreno de lo posible, nos conduce a enumerar algunos componentes y cualidades:

1. Tendría un “núcleo blando”, permeable, flexible y receptivo de las cuestiones e interrogaciones teóricas emergentes de la tecnociencia, del pensamiento complejo, de las ciencias cognitivas, etc.;
2. Tendría un “cinturón heurístico” necesario para delimitar lo que atañe al diseño (es decir, para reconocer su especificidad);
3. Concentraría su esfuerzo en sentar las bases de una “metateoría de la acción”, absorbiendo criterios de la investigación-acción y de una antropología del diseño en la que el artefacto es a la vez producto y entorno de su hacer;
4. Se dirigiría, además, a abonar la propuesta de un “meta-diseño” capaz de proyectar lo que el diseño puede y debe ser y hacer en el espacio y el tiempo comunes a nuestros países, en nuestras realidades históricas;
5. Sería, fundamentalmente, resultado de un trabajo colectivo, de un consenso surgido de la experiencia y también destinado a la experiencia, atenta a sus limitaciones, sus hallazgos y sus desvíos.

Sexta escala: el diseño como transdisciplina

La mirada epistemológica sobre el diseño promete también invertir el lugar común de las exigencias interdisciplinarias que se le imponen; preguntarnos, por ejemplo, si no sería posible descubrir y explicitar qué hay del diseño en las ciencias, la tecnología, las artes, las artesanías... en suma: encontrar las intersecciones del diseño con los diversos modos de pensar y hacer en un mundo cada vez más complejo, donde toda exclusión debe leerse como negación u obstinación, no como ausencia.

Cierre

Como dijimos al comienzo, hemos reflexionado sobre los asuntos tratados, más que para brindar soluciones o conclusiones, para llegar a entender la función de la epistemología en la continua construcción del diseño como disciplina o transdisciplina. Desde la docencia surge la necesidad de la epistemología desde el mismo momento en que se formulan las preguntas: “¿cómo diseñar?” “¿para qué diseñar?” “¿con qué diseñar? y

se llega al deseo de una epistemología cuando se buscan respuestas a las preguntas “¿por qué diseñar?” y “¿para quién diseñar?” Por último, la posibilidad de la epistemología está dada desde la misma praxis del diseño, entendiendo esta praxis no como el mero hecho de hacer algo, sino como la integración de la teoría y la práctica, hacia donde nos dirigimos. Queda hecha entonces la invitación para que ustedes, como responsables de la formación de los futuros diseñadores de sus respectivos países, se sumen a la propuesta de construir una epistemología del diseño a partir de nuestras raíces comunes.

Comisión: Diseño y Economía

Integrantes: Adalberto Elías Campos Batres - Raúl Dorfman - Yaffa Nahir I. Gómez Barrera - Víctor Guijosa Fragoso - Eduardo Hipogrosso - José Eduardo Naranjo Castillo.

Orador: Yaffa Nahir I. Gómez Barrera

Coordinador: Marcelo Ghio

Conclusiones expuestas en el cierre del Segundo Plenario:

Las reflexiones abordadas en la comisión de diseño y economía se pueden agrupar en cuatro temáticas: la comprensión del diseño en el ámbito de los negocios, el rol del diseñador, el rol de la universidad y el diseño y la economía a nivel país y a nivel global.

Comprensión del diseño en el ámbito de los negocios

1. El diseño como motor de la economía se involucra en los diferentes aspectos de la vida cotidiana como una interfase entre el ser humano y su entorno. Entendiendo al entorno no sólo como hecho tangible sino también como todo lo que hace a la cultura del ser humano.
2. Es necesario entonces, pensar el mercado y la sociedad de manera relacionada, es decir sin sociedad no hay mercado, esto con el fin de “des-satanizar” el diseño como negocio. El negocio es el no-ocio, la negación del ocio, por lo tanto la capacidad de hacer negocios de diseño es la capacidad de trabajar dentro del marco de una sociedad y un determinado contexto económico.
3. Desde ese marco de las relaciones entre la sociedad y el mercado, las acciones de los diseñadores deben estar orientadas no sólo hacia los consumidores sino también hacia los ciudadanos que ellos son, y quienes consecuentemente van a demandar más diseño en cuanto haya una oferta de diseño cada vez mejor.
4. El diseño en el ámbito de los negocios se constituye en un proceso estratégico que atraviesa la completa estructura de las organizaciones y su relación con el contexto, es decir que el diseño no se reduce solamente a la definición del producto final como tradicionalmente se ha entendido.
5. Hablar de diseño y de economía es hablar de lo mismo, porque el diseño es una industria. En el contexto de nuestros países es una industria incipiente pero que cada vez se va consolidando más.

Rol del diseñador

6. El rol del diseñador en el marco de los negocios es de un profesional que ampliando su base de conocimientos en pensamiento estratégico, gestión y negociación es un interlocutor válido para el empresario. En este sentido su papel es el de facilitador de procesos y relaciones entre las organizaciones, el mercado y la sociedad.
7. La importancia de la comunicación del valor del diseño así como el uso del lenguaje de los negocios por parte del diseñador es fundamental para favorecer la inserción de la actividad profesional en las organizaciones empresariales e incluso de otra índole.

Rol de la universidad

8. La universidad es un actor fundamental que participa como puente para hacer posible los vínculos entre los otros actores sociales y económicos porque provee el capital intelectual y humano que las organizaciones requieren a través de la formación de profesionales del diseño con un perfil que permita responder adecuadamente a sus circunstancias particulares.
9. De allí la necesidad de fortalecer la formación de los diseñadores en las áreas de negocios así como también la formación de los futuros empresarios en áreas del diseño de manera complementaria, mediante asignaturas electivas y posgrados, porque entendemos que el camino de vinculación entre empresarios y diseñadores es de doble vía.
10. La universidad es también un actor crítico que mediante las actividades de investigación permite la comprensión de las necesidades y problemas de la realidad y mediante las actividades de extensión hace posible ofrecer modelos o alternativas de solución apropiados. Es así que las instancias de capacitación y promoción del diseño, materializadas en centros, incubadoras, polos y redes son ámbitos para propiciar el pensamiento de diseño dentro del marco de la sociedad y la economía.

Diseño a nivel país y a nivel global

11. Si se parafrasea a Aicher en El mundo como proyecto y a Jones en Diseñar el diseño, se puede pensar en un modelo de país desde un modelo de pensamiento de diseño, es decir que problematiza y cuestiona el estado de las cosas y que articula el modelo social con el campo económico desde su actividad creativa.
12. El diseño es un agente dinamizador del desarrollo local. Es necesario instalar el diseño en un territorio para activar economías locales a través de proyectos de desarrollo en los cuales los diseñadores trabajen con todos los actores involucrados.
13. Una vez instalado en el territorio local el paso siguiente es difundir el diseño propio en el marco mundial, para eso es necesario el pensamiento del diseño global.

Comisión: Diseño e Identidad

Integrantes: Gonzalo Javier Alarcón Vital - Carla de Stefano - Pablo Mauricio Escobar Escobar - Sanzi Gianpietro - Andrea Guillén - Leticia Hernández Alarcón - Rina Martínez - Carlos Mirabate - Edgar Andrés Moreno Villamizar - Lauer Alves Nunes dos Santos - Alejandro