

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

Julio Osorio Moran - Alejandro Otálora Castillo - Daniela Sabrina Pasquet - Alexander Pulido Marin - Mariena Rumié Bertoni - Mara Rúbía Sant'Anna - Sandra Tineo - Amparo Velásquez López - Amparo Velásquez López - Luis Rodrigo Viana - Rafael Vivanco.

Orador: Andrea Guillén

Coordinador: Gustavo Valdés de León

El coordinador elaboró un documento que fue presentado a la comisión y que organizó el debate de la misma. El documento "Latinoamérica en la trama del Diseño. Entre la utopía y la realidad" se reproduce en las páginas 56 de esta edición.

Conclusiones expuestas en el cierre del Segundo Plenario:

La comisión trabajó el tema de la identidad del Diseño Latinoamericano y su integración por medio de redes. Se plantearon también los siguientes interrogantes: ¿Por qué nos preocupa tanto la cuestión de la identidad? ¿Es cierto que la identidad es algo que se posee pero que no puede ser leída por quien la posee?

Al respecto, concluyeron lo siguiente:

1. Los participantes coinciden en que existe un desconocimiento recíproco acerca de la producción, práctica y teórica, de los diseñadores de los otros países de Latinoamérica.

Este Encuentro ha generado una suerte de "catarsis" al facilitar el contacto personal entre docentes y profesionales de distintas nacionalidades, formación y experiencias.

Se propone trabajar por una mayor integración, estableciendo redes que posibiliten la circulación de información entre las instituciones y los diseñadores, aprovechando las ventajas que ofrecen los actuales medios tecnológicos.

2. ¿Por qué nos preocupa tanto la cuestión de la identidad? ¿Es cierto que la identidad es algo que se posee pero que no puede ser leída por quién la posee?

Los participantes sostienen que, en tanto latinoamericanos, poseemos una identidad propia que más que construirla debemos darla a conocer, tanto a través de la propia producción como mediante discursos que la expliciten.

Nuestra identidad es un proceso dinámico que se caracteriza por la diferencia: somos diferentes a los no latinoamericanos y somos diferentes entre nosotros mismos. El resultado es la multiplicidad de expresiones culturales cuya riqueza, a veces contradictoria nos identifica ante los demás (y ante nosotros mismos).

Las Universidades y los diseñadores deben asumirse como generadores y gerenciadore de dicha identidad.

3. El rol profesional que cumplen los diseñadores en Latinoamérica, a diferencia de los países industrializados, se define como multifuncional (diseñador multiuso) puesto que debe asumir como propias incumbencias que en el Primer Mundo son asumidas por especialistas. Tal situación puede ser percibida tanto como una ventaja competitiva o como una instancia que debería ser superada en el futuro.

4. Una posibilidad de reformular este rol sería encararlo desde la tríada Arte (como "alma" o espíritu individual y colectivo), Artesanía (en tanto técnica, tanto ancestral como incorporada en los procesos de modernización) y Diseño (en función del usuario).

5. Los participantes destacan el rol estratégico que cumplen las Universidades en la formación de los nuevos diseñadores: sin desconocer las demandas legítimas del Mercado deben priorizar la formación de diseñadores con sensibilidad social, capacitados para resolver los problemas concretos que plantea el entorno local y nacional.

6. Para que estos propósitos no se queden en lo meramente declarativo y superen la instancia de buenas intenciones se propone que las Universidades incorporen la problemática de Latinoamérica en sus programas de estudio, con programas de investigación cuyos resultados puedan ser socializados por el colectivo de docentes y estudiantes.

Un objetivo posible sería la institucionalización de una Cátedra Latinoamericana en las respectivas currículas.

7. Recuperar y valorizar la memoria y las tradiciones locales que, dada nuestra condición mestiza, hunden sus raíces tanto en la herencia de los pueblos originarios como en los aportes de las masas de inmigrantes que constituyen nuestro ser, como forma efectiva de existencia a la presión totalizadora de la Globalización, sin perjuicio de saber renunciar a aquellos localismos que obstaculicen nuestra integración.

8. Se propone que las Universidades comprometidas con estos proyectos elaboren programas de movilidad e intercambio permanentes y sustentables de docentes, investigadores y estudiantes que conduzcan a una eficaz interrelación y crecimiento recíproco.

2. Notas, apuntes, comentarios y reflexiones complementarias de las Comisiones de Trabajo

Estas Reflexiones del Foro recopilan los pensamientos, las ideas, las propuestas que fueron proyectando, en el fragor de la discusión, los distintos miembros de las distintas comisiones.

No pretenden estas Reflexiones... reconstruir dichos textuales sino acercar a los lectores una visión general de las reflexiones acaecidas en dos intensos días de trabajo, compiladas como ideas sueltas, agrupadas en cuadernos de apuntes que cada comisión fue llevando como bitácora, como libro de jornada; tratando de plasmar en papel una realidad a veces común, a veces distinta, pero siempre coherente con esa pluralidad que caracteriza a Latinoamérica.

Los entrecuillados, insistimos no pretenden denotar una cita textual, sino que buscan simplemente enmarcar un pensamiento, una idea, reconstruida desde los apuntes tomados en el debate.

Sin embargo, en algunas comisiones se agrega, con firma de su autor, algunos pensamientos, reflexiones o notas, llegados vía mail.

Comisión: Diseño y Enseñanza / Aprendizaje (A)

“Que sean los estudiantes los que construyan su propio conocimiento”.

“Empezamos a hacer talleres de formación docente, hicimos una gran reforma a nivel curricular; realizamos encuestas en diferentes niveles para identificar problemáticas (FODA) con apertura de participación a estudiantes y docentes. “Para introducir estas técnicas y que sean multiplicadores hace falta tecnología y una buena biblioteca”.

“Que el diseñador reconozca a su disciplina como campo de enseñanza puede ayudar a mejorar la enseñanza. Hay que despejar la espuma de lo sustancioso y crear lazos abiertos y flexibles; dejando el plan de estudios abierto y flexible”.

“El docente debe ser docente y profesional del diseño, porque si no se convierte en un círculo vicioso”.

“Desarrollamos un plan integral de áreas disciplinares culturales llamado “tramo común”, en el cual existen diversas líneas: indumentaria, arquitectura, escritura... También se estudian las generalidades del diseño. Este “tramo común” les permite a los alumnos elegir la carrera que van a seguir”.

“Queremos generar un diseño patagónico que se vincule con las necesidades de la región; dada la diversidad cultural que existe debemos dar respuesta a distintas problemáticas”.

“¿Hay que buscar una identidad regional, local o global? Por supuesto que se busca la identidad regional desde la óptica del folclore pero debe apuntarse a lo global. Los diseñadores deben integrarse sindicalmente, gremialmente, productivamente”.

“Fundamos el diseño bajo los niveles de intervención de empresa; la institución es un negocio/ empresa bajo el criterio de ser sostenible en el tiempo. ¿Qué es la formación integral? Desde la perspectiva del mercado mismo que se establezca bajo criterios de los mercados de trabajo, argumentos de venta y enfoques comerciales como elemento de suplemento de valor. Existen tres ejes verticales: creación/ innovación; tecnología y mercadeo”.

“La lucha que sigue es consolidar al diseño como disciplina, como industria; generar el gusto por buscar importar y exportar diseñadores”.

“Está esa máxima del diseño que dice que las cosas no son como queremos que sean”.

“Tenemos problemas con los alumnos que ingresan con deficiencias... ¿Cómo debemos formar a esos alumnos? ¿Para qué los formamos? Creamos mallas vinculables pero... ¿Cuál es el nicho del mercado en el cual finalmente van a desarrollarse?”

“No solo se trata de diseñar sino también de saber cuánto se está dispuesto a pagar para ello. Es hora de trabajar en la interdisciplinariedad”.

“¿Qué pasa con la parte de especialización ahora que nuestra carrera tiene dos años comunes y no uno solo como era antes?”

“El mercado es calificado y rápido. Nuestros alumnos deben tener los recursos para articularse ágilmente en él, porque ellos deben comenzar a trabajar lo más rápido posible. Deben incorporarse rápidamente en el conocimiento técnico, en la práctica y no tanto una fundamentación teórica. Si bien existen modelos de aplicación técnica básica, muchas universidades no cuentan con los recursos para aprovecharlos”.

“El Canal de Panamá nos trajo más consumo, más turismo pero generó un panameño poco creativo y poco emprendedor. Los estudiantes venían con una alta deficiencia, pero lo fuimos superando con la creación de un año de estudios generales, aunque eso no solucionó el problema”.

“En República Dominicana hay dos títulos: el de técnico, con el que los estudiantes ya salen trabajando y el universitario. Tenemos dos campos de profesores: los teóricos y los que dictan los talleres. Son éstos los que permiten que los estudiantes se mantengan en lo último de la tecnología”.

“La universidad de educación técnica sin equipamiento es un problema, pero lo central es que la universidad nacional no está en una burbuja, sino que está inserta en la sociedad ¿De frente a la universidad pero de espaldas al país!”

“En nuestro caso no había propuestas propias, todo era impuesto desde el Ministerio; entonces se elaboró un diseño curricular, un diseño de tecnicatura. Nuestros alumnos utilizan herramientas, sus manos, el telar, pinturas, diseño. Pero el diseño de moldería es práctico y allí los privados tienen una fuerte sustentabilidad económica y un equipo de trabajo muy comprometido y aliado a la institución. Hicimos un plan de mejoras comprando una bordadora industrial que permite realizar 8.600 prendas mensuales. Establecimos sistemas de pasantías donde se le propone al docente que utilice nuestras instalaciones para producir sus prendas”.

“En nuestro caso mandaron las máquinas pero no tenemos fondos para el mantenimiento”.

“Lo que le damos a la universidad es que a los chicos los acepten, que quienes terminen con la parte técnica puedan continuar con la universidad. En una sola es-