

económicos, constructivos, funcionales y estéticos, los cuales son concebidos integralmente desde el comienzo. Así, la industria crea por primera vez sus propias formas culturales liberadas de la tradición artesanal, entregando respuestas coherentes a las necesidades de la tecnología y de su época, concibiendo una estética de la producción industrial, el Diseño. Con él, se da término a los antagonismos culturales de la industria y el arte, convirtiéndose ello en un gran mérito histórico del movimiento moderno.

Diseñar, permite idear formas industriales originales que integran belleza, técnica, funcionalidad y economía, desarrolladas bajo la idea de proyecto consciente, deliberado y sistemático en busca de resultados prácticos e innovadores, alimentados mucho más allá del empirismo artesanal. La transmisión de mensajes a través de representaciones visuales con un sentido práctico, es ejemplo de la significación del Diseño Gráfico, su función comunicativa y su papel en la sociedad contemporánea, por lo que hablar de la historiografía del Diseño, significa reflexionar sobre un elemento constitutivo de lo moderno y de la historia de la cultura contemporánea.

De allí, el interés por indagar sobre los valores de Modernidad presentes de manera tangible en el lenguaje del Diseño, cuya función cultural aspira vincular el arte con la vida cotidiana, generando un arte nuevo y auténtico, a partir del cual se construye una nueva relación entre el artista, su obra y la sociedad. De esta manera, considero que debe desarrollarse la operación historiográfica del Diseño Gráfico en nuestro continente, con un planteamiento crítico amplio de los condicionantes y contextos que permitieron su advenimiento, para no caer en la simple crónica lineal y el relato de sucesos construidos por acciones individuales que destacan de manera unilateral al acontecimiento, que no es más que un destello y un tiempo engañoso de carácter recitativo y efímero.

La Historia no es la acumulación de acontecimientos que ocurrieron en un tiempo anterior al nuestro que singulariza el pasado en torno a fechas e individuos con un carácter descriptivo y narrativo, la Historia es la ciencia del cambio, es una disciplina en marcha y en movimiento, no se centra en el estudio del pasado ya que su verdadero interés son los actos y las ideas de los hombres en el tiempo y como ninguna otra ciencia, en ella, las causas no se presuponen, se buscan.

* Diseñador Gráfico, Universidad Nacional de Colombia, Universidad del Área Andina, Pontificia Universidad Javeriana.

Diseño, identidad regional y globalización (2030)

El aporte de la gráfica aborígen al proceso de glocalización en Latinoamérica

Eduardo Gabriel Pepe*

Desde las distintas disciplinas relacionadas con el diseño es posible trabajar en la consolidación de nuestra identidad regional, actuando sobre la sustancia gráfica y objetual local, sin desaprovechar las ventajas que otorgan el uso de la informática y las comunicaciones producto de la globalización.

La identidad regional hace alusión a elementos culturales, geográficos y sociales que posibilitan que una región se diferencie de otra. La identidad es memoria colectiva y debe ser labor compartida por toda una sociedad, atendiendo y reflexionando sobre su historia, teniendo en cuenta que el presente no debe repetir el pasado, sino que debe contenerlo.

En Latinoamérica es muy común que la historia oficial sufra de tal miopía, que proporcione una visión del pasado sumamente desvirtuada, logrando en muchos casos que el país oficial se avergüence de su pasado aborígen y de su presente nativo.

La revaloración de lo aborígen como parte de "lo nuestro" es fundamental en el proceso de glocalización.

Debemos tomar a la globalización no como un demonio, sino como un instrumento y utilizarlo para nuestro beneficio, como oportunidad para integrarnos a los grandes flujos económicos y científicos del planeta, pero sin relegar nuestra memoria histórica y social.

Es necesario por lo tanto, la recuperación de la memoria social apuntando a un producto cultural que refuerce los procesos identitarios. Desde nuestra posición podemos colaborar promoviendo la generación en gran escala de elementos de diseño aborígen, de carácter nativo, que apunten a conformar un aporte significativo en la construcción de identidades regionales.

En los casos concretos de la identidad de país o región, a diferencia de la identidad de una institución o una empresa, no es posible la sistematización estricta de los elementos identificadores, es decir que no es viable un programa de diseño o un programa de identidad convencional.

Lo que si es factible es la realización de una planificación con respecto a la identidad regional. Un plan es un conjunto de reglas prácticas que determinan acciones. Y en este punto sí, los programas de imagen institucional y los programas de diseño de imagen corporativa, constituirán una intervención consciente, sistemática y proyectual concreta como parte de un plan o planificación regional.

En el campo del diseño, desde el ámbito de lo institucional y de lo personal y privado es factible encarar una serie de emprendimientos que apunten a la idea de región, trabajando sobre las identidades y las imágenes corporativas de instituciones comprometidas con el medio.

La identidad regional irá tomando forma a partir de la sumatoria de los diferentes elementos identificadores,

que serán coherentes aunque no sistémicos. Será la suma de esos elementos identitarios los que formarán en el receptor una imagen de región.

Una naciente identidad cultural no podrá estar basada en la idealización del pasado indígena, pero tendrá que tener muy en cuenta esa matriz, incorporándola al acervo identitario regional. La diversidad cultural de nuestra América, donde que cada pueblo despliegue su especificidad, debe funcionar como un aporte enriquecedor, en la construcción de las identidades regionales y nacionales.

Todos los emprendimientos en esta temática, son válidos, aunque siempre son más útiles, apropiados y convenientes, si se logran coordinar en un plan de identidad regional, amplio y pluralista, donde todos nos sintamos representados.

En este contexto el plan de identidad regional y cultural argentino se propone como un espacio de diálogo, reflexión, debate, experimentación y acción, desde las disciplinas relacionadas con el arte y el diseño, acerca de la identidad como región, fortaleciendo el proceso de integración cultural en América Latina.

Se tratará la búsqueda del diseño y la implementación de instrumentos para la vinculación de diseñadores, artistas, artesanos y creadores en general, proponiendo un conjunto de reglas prácticas que determinen acciones concretas. El grueso de estas acciones se irán definiendo a partir de ciertos datos iniciales y luego de un trabajo de investigación, elaboración y coordinación en el ámbito nacional.

A partir de los contactos determinados por la red se podrá ir recabando información que luego se volcará en acciones específicas. Con el tiempo se podrá ir realizando un mapa de referentes identitarios y una especie de cartografía de acciones, en base a emprendimientos que hasta este momento permanecen aislados.

El poder conocer hechos independientes para luego coordinarlos con acciones futuras, redundará en una mayor coherencia en la construcción de la identidad de región.

Si pretendemos afianzar nuestras identidades regionales no debemos, de ninguna manera, plantear una visión cerrada del tema, ni mucho menos dar la espalda al mundo globalizado, negando los adelantos informáticos o de redes de comunicación...

Una práctica profesional culturalmente responsable, posibilitará la construcción de una verdadera alternativa de desarrollo cultural y permitirá nuestra integración a la globalización sin convertirnos en meros engranajes del mercado internacional.

* Diseñador en Comunicación Visual, UNLP, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.

Diseño para todos (a031)

Responsabilidad social de los diseñadores

Álvaro Enrique Díaz*

Aquí estoy..., soy un cuerpo en un espacio, un cuerpo real, no el ideal, que determina una relación con un espacio que comparto con otros. Tomo como referencia mi cuerpo que es distinto, desde una realidad ajena para muchos, la cual no ha tomado la verdadera importancia que se merece dentro del ámbito social. Soy diferente y es esta diferencia la que me hace único entre los demás¹. Con la ayuda de la Universidad del Bosque en Colombia, se ha dado inicio a un curso que introduce las nociones de los criterios ergonómicos a tener en cuenta en el diseño en general de espacios públicos, puestos de trabajo y objetos, todos estos dentro de un ambiente donde pueden llegar diferentes tipos de personas, y específicamente en contextos donde los discapacitados pueden hacer parte.

Objetivos

- Reconocer los criterios ergonómicos a tener en cuenta en una problemática encontrada.
- Comprender e identificar los puntos críticos dentro del proceso ergonómico dependiendo del contexto a analizar.
- Identificar los problemas e intuir las posibles soluciones.
- Utilizar las diferentes ayudas que puede recurrir un profesional en el campo de la ergonomía.

Marco teórico

El número de personas con discapacidad en Colombia asciende a los 5 millones de personas, cifra que corresponde a un alto porcentaje de la población total. Debido a distintos factores como la desnutrición, enfermedades, accidentes de tránsito, alcoholismo, accidentes laborales y en especial la difícil situación de orden público que atraviesa nuestro país, llevan a que esta cifra crezca cada día más.

La OMS (Organización Mundial de la Salud) en cada una de los diferentes países maneja la población con discapacidad con una cifra del 10% de la población total. En países que viven en situación de violencia, como es el caso de Colombia, se maneja un porcentaje aproximado del 13% de la población total.

Diseño para todos

A partir de la intervención del Diseño como herramienta de desarrollo y aplicando las distintas premisas del Diseño Universal podemos construir un ambiente más accesible para todos.

El diseño universal se puede definir como el diseño productos y ambientes a ser utilizados por la mayor extensión de población, sin la necesidad la adaptación o diseño especializado.

El Diseño Universal busca simplificar la vida para las personas haciendo productos, comunicaciones y el ambiente construido, más usable por tanta gente como sea posible con poco o nada de costos adicionales. El