

portables, flexibles y adaptables a nuevos contextos sin perder su esencia.

* Facultad de Artes. Universidad Católica Popular del Risaralda. Pereira, Colombia.

La gestión de diseño y el desarrollo regional (a147)

Juan Carlos Ruiz Barragán

Grupo de Investigación

Investigador principal: Juan Carlos Ruiz Barragán.

Coinvestigador: Juan Carlos Pacheco C.

Asistente de investigación: Natalia Carrillo.

Los cambios socioeconómicos globales que se viven en la actualidad han generado transformaciones en los factores tradicionales de producción y la manera en que las naciones construyen su plataforma competitiva, donde los países más desarrollados no poseen necesariamente grandes extensiones de tierra, a cambio, lo que se ha evidenciado es la construcción sistemática de ventajas competitivas basadas en el capital intelectual.

En contraste, para la mayoría de nuestras sociedades el desarrollo económico aun esta ligado a los recursos naturales y a la comercialización de productos primarios, los cuales demandan trabajo de baja calificación y como es limitada la transformación, la cadena productiva es muy corta y no permite generar más empleo ni valor al producto, en cambio los productos que importamos de naciones desarrolladas son en su mayoría productos terminados con múltiples valores agregados que incluyen marcas, patentes etc.... los cuales los protegen y posicionan en los mercados internacionales. Esto ha generado un nuevo orden mundial donde los procesos de internacionalización se generan de acuerdo a tratados comerciales; bilaterales multilaterales y regionales, donde siempre están intereses económicos de por medio, así como barreras proteccionistas, generalmente impuestas por aquellos países que tienen mayor poder de negociación. Es por lo tanto indispensable replantear la estrategia competitiva regional, ya que debemos entrar en el campo del capital intelectual y la gestión del conocimiento, pero este conocimiento debe ser tanto desincorporado (tecnologías blandas) como incorporado (desarrollo de producto) para explotar las ventajas comparativas existentes en nuestras regiones. Por su parte el diseño industrial como disciplina proyectual que desarrolla productos y sistemas de productos, esta llamado a participar activamente en este nuevo orden, pero para hacerlo debe realizar una reconversión y desligarse de la visión tradicional, valida en otros momentos históricos, y asumir una postura sistémica y articulada con los diferentes actores que intervienen en el desarrollo regional. Lamentablemente y debido al enfoque facilista que impera en nuestro medio, buscamos implementar soluciones que han sido desarrolladas para otras sociedades, otras necesidades,

otros contextos. A esta cultura del facilismo no escapa el diseño industrial quien asume rápidamente tendencias, teorías y modelos sin considerar (por su enfoque reduccionista) las implicaciones que estos conllevan, olvidando que la gestión del diseño forma parte de un todo (propio de cada país) y que el adoptar modelos foráneos no garantiza el éxito y permanencia de los productos en un mercado cada vez más competitivo. El diseño industrial esta llamado a ser protagonista activo en el desarrollo de las naciones, no solamente desde el aspecto económico sino desde lo social y humano pasando por lo tecnológico y ambiental para esto es necesario desde el diseño; evaluar generar, proponer y desarrollar modelos acordes con sus momentos, entornos, recursos y posibilidades en procura de generar un desarrollo sostenible y sostenido. Potencializando y dinamizando los recursos; materiales, productivos y culturales propios de cada país y/o región a fin de identificar, implementar y comunicar una identidad no solamente en los productos sino en su gestión.

* Pontificia Universidad Javeriana. Departamento de Diseño Industrial. Bogotá, Colombia.

Método y diseño (a148)

Alternativas creativas en la actividad proyectual

Mav. Ma. Eugenia Sánchez Ramos

El diseño como disciplina debe de acreditar sus fundamentos racionales refiriéndose a los principios ontológicos en que descansa y condiciones de conocimiento que lo determinan como objeto de estudio. Es entonces cuando se observa la necesidad de métodos que sirven de puente entre los principios del hacer y el conocer con las características específicas de la materia. La carencia investigación en la disciplina es consecuencia de que el profesional del diseño no evolucione a la par de la técnica y la tecnología en términos mundiales y que dependa de la economía de un país para su desarrollo, es decir aunque no pudiese aplicarse determinada tecnología en un país con rezago económico no impide que el diseñador se actualice conceptualmente y provea al país con alternativas que ayuden a la superación del mismo.

En el campo de los métodos del diseño, nos encontramos con la falta de una metodología que estudie la adecuación entre los métodos específicos, los principios endógenos y exógenos que conforman al diseño, los objetivos que persigue y los medios para alcanzarlos. Es a través de la metodología que se podrá evaluar los métodos existentes, esto nos lleva a investigar otro factor determinante: La carencia de la teoría de diseño que ha obligado a establecer ciertos paradigmas que en su momento han sido tomados como teorías y han guiado la actividad proyectual y su método de enseñanza.

Es imperiosa la necesidad de una herramienta intelectual que ofrezca la posibilidad de cierto orden y permita explicar la complejidad de la actividad proyectual. Esta situación ha convertido el medio en fin y se han

estructurado planes de estudio cuya estructura es el mismo método que se quiere enseñar, limitando la reflexión y exploración de otras posibilidades tanto en el ordenamiento de factores y la síntesis formal.

Del trabajo artesanal al diseño

El diseño en sí contiene aspectos fundamentales inevitablemente controvertidos, en virtud de que, en estricto apego a las teorías y los modelos metodológicos, no existe alguno en el cual el diseño gráfico pueda sustentarse completamente. Sin embargo existen personas llevadas por su prurito profesional, quienes consideran que todos los seres humanos son diseñadores. Ellas entienden al diseño "como todo esfuerzo consciente para establecer un orden significativo",¹ en cuyo caso afirman que el hombre siempre ha diseñado a lo largo de la historia. Lo cierto es que el ser humano es un transformador del ambiente debido a las necesidades que lo impulsan a desarrollar las primeras manifestaciones culturales, con las cuales transformó su relación con la naturaleza.

Conocimiento y método

El diseño exige ser conformado de una manera distinta mediante el análisis de factores determinantes de la forma. Es decir, los métodos intuitivos y esquemáticos resultan insuficientes y condenados al fracaso.

"Diseñar es una actividad realizable en sistemas sociales, por lo que implica el conocimiento de las necesidades que en ellos se generen. El diseño es, por tanto, una disciplina proyectual que se orienta hacia la resolución de problemas que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación, según necesidades físicas y espirituales."²

La metodología, como el diseño mismo, abarca un ámbito extenso, un conjunto de disciplinas en los que lo fundamental es la concepción y el desarrollo de proyectos que permitan prever como tendrán que ser las cosas, y al mismo tiempo idear instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos. Debido a esto, la metodología del diseño integra conjuntos de indicaciones y prescripciones para la solución de problemas derivados del diseño; ella determina la secuencia de acciones más adecuada, su contenido y procedimientos específicos. Las proposiciones metodológicas no tienen un fin en sí mismas, conservan el carácter de instrumentos intelectuales de la metodología general. Por ello, no han de confundirse los métodos de diseño con recetarios o rutinas rígidas cuya aplicación, de seguirse escrupulosamente, garantizará resultados óptimos. Los métodos de diseño implican conocimientos técnicos que han de adoptarse según las circunstancias y los fines.

"La metodología es, en consecuencia, la técnica del método, que es el camino que conduce al conocimiento, expresa al producto más acabado que la lógica elabora y su culminación sistemática, teniendo como único medio la capacidad de abstracción."³ La importancia de la investigación para la metodología del diseño se detecta en una fase previa, obligada en todo acto creativo a asimilar datos básicos que faciliten el conocimiento sobre la esencia, el comportamiento y las posibilidades de todo lo que se encuentra implicado en esta área operativa. Para conocer un objeto es preciso estudiar

todas sus facetas, todas sus relaciones; esto exige universalidad. Así, a pesar de no llegar a conocerla en su totalidad, el investigador deberá hacer todo lo posible para su determinación operativa.

La idea de incorporar a la práctica del diseño disciplinas científicas es impulsada desde principios del siglo pasado. Surgió esta nueva perspectiva en una época en que se experimentaba la etapa pre-científica del diseño basada en procedimientos figurativos emocionales.

Los métodos y procedimientos de que dispone actualmente el diseñador se deben sobre todo a las presiones económicas que obligan a la racionalización de sus procesos, tanto para el mercado como para la publicidad. Tal parece que en realidad los métodos se convierten en herramientas para justificar una solución más que en el medio para llegar a ella. Esto ha generado que las proposiciones de modelos para conocer, recopilar, ordenar, comparar, proyectar, etc. sean numerosas y en su mayoría carezcan de fundamento conceptual teóricamente apropiado.

El método del diseño debe estar basado en estructuras lógicas unidas a las facultades creativas. El intelecto no es antagónico a la intención expresiva ni a la capacidad creadora, sino complementario. La sistematización es útil en el campo del diseño para evitar acciones arbitrarias e incongruentes en el desarrollo intuitivo.

El análisis del problema es, necesariamente, el punto de partida, ya que comprende la interrelación de las partes que lo componen. El diseño no es ajeno a las contradicciones que tengan lugar en la sociedad ni está exento de sus consecuencias ideológicas. Es importante reconocer que el método debe adecuarse a las condiciones particulares de cada problema y no al contrario, pues cada objeto de diseño posee un conjunto de posibilidades de pertinencia variada y en ocasiones complejas. Podemos concluir que la importancia de generar métodos radica en: Permitir que el diseñador pueda sentirse libre para concentrarse en solo una parte pequeña del problema, posibilitar que tenga medios para comunicar la esencia de sus imágenes mentales, facilitar sus posibilidades de realizar juicios rápidos de factibilidad de detalles críticos, y permitir realizar juicios con suficiente objetividad.

Notas

1. *Diccionario Larousse*, Santillana, 1998, p. 170.
2. Vilchis, Luz del Carmen. *Metodología para el diseño*, UNAM, 1998.
3. *Ibidem*.

Bibliografía

- Association of Dutch Designer BNO. *Grafisch Ontwerp*. Bis Publishers, Amsterdam, 2000.
- *Nieuwe Media*. Bis Publishers, Amsterdam, 2000.
- Bernhard, Bördek. *Design*. Buchverlag, Köln Dumont, 1991.
- *Die Geschichte. Praxis und Theorie aus Produktgestaltung*. Buchverlag. Köln Dumont, 1998.
- Gert, Selle. *Die Geschichte des Design in Deutschland von 1870 bis heute*. Köln: Dumont. Köln, 1978.
- Gregory, S. A. *Die Methode*. University of Aston Birgimghan, 1992.
- Heuffe, Thomas. *Design Schnellkurs*. Buchverlag. Köln Dumont, 1995.

Hurburt, Allen. *The Design concept*. Watson-Guptill. New York, 1999.

Vilchis, Luz del Carmen. *Comunicación gráfica*. ENAP, México, D.F., 1999.

- *Metodología del diseño*. ENAP, México, D.F., 1999.

Warren K., Wake. *Design Paradigms*. Watson-Guptill, New York, 1981.

Rodríguez Morales, Luis. *Teoría del diseño*. UAM. México, D.F., 1998

* Escuela de diseño. Universidad de Guanajuato.

Identificando un país a través de sus materias primas (a149)

Valoración de la producción artesanal y de la materia prima chilena.

Gabriela Cancino Brito*

Objetivo

Generar y abrir un espacio de debate en torno a una situación que probablemente se da en muchas regiones de Latinoamérica, cual es la sub valoración de la producción artesanal local. Se pretende además analizar la problemática que subyace en torno a este tema, y específicamente analizar las implicancias de dicha problemática en el mercado de artesanía del sur de Chile, la forma como se produce y como se comercializan productos realizados con materias primas naturales, como la lana de oveja, que permite obtener productos de vestuario de altísima calidad.

En el sur de Chile (Osorno, Puerto Montt, Castro en la isla grande de Chiloé, Chaitén, Coyhaique y zonas aledañas) se producen variados tipos de artesanías. Entre ellas, prendas de vestuario.

Éstas últimas son desarrolladas con materias primas nobles y 100% naturales. Sin embargo, la situación no es tan sencilla, pues la dinámica comercial que se genera en este sentido da pie para la sub valoración de la mano de obra, lo cual se traduce en una transacción desventajosa para el artesano/productor.

Dicho productor trabaja en la extracción y proceso de lavado del vellón de lana de oveja, luego de lo cual hila a mano la lana, ayudándose con un instrumento artesanal llamado huso. De esta forma obtiene las madejas de lana hilada con torsión manual, parte de las cuales las tiñe con materias primas orgánicas, tales como corteza de árbol (canelo, ulmo, maqui, etc.), plantas, barro, semillas, hongos silvestres, flores y óxido. El proceso de teñido también es artesanal, y quienes se desempeñan en esta labor son totalmente conocedores de la variedad de colores, utensilios a usar, temperaturas y formas de teñido para lograr distintos efectos en la lana. Cabe hacer notar que en este proceso no hay máquinas ni técnicas industriales. Todo se basa en el conocimiento ancestral y en técnicas optimizadas en forma manual, en la experiencia adquirida con los años y transmitida de generación en generación.

Las ventajas de prendas producidas con materias nobles son la calidad, la duración, la forma de abrigo, la

exclusividad generada a partir del teñido y del diseño, obteniendo prendas únicas. Naturalmente se destaca como ventaja el respetar y validar la cultura y tradición local de quienes trabaja con estos productos desde hace muchos años traspasando este conocimiento a sus familias e hijos, conformando parte de la identidad local de esta zona.

Esta panorámica se ve perjudicada por la escasa valoración pública y privada de la producción nacional artesanal. En la práctica, esto se evidencia en que los comerciantes de la zona pagan precios irrisorios por productos naturales de altísima calidad como los descritos anteriormente. Siendo así, se regatea y escatima obteniendo las madejas para luego producir los productos. Es decir, no se valora la mano de obra ni el esfuerzo que conlleva esta actividad, pero sí se valora la calidad del insumo.

Los comerciantes locales, quienes son los responsables de adquirir a precios bajísimos la lana, generan con ella productos tales como ponchos, sweaters, bufandas, faldas, chaquetas, abrigos, gorros, chales, mantas, guantes, cinturones, bolsos y en general cualquier tipo de prenda o accesorio que se pueda confeccionar con lana, para luego comercializarlo en tiendas formalmente establecidas en las zonas más centrales del Sur de Chile (Puerto Montt, Castro, Dalcahue) y de esta forma obtienen márgenes de explotación mayores.

Sin embargo, la cadena no termina aquí, ya que, como esta situación es conocida, muchos interesados de la zona central del país, y de su capital, Santiago, van al Sur a adquirir de los comerciantes las prendas, las que luego son vendidas con un margen de, a lo menos, 250% por sobre el que pagaron.

Generalmente estos interesados son dueños de tiendas de elite, quienes saben que su clientela reconoce el valor de las materias primas y de las prendas, por lo cual están dispuestas a pagar altísimos precios. Es decir: Todos reconocen el valor de las materias primas, pero los comerciantes pagan precios bajos por ella, perjudicando la producción artesanal local y subvalorando esta actividad.

A pesar de que esto va en desmedro de los artesanos, es una ley de mercado: Un oferente está dispuesto a transar precios ante un demandante. Como dicho oferente no conoce herramientas ni métodos comerciales para lograr obtener mejores precios, está supeditado a lo que quieran ofrecerle.

Cabe hacer destacar que el nivel de diseño es básico, debido a que las personas que lo desarrollan son las mismas que lo producen, y al no tener capacitación en ese sentido, es diseño se ve perjudicado. Se desarrollan prendas tipo, sin diferenciación de acuerdo a distintos tipos de consumidores, con líneas clásicas extremadamente similares las unas a las otras, sin variedad ni buen calce. No hay propuestas de diseño de vestuario, no hay estilos ni tendencias definidas. Es decir: Sólo se produce sobre la marcha en forma improvisada, sin la mirada del profesional del diseñador que enmarque y caracterice el trabajo.

Se concluye a priori, que los productores y artesanos deberían ser capacitados en técnicas para generar mejores métodos de diseño y ofrecer una gama más amplia