
Resumen: En palabras de Cristian Mohaded el diseño es “un tránsito entre el deseo y lo real, entre la intuición y la técnica, entre la curiosidad y el acierto”, y es esta una definición que transparenta el carácter de una práctica profesional que respira en la crisis perenne. La historia de este diseño podría estructurarse, como toda historia en verdad, según el propio repaso de todas esas crisis. No buscamos aquí simples respuestas sino complejas preguntas y para todos estos interrogantes, que se superponen y conviven en una única y gran crisis histórica ¿Cuál debe ser el rol del diseño para contribuir, desde su práctica, con una resolución exitosa de ellos?

Palabras claves: Crisis – Disciplina – Ambiente – Formación – Inteligencia artificial – Herramienta – Autoría – Incertidumbre

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 99]

^{*)} Arquitecto por la Universidad Católica de Córdoba (1991), Magíster en Docencia Universitaria por la Universidad Tecnológica Nacional (FRC, 2010). Profesor Titular (Dedicación Full) en Historia del Diseño Industrial I, desde 2006 y Profesor Adjunto a cargo (Carga Anexa) en Diseño Industrial III A (desde 2008) en la FAUD - UNC. Investigador categoría III de SeCyT UNC y director de proyectos de investigación. Es miembro del Consejo Asesor del CIDIC, Centro de Investigación en Diseño Industrial Córdoba, FAUD UNC y Representante por la FAUD UNC ante la Asociación Latinoamericana de Carreras de Diseño Industrial. Autor del libro DISEÑO. Aprendizaje, enseñanza y ego-axialidad. Ed. FAUD UNC, Córdoba, 2013.

Introducción

En pasados escritos hemos intentado esbozar ese histórico devenir crítico, desde la necesidad de un maridaje entre arte y artesanía, objetivos compartidos por antagonicos personajes decimonónicos como lo eran William Morris y Henry Cole, proceso que se extendió

hasta la segunda década del veinte, cuando rusos y alemanes (digamos mejor Kandinsky y Gropius) cerraron la idea de una escuela formadora de artistas para la industria, uno de los tantos nombres que se acuñaron en aquella época para lo que hoy conocemos como diseñadores industriales. Pero no fueron los únicos. De hecho el alemán Muthesius, en los últimos años del siglo diecinueve, tuvo la misión de observar a los ingleses que, de la mano de Cole, habían fundado sus Reales Escuelas de Arte desde más de cuatro décadas antes ya y, simultáneamente en la península escandinava, plantearon también sus centros de formación en el último cuarto de los 1800.

Es entonces que una vez consolidada la idea una necesaria formación en instituciones de educación superior, nos llegó luego con Ulm la segunda gran crisis. Como disciplina con algo más de independencia, la encrucijada se manifestó en la necesidad de una metodología para el ejercicio del diseño y esa es una crisis que recién en el presente se halla de algún modo zanjada. El *Design Thinking*, planteado por la gente de IDEO, vino de algún modo a sintetizar décadas de exploración y de conceptualización acerca de la manera en que los diseñadores hacemos diseño. Es una genuina metodología y sólida al punto de que otras disciplinas la utilizan para sus procesos de resolución de problemas, como la pedagogía por ejemplo, tanto para sus diseños curriculares como particularmente en su expresión didáctica para la construcción de una idea de clase o de taller.

Pero con metodología propia y todo, en aquél esbozo nuestro planteábamos también la existencia de una cuarta ola crítica e irresoluta aún, como lo es el tremendo impacto que la producción masiva de bienes y servicios tiene hoy sobre la salud del Planeta.

Todas estas crisis, como en todo proceso histórico del pasado, han sido fragmentos de un período de tiempo mayor, concatenándose unas a otras pero al mismo tiempo solapándose, finales con inicios forjando eslabón a eslabón esta cadena temporal que construye la Historia. Y hemos dicho “proceso histórico del pasado” no como redundancia involuntaria, sino como afirmación diferenciadora del presente, porque la historia sigue construyéndose y es historia el ayer próximo en su hora y su minuto, permitiéndonos una observación de la contemporaneidad de ese gigantesco e inabarcable proceso con proa hacia el futuro. Y este presente se muestra muy diferente; ya no hay tiempo de procesar, como en otras eras, un conflicto a la vez, con tiempos históricos amoldados a una maduración cultural natural (valga la paradoja), donde los frutos de una época puedan resultar en descompuestos nutrientes para procesos históricos por venir; ya no. Hoy se nos mezclan todas las fases juntas, sin darnos tiempo para advertir que causas o consecuencias corresponden a cada cuál y limitando aún más nuestra capacidad como civilización para resolverlas.

En nuestra historia particular del diseño y como parte de la construcción cultural general, nos ocurre exactamente lo mismo. A la tremenda e irresoluta crisis ambiental, una crisis más que viva, se suman otras igualmente determinantes sobre el presente y el futuro cercano de nuestra profesión y, lo que otrora fueran naturales solapamientos entre diferentes etapas, hoy se nos presentan como fases críticas absolutamente superpuestas y contemporáneas de un solo y macro crítico momento, donde inteligencias artificiales en acelerada expansión, crecientes islas de plástico en los océanos, montañas de ropa en los desiertos, tremendas desigualdades en el acceso a los servicios básicos e hiper virtualización de los vínculos sociales, derrapan hoy en

acelerada liquidación de todas las aristas de una cultura que guarda escasas facetas de endeble solidez. Paradójicamente hoy, para poder salirnos de este verdadero embrollo, es probable que necesitemos mucho más de la crónica incertidumbre del *homo demes* morineano que de las inútiles y probadas certezas del *sapiens*.

Crisis disciplinar

Así como el citado planteo de IDEO sobre el *Design Thinking* vino a poner nombre y apellido a una metodología propia del diseño y de algún modo un fin (o un proceso de finalización) a la pregunta capital que arrancara con fuerza allá por mediados de los cincuenta del pasado siglo XX de cómo hacemos el diseño, probablemente hoy nos acerquemos a una nueva respuesta acerca de qué cosa es el diseño, más allá del método para su cristalización. Ese tipo de pensamiento, el pensamiento del diseño, eficientemente graficado por IDEO en su propio esquema de proceso, hoy tan popular, ha contribuido seguramente a la construcción de la nueva definición que elaborara la nueva Organización Mundial del Diseño (WDO en su sigla en inglés) y que necesitó salirse del corsé del ICSID con la magistral definición disciplinar de los años sesenta, con nuestro Maldonado por allí. Si bien magistral, aquella definición no alcanza a cubrir todo el enorme espectro de maneras en las que los y las profesionales del diseño hoy ejercen su profesión. La cantidad de egresados que trabajan en diseño de experiencias es creciente, porque la cultura y el mercado lo requieren. Lo necesita el mercado, lo practican las y los profesionales ¿Por qué no lo asimila aún la academia? Seguimos discutiendo en cada foro universitario sobre si es válido formar a nuestros alumnos en el diseño para la experiencia de uso, más que en el diseño de producto. Falaz encrucijada; eso ya estuvo resuelto desde siempre, desde que el diseño es diseño. Cuando Thomas Gerrit Rietveld imaginó su *Red & Blue* no la pensó como un mero asiento. Si bien su primera versión del diecisiete era de color madera al natural, como era natural para un habilísimo carpintero como él, meses más tarde la pensó como una experiencia del sentarse. Pintó su estructura negra con amarillo en los extremos de cada pieza para que, en la semi penumbra, el sillón vacío se percibiese como un juego de planos en azul y rojo flotando entre destellos amarillos. Cuando el sillón es ocupado, la que flota entonces es la persona... probablemente su idea naciera a partir del propio uso de su asiento. Quien haya tenido la posibilidad de probar una *Red & Blue* habrá podido advertir el excelente balance de su diseño. La postura está tan bien resuelta, tan bien equilibrada, que en verdad uno se siente flotar. Lo maravilloso, lo genial del diseño de don Tomás es que la experiencia no acaba en quién se sienta, sino que se complementa con aquellos que miran al sentado, flotando en la semipenumbra entre aquellos destellos. Su lamentablemente escasa arquitectura se estructuraba en un similar tipo de juego de planos y colores flotantes, y las teorías que sustentaban a *De Stijl* se orientaban ni más ni menos que hacia la idea de Mundo nuevo. Entonces, Thomas Gerrit Rietveld entendía o no los pormenores del diseño centrado en la persona, del diseño centrado en el uso, en la experiencia. Por supuesto que sí, las pruebas sobran y podríamos pasearnos por todo

este ensayo recorriendo ejemplos positivos de *user experience* en el pasado: la máquina Singer, la Kodak *Brownie*, el Wincofón y un eterno etcétera. Entonces, ¿por qué seguimos sumergidos en polémicas inútiles sobre si debieran o no nuestros alumnos ocuparse del diseño de un aplicación, si es esa la manera de resolver las carencias en los servicios? También es esa la manera de repensar el mundo material que tenemos, los recursos culturales con los que contamos y aprovecharlos, tratando de no generar más productos industriales con el único objetivo de vender y desplazar del mercado a la competencia. Las estrategias disruptivas, como su nombre lo indica, destruyen esencialmente a lo “otro”, de manera de hacer un lugar para lo propio, siendo que lo propio sigue siendo, tristemente, más de lo mismo. Y es en esa destrucción, como en todas ellas, que se generan enormes cantidades de residuos y ya estamos de residuos hasta el tope. Para resolver tremendo embrollo resulta imperioso, mucho más que necesario, llevar la cabeza de nuestros profesionales al plano de lo organizacional y de lo político, de manera de poder abordar las problemáticas a un nivel social sistémico, desobturando a la enseñanza del diseño que sigue anclada en la idea de la resolución material de un simple producto industrial.

Rearmando los sistemas de experiencias

En el presente, es más que obvia la superposición entre la crisis ambiental y la crisis disciplinar que enfrenta hoy el diseño y la única manera de frenar esto es produciendo menos, consumiendo menos y vendiendo menos productos materiales. Pero en el contexto económico mundial actual eso parece, al menos en el corto y mediano plazo, inalcanzable, porque el único modo en que el capitalismo sobrevive es con un crecimiento permanente de su base económica y productiva, no reduciéndola. Quizás entonces nuestro aporte disciplinar en esta encrucijada histórica sea el rearmar los sistemas de experiencias ayudando a desplazar esa compulsiva y capitalista obsesión por consumir productos materiales hacia una mucho más sana satisfacción de necesidades a través del consumo de servicios, detrás de cada cuál habrá productos materiales, obviamente, y que deberán ser diseñados y materializados, pero que la lucha de marcas, que las disrupciones de nichos de mercado, que la generación de residuos, se trasladen al mundo de lo virtual y cuando necesitemos movilizarnos o vestirnos, hagamos uso responsablemente de servicios de transporte y vestimenta eficientes y no que consumamos combustible para mover una tonelada y media de peso para trasladar a sólo setenta quilos de confortable y egocéntrica humanidad o desechemos *jeans* nuevos e impecables sólo porque el abstracto e impersonal concepto de moda lo manda.

El rearmado de los sistemas de experiencias que mueve el consumo de servicios al mundo de lo virtual ya ha comenzado y, paradójicamente, los primeros en advertir su necesidad han sido las entidades bancarias, templos por antonomasia de la religión del profeta Smith. Los bancos trabajan fuertemente hoy a partir de una permanente validación y revalidación de las experiencias de sus clientes, achicando a niveles impensados hasta hace poco tiempo sus infraestructuras edilicias y sus estructuras jerárquicas, al punto que la

palabra hoy -en mucha mayor medida- la tiene el ahorrista, como nunca antes en toda la historia de la economía monetizada.

En el extremo de esa tendencia, está el caso del banco alemán N26, cuyo universo de clientes es muy amplio pero que ofrecen total gratuidad de servicios a personas menores de 26 años, rango etario que configura el grueso de su clientela. La institución no posee sede física, al menos en los términos tradicionales de la expresión ya que, en verdad, si necesita de centros de atención por llamadas o por las redes, pero no hay edificio del N26 en la City berlinesa ¿Cómo sostiene entonces su economía una institución así? A través de los dividendos obtenidos por el propio movimiento de divisas, sumado al ingreso de pagos por servicios que el banco también ofrece a persona cualquiera, pero por encima de aquella joven edad límite. Entonces ¿Dónde se ubica aquí el diseño de producto? El producto mismo es abstracto, de hecho hay pocas cosas tan abstractas que sean resultado de la cultura material humana como lo es el dinero y sus movimientos, sin embargo, necesitamos para ello de numerosas interfaces físicas; a saber: computadoras, celulares, centrales telefónicas, servidores, asientos, escritorios, luminarias, algo de papel y lápiz, y podríamos seguir hasta el casi infinito. La arquitectura, además, debiera ocuparse de todos los entornos físicos necesarios para cubrir las necesidades básicas de cada actividad involucrada. Y el sistema se abre y complejiza, porque el banco es parte de una red de servicios mucho mayor, como lo son el Mercado, y las redes de producción y consumo de otra infinidad de bienes.

Somos seres físicos sí, enteramente físicos en nuestra relación con el medio y requerimos de interfaces físicas para resolver nuestras necesidades cotidianas, pero ya es tiempo de que en nuestras escuelas de diseño dejemos de enfocarnos en la perimida cadena de aprendizaje *producto-línea-familia-sistema* para avanzar definitivamente sobre las redes de *productos-sistemas-servicios-experiencias-organizaciones-políticas*. Por tanto, el diseño de productos materiales no va a sucumbir y nos animamos a decir aquí que nunca, hasta en una tierra pos apocalíptica propia de una película de John Hillcoat necesitaríamos de seguir fabricando herramientas, más no sea las básicas, como lo es la ropa. Pero esa indumentaria, como producto básico, también se reenfoca hoy hacia interretroacciones mucho más amplias, como veremos enseguida.

Las oportunidades en los proskenios virtuales

En lo que tiene que ver con el diseño y producción de indumentaria, por cierto una de las industrias que más sobreproduce y contamina en la actualidad, existen tendencias más que disruptivas e interesantes, como es el caso de la empresa escandinava Carlings. Siendo una minorista de ropa destinada al público joven, Carlings ha sabido observar una oportunidad en un nicho nuevo, los *influencers*. La plataforma de éstos es lo virtual y su producto es la imagen y a la manera de las estrellas de rock de los setenta, se arrojan sobre el público al vacío de un virtual proskenio y dejan caer sus virtuales humanidades sobre miles de manos

que los sostienen con sólo hacer un *click*; pero no existe el contacto físico. Al igual que Peter Gabriel, Freddie Mercury o David Bowie, los *influencers* seguramente hoy invierten un tiempo importante en trabajar su *look*, pero, por qué habrían de usar ropa física. He aquí entonces la oportunidad observada por Carlings y para ello han desarrollado la *Digital Clothing Collection*, una línea de indumentaria virtual que puede comprarse en línea, que puede usarse en línea pero que no se fabrica y no genera desechos materiales, más allá de la energía necesaria para poner en funcionamiento las plataformas que soportan las intercomunicaciones en la Red. Esto representa seguramente una verdadera innovación y disrupción, tanto en el mercado como en la cultura, pero hay un elemento más que sustancial para el análisis y es que el hecho es disruptivo igualmente para el propio producto, para el propio objeto que, filosóficamente, ubicáramos desde siempre frente al sujeto. Lejos estamos de ser filósofos pero es obvia la frangmentación que la cosa comienza a sufrir. De aquella diada planteada por Baudrillard en su *Sistema de los objetos*, donde éstos eran definidos como portadores de dimensiones prácticas y dimensiones históricas, simultáneamente y por su propia condición de objetos, hoy somos testigos de una escisión de ambas siendo que lo práctico sobrevive en lo íntimo y lo histórico previve en lo público. Como si ocurriese una división celular espontánea, nuestro *influencer* podría vestir cómodamente con su pijama preferido y en el entorno hogareño, mientras que lo que sus seguidores recibirían como comunicación visual de su propuesta estaría cuidadosamente diseñado para demostrar, o mostrar desde un preciso mensaje cultural. Ambos son productos diferentes y cada uno con sus propias dimensiones prácticas e históricas, pero absolutamente desbalanceadas, en un sentido y en el otro. Lo que como potenciales seguidores de esas propuestas recibimos posee una carga histórico-simbólica casi pura, con la mínima función práctica de comunicar, pero haciéndolo en el marco de un contexto cultural expandido hasta el infinito y válido para millones. Mientras que el pijama preferido del locutor es casi un ciento por ciento práctico, digamos ropa de trabajo (al menos de este tipo de trabajo), siendo que su dimensión histórica se restringe a la propia y personal del sujeto hablante. Otro tanto ocurre hoy con los filtros de algunas redes como Tiktok. Puedo tener (como es mi caso) una nariz tan grande como la de Cyrano de Bergerac pero mostrarme orgullosamente al mundo con una otra como la de Matt Damon.

Estamos transitando tiempos históricos en los que podemos manipular a extremos nuestra imagen pública, como en el pasado sólo pudieron hacerlo monarcas y emperadores y los potenciales conflictos simbólicos a los que esto puede enfrentarnos en el futuro si quiera podemos imaginarlos, porque lo que se fragmenta en definitiva es la propia idea de persona. Entonces ¿Lo que se busca es realmente reducir la sobreproducción de ropa industrial o simplemente el objetivo es ampliar aún más el negocio de la indumentaria? Sólo lo dirá el futuro, hasta tanto sólo esperaremos analizando, aunque no estamos exentos de sorpresas todavía más grandes y en pocos años quizás no sólo disociemos nuestra intimidad de nuestra publicidad, sino que además podríamos encargárselo todo a una inteligencia artificial.

Recuerdos del futuro

Cada vez que algo nuevo asoma en la cultura lo primero que produce es una catarata de referencias históricas, al menos para los más atentos. El caso más patente sea quizás el de la radio o el de los periódicos. Se han vaticinado sus muertes en innumerable catidad de ocasiones, fundamentalmente ante la aparición de una nueva tecnología para la comunicación social: “la radio vino a matar al periódico”, “la televisión llegó para matar a la radio” y en definitiva, nada mató a nada. En este presente, los temerosos pregonan la muerte de la inteligencia humana de manos (o quizás de periféricos) de las computadoras. Las IA asustan y mucho, pero no dejan de ser meras herramientas. Los que pisamos los sesenta podemos recordar nuestra escuela secundaria y el dilema de si las calculadoras sí o las calculadoras no. La calculadora terminó instalándose en los pupitres con la misma pertinencia que una tabla periódica o un transportador y todos ellos son ejemplos de inteligencia artificial que resultaron en peldaños que nos permitieron avanzar hacia niveles superiores del pensamiento. Estas herramientas nos liberan de tareas engorrosas y el dilema entonces es pensar en estrategias didácticas que permitan usar provechosamente ese tiempo libre. Parafraseando a Gombrich, nuestro propósito docente debiera orientarse hacia estudiantes autónomos en la incorporación de información de calidad y la consecución de sus propios descubrimientos, sin esperar un certificado que satisfaga a los burócratas; que el aprendizaje no resulte en el único resultado esperado, sino en el camino para formular nuevas preguntas.

En ese sentido, los docentes de diseño hoy nos preguntamos y discutimos sobre si resulta lícito que un estudiante recurra a las IA como ayuda para sus procesos y se nos pierde de vista el objetivo fundamental de todo aprendizaje, que es aquél que se ancla en utilizar toda herramienta de ayuda como medio y no como fin para conseguir objetivos y que los verdaderos aprendizajes resultan de los procesos concatenados y no de sólo un momento o un dispositivo. Mejor sería preguntarnos por qué nuestros alumnos miran con tanto interés a las IA. Probablemente porque lo más tentador de las inteligencias artificiales sea, mucho más que la calidad de su respuesta, su tremenda inmediatez. Pero, inmediata e instantánea, no deja de ser una simple respuesta, síntesis de una gigantesca cantidad de información que un servidor guarda en su base de datos, pero una simple respuesta al fin. Esta líquida generación vive en lo inmediato y difícilmente soporta la vista completa de “Lo que el viento se llevó” o la lectura sostenida de “El nombre de la rosa” o “La guerra y la paz” (confieso aquí que, en el caso de los libros, tampoco he podido). Videos de no más de diez minutos atraen su atención pero nos cuesta mucho compartir con ellos una clase expositiva de tres cuartos de hora. Pero en definitiva no tiene nada de malo el pensamiento hipertéxico, como tampoco lo tiene el tradicional pensamiento lineal, aquél que nos permitió soportar de un tirón las películas de Bertolucci. La cuestión sería que vayamos entrenándonos todos, alumnos y docentes en ambos modos para la recuperación de información valiosa, porque ambos resultan útiles para la construcción de nuevo conocimiento, aquél que sólo nace de los nuevos interrogantes. Al decir de Morín, el mejor modo de acceder al pensamiento complejo es a través de la incertidumbre, mucho más que a través de las certezas y eso es lo que fundamentalmente nos diferencia de las máquinas. Para ellas no cabe lo incierto, no existen las dudas y, si las muestran, es sólo como burda copia de las nuestras.

Emulando humanidad

Dentro de la enorme gama de acciones que muestran hoy las IA cabe una emulación, y bastante creíble por cierto, del comportamiento humano, pero que no deja de ser un plagio; no es humana, es artificial. Parece esta una afirmación de Perogrullo, pero no está de más insistir en su carácter porque ese pseudo humano comportamiento no es más que la respuesta a una consigna. En definitiva, la inteligencia artificial aprende en función de lo único que necesita: acumular datos. Las IA no requieren, al menos por ahora, de producir interrogantes genuinos; somos nosotros los que preguntamos y ellas las que sólo responden y esta relación no dista mucho de la típica del sistema educativo pre Montessori. Pero afortunadamente nuestros objetivos pedagógicos hoy distan mucho de esos tiempos demoníacos y las expectativas de logro tienen siempre que ver con estudiantes autónomos y totalmente capaces de generar consignas y no sólo de responder automáticamente a ellas, independientemente del tamaño de sus bases de datos.

Tratando de ser coherentes con nuestro relato previo, si no buscamos aquí simples respuestas sino complejas preguntas: ¿Cómo damos verdadera utilidad a las inteligencias artificiales? ¿Es imperioso que el diseño se reoriente definitivamente hacia una progresiva desmaterialización de la industria? ¿Cómo superamos la crisis ambiental? ¿Cómo la crisis disciplinar? Con esa gigante e instantánea capacidad de responder a todo; ¿Podrán las IA ayudarnos con los interrogantes del presente? Para todos estos cuestionamientos, que se superponen y conviven en una única y gran crisis histórica ¿Cuál debe ser el rol del diseño como disciplina contribuyente y desde su práctica, para una resolución exitosa de ellos? Nos aferramos a todos esos interrogantes porque es lo que mejor sabemos hacer.

Referencias

- Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos* (1969). Buenos Aires. Editado por Siglo XXI.
- Bauman, Zygmunt. *Sobre la educación en un mundo líquido* (2012). Buenos Aires. Editado por Paidós.
- C@mbio. 19 ensayos sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas (2013). Madrid. Editado por BBVA.
- Droste, Magdalena. *Bauhaus. 1919 1933* (1991). Madrid. Editado por Taschen.
- Gombrich, Ernst. *Ideales e ídolos. Ensayos sobre los valores en la historia y el arte* (1979). Madrid. Editado por Debate.
- Iberbuden, Alberto. *La desmaterialización del diseño* (2019). Disertación on-line con motivo del centenario de la fundación de la Bauhaus. <https://youtu.be/zyhISueRRqk>.
- IDEO. *Design Thinking para educadores* (2012). <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>.
- Mohaded, Cristian. (2022). *Territorio híbrido*. Buenos Aires. Editado por Wustavo Quiroga para Museo Nacional de Arte Decorativo.

Morín, Edgar. *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro* (2002). Buenos Aires. Editado por Nueva Visión.
Temes de Disseny. Diseño, comunicación y cultura Nro. 13 (1996). *La cultura del diseño, paso a paso*. Barcelona. Editado por el Servicio de publicaciones Elisava.
@worlddesignorg (2023). <https://www.instagram.com/p/Cq-islBtOyU/>.

Abstract: In the words of Cristian Mohaded, design is “a transit between desire and reality, between intuition and technique, between curiosity and success”, and this is a definition that reveals the character of a professional practice that breathes in the perennial crisis. The history of this design could be structured, like any true story, according to the review of all those crises. We are not looking for simple answers here, but complex questions and for all these questions, which overlap and coexist in a single and great historical crisis, what should be the role of design to contribute, from its practice, to a successful resolution of them?

Keywords: Crisis – Discipline – Environment – Training – Artificial intelligence – Tool – Authorship – Uncertainty

Resumo: Nas palavras de Cristian Mohaded, o design é “um trânsito entre o desejo e a realidade, entre a intuição e a técnica, entre a curiosidade e o sucesso”, e esta é uma definição que revela o caráter de uma prática profissional que respira na crise perene. A história desse projeto poderia ser estruturada, como qualquer história real, de acordo com a revisão de todas essas crises. Não procuramos aqui respostas simples, mas questões complexas e para todas estas questões, que se sobrepõem e coexistem numa única e grande crise histórica, qual deve ser o papel do design para contribuir, a partir da sua prática, para uma resolução bem-sucedida das mesmas ?

Palavras chaves: Crise – Disciplina – Meio Ambiente – Treinamento – Inteligência Artificial – Ferramenta – Autoria – Incerteza

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]
