

### Referencias bibliográficas

- Baudrillard, Jean. (1997). *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI editores.
- Baudrillard, Jean. (1995). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI editores.
- Bauman, Zygmunt. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: F.C.E.
- Bauman, Zygmunt. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: F.C.E.
- Citado en: Harvie Ferguson (1999), *Glamour and the end of irony*. Virginia: The hedgehog review.
- García Canclini, Néstor. (2005). *Culturas híbridas*. Buenos Aires: Paidós.
- Rifkin, Jeremy. (2010). *La civilización empática*. Buenos Aires: Paidós
- Purcell, Kristen. (2010). Report: New Media Ecology, News, Mobile. Understanding the Participatory News Consumer. *Pew Internet & American Life Project. An initiative of the Pew Research Center*. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx>
- The Economist. (2010). *A world of connections. A special report on social networking* January 30 2010. Disponible en el sitio <http://www.economist.com>
- Osterwalder, Alexander & Pigneur Yves. (2009). *Business Model Generation*. Amsterdam: self published book.
- <http://pubs.wunderman.com/digital>
- Ugarte, David de. (2007). *El poder de las redes*. Barcelona: Ediciones El cobre.
- <http://blog.demarketingonline.com/reputacion-online/buzzalgorithmics-cuando-el-ecosistema-social-se-impone/>
- <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007600>

**Abstract:** In this current environment crossed by the hegemony of the virtual revolution and the penetration of the social networks, its participative and interventionist publics, with

multitasking skills, there is born a new generation protected by the distributive nature of the network. This model questions the pre-established authority and values the combined knowledge of the network. It deprives of authority to the chain of centralized control and answers better to horizontal and participative processes than to the vertical mandates. A look that it tries to interpret how to connect what happens in the classroom with this overwhelming presence of the social networks.

**Key words:** virtual – digital – participative – sustaining – responsible – creativity – network – hyper connection – eco system – transmission – education.

**Resumo:** Neste meio atual atravessado pela hegemonia da revolução virtual e a penetração das redes sociais, seus públicos participativos, intervencionistas e de habilidades multitasking, nasce uma nova geração protegida pela natureza distributiva da rede. Este modelo questiona a autoridade preestabelecida e valoriza os saberes combinados da rede. Desautoriza à corrente de comando centralizada e responde melhor a processos horizontales e participativos que a mandatos verticais. Um olhar que tenta interpretar como enlazar o que sucede no aula com esta presença abrumadora das redes sociais.

**Palavras chave:** virtual – digital – participativa – sustentável – responsável – criatividade – red – hiperlinks – ecossistema – transmissão – educação.

(<sup>1</sup>) **María Elena Onofre.** Experta en marketing, comercialización y negocios de consumo masivo. Posgrado en Dirección de Comunicaciones (UCES). Egresada de la Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón con especialización en Artes visuales (IUNA). Traductora técnico-literaria idioma Inglés. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Negocios en Diseño y Comunicación. Coordina los Programas Ejecutivos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

---

## Diseño slow

Lorena González (<sup>1</sup>)

Fecha de recepción: agosto 2011  
Fecha de aceptación: octubre 2011  
Versión final: diciembre 2011

**Resumen:** Este texto aborda una nueva tendencia en el diseño de indumentaria: el diseño *slow*. Desde las bases de su filosofía hasta los puntos más importantes de este movimiento pasa por todas las etapas que debe tener un diseño para que sea considerado como tal.

**Palabras clave:** diseño *slow* – nuevas tendencias – filosofía *slow* – *slow design* – diseño ecológico – cuerpo medio-ambiente – relación cuerpo-entorno – textiles orgánicos – consumidor de sentido.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 92]

---

Paradójicamente a los tiempos que corren, donde lo virtual es casi real, donde vivimos la mayoría del tiempo

en un no lugar, donde confluyen en un instante múltiples mensajes virtuales, todos y al mismo tiempo, don-

de lo instantáneo del pensamiento se refleja en cortos mensajes con un contenido que olvidamos al momento de haberlo publicado, está haciéndose cada vez más presente una tendencia que está totalmente opuesta a la locura de lo *mass media* y la virtualidad: el diseño *slow*. Fundado dentro de la filosofía *slow*, donde lo que se valora además de la estética de un producto es su proceso, el diseño *slow* también tiene en consideración varios temas: hace su aporte al ecosistema, ya que también incorpora procesos como reciclaje, rediseño de productos de descarte, recuperación de materiales, uso de textiles orgánicos, comercio justo (por supuesto que no todo junto sino que cada diseñador toma los aspectos que le son más interesantes para su objetivo de trabajo). El diseño *slow* es más que el diseño trabajado de manera artesanal, o lenta, sino que su fin es una verdadera concientización del valor de los procesos y materiales.

Este movimiento empezó siendo una protesta anti *fast food* y se manifestó en el arte culinario que revalorizaba lo casero y hecho en casa y se extendió a múltiples aspectos de la vida actual. En el aspecto del diseño de indumentaria el pensamiento fundador es que ya existen demasiadas prendas en el mercado hechas de manera automatizada y sin personalidad, lo cual, al pasar la temporada pasa a ser remanente y de allí, a la basura hay solo un paso, lo cual inunda al mercado de más y más basura. Se propone que cada vez más que predominen menos prendas pero de mejor calidad.

Se valorizan los diseños únicos, lo trabajado a mano (esto no quiere decir artesanal ni tener impronta hippie), a veces hecho a la medida, rescatando técnicas olvidadas de bordados, moldería, ensamblado, dando como resultado piezas únicas, atemporales, que resistan al tiempo, que el usuario se reconozca con ellas y que, por ello, no las descarte fácilmente.

A nivel lógica de mercado esto parece casi imposible: ¿Cómo parar la locura de la temporada tras temporada y el recambio que acontece cada seis meses? No es parar, sino desacelerar, quizás cambiar la óptica desde donde se mira: todas las características que hacen a un diseño *slow* son un valor diferencial al momento de comercializar los productos, ya que actualmente hay un usuario consumidor que lo valora y paga por ello.

Opuesto al pensamiento de colección por temporada, donde sólo se valoriza la tendencia y la estética del momento, el diseño *slow* es inversamente proporcional a esta lógica de mercado; las prendas se valorizan con el tiempo y además el precio que pagó el cliente se amortiza con su uso, precisamente porque lo bueno nunca pasa de moda y tiene más posibilidades de combinación. Es casi una postura de pensamiento el uso de esta vestimenta.

Tomando las palabras de Susana Saulquin en su libro *La moda después*: “Si el vestido va a ser utilizado en su aspecto relacional con los otros y con el medio al señalarles los propios valores e identidades, entonces el cuerpo volverá a ser considerado por los diseñadores de indumentaria, como lo ha sido siempre para los artistas. Con un cuerpo real, el vestido en su nueva función relacional será auténtico, ya que sabemos después de Paniker que todo realismo lo es de las relaciones. El ser humano será el otorgador y el consumidor de sentido,

recuperando lo que significara el *consummum*, es decir el poder consubstanciarse con el “sumo” de cada uno, y recibir al vestido-modelo en su trascendencia, como diría Baudrillard, no en su intrascendencia de moda seriada.

En la nueva organización relacional el vestido diseñado, al ser real y auténtico dejará de ser un mero informador de variables sociológicas de los usuarios, para convertirse en comunicador de la trascendencia de las personas.”

Algunas marcas importantes ya registraron que los consumidores dan valor a estos temas y ya hay en mercado productos diseñados en base a esta filosofía en ediciones limitadas, jeans con procesos artesanales y que necesitan de menor cantidad de agua para su lavado, con componentes ecológicos, zapatillas que tardan menos tiempo en degradarse que las normales, etc.), hay que ver si no es sólo una campaña de marketing y si lo sostendrán en el tiempo.

Los diseñadores que trabajan en diseño *slow* no lo hacen como moda pasajera sino que es parte de su filosofía de vida. Hay varias intenciones en el diseño *slow*: producir una pieza que tenga la impronta de su autor por alguno de los tantos procesos que lo hagan único, que el usuario entienda que está adquiriendo un producto trabajado de manera personal, que sea consciente que no es copia. Para ello, el uso de talleres de confección en donde se trabaje de manera conciente el producto, se lo cuida y que el diseñador pague un precio justo por ello. Se debe controlar que toda la cadena que hace a este movimiento sea lo mas coherente posible con esta filosofía, es decir, si estoy trabajando con textiles naturales, toda la cadena que hace a su producción debe tener el menor impacto ambiental posible. Los textiles deben ser lo más orgánicos que se pueda, estampar o teñir con elementos naturales con la mínima cantidad de productos contaminantes. Tratar de usar productos locales, etiquetería estampada para usar la menor cantidad de cartón; el packaging lograrlo con los descartes textiles, etc, etc. La nueva concepción del vestido como una pieza que va mas allá de cubrir al cuerpo, está planteada de manera clara en los textos de Saulquin, quien plantea un nuevo paradigma de vestido cuando afirma que: “Si se piensa a la vestimenta como un sistema de control de la interacción cuerpo-medio ambiente, entonces el vestido debe ejercer ese control, con la mayor eficacia posible. Esta eficacia que significaba durante la sociedad industrial cumplir con los principios de la moda, está empezando a significar en la actualidad, aunque muy lentamente, la necesidad de cumplir con los parámetros. Entre ellos se destacan como los pilares de la nueva vestimenta, los criterios de funcionalidad, respeto por el cuerpo real, utilización de nuevos materiales y acatamiento a los principios ecológicos.”

Los países desarrollados están a la vanguardia de estos temas, quizás porque no tienen que hacerse problemas por otros temas de necesidades básicas como los países en vías de desarrollo. Pero a favor de estos últimos podemos alegar que en estos países, en la mayoría de los casos, existe un alto grado de conciencia y desarrollo para determinar soluciones de diseño en cuanto a estos temas con alto grado de creatividad, ya que al tener

menos recursos se buscan nuevas opciones que nos den resultados similares.

En universidades europeas ya el tema del *slow design* está siendo planteado como materia troncal en las carreras de diseño de indumentaria. Lo cual confirma que es una problemática que se vislumbra importante para la formación profesional de los diseñadores, contemplando como futura necesidad en los escenarios de consumo de prendas.

La cuestión es que deberemos esperar para poder confirmar si este nuevo movimiento de diseño es sólo una falacia o puede convertirse en algo más serio, que forme un nuevo perfil de diseñador. El tiempo dirá.

---

**Abstract:** This essay approaches a new trend in the design of apparel: the design slow. From the bases of his philosophy up to the most important points of this movement it passes through all the stages that a design must have in order to be considered in such a way.

**Key words:** design slow – new trends – philosophy slow – ecological design – average body – relation body-environment – organic textiles – consumer of sense.

**Resumo:** Este texto aborda uma nova tendência no design de vestuário: o design slow. Desde as bases de sua filosofia até os pontos mais importantes deste movimento passa por todas as etapas que deve ter um design para que seja considerado como tal.

**Palavras chave:** design slow – novas tendências – filosofia slow – slow design – design ecológico – corpo meio-ambiente – relação corpo-ambiente – têxteis orgânicos – consumidor do sentido.

(\*) **Lorena González.** Diseñadora de Indumentaria (UBA, 2001). Especializada en el diseño de pieles en Dinamarca, tras haber ganado la beca Saga Furs en el año 2003. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño de Modas de la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## Planificar una actividad de enseñanza de procedimiento

Martín Fridman (\*)

Fecha de recepción: agosto 2011

Fecha de aceptación: octubre 2011

Versión final: diciembre 2011

**Resumen:** Todo proceso de diseño conlleva una alta carga de creatividad (entendida ésta como el encuentro de varias ideas aparentemente inconexas que generan una nueva e inesperada). Si bien existen técnicas para fomentar la creatividad, las mismas en sí no sirven para diseñar, pero sí para establecer tareas, encauzadas por las metodologías o estrategias que jamás buscan automatizar el proceso creativo.

**Palabras clave:** proceso – signo – lenguaje – técnicas – modelización – resolución de problemas.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 94]

---

Dentro de las enseñanzas procedimentales tenemos tres alternativas: a. Técnicas, b. Modelización, c. Resolución de problemas.

Una metodología se establece para encadenar una serie de pasos para llegar a un fin. Por esta vía de razonamiento, tampoco la modelización, como copia para generar un concepto (lugar donde el diseño empieza) es bien vista: el “hagan lo que yo hago” nos lleva a un camino sin salida porque no es mediante la imitación sin pensar, la vía para generar resultados en el proceso de diseño. Por eso, aunque sea por descarte, es la resolución de problemas la alternativa mejor vista, porque ésta, por definición, nos conduce al uso de metodologías y estrategias para resolverlo.

Ahora bien, la resolución de problemas no alcanza para aprender. Es necesario comprender la teoría en primera medida para saber cómo se aplica y con qué herramientas, técnicas y acciones.

Lo que se describe a continuación es el esquema de una planificación basada en la resolución de problemas.

### 1. Materia: Diseño e Imagen de Marcas

#### 2. Año y cuatrimestre de cursado de la materia

Primer año, primer cuatrimestre. Es fundamental aclarar que es una de las primeras materias de la carrera en función de las estrategias para el rescate de los conocimientos previos.

#### 3. Tema de la Unidad y de la actividad que se planifica

Tema: El signo. La universalidad del lenguaje pictográfico.

Sistema visual. Actividad: Reconocimiento y proyección de emergentes básicos de comunicación visual.

#### 4. Objetivos de la clase

En primer lugar esta clase no es una clase única, sino que son varias (2/3) las requeridas para el desarrollo de la estrategia y la actividad.

a. Conocer, detectar y analizar las propiedades primigenias comunicativas de la marca: síntesis, pregnancia y