

Identidad, cultura y tendencias en diseño: Identidades locales y regionales.

Alfredo Marino y Marcia Veneziani (*)

Fecha de recepción: julio 2013
Fecha de aceptación: septiembre 2013
Versión final: noviembre 2013

Resumen: Los temas que se abordaron en esta Comisión se vincularon con los problemas y las posibles soluciones que hoy se presentan respecto al tema de la Identidad, la Cultura y las Tendencias que se observan en el Diseño Latinoamericano. Se planteó la necesidad de observar a la cultura como elemento estratégico de desarrollo social, a través de una postura metodológica para los procesos educativos en todos los ámbitos desde donde opera el diseño.

Palabras clave: identidad - diseño estratégico - proyecto cultural - paisajismo - indumentaria - cine latinoamericano.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 198]

En el Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, las ponencias de esta comisión, ocho (8) en total tendieron a promover una reflexión crítica sobre el Diseño y la Cultura en general, teniendo en cuenta como eje central a la Identidad, entendiéndola como vertebradora de la creación latinoamericana.

Como docentes, traer el tema a estos claustros implicó conocer nuevas miradas y el desafío que esa reflexión, individual se transformara en una suerte de inteligencia colectiva que ha tenido como objetivo optimizar nuestra práctica profesional, establecer criterios que mejoren la enseñanza y generar nuevas líneas de investigación. Los ponentes y los trabajos presentados fueron los siguientes:

-Johnny Andrés Insignares Cadena [Universidad del Norte (Barranquilla) - Colombia]

“El Ambulante”: Visibilizando la tradición desde el diseño.

Bajo el interrogante ¿La globalización mata la tradición? se mostró el desarrollo de un ejercicio donde el diseño pretende darle valor y exaltar un icono popular. Se hizo referencia a que una gran participación del trabajo informal opera en las calles del mundo y aunque es ilegal, sus actores llenan los espacios de vida y color. La exposición se centró en las “palenqueras” que se dedican a la venta de bollo, un manjar del Caribe. Se trabajó con estudiantes de diseño gráfico creando una estrategia BTL para renovar creativamente este personaje. Resultado: 26 estrategias basadas en investigación que proponen nuevas formas de vender un producto tradicional de la cultura popular del Caribe.

- Osvaldo Muñoz Peralta y Paola Margot De la Sotta Lazzarini [Universidad de Chile - Chile]

“Expresión y técnica: Tres experiencias de diseño creativo realizadas en acero”

Describieron como el trabajo con el material es una de las formas de investigar de los diseñadores. En ese contexto, se mostró la experiencia de tres proyectos, donde el trabajo con el acero laminar, ha sido el protagonista de la forma, por lo tanto, del diseño. Esto ha significado el descubrimiento de nuevas formas susceptibles de ser

realizadas con lámina de acero, producto de la investigación que se ha hecho con el mismo, las maneras de ser trabajado y la expresión que se puede lograr con ellos sin pintura ni maquillaje, mostrando el material desnudo en su condición natural.

- Manuela Azevedo Carvalho y Luciana Aparecida de Miranda [Universidad Estadual de Feira de Santa Ana -UEFS-FAPESB - Brasil]

“O Carnaval da Bahia nos Desenhos de Carybé”

La propuesta tuvo como objetivo mostrar cómo las imágenes son los recursos potenciales de enseñanza/aprendizaje. A través de un estudio comparativo de lienzos Carnaval (1944) y Carnaval (1986), del artista plástico Carybé, con el tema del carnaval brasileño, y las fotografías tomadas en el Carnaval de Salvador en 2012, se evidenció cómo es posible efectuar otra lectura de uno de los elementos más significativos de la cultura brasileña y cómo ha cambiado a lo largo de los años. Para hacer esto, ha sido necesario percibir la importancia del trazo de este artista argentino, naturalizado brasileño, en la construcción del imaginario colectivo de la cultura brasileña, especialmente la bahiana, y la importancia de la enseñanza de la lectura de imágenes.

- Miguel Rubio y Alejandro Higuera Zimbrón [Universidad Autónoma del Estado de México - México]

“Prolegómenos Metodológicos sobre la Gestión Estratégica del Diseño: La Cultura Como Desarrollo Social”

Se centró en cómo la cultura observa la particular característica del sincretismo como suma de sus historicidades, en cuyos productos y procesos se conforman las actuales identidades de los pueblos; no obstante, muchos rasgos son ahora observados como lastres de desarrollo social y económico, en virtud del concepto neoliberal de costo-beneficio. Se trata de una postura metodológica para los procesos educativos, desde el diseño estratégico, a los efectos de transformar la perspectiva de cultura como pobreza, transitándola hacia una manera más sustentable de mirarla. Es decir, el valor de cambio del objeto de diseño identitario debe cambiarse por su valor simbólico para su desarrollo social.

- Amarilis Elías [Universidad del Zulia - Venezuela]
“La Historia, Estética y la Cultural en la Ciudad”

Procuró divulgar los avances hasta el momento obtenidos en el desarrollo del proyecto, cuyo objetivo principal consiste en exaltar la cultura regional, a través de la difusión de los personajes ilustres del Zulia y los acontecimientos históricos más importantes de la localidad, por medio de murales culturales, que mejoren la estética del paisajismo urbano y al mismo tiempo activar a los habitantes de las comunidades que estén en estado de ocio, contribuyendo en la organización de la comunidad para un bien colectivo, aportando momentos de formación y recreación.

- Paola De la Sotta [Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad de Chile - Chile]

“La Intención de diseño detrás del objeto Cultural Patrimonial”

Se centró en definir el objeto cultural patrimonial, como el concepto que permite distinguir aquellos objetos desarrollados por el hombre para una función específica en una situación de emergencia o imprevisto, condición que provoca una segunda función que se repite en el tiempo. Por otro lado, aquellos que han surgido como respuesta a una necesidad funcional y que generalmente corresponden a artefactos que han sido aprendidos por medio de la tradición oral, de generación en generación (artesanía, técnicas manuales, etc.). Ambos casos, si bien nacieron en contextos distintos, fueron pensados con una intención de diseño pero con una intención de trascendencia distinta, la cual se diferencia por los criterios a considerar en el desarrollo del proyecto de diseño y los que se aplican en la repetición de una técnica, la improvisación de un modelo o la expresión material.

- Marcia Veneziani [Universidad de Palermo - Argentina]
“Más allá del espejo. Diseñar a partir de lugares e historias”

Trató de las consecuencias de la crisis del 2001 y del surgimiento de algunos diseñadores capaces de soñar sus propias creaciones y además con la necesidad de contar historias: propias y ajenas. En un país de inmigrantes, hay cientos de ellas. Muchos de estos diseñadores creativos piensan un poco como los griegos, en que la belleza debe pactar con la verdad y otro poco como los románticos: que la belleza los debe conducir a aquella. Se expuso un caso de diseño de autor (el de la Diseñadora Deby Szmuch) que trabaja en una suerte de rescate de la identidad de cada una de sus clientas, más allá de las tendencias que impone la moda.

- Alfredo Marino [Universidad de Palermo - Argentina]
“Discurso Audiovisual e Identidad. Imágenes de la Ciudad, la Periferia y el Campo”

Se centró en el cine argentino. Explicó cómo éste se encargó de representar simbólicamente la realidad de la Argentina, y en esa representación generó imágenes cargadas de sentidos y valores. El objeto de la exposición ha sido poner en evidencia cómo quedan configurados literal o metafóricamente el campo, la ciudad y la periferia, qué valores éticos y morales se asigna a cada uno y cómo

definen nuestra identidad. Interesa particularmente esta temática ya que se reitera en diferentes, sino en todas, las cinematografías latinoamericanas. La construcción de identidades siguiendo a Berger y Luckman (1988) es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad y el arte suele ser el interlocutor válido entre ambas, en este caso el Séptimo Arte.

Espacio de debate

En el debate se abordaron varias líneas en torno a los temas presentados. Se reflexionó acerca de la problemática del diseño, identidad y territorio. Otra línea de preocupación y deliberación se centró en la historia y la conformación de los imaginarios que afectan al Diseño y por último, se estudiaron estrategias que se pueden establecer a los efectos de promover la investigación, la producción teórica y expresiva que sobre estos temas impulsen el desarrollo de la región.

Conclusiones de la Comisión

En los dos turnos del día 31 de julio de 2012, en la sede de Larrea 1079, se presentaron 8 ponencias, con la participación de diversas naciones como Colombia, Venezuela, Chile, México y Argentina. En tanto, se han tratado temas relacionados con la identidad en sus diversas formas de aproximarla al diseño. También, se ha cuestionado, comentado y discutido la manera en que la globalización tiende a menoscabar la cultura - “matar” o “desaparecer”, fue el término utilizado -; en tal virtud, es importante generar las políticas públicas y de gobierno, para fortalecer las identidades en su propio contexto local.

En ese orden de ideas, se presentaron algunas estrategias por parte de los conferencistas participantes, por ejemplo el caso del objeto de la experiencia profesional y académica en Colombia, para efectos de reposicionar a las llamadas “paleñeras” en la venta y promoción de sus productos tradicionales, cuyas bondades permiten las transformaciones de lo urbano con industrias culturales sustentables, y a partir del diseño estratégico no convencional.

Bajo esta óptica, los interlocutores manifestaron la necesidad de generar espacios ideales para incorporar un modelo de sociedades económicas urbanas, no como clusters comerciales o industriales, sino desde gobiernos sensibles con las necesidades de la sociedad, particularmente con las más vulnerables. Es decir, se trata del centro como beneficio comunitario, de respetar los saberes y costumbres locales, en cuyos principios se alimenta la imaginación con el poder de la tradición. Así, el diseño resulta ser el más antiguo de los recursos modernos. No obstante, en el caso de México existe una conciencia diferente con respecto a Latinoamérica, permitiendo la imposición de grupos políticos con intereses mezquinos que obstaculizan la generación de políticas públicas con alto impacto social.

A pesar de ello, debemos destacar que hay afortunadamente alternativas que probablemente podrían aportar al diseño, por ejemplo en el caso de la propuesta presentada por los profesores de la Universidad de Chile, en donde se ha descrito el proceso de producción del

diseño de tres proyectos mediante el uso del acero, en los que la integración de los objetos al espacio urbano ha sido exitoso. Sin embargo, la simplificación supone una complejidad anterior al proceso, lo que permite cuestionarse la relación entre el arte y el diseño, si es que son o pueden llegar a ser lo mismo, o incluso si es que uno es supeditado a otro en términos epistemológicos, discusión que se llevó a cabo durante todo el día y bajo posturas distintas.

También se discutió la posibilidad de llevar a cabo una línea diacrónica de imágenes con afanes didácticos, haciendo uso del dibujo como principio de diseño. Los brasileros, consideran que los ritos familiares o culturales que identifican al aprendiz con las imágenes, son el fundamento que da origen al conocimiento y sobre todo genera conocimiento sobre la historia de sí mismos. Esto es, pensar el diseño a partir de la intención, diferenciándolo de lo artesanal. El diseño cae en el campo del trabajo, mientras que la artesanía cae en el campo de la labor. La diferencia entre el diseño y la artesanía es el proceso de la complejidad y la inteligencia a la realización y al material. Es así como, se presentó el caso de una empresa que experimenta con mimbre potenciándolo para obtener mejores resultados. Asimismo, se planteó la necesidad de observar a la cultura como elemento estratégico de desarrollo social, a través de una postura metodológica para los procesos educativos, desde el diseño estratégico, para transformar la perspectiva de cultura como pobreza, transitándola hacia una manera de mirarla más sustentable, es decir, el valor de cambio del objeto de diseño identitario debe cambiarse por su valor simbólico para su desarrollo social. En este sentido, resulta evidente que la culturización desde varios espacios (lo religioso, lo educativo, lo mediático) ha deteriorado los rasgos identitarios de países latinoamericanos, en especial el de México, perdiendo o transformando las características que le han dado sentido como cultura.

En todo caso, se ha planteado la necesidad de establecer estrategias de integración urbana, con el objeto de dignificar y fortalecer la identidad y pertenencia, especialmente en el aprendizaje social en espacios públicos, tal como lo realizan en espacios comunitarios en Venezuela a través de los murales, con la recuperación de la identidad en sus personajes ilustres cotidianos. También se ha discutido la identidad nacional a través de la transferencia del saber, es decir, el apropiamiento de lo urbano para crear escenarios. Los talleres en Maracaibo con actividades para mejorar la estética, del paisaje urbano, activar a los habitantes que se encuentran en estado de ocio, despertando al mismo tiempo sus capacidades expresivas, fomentando además, la investigación, y los trabajos financiados por la Universidad.

Así, la utilización del espacio urbano mediante el uso público cotidiano, en el que se generan soluciones que permanecen no como diseño original, sino como remedio. La intención de diseño se puede transformar en diseño formal, esto es, recoger la necesidad social para crear diseño, presentado por los chilenos. Es ahí en dónde se discutieron los casos paradigmáticos como los grupos indígenas otomíes en México, en los que se han creado colectivos posmodernos con responsabilidad social con evidente influencia Punk.

Otro ejemplo de esta posibilidad identitaria es la indumentaria personalizada propuesta por los argentinos, a través de contar historias de los pueblos mediante las indumentarias bajo cuatro aspectos: historias, gustos, miedos y sueños.

Es aquí donde se discute si es que el arte, a diferencia del diseño, crea objetos únicos, lo cual le otorga esa categoría de objeto de culto artístico. Se requiere "saber de manera profunda", para que el diseñador traduzca el proyecto. De esta forma, la tela no puede estar en un estante, no puede estar quieta, debe necesariamente transformarse a partir de la historicidad del sujeto.

Finalmente, y sin perder el hilo conductor de la identidad y arte/diseño, reconocemos que un medio para difundirla es a través de la cinematografía, es ahí en que podemos ver casos dignos para su análisis, desde los comienzos del cine latinoamericano en que se encuentran de forma clandestina o paralela al cine comercial una intención de búsqueda identitaria a partir de dos ejemplos fílmicos, una de los años 50 y otro de los años 90. En dicho mecanismo, observamos cómo el cine se puede usar como un recurso didáctico, dirigido a nuestros jóvenes en nuestras aulas latinoamericanas a fin de mejorar el futuro.

Abstract: The issues discussed in this Committee were linked with the problems and possible solutions presented today on the issue of Identity, Culture and the observed trends in Latin American Design. It raised the need to observe the culture as a strategic element of social development, through a methodological stance for educational processes in all areas where design operates.

Keywords: identity - strategic design - cultural project - attire - landscaping - Latin American cinema.

Resumo: As questões que se abordaram nesta Comissão se vincularam com os problemas e as possíveis soluções apresentadas hoje sobre a questão da identidade, cultura e tendências que se observam no Design Latinoamericano. Propôs-se a necessidade de observar a cultura como elemento estratégico do desenvolvimento social, através de uma postura metodológica para os processos educativos em todos os âmbitos desde onde opera o design.

Palavras chave: identidade - design estratégico - projeto cultural - indumentaria - paisagismo - cinema latinoamericano

(¹) **Alfredo Marino:** Lic. en Artes (UBA, 1993). Postgrado en Administración y Gestión Cultural (IUNA, 2002). Diplomatura en Epistemología y Metodología de la Investigación (UAI, 2006). Docente autorizado de la UBA (2009). Mg. Educación en Entornos Visuales (en curso). Profesor de la Universidad de Palermo en los Departamentos: Audiovisual, Investigación y Producción y Teatro y Espectáculo de la Facultad de Diseño y Comunicación.

(²) **Marcia Veneziani:** Doctora en Comunicación Social y Licenciada en Publicidad (USAL). Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación.