



DISEÑO
INNOVACIÓN
SOCIEDAD

ENTREVISTA

Ezio Manzini

ACADÉMICA

María del Valle Ledesma

Esteban J. Rico

Sara Guitelman

Beatriz Martínez | Mariela Favero

INNOVACIÓN

Rosita De Lisi

Katherine Mollenhauer |
José Santos Hormazábal | Myriam Molina

Beatriz Galán

PRÁCTICA PROFESIONAL

María Lombana

TESIS DE GRADO

Iliana Martínez

TESIS DE POSGRADO

María de las Mercedes Filpe

#1 - AÑO 1 - 2018
ISSN 2618-3935

**DISEÑO
INNOVACIÓN
SOCIEDAD**



PRESENTACIÓN	03
GUILLERMO R. TAMARIT	03
<hr/>	
EDITORIAL	03
MARÍA DE LAS MERCEDES FILPE	03
<hr/>	
ENTREVISTA	04
EZIO MANZINI	04-11
<hr/>	
ACADÉMICA	12
Comunicación en la FADU-UBA. Una experiencia en diseño gráfico: el diseñador como <i>operador cultural</i>	
MARÍA DEL VALLE LEDESMA	12-17
Una nueva agenda para la cooperación: diseñar para la realidad	
ESTEBAN J. RICO	18-26
Aquello de lo que somos capaces. La chispa	
SARA GUITELMAN	27-34
Escenarios urgentes. Conocer, proyectar con-ciencia sustentable	
BEATRIZ MARTÍNEZ MARIELA FAVERO	35-41
<hr/>	
INNOVACIÓN	42
El diseño hoy. Entre la innovación tecnológica y la innovación social y cultural	
ROSITA DE LISI	42-47
Creación de valor turístico en territorios urbanos mediante MESO	
KATHERINE MOLLENHAUER JOSÉ SANTOS HORMAZÁBAL MYRIAM MOLINA	48-54
El manuscrito pendiente	
BEATRIZ GALÁN	55-58
<hr/>	
PRÁCTICA PROFESIONAL	59
Proyecto aUPA: Espacio público <i>pop-up</i> amigable con la crianza	
MARÍA LOMBANA	59-65
<hr/>	
TESIS DE GRADO	66
Creación de valor a partir de desechos textiles. Cruce de caminos Curuzú - Pergamino	
ILIANA MARTÍNEZ	66-71
<hr/>	
TESIS DE POSGRADO	72
Universidad responsable para el desarrollo sustentable	
MARÍA DE LAS MERCEDES FILPE	72-79

DIS REVISTA DE DISEÑO
INNOVACIÓN SOCIEDAD
ISSN 2618-3935

Revista periódica de la UNNOBA dirigida a la comunidad académica y profesional de las diferentes ramas del diseño. Sus contenidos se vinculan con las problemáticas relativas a la sustentabilidad y la innovación social y apuntan a construir un espacio de discusión, divulgación y puesta en común de investigaciones, experiencias y producciones de diseño innovativo.

IDI - Instituto Diseño e Investigación
UNNOBA - Universidad Nacional
Noroeste Buenos Aires

✉ idi@unnoba.edu.ar

🌐 idi.unnoba.edu.ar

Todas las notas reflejan el punto de vista de sus autores, que no necesariamente coincide con el del editor quien no se hace responsable por sus dichos.

EDITA

CEDi

Centro de Edición y Diseño. UNNOBA

-Sede Callao 289 3° piso, CP 1022

Tel 54 11 53531520

CABA, Argentina

-Sede Pergamino

Monteagudo 2772, CP 2700

Tel 54 2477 409500

Pergamino, prov. Bs. As., Argentina

Directora

Mg. María de las Mercedes Filpe

Editora

DCV Claudia Di Paola

Coordinador

DCV Cristian Rava

Coord. de contenido

Lic. Com. Social Florencia Longarzo

Maquetación

Ana Julia Fernández

Correctora de estilo

Trad. Mariángel Mauri

Impresión

Pausa Impresores SRL

Anatole France 360

Sarandí, prov. Bs. As., Argentina

Tirada 500 ejemplares

✉ **revistadis**

🌐 **revistadis.unnoba.edu.ar**

AUTORIDADES UNNOBA

Rector

Dr. Guillermo R. Tamarit

Vicerrectora

Mg. Danya V. Tavela

**Secretaria de Investigación,
Desarrollo y Transferencia**

Dra. Carolina Cristina

Directora del IDI

Mg. María de las Mercedes Filpe

Consejo Interno del IDI

Dra. María Del Valle Ledesma

DCV Florencia Elena Antonini

DCV María de las Mercedes Ortin

DCV Sara Guitelman

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Rosita De Lisi - UdelaR

Dra. María Del Valle Ledesma - UBA

Mg. María de las Mercedes Filpe -
UNNOBA

Dra. Beatriz Galán - UBA

Mg. Álvaro Guillermo Guardia - ESPM SP

Mg. Julio César Longarzo - UNNOBA

Dra. Alejandra Mizrahi - UNT

Mg. Patricio Nadal - UNaM

Dr. Alan Neumarkt - UNMdP

Prof. Daniel Wolkowicz - UBA

🌐 **www.unnoba.edu.ar**

Presentar una propuesta como la revista DIS nos desafía a dialogar respecto de nuestra visión sobre el diseño, la innovación y la sociedad.

En el Centenario de la Reforma Universitaria, nos debemos una reflexión sobre cómo participar en la denominada “sociedad del conocimiento” y sobre qué rol se le asigna al diseño como espacio universitario en este contexto.

Frente al volumen y velocidad del desarrollo y los cambios tecnológicos, las dimensiones de relevancia y comunicación cumplen un papel central. La relevancia nos permite participar de la sociedad desde nuestros valores, sentimientos e intereses. El pluralismo en las democracias se consolida a partir de las diferentes visiones. En cuanto a la comunicación, constituye la única posibilidad de participar y no ser solo espectadores.

En un mundo donde confluyen lo material y lo virtual, el diseño transita ese entramado y nos vincula entre estas dimensiones a través de la tecnología, la cultura, el trabajo y la sociedad.

La creciente demanda desde la industria y las artes por distinción y singularidad a partir del diseño reclama al mundo de las ideas (que es la Universidad) integrar disciplinas apostando a la innovación.

Esta iniciativa se inscribe en esos desafíos.

Dr. Guillermo R. Tamarit **Rector**

Somos **DIS**. Nos presentamos en este nuestro #1.

¿Por qué crear una revista de diseño? Nos preguntamos.

Con DIS queremos no solo compartir el pensamiento de diseñadores, docentes e investigadores, sino producir y editar materiales a modo de un DJ que mezcla sonidos.

DIS está pensada como un rap, “que a menudo se asocia con la población, y en la que historiadores orales, o cantantes, diseminan tradiciones y genealogías, o usan sus técnicas retóricas para cotillear o elogiar o criticar individuos”, según su definición en Wikipedia.

Esta noción del rap, en el sentido de conversar, define nuestro perfil: un escenario formado por reflexiones sobre diseño, donde tienen lugar voces interesadas e interesantes.

Aquí no juzgamos opiniones, ni pretendemos llegar a conclusiones determinantes, sino rapear y charlar. Crear un espacio de diálogo donde poner en común experiencias e ideas, nutridos del aporte de autores de distintas latitudes, con diferentes perfiles, formaciones e intereses.

Su estructura propone una entrevista inicial: a Ezio Manzini en este #1, quizás el pensador contemporáneo más lúcido respecto de nuestra disciplina. Sigue una sección donde los equipos docentes presentan sus proyectos académicos, experiencias áulicas y producciones. En la sección Innovación, reunimos investigaciones y trabajos relacionados con el desarrollo de productos. Aquí debimos modificar el contenido propuesto originalmente. Ese espacio estaba destinado a un artículo de nuestra querida Beatriz Galán, que no pudo concluir. Quisimos, entonces, que algunos de sus compañeros nos dejaran, en homenaje, sus aprendizajes y vivencias con Bea.

En la sección destinada a la práctica profesional se vuelcan producciones de diseño presentadas por sus autores. Por último, en Tesis de Grado y Posgrado se hace énfasis en problemas sobre sustentabilidad, innovación y contextos sociales.

Queda mucho por mejorar. Tenemos la convicción de que este #1 es tan solo un primer paso. Bea estaba muy entusiasmada con este proyecto, y nos acompañó y aconsejó desde su nacimiento. Por lo tanto, ¡acá estamos, querida Beatriz!

UNA NUEVA AGENDA PARA LA COOPERACIÓN: DISEÑAR PARA LA REALIDAD

DG. ESTEBAN JAVIER RICO*

El diseño gráfico es una disciplina proyectual que interviene en la sociedad a través del diseño de dispositivos de información y comunicación y se inserta en las prácticas sociales y comunitarias. El diseño se inscribe dentro de las industrias creativas y culturales, razón por la cual la propuesta de enseñanza de esta carrera debe enfocarse en el aprendizaje-acción de la disciplina a partir de una mirada activa y crítica de lo que ocurre en la profesión y que proponga nuevos espacios de especialización disciplinar en relación con el contexto y la realidad social.

O design gráfico é uma disciplina projetual que intervém na sociedade através do design de dispositivos de informação e comunicação e é inserido nas práticas sociais e comunitárias. O design faz parte das indústrias criativas e culturais, porque a proposta deste ensino de carreira deve focar a ação-aprendizagem da disciplina do ponto de vista ativa e crítica do que está acontecendo na profissão e propor novas áreas de disciplina de especialização em relação ao contexto e a realidade social.

Los diseñadores no producen solo artefactos, sino escenarios de vida e ideas de bienestar y, de este modo, alimentan el “catálogo” de imágenes socialmente producidas, con las que cada uno compara la definición del propio proyecto personal de vida.

Ezio Manzini

La palabra es probablemente la mayor dificultad que enfrentan los “olvidadores profesionales”, porque la vocación congénita de la palabra no es omitir sino nombrar. Por lo tanto, como diría Bertolt Brecht, “predigo lo que ha de venir, pues estoy al tanto de sus planes”.

El problema es que no se puede dar una charla sobre estética sin hablar acerca del principio de la esperanza y también de la existencia del mal.

Alfredo Saavedra

El diseño gráfico en la actualidad interactúa sobre las mediaciones culturales que afectan la manera de acceso a la información y los consumos culturales contemporáneos de millones de personas. El diseño gráfico se ha desarrollado con tal penetración que hoy podríamos afirmar que es ubicuo en nuestras vidas urbanas. Interviene en la mayoría de las comunicaciones sociales de la urbanidad y de aquellas de lugares más alejados a través de múltiples medios: TV de aire, TV digital, cine, teléfonos inteligentes, internet y una multiplicidad de medios impresos (libros, publicaciones periódicas, comunicaciones de gran impacto, folletos), entre otros. En cada uno de estos contactos se establecen estímulos de intercambio de información en un entorno “diseñado para un fin”, una experiencia de conocimiento y de comunicación. Los diseñadores median en las relaciones y creaciones de la cultura contemporánea en tanto que son operadores culturales y co-constructores de la subjetividad contemporánea. Los diseñadores no son técnicos especializados, sino personas profesionales directamente implicadas en la “salud cultural” de la sociedad donde operan nuestras

formas visuales-informativas. Desde este punto de partida del perfil del diseñador debe pensarse el plan de estudios de la universidad pública.

Estamos, entonces, en la necesidad de cuestionar los límites actuales de las fronteras disciplinares del diseño trabajando una nueva agenda que redefina funciones profesionales, que plantee procesos de innovación y que repiense el estatus profesional tradicional. Se trata de una profesión que está en transición y se necesitan estrategias concretas para la formación de los futuros diseñadores y para la actualización de los actuales profesionales.

Diseñar para la realidad es una acción, un principio y una disposición pedagógica. En la actualidad, pensando en una cartografía de la enseñanza del diseño en la universidad pública, uno de nuestros temas centrales de agenda es enseñar a diseñar como una praxis centrada en las necesidades colectivas. Es necesario construir una estrategia entre el diseño y la construcción social del futuro, a través de proyectos académicos disciplinares que trabajen con la recuperación del aporte de la historia para entender el valor de la relación entre pasado, presente y futuro frente a la reivindicación de lo superficial y efímero. Estos son algunos de nuestros principios para pensar los Diez Mil Diseños, nuestra actitud frente al diseño.

La posmodernidad ha dejado su estela en la cultura contemporánea y, en particular, en el diseño, planteando procedimientos del pensamiento profundamente individualistas y acríticos desde donde se han sostenido incluso posturas privatistas para una educación basada en el “control de calidad” y la “competencia”. Parece que allí la enseñanza solo puede ser una distribución unidireccional de saberes prefijados para “defenderse” en el “mercado”.

Diseñar para la realidad es un proyecto desde donde enseñar, pensar y hacer el diseño recuperando los aportes de Victor Papanek, entre otros, con la necesidad de recuperar el rumbo y las posibilidades de participación y pensamiento de una actitud profesional orientada al proyecto colectivo y con perspectiva de futuro, y por supuesto esto es “político” en términos de la vida social. Desde de la universidad pública, en particular, desde disciplinas que ayudan a configurar la subjetividad y la legibilidad de la cultura contemporánea vemos necesario tomar lo proyectual como acción y voluntad de transformación de la realidad. Desde esta concepción pensamos la actuación de los profesionales universitarios dedicados al diseño, la edición y la comunicación, como mediadores y operadores culturales colaborativos y cooperativos.

El diseño tiene que ver con el inicio de algo, con la acción sobre algo nuevo o algo que es reconsiderado a través de una praxis. Cada intervención vuelve a sentar las bases para la acción humana y en esta expresión subjetiva del valor del pensamiento se orienta la práctica de la vida cotidiana. Nos interesa, en este punto, nuestro enfoque del diseñar para la acción, del diseñar para la realidad, donde nuestras comunicaciones y objetos intervienen transformando con argumentos la realidad en una estructura social determinada siempre históricamente. Aquí, pensar y actuar no son verbos disociados, sino acciones integradas en la metodología de una idea, una propuesta, un proyecto.

Por todo esto, pensamos que es necesario democratizar el acceso a la información y transformarlo en una experiencia de conocimiento. Se trata de actuar y enseñar queriendo. Es esto un modo de conocer, de saber, de obtener experiencias, de llegar a través de la realidad concreta a nuestras disciplinas intelectuales y artísticas. Así, procuramos construir un proyecto desde la universidad pública, con la voluntad y la humildad de saber que las convicciones compartidas a la luz de los acontecimientos nos llaman a actuar, nos reclaman y convocan.

Esto es un compromiso con un proyecto colectivo de presente y futuro, enseñando y aprendiendo desde un modelo propio, trazando nuevos caminos e integrando capacidades colectivas. Solo incorporando la experiencia comprometida con las necesidades sociales tendremos un punto de partida disciplinar para revisar las variadas posiciones estéticas y conceptuales que nos abordan, y buscar así la innovación allí donde se necesite crear lo nuevo para una realidad transformadora.

Los desafíos del diseño en Latinoamérica: de la enseñanza hacia la sociedad

Las sociedades periféricas suelen tener sus “referentes” fuera de sí mismas, en el mundo desarrollado que les transmitió, entre otras cosas, las maneras para pensar(se).

Leandro Rodríguez Medina

En el año del centenario de la Reforma Universitaria en Argentina, que marcó la historia también en Latinoamérica, decimos: 1918 ha sido una fecha muy importante para Argentina en términos de la historia de la educación superior, la manifestación de los estudiantes universitarios contra un régimen autocrático que dio lugar a la Reforma Universitaria. Tal fue la importancia del movimiento que este no tardó en diseminarse en todo el país y en América Latina, contribuyendo a dar forma a un modelo de universidad propio de Latinoamérica.

En Argentina el contexto social, económico y político se caracteriza por una masiva inmigración europea, influencia de la generación intelectual de 1910, la guerra en Europa, la Revolución rusa, el ascenso al poder del Radicalismo en 1916, el desplazamiento del centro del poder mundial a Estados Unidos, la urbanización creciente, el Estado argentino como promotor de la sustitución de importaciones (Tünnennann Bernheim, 1998; Rama, 2006): todos ellos, momentos que propiciaron un contexto de nuevas necesidades.

En las primeras décadas del siglo XXI asistimos en Argentina a una ampliación

de derechos respecto de la educación superior y a la puesta en agenda del conocimiento superior como un factor estratégico en el desarrollo de nuestro país y de nuestra región. Desde 1998 existe un consenso internacional acerca de que la educación superior es parte integral del derecho a la educación. Un acuerdo plasmado y votado por la UNESCO en la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción. Lo novedoso es la convivencia de un nuevo modelo universitario conformado por las universidades tradicionales y centenarias y las nuevas universidades fundadas en los últimos treinta años, con incremento de la matrícula pero también con falta de infraestructura y presupuestos, los cuales fueron mayores en la última década, pero aún insuficientes en relación con los atrasos estructurales. La educación pública, como siempre, resiste. Proponemos, entonces, dentro de los desafíos de la enseñanza del diseño en Latinoamérica, un ejercicio de mirada prospectiva de la relación entre la universidad y el diseño, entendiendo la prospectiva como un movimiento de anticipación que puede definirse como un esfuerzo por hacer probable el futuro más deseable con un modelo metodológico que se apoya en tres grandes estrategias:

1. La mirada de largo plazo: se privilegia la prospección por sobre la proyección.
2. La visión holística, para abordar mejor las complejidades y las diferencias.
3. El consenso, que implica pasar del conocimiento experto a la construcción con los participantes intra- y extrauniversitarios.

Y en la formación de los diseñadores latinoamericanos cabe preguntarse cuántas de las carreras de Diseño pueden asegurar este proceso, que llamaríamos virtuoso, en tanto el conocimiento está al servicio de la sociedad. ¿Qué sucede cuando esto no es parte de la agenda?

¿Qué se invisibiliza cuando no aparece claramente la estructura que sostiene el pensamiento y la forma de construcción de un conocimiento disciplinar? ¿Cómo es diseñar hoy en Sudamérica, en la ciudad, en qué ciudad? ¿Y en el interior, en el interior pujante y urbano, en el interior rural? ¿En el conurbano de la ciudad del olvido y de la desigualdad? ¿En las ciudades del siglo pasado? ¿O en las ciudades de la tecnología y la hiperconexión? ¿Los diseñadores pueden ignorar los factores sociales y políticos cuando trabajan?

La universidad debe ser el lugar de recuperación del "sujeto público" (en contraposición con el alumno-cliente nacido en la década pasada, con leyes y orientaciones mercantilistas de la educación superior en particular, todavía hoy vigentes). Esto ha producido efectos muy profundos en la vida universitaria y, por supuesto, en el interior de las cátedras, y ha generado desplazamientos y vaciamientos en los principales objetivos en relación con la práctica del enseñar, del investigar y del transferir, dentro de un contexto de grandes necesidades sociales.

Todo diseño es político. Agenda hacia una nueva cultura del proyecto en Latinoamérica

La periferia se caracteriza, precisamente, por la incapacidad institucional de formalizar conocimiento, es decir, la inhabilidad para (o la falta de interés en) desarrollar una estructura material y simbólica que permita la expresión del conocimiento localmente producido.

Boaventura De Sousa Santos

En los últimos tiempos me han interesado diversos aportes de Francisco Jauruta, Gillo Dorfles, Núria Gual Solé, Raquel Pelta y María Ledesma, que voy a comentar y compartir para ayudar a pensar una agenda hacia la conformación de un núcleo de ideas que logren, desde la perspectiva del diseño, una superación de la cultura del proyecto moderno centroeuropeo; una agenda que se integre con la cultura, la identidad y las necesidades de los pueblos latinoamericanos.

Mirando los siglos precedentes en una secuencia perfectamente articulada (que la historia y la sociología de la cultura pueden reconstruir fácilmente), podemos identificar los diferentes momentos de una historia del diseño que parte del gran impulso inaugurado por la Revolución Industrial, y que pasa luego a configurar, en cada tiempo, las formas concretas que adquieren los objetos de la vida cotidiana o del universo público, dando las pautas también acerca de un estilo de época (lo bueno y lo malo).

En esta idea se afirmó el Movimiento Moderno al hacer suyo el proyecto de la construcción de un nuevo sistema cultural en el que la unidad operativa entre diseño y arquitectura daba lugar a una idea que muchos de sus representantes consideraron ética. Pensemos en Walter Gropius y la Bauhaus para probar esta forma de pensar a la hora de enfrentarse a los presupuestos de la cultura del proyecto. Es cierto que la unidad propuesta por el Movimiento Moderno, basada en una jerarquía rígida de decisiones, estalló hace ya tiempo, dejando un espacio abierto a un conflicto, junto con el denominado posmodernismo.

En la actualidad, la concepción y producción del diseño se desarrolla en condiciones culturales propias de la sociedad posindustrial, asentadas sobre la base de una creciente complejidad y, al mismo tiempo, con capacidades tecnológicas nuevas que hacen posible un tipo de innovación y calidad inéditos hasta la fecha. Estamos en un momento de gran pluralismo en la producción del diseño. En coincidencia con el arte no hay corrientes dominantes y se han perdido ciertos dogmatismos que eran propios del proyecto moderno.

El diseño se incorpora a un circuito de valor para construir intangibles

ESTEBAN JAVIER RICO

es diseñador gráfico, profesor titular regular de Diseño Gráfico I, II y III, en la carrera de Diseño Gráfico de la FADU-UBA, y profesor asociado regular en la carrera de Edición en FILO-UBA. Es profesor de posgrado en la Maestría en Estrategia y Gestión en el área de Diseño, de la UNNOBA, profesor titular en la UNRN, en la Licenciatura en Diseño Visual. Es investigador formado categorizado, director de Investigación en la UNRN, e investigador UBACyT en la carrera de Diseño Gráfico, FADU-UBA. Desarrolla una intensa actividad profesional en consultoría estratégica en diseño para empresas nacionales e internacionales desde 1996. Es socio fundador y director general de la empresa de diseño Grupo KPR. Ha dictado numerosos seminarios, conferencias y presentado trabajos en jornadas y congresos nacionales e internacionales.
esteban.javier.rico@gmail.com

dentro de la economía y así se integra, de forma directa, en la producción de objetos, imágenes y marcas consumibles por usuarios-ciudadanos-consumidores. Esto ocurre en un contexto en el que la comunicación del producto, a través de la acción de las estrategias de las marcas, exige una mayor visibilidad para cerrar el circuito virtuoso casi perfecto de producción y consumo, sin mucho “margen de maniobra” para repensar si este valor del diseño es el que la sociedad necesita. Hoy en día este proceso ha alcanzado el punto en el que no solo la mercancía y el signo marcario aparecen como una sola cosa, sino que muchas veces sucede lo mismo con la mercancía y el espacio: en los centros comerciales reales y virtuales que se funden mediante el diseño. Los proyectos de Bruce Mau y Rem Koolhaas definen perfectamente este proceso de identidad-ficción que transfigura el producto situándolo “en el umbral de máxima visibilidad y valor”.

En esta nueva economía se producen cada vez más signos y cada vez menos objetos materiales. Los nuevos objetos pueden tener un contenido predominantemente cognitivo-utilitario, o bien estético-expresivo. La proliferación de esta última clase de objetos puede observarse no solo en objetos de sustancial componente estético, como la música pop, el cine, las revistas, los videos, etc., sino también en el valor de signo o de imagen que pasan a constituir los objetos materiales o a encarnarse en ellos. Esta estetización se observa en productos en los que el diseño representa un componente más grande del valor de los bienes en relación con el trabajo, incluso en el sector industrial, por el peso de la “investigación y desarrollo” o la “intensidad de diseño”. Esta investigación y desarrollo suele presentar un notable sesgo estético, como en la indumentaria, el calzado, el mobiliario, los automóviles y los artefactos electrónicos (Lash y Urry, 1998).

En la misma óptica, Baudrillard conceptualiza el consumo como “una actividad de manipulación sistemática de signos”, por lo cual, “para volverse objeto de consumo es preciso que el objeto se vuelva signo”. Entonces, lejos de la dimensión de la satisfacción de necesidades, del valor de uso, el consumo no tiene límites: “el proyecto mismo de vivir, fragmentado, decepcionado, significado, se reanuda y se aniquila en los objetos sucesivos. ‘Moderar’ el consumo o pretender establecer una red de necesidades capaz de normalizarlo es propio de un moralismo ingenuo o absurdo” (Baudrillard, 2007). La demanda continua de esos “objetos sucesivos” obliga a las empresas a ofrecer una mayor gama de productos y a renovarla permanentemente, para lo cual deben emprender la búsqueda de formas más flexibles de producción.

En este contexto, se instala en la agenda urgente, por aquellos problemas que han crecido y se han afirmado en el interior mismo del proceso de globalización y los diseñadores, como personas directamente implicadas en la “salud cultural” de las relaciones y creaciones de la cultura contemporánea, no pueden estar al margen de los debates y no pueden no tomar posición. La “no posición” es la posición, en general, más conservadora. Posiblemente nos hallemos ante un horizonte nada neutral en términos políticos, que nos exige repensar dispositivos que medien y redefinan el sistema de conceptos con los que pensamos y decidimos nuestras prácticas.

A mediados de 1999, treinta y tres diseñadores gráficos y teóricos de los más prestigiosos del mundo firmaron un manifiesto, “First Things First 2000 Manifiesto”, una declaración de principios que parecía poner fin a una década de discusiones sobre aspectos tecnológicos y formales del campo del diseño gráfico, mientras abría una etapa de reflexión en torno al papel de los diseñadores en un mundo cada vez más globalizado. Dicha declaración respondía a posturas vinculadas con el ejercicio de la profesión, con los principios —únicos principios válidos— del mercado, sus leyes, sus teorías y sus disciplinas, algunas demonizadas, como el *marketing*, quizás debido al desconocimiento de todo lo que abarca. El problema central se plantea en torno a la crisis del diseño y las artes visuales al servicio de un sistema de salvaje consumismo y poco humanismo.

Entonces, creemos necesario refundar una cultura del proyecto que proponga una nueva razonabilidad que integre lo local con lo global y que tenga una postura crítica acerca de los límites del sistema capitalista; que formule criterios políticos y éticos reguladores de una cultura ecológica, sustentable e inclusiva, atenta a la inflación progresiva de nuestro sistema cultural de necesidades. Se trata de un giro ético (y político) que sitúe un nuevo concepto de la cultura del proyecto y haga posible la construcción social del habitar contemporáneo en la que se encuentren las Diez Mil Formas plurales e inclusivas, los Diez Mil Diseños desde los que se contribuya a las identidades de las culturas donde se insertan esos proyectos.

Colofón: acerca de los desafíos de la actualización disciplinar

Para la enseñanza del diseño resulta necesario delimitar el núcleo central de los contenidos más o menos estables o contenidos irrenunciables de la formación disciplinar y aquellos temas de “frontera” que ponen al diseñador gráfico en conexión con otras prácticas proyectuales y artísticas. Se suma la necesidad de establecer un fuerte corpus de formación teórica del diseño con aportes interdisciplinarios.

Proponemos los siguientes problemas eje:

- Producción, distribución y consumo.
- Ciencia, tecnología y sociedad.
- Arte, cultura e imagen.
- Innovación, adecuación y sustentabilidad.
- Planificación, gestión y práctica del diseño.

Es necesario transformar el acceso a la información en una experiencia de conocimiento que genere acción. En esto el diseño, desde la enseñanza, la investigación y la transferencia tiene mucho por hacer. No tendremos

resultados con metodologías solo centradas en el aprendizaje conceptual o práctico de ciertos contenidos aislados, sino que, incorporando la experiencia interdisciplinaria comprometida hacia las necesidades sociales, tendremos un punto de partida disciplinar que revisará las variadas posiciones estéticas y conceptuales para su abordaje y buscará la innovación en donde se necesite crear lo nuevo, una realidad transformada, el verdadero valor de esta nueva enseñanza y conocimiento.

El desafío del pensamiento crítico universitario, desde las diferentes disciplinas del diseño, responsables entre otras cosas de la construcción de la subjetividad contemporánea, es un aporte para salir de la trampa de la “fatalidad de las leyes de la gravedad” sobre la construcción de la visión y representación del mundo. Actuar y enseñar queriendo. Este es otro modo de conocer, de saber, de obtener experiencias, de llegar con la realidad a nuestras disciplinas proyectuales-intelectuales-artísticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aicher, O. (1994) *El mundo como proyecto*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Baudrillard, J. (2007) *El sistema de los objetos*. Siglo XXI. Primera edición en castellano: 1969.
- Bierut, M., Helfand, J., Heller, S. y Poynor, R. (2001) *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- De Sousa Santos, B. (2011) “Epistemologías del Sur”. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 16(54), pp. 17-39.
- “First Things First 2000 Manifiesto 2000”, *Adbusters*, edición del otoño 1999/primavera 2000.
- Galán, B. (2009) “El rol del diseño en las economías creativas”. En *Diseño en la Argentina. Estudio del impacto económico*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Industrial.
- Lash, S. y Urry, J. (eds.) (1998) *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Ledesma, M. (2003) *Diseño Gráfico, una voz pública. De la comunicación visual en la era del individualismo*. Buenos Aires: Argonauta.
- Manzini, E. (2013) “El mundo-como-podría-ser. Diseño y construcción social del futuro”, *Cuadernos de Diseño. Pensar / proyectar el futuro*. Madrid: Instituto Europeo di Design.
- McCoy, K. (2001) “Replicando la tradición del diseñador apolítico”. En *Ensayos sobre Diseño*. Ed. Infinito [Título original *Essays on Design*, Robyn Marsack, Booth-Clibborn Editions, 1997].
- Papanek, V. (1971) *Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social*. Madrid: H. Blume.
- Pelta, R. (2004). *Diseñar hoy: temas contemporáneos de diseño gráfico*. Buenos Aires: Paidós.
- Press, M. y Cooper, R. (2009) *El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rico, E. J. y Gómez, M. G. (2011). “Diseñar para la acción” (epílogo). En Rico, E. y Gómez, M. G., *Estudios críticos sobre diseño de información*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- Rico, E. J. y otros (agosto de 2008) “Diseño como aporte estratégico a la producción regional y nacional. Desarrollo y análisis de casos de intervenciones con empresas recuperadas”. En *Economía Social*, Programa de Voluntariado Universitario del Ministerio de Educación de la Nación.
- Spiguel, C. (2000) “La cultura frente a la globalización”. En Mateu, C. (comp.) *Trabajo e identidad ante la invasión globalizadora*. Buenos Aires: Ediciones Cinco/La Marea.
- UNESCO (1998). Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción.

EDITA



✉ cedi@unnoba.edu.ar

🌐 cedi.unnoba.edu.ar

ESTE RAP RECIÉN COMIENZA





EDITA



Centro de Edición y Diseño



Instituto Diseño Investigación

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN DESARROLLO Y TRANSFERENCIA



COMISIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación
Subsecretaría de Tecnología e Innovación



Buenos Aires Provincia