

Actas de Diseño

Marzo 2015 • Año 9 • Nº18 • Foro de Escuelas de Diseño • Facultad de Diseño y Comunicación • Universidad de Palermo

18

IX Encuentro Latinoamericano de Diseño
“Diseño en Palermo”

V Congreso Latinoamericano de Enseñanza
del Diseño

Comunicaciones Académicas

Julio 2014, Buenos Aires, Argentina



Actas de Diseño Nº 18. Diseño en Palermo. IX Encuentro Latinoamericano de Diseño 2014.

Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo.
Mario Bravo 1050.
C1175ABT. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
publicacionesdc@palermo.edu
actasdc@palermo.edu

Director
Oscar Echevarría

Universidad de Palermo

Rector
Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación
Decano
Oscar Echevarría

Secretario Académico
Jorge Gaitto

Consejo Asesor de la Facultad de Diseño y Comunicación
Débora Belmes
José María Doldan
Claudia Preci
Fernando Rolando

Textos en inglés
Diana Divasto

Textos en portugués
Mercedes Massafra

Diseño
Francisca Simonetti

Coordinación
Paulina Ruiz Fernández

1º Edición.
Cantidad de ejemplares: 100
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Marzo 2015.
Impresión: Artes Gráficas Buschi S.A.
Ferré 250/52 (C1437FUR)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
ISSN 1850-2032

Actas de Diseño on line

Los contenidos de esta publicación están disponibles, gratuitos, on line ingresando en:
www.palermo.edu/dyc > Publicaciones DC > Actas de Diseño



La publicación Actas de Diseño (ISSN 1850-2032) está incluida en el Directorio y Catálogo de Latindex, en el Nivel1 (Nivel Superior de Excelencia).

Prohibida la reproducción total o parcial de imágenes y textos. Se deja constancia que el contenido de los artículos es Original y de absoluta responsabilidad de sus autores, quedando la Universidad de Palermo exenta de toda responsabilidad.

Comité Editorial

Lucia Acar. Universidade Estácio. Brasil.
Gonzalo Javier Alarcón Vital. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
Mercedes Alfonsín. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Fernando Alberto Álvarez Romero. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Colombia.
Gonzalo Aranda Toro. Universidad Santo Tomás. Chile.
Christian Atance. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Mónica Balabani. Universidad de Palermo. Argentina.
Alberto Beckers Argomedo. Universidad Santo Tomás. Chile.
Re-nato Antonio Bertão. Universidade Positivo. Brasil.
Allan Castelnuovo. Market Research Society. Reino Unido.
Jorge Manuel Castro Falero. Universidad de la Empresa. Uruguay.
Michael Dinwiddie. New York University. USA.
Mario Rubén Dorochesi Fernandois. Universidad Técnica Federico Santa María. Chile.
Adriana Inés Echeverría. Universidad de la Cuenca del Plata. Argentina.
Steven Faerm. Parsons The New School for Design. Estados Unidos.
Jimena Mariana García Ascolani. Universidad Columbia del Paraguay. Paraguay.
Marcelo Ghio. ISIL. Perú.
Clara Lucía Grisales Montoya. Academia Superior de Artes. Colombia.
Haenz Gutiérrez Quintana. Universidad Federal de Santa Catarina. Brasil.
José Korn Bruzzone. Universidad Tecnológica de Chile. Chile.
Zulema Marzorati. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Denisse Morales. Universidad Iberoamericana Unibe. República Dominicana.
Nora Angélica Morales Zaragoza. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
Candelaria Moreno de las Casas. Instituto Toulouse Lautrec. Perú.
Patricia Núñez Alexandra Panta de Solórzano. Tecnológico Espíritu Santo. Ecuador.
Guido Olivares Salinas. Universidad de Playa Ancha. Chile.
Ana Beatriz Pereira de Andrade. UNESP Universidade Estadual Paulista. Brasil.
Fernando Rolando. Universidad de Palermo. Argentina.
Jacinto Salcedo. Pro diseño Escuela De Comunicación Visual y Diseño. Venezuela.
Patricia Torres Sánchez. Tecnológico de Monterrey. México.
Alexandre Santos de Oliveira. Fundação Centro de Análise de Pesquisa e Inovação Tecnológica, FUCAP. Brasil.
Carlos Roberto Soto. Corporación Universitaria UNITEC. Colombia.
Elisabet Taddei. Universidad de Palermo. Argentina.

Comité de Arbitraje

Luís Ahumada Hinostrero. Universidad Santo Tomás. Chile.
Débora Belmes. Universidad de Palermo. Argentina.
Marcelo Bianchi Bustos. Universidad de Palermo. Argentina.
Aarón José Caballero Quiroz. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
Sandra Milena Castaño Rico. Universidad de Medellín. Colombia.
Roberto Céspedes. Universidad de Palermo. Argentina.
Ricardo Chelle Vargas. Universidad ORT. Uruguay.
José María Doldan. Universidad de Palermo. Argentina.
Susana Dueñas. Universidad Champagnat. Argentina.
Pablo Fontana. Instituto Superior de Diseño Aguas de La Cañada. Argentina.
Sandra Virginia Gómez Mañón. Universidad Iberoamericana Unibe. República Dominicana.
Sebastián Guerrini. Universidad de Kent. Reino Unido.
Jorge Manuel Iturbe Bermejo. Universidad La Salle. México.
Mauren Leni de Roque. Universidade Católica De Santos. Brasil.
María Patricia Lopera Calle. Tecnológico Pascual Bravo. Colombia.
Gloria Mercedes Múnera Álvarez. Corporación Universitaria UNITEC. Colombia.
Eduardo Naranjo Castillo. Universidad Nacional de Colombia. Colombia.
Miguel Alfonso Olivares Olivares. Universidad de Valparaíso. Chile.
Julio Enrique Putalláz. Universidad Nacional del Nordeste. Argentina.
Carlos Ramírez Righi. Universidad Federal de Santa Catarina. Brasil.
Oscar Rivadeneira Herrera. Universidad Tecnológica de Chile. Chile.
Julio Rojas Arriaza. Universidad de Playa Ancha. Chile.
Eduardo Russo. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.
Virginia Suárez. Universidad de Palermo. Argentina.
Carlos Torres de la Torre. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador.
Denise Jorge Trindade. Universidade Estácio de Sá. Brasil.
Magali Turkenich. Universidad de Palermo. Argentina.
Ignacio Urbina Polo. Pro diseño Escuela de Comunicación Visual y Diseño - Venezuela.
Verónica Beatriz Viedma Paoli. Universidad Politécnica y Artística del Paraguay. Paraguay.
Ricardo José Viveros Báez. Universidad Técnica Federico Santa María. Chile.

Actas de Diseño

Marzo 2015 • Año 9 • Nº18 • Foro de Escuelas de Diseño • Facultad de Diseño y Comunicación • Universidad de Palermo

18

IX Encuentro Latinoamericano de Diseño
“Diseño en Palermo”

V Congreso Latinoamericano de Enseñanza
del Diseño

Comunicaciones Académicas

Julio 2014, Buenos Aires, Argentina



Resumen / Noveno Encuentro Latinoamericano de Diseño. Diseño en Palermo.

Este volumen reúne la agenda del Noveno Encuentro Latinoamericano de Diseño organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo Argentina, realizado en Buenos Aires durante julio y agosto 2014.

El corpus está integrado por contribuciones que describen la experimentación, la innovación y la creación y analizan estrategias, estados del arte específicos, modelos de aplicación y aportes científicos relevantes sobre la Disciplina del Diseño en el contexto argentino y latinoamericano.

Desde múltiples perspectivas diagnósticas e interpretativas, los aportes enfatizan la reflexión sobre los objetos disciplinares, las representaciones y expectativas del Diseño como disciplina en sus diferentes especificidades.

A su vez, las producciones reflexionan sobre la vinculación del Diseño con la enseñanza y los procesos de creación producción e investigación como experiencia integrada a las dinámicas de la práctica profesional real.

Palabras clave

Curriculum por proyectos - diseño - diseño gráfico - diseño industrial - diseño de interiores - diseño de indumentaria - didáctica - educación superior - medios de comunicación - métodos de enseñanza - motivación - nuevas tecnologías - pedagogía - publicidad - tecnología educativa.

Summary / Ninth Latin-American Meeting of Design. Design in Palermo.

This volume gathers the agenda of the Ninth Latin-American Meeting of Design", organized by the Faculty of Design and Communication of the Palermo University-Argentina, that was held in Buenos Aires in July and August 2014.

The publication is integrated by professional contributions that describe experimentation, innovation, creation and analyze strategies, specific art states, application models and outstanding scientific contributions about Design in the Argentinian and Latin-American context.

From multiple diagnostic and interpretative perspectives, contributions emphasize reflection about disciplinary subjects, design representations and its expectations as a discipline in their different specifications. At the same time, productions reflect the linkage between design and teaching, the creation, production and investigation processes as an experience integrated to dynamics of the real professional practice.

Key words

Fashion design - project based curriculum - design - didactic - educational technology - graphic design industrial design - interior design - media - new technologies - pedagogy - advertising - superior education - teaching method.

Resumo / Nono Encontro Latino-americano do Design. Design em Palermo.

O volume reúne a agenda da Nono Encontro Latinoamericano do Design organizado pela a Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo-Argentina, realizado em Buenos Aires em julho e agosto 2014.

O corpus está integrado por contribuições que descrevem a experimentação, a inovação e a criação e analisam as diferentes estratégias, estados de arte específicos, modelos de aplicação e aportes científicos relevantes sobre a Disciplina do Design no contexto argentino e latinoamericano.

Desde múltiplas perspectivas diagnósticáveis e interpretativas, os aportes destacam a reflexão sobre os objetos disciplinares, as representações e expectativas do Design como disciplina em suas diferentes especificidades.

Ao mesmo tempo, as produções reflexionam sobre a vinculação do Design com o ensino e os processos de criação, produção e pesquisa como experiência integrada às dinâmicas da prática profissional real.

Palavras chave

Curriculum por projetos - comunicação - design - desenho gráfico - desenho industrial - desenho de interiores - desenho de modas - ensino superior - meios de comunicação - métodos de ensino - motivação - novas tecnologias - pedagogia - pedagogia de projetos - didático - publicidade - tecnologia educacional.

Actas de Diseño es una publicación semestral de la Facultad de Diseño y Comunicación, que reúne ponencias realizadas por académicos y profesionales nacionales y extranjeros. La publicación se organiza cada año en torno a la temática convocante del Encuentro Latinoamericano de Diseño, cuya primer edición se realizó en Agosto 2006. Las ponencias, papers, artículos, comunicaciones y resúmenes analizan experiencias y realizan propuestas teórico-metodológicas sobre la experiencia de la educación superior, la articulación del proceso de aprendizaje con la producción, creación e investigación, los perfiles de transferencia a la comunidad, las problemáticas de la práctica profesional y el campo laboral, y sobre la actualización teórica y curricular de las disciplinas del diseño en sus diferentes vertientes disciplinares.

Actas de Diseño Nº 18
IX Encuentro Latinoamericano de Diseño 2014
“Diseño en Palermo”
V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño
Comunicaciones Académicas.
ISSN 1850-2032

Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo.
Buenos Aires, Argentina.
Marzo 2015.

Actas de Diseño 18

Actas de Diseño es la única publicación académica, de carácter periódico en el campo del diseño de alcance latinoamericano. La edita en forma semestral, e ininterrumpidamente desde agosto 2006, la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en su rol de institución coordinadora del Foro de Escuelas de Diseño.

Esta decimoctava edición (marzo 2015) reúne las actividades realizadas en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño y del V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Se incluyen además artículos teóricos y reflexivos del campo del Diseño elaborados por académicos y profesionales de América Latina y enviados especialmente para ser incluidos en esta publicación. Esta edición cuenta con un Comité Editorial y un Comité de Arbitraje de trayectoria y prestigio internacional.

La publicación se organiza en dos grandes áreas. El primer documento detalla las actividades realizadas en el V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño con la apertura, reuniones académicas, comisiones y conclusiones (pp. 21-120). Se pueden consultar los índices alfabéticos por expositor (pp. 95-105), por título (pp. 105-113) y por comisiones (pp. 113-120). Como excepción, debido a la gran cantidad de artículos recibidos para la publicación, esta edición par, contiene comunicaciones que no derivan del Congreso sino que fueron recibidos especialmente para ser parte de la publicación. Estos se pueden consultar por título (p. 251) y por autor (p. 253).

El segundo segmento está compuesto por el documento que describe la agenda de actividades del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño 2014 con un resumen de cada actividad desarrollada (pp. 135-176). Se pueden consultar los índices alfabéticos por expositor (pp. 166-171) y por título (pp. 171-176)

A partir del número 10 de Actas de Diseño se logró la jerarquización de la publicación ya que cada artículo está acompañado por el resumen y las palabras claves en los tres idiomas: castellano, inglés y portugués.

Los números pares de la Serie Actas de Diseño, como es en este caso la edición dieciocho, resume las actividades de los Encuentros Latinoamericanos de Diseño, en esta oportunidad la IX Edición que se realizó del 28 de julio al 1 de agosto de 2014.

Se presentan los auspicios institucionales que acompañan el IX Encuentro organizados por Instituciones Oficiales (p. 11), Asociaciones (pp. 11-13), Universidades e Instituciones Educativas (pp. 13-16) y Embajadas en Argentina (pp. 17-18).

El Foro de Escuelas de Diseño tiene, al cierre de esta edición, 305 instituciones educativas adheridas al mismo (ver listado de adherente organizado por países en pp. 122-133).

La presente publicación está incluida en el Directorio y Catálogo de Latindex, en el Nivel 1 (Nivel Superior de Excelencia).

Sumario

| | |
|---|-------------|
| Instituciones Oficiales que auspician Diseño en Palermo 2014 | p. 11 |
| Asociaciones que auspician Diseño en Palermo 2014 | pp. 11-13 |
| Universidades e Instituciones Educativas que auspician Diseño en Palermo 2014 | pp. 13-16 |
| Embajadas en Argentina que auspician Diseño en Palermo 2014 | pp. 17-18 |
| Listado de Instituciones Oficiales, Asociaciones, Universidades y Embajadas que auspician Diseño en Palermo 2014 | pp. 19-20 |
| Agenda del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño | pp. 21-120 |
| Índices del V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño..... | pp. 95-120 |
| Conferencistas que dictaron ponencias..... | pp. 95-105 |
| Ponencias presentadas..... | pp. 105-113 |
| Comisiones..... | pp. 113-120 |
| Carta de adhesión al Foro de Escuelas de Diseño | p. 121 |
| Foro de Escuelas de Diseño | pp. 122-133 |
| Instituciones adheridas..... | pp. 122-124 |
| Autoridades firmantes..... | pp. 124-133 |
| Agenda del Encuentro Latinoamericano de Diseño | pp. 135-176 |
| Índices del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño..... | pp. 166-171 |
| Expositores que dictaron Conferencias..... | pp. 166-171 |
| Conferencias presentadas..... | pp. 171-176 |
| Comunicaciones enviadas para su publicación en Actas de Diseño 18 | pp. 177-250 |
| Índice alfabético por título | p. 251 |
| Índice alfabético por autor | p. 253 |
| Síntesis de las instrucciones para autores | p. 255 |

2014
DISEÑO EN
PALERMO
ENCUENTRO
LATINOAMERICANO

Facultad de Diseño y Comunicación
Universidad de Palermo
Julio 2014, Buenos Aires, Argentina

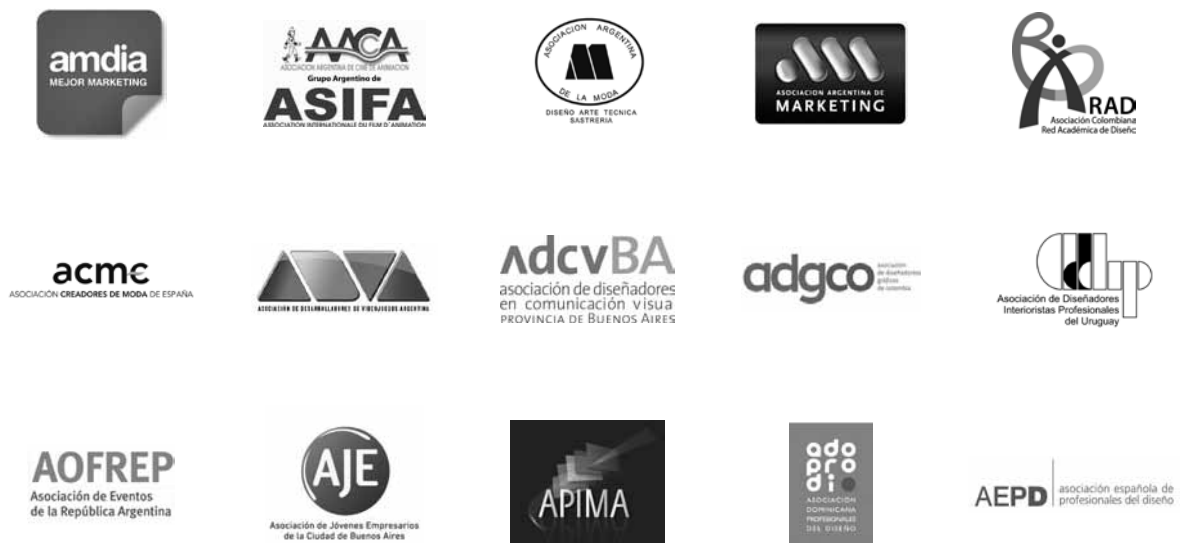


Instituciones Oficiales que auspician Diseño en Palermo 2014

Auspiciado por la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación



Asociaciones que auspician Diseño en Palermo 2014

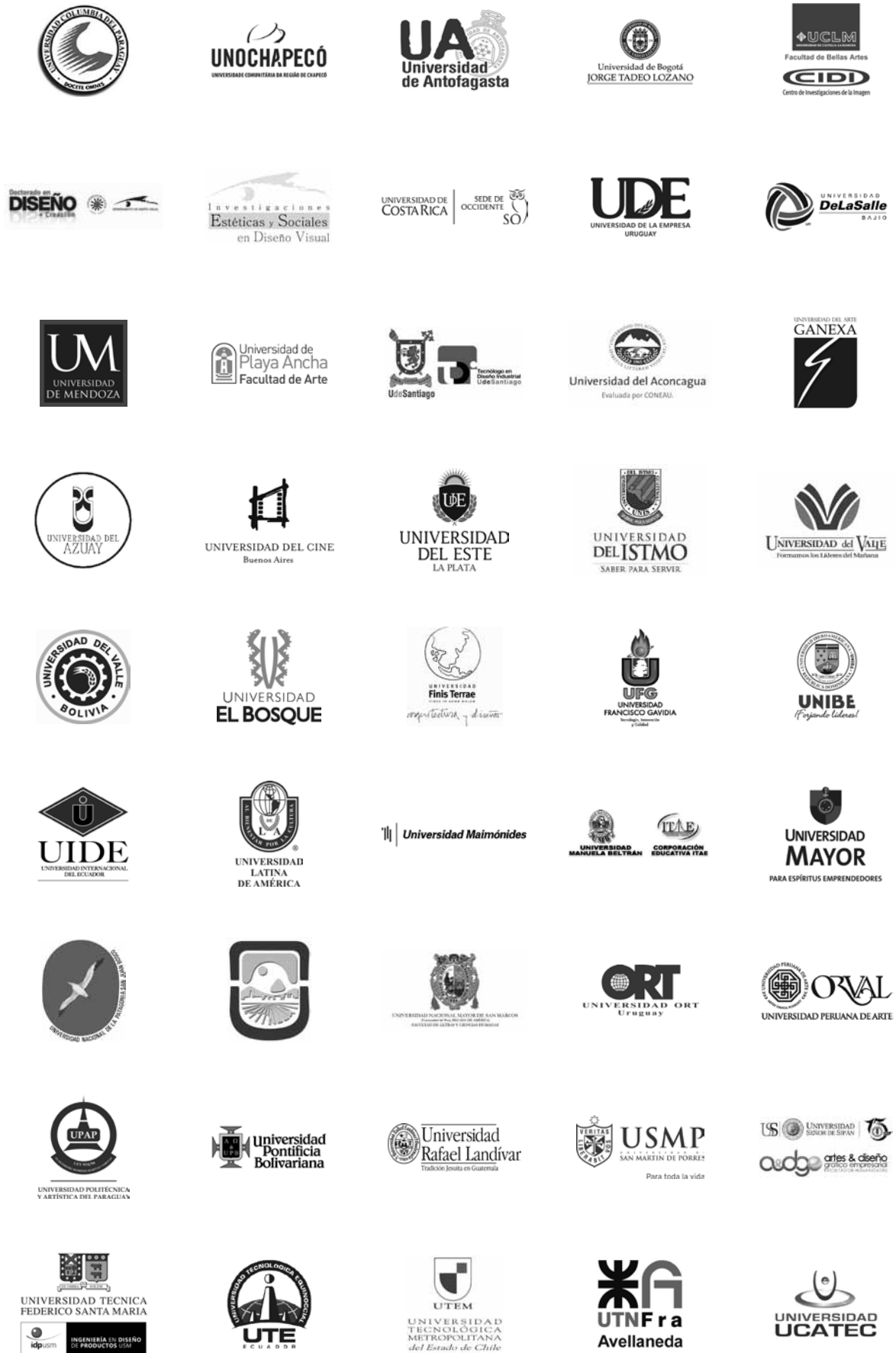






Universidades e Instituciones Educativas que auspician Diseño en Palermo 2014







Embajadas en Argentina que auspician Diseño en Palermo 2014



Embajada
de Bélgica



EMBAJADA DEL BRASIL

Embajada
del Brasil



Libertad y Orden
Embajada de Colombia
República de Colombia

Embajada
de Colombia



Centro Cultural
Coreano



Embajada de la República
de Costa Rica



Real Embajada
de Dinamarca



Embajada de la República
de El Salvador



Consejería de Educación de la
Embajada del Reino de España



Oficina Cultural de la
Embajada del Reino de España



U.S. EMBASSY
ARGENTINA

Embajada
de EE.UU



EMBAJADA DE FINLANDIA
BUENOS AIRES

Embajada de la República
de Finlandia



AMBASSADE DE FRANCE EN ARGENTINE

Embajada
de Francia



EMBAJADA DE GRECIA
BUENOS AIRES

Embajada de la República
Helénica (Grecia)



EMBAJADA DE GUATEMALA EN ARGENTINA

Embajada
de Guatemala



सत्यमेव जयते

Embajada
de la India



Ambasciata d'Italia

Embajada de
Italia



Istituto Italiano di Cultura Buenos Aires.
Embajada de Italia



Embajada
de Malasia



Embajada de los Estados Unidos
Mexicanos



Embajada del Reino
de los Países Bajos



Embajada de la República
de Panamá



Embajada
del Perú



*Embajada de la
República de Polonia*
Embajada de la República
de Polonia



Embaxada de Portugal
Buenos Aires
Embajada de la República
de Portugal



Embajada
de Sudáfrica



Embajada
de Suecia



Embajada
del Uruguay

Listado de Instituciones Oficiales, Asociaciones, Universidades y Embajadas que auspician Diseño en Palermo 2014

Instituciones Oficiales que auspician Diseño en Palermo

- INPI - Instituto Nacional de la Propiedad Industrial
- Ministerio de Desarrollo Social - Secretaría de Coordinación y Monitoreo Institucional - Subsecretaría de Responsabilidad Social • Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva - MINCYT • Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto - Fundación Export-Ar • Ministerio de Turismo.

Asociaciones que auspician Diseño en Palermo

- AAM - Asociación Argentina de la Moda • AAM - Asociación Argentina de Marketing • ADGCO - Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia • ADOPRODI - Asociación Dominicana de Profesionales del Diseño y la Decoración de Interiores • ADVA - Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentina • AEPD España / Asociación Española de Profesionales del Diseño • ALADI - Asociación Latinoamericana de Diseño • ALADI República Dominicana • ALADI SELLO RESPALDO - Asociación Latinoamericana de Diseño • AMDIA - Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina • AOFREP - Asociación de Organizadores de Fiestas, Reuniones Empresariales y Proveedores de la República Argentina • APIMA - Asociación de productores independientes de medios audiovisuales • Asociación Colombiana Red Académica de Diseño - RAD • Asociación Peruana de Arquitectura del Paisaje • Book 21 • CAA - Cámara Argentina de Anunciantes • CAAP - Centro Argentino de Arquitectos Paisajistas • CAIL - Cámara Argentina de la Industria del Letrero y Afines • CCEC - Centro Cultural España Córdoba - AECID • CDGM - Colegio de Diseñadores Gráficos de Misiones • CDP - Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile A.G. • CEPRODI / Centro Promotor del Diseño • CONPANAC - Confederación Panamericana de Profesionales de Alta Costura • Consejo Publicitario Argentino • Cultura Abasto Asociación Civil, Argentina • Dara / Decoradores Argentinos Asociados • Daros-Latinoamérica AG • DIPRAP - Diseñadores de Interiores Profesionales Asociados del Perú • FELAFACS - Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social • Fundación El-Libro • Fundación Pan Klub - Museo Xul Solar • Garage Flash / Adobe User Group Perú - AUGP • Grupo Colonia Diseño • HECHO EN ARGENTINA - Museo del Diseño y de la Industria • IAB / Internet Advertising Bureau Argentina • IAE - Instituto Argentino del Envase • MAP - Museo de Arte de Piriapolis Map • MODELBA - Moda del Bicentenario • Museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori • Núcleo de Criação e Design da ACIB - Associação Empresarial de Blumenau • PRODIS • Programa Artodos • Raíz Diseño • RedArgenta Ediciones - Contenidos por y para diseñadores • SCA - Sociedad Central de Arquitectos • SIEN •

- udgba - Unión de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires • UGA LA - United Global Academy Latinoamérica • 4I International Institute for Integral Innovation.

Embajadas en Argentina que auspician Diseño en Palermo

- Centro Cultural Coreano / Embajada de la República de Corea • Consejería de Educación de la Embajada del Reino de España • Istituto Italiano di Cultura Buenos Aires, Ambasciata d'Italia • Embajada de Costa Rica • Embajada de los Estados Unidos Mexicanos • Embajada de Guatemala • Embajada del Perú • Embajada de Portugal • Embajada de la República Federativa de Brasil • Embajada de la República de Finlandia • Embajada de la República Oriental del Uruguay • Embajada de Sudáfrica.

Instituciones Educativas que auspician Diseño en Palermo

Argentina

- CETIC - Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la Confección • Colegio Universitario IES • Escuela de Diseño en el Hábitat • Escuela Superior de Diseño • Fundación Universitas • Instituto Anrique • Instituto Superior Comunicación Visual de Rosario. Fundación Rosario Diseño • Instituto Superior de Diseño Palladio • Instituto Superior de la Bahía • Instituto Superior Santo Tomás de Aquino • ISCCS - Instituto Superior en Ciencias de la Comunicación Social • ISET - Instituto Superior de Estudios Terciarios y Técnicos • TEA imagen • Universidad Adventista del Plata • Universidad Blas Pascal • Universidad Católica de la Plata - UCALP • Universidad Champagnat • Universidad del Este • Universidad Maimonides • Universidad Santo Tomás - Santiago.

Bolivia

- Universidad Privada de Cs administrativas y Tecnológicas - UCATEC • UPB - Universidad Privada Boliviana.

Brasil

- UNESP - Universidade Estadual Paulista • EACH/USP - Escola de Artes, Ciências e Humanidades Universidade de São Paulo • IBModa - Instituto Brasileiro de Moda • Universidade Positivo.

Chile

- UTEM - Universidad Tecnológica Metropolitana.

Colombia

• Academia Superior de Artes • Centro de Estudios Interdisciplinarios para el Desarrollo - CEIDE • Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO • Escuela de Diseño y Mercadeo de Moda Arturo Tejada Cano • Escuela de Diseño y Moda Donato Delego • Ideartes - Instituto de Artes de Medellín • San José Fundación de Educación Superior - FESSANJOSE • UAM - Universidad Antonio Nariño • UDI - Universitaria de Investigación y Desarrollo • Universidad Autónoma de Occidente • Universidad Autónoma del Caribe • Universitaria Virtual Internacional.

Ecuador

• Pontificia Universidad Católica del Ecuador - PUCE.

España

• UCLM - Universidad de Castilla - La Mancha.

Guatemala

• Universidad Rafael Landívar.

México

• UANL Universidad Autónoma de Nuevo León • UNLA - Universidad Latina de América.

Panamá

• Universidad del Arte Ganexa.

Perú

• Instituto de Moda & Diseño MAD • Instituto Toulouse Lautrec • Universidad de San Martín de Porres • Universidad Señor de Sipán • UNMSM - Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Portugal

• Universidade de Lisboa.

República Dominicana

• Universidad Iberoamericana - UNIBE.

Uruguay

• Centro Latinoamericano de Economía Humana CLAEH • Escuela de Arte y Diseño - Punta del Este • Universidad Católica del Uruguay • Universidad ORT Uruguay.

Venezuela

• Instituto de Diseño Centro Grafico de Tecnología • Instituto de Diseño Darías • Prodiseno - Escuela de Comunicación Visual y Diseño.

Agenda del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

Actas de Diseño (2015, marzo),
Vol. 18, pp. 21-120. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: septiembre 2014
Versión final: noviembre 2014

Resumen: El siguiente escrito es una aproximación a la V Edición del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, evento organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, como coordinadora del Foro de Escuelas de Diseño, que se realizó el 28, 29 y 30 de julio de 2014 en Buenos Aires, Argentina, en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño.

El mismo contiene una breve introducción sobre la organización, dinámica y una descripción de los espacios de participación de esta edición, se detalla la Agenda completa de actividades, la misma incluye los resúmenes de las ponencias expuestas en las Comisiones por temática y las conclusiones a las que arribaron en cada comisión. Además contiene el listado de los nombres de los miembros del Comité Académico y del Equipo de Coordinación del Congreso, y la lista completa de los adherentes del Foro de Escuelas de Diseño. Finalmente, se incluye una selección de las comunicaciones y/o papers (artículos) enviados especialmente para ser parte de la publicación Actas 18. Los artículos son presentados alfabéticamente por autor.

Palabras clave: Congreso de Enseñanza - Latinoamérica - Diseño - Reflexión pedagógica - Actualización e Investigación - Intercambio de experiencias - Vinculación institucional - Escuelas de Diseño - Desarrollo Académico-profesional - Posgrados - Convenios - Proyectos interinstitucionales.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 120]

Introducción

El Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, es un evento de carácter académico y gratuito, organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, e integra la agenda de "Diseño en Palermo" Encuentro Latinoamericano de Diseño, que se realiza cada año en Buenos Aires, Argentina.

El Congreso, dirigido exclusivamente a docentes, autoridades académicas e investigadores que actúan en el campo del diseño, es convocado por el Foro de Escuelas de Diseño, única red formal y de intercambio académico que reúne a más de 300 instituciones educativas de Iberoamérica, y cuenta con el respaldo de un Comité Académico, integrado por miembros del Foro. La primera edición se llevo a cabo en julio de 2010, dentro del V Encuentro Latinoamericano de Diseño.

En el marco de la IX edición del Encuentro, se realizó el V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño el 28, 29 y 30 de julio de 2014 en Buenos Aires, Argentina. La quinta edición se realizará del 27 al 30 de julio de 2015, en la misma semana del X Encuentro Latinoamericano de Diseño.

Organización y dinámica del Congreso

La organización de la V edición del Congreso constituye la consolidación alcanzada en Latinoamérica por las instituciones educativas adherentes que actúan en el campo del Diseño, con la finalidad de compartir experiencias, planificar acciones conjuntas, plantear temáticas relevantes y concretar proyectos académicos e institucionales destinados a enriquecer la formación de los diseñadores del continente e impactar favorablemente en la calidad

del ejercicio profesional de todas las áreas del Diseño y la Comunicación.

Esta edición que sesionó durante tres días ininterrumpidos de trabajo, contó con la presencia de 1000 autoridades académicas, docentes e investigadores del área (de más de 15 países), y se presentaron más de 300 ponencias distribuidas en 58 Comisiones [ver Agenda Comisiones en pp. 29-30]; en esta edición también se realizó el VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño, la segunda sesión de las Asociaciones de Carreras de Diseño, el primer Plenario del Foro de Escuelas de Arte y la Firma de Acuerdos y Cartas Intención.

Agenda Completa de Actividades

[Publicada en el boletín informativo: *Hoja de Diseño en Palermo* (2014, Julio). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Vol. 16, pp. 38-74]

Las actividades que se realizaron dentro de esta edición del Congreso fueron:

1. VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño / Primera sesión del Foro de Escuelas de Arte (ver p. 22)
2. II Plenario de las Asociaciones de Carreras de Diseño y presentaciones (ver pp. 22-28)
3. Apertura del Congreso e Invitados de Honor (ver p. 28)
4. V Reunión Programa Colaboración para el Desarrollo Académico de Diseño y Comunicación (ver p. 28)
5. Comisiones y Ponencias (ver pp. 29-73)
6. Conclusiones de la V edición del Congreso (ver pp. 73-93)
7. Cierre del VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño (ver pp. 93-94)

- Reconocimiento a la Trayectoria Académica Profesional en Diseño (ver p. 93)
- Acto Homenaje del Foro de Escuelas de Diseño a sus miembros. Comité de Honor del Diseño Latinoamericano (ver p. 93)
- Conferencias de las Invitadas de Honor 2014 (ver p. 94)

8. Cierre del Congreso (ver p. 94)

9. Presentación de las ediciones 16 y 17 de Actas de Diseño (ver p. 94)

10. Comité Académico (ver pp. 94-95)

11. Equipo de Coordinación (ver p. 95)

12. Índices del V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (ver pp. 95-120)

- a) Índice de Autores que presentaron ponencias (ver pp. 95-105)
- b) Índice de Ponencias presentadas (ver pp. 105-113)
- c) Índice de Comisiones (ver pp. 113-120)

1. VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño / Primera sesión del Foro de Escuelas de Arte

El Foro de Escuelas de Diseño, que reúne a más de 300 instituciones de América y Europa, tuvo su apertura el lunes 28 de julio de 2014, en la sede de Mario Bravo 1050, con la presencia de más de 200 autoridades académicas y docentes de toda Latinoamérica y Europa. La mesa de coordinación del Plenario fue presidida por autoridades de la Facultad de Diseño y Comunicación: Oscar Echevarría, decano; Jorge Gaitto, secretario académico y Roberto Céspedes, coordinador de Doctorado en Diseño.

En el marco del Foro de Escuelas de Diseño se llevó a cabo el Plenario Fundacional del Foro de Escuelas de Arte, el único espacio formal de vinculación de instituciones dedicadas a la enseñanza del arte en América Latina.

En el Plenario –que sesionó en dos turnos, mañana y tarde– tuvo lugar un importante intercambio académico en torno a la relación entre el diseño y el arte, y las posibles estrategias pedagógicas para abordar dicha relación. El debate se vio enriquecido por la presencia de profesionales de diversos campos del arte, desde las artes plásticas, escénicas y musicales, a las nuevas expresiones tecnológicas y urbanas.

Los miembros del Foro de Escuela de Arte incluyen profesionales y representantes de la educación artística de todos los países de Latinoamérica y España.

Con el objetivo de poder fortalecer la reflexión, el intercambio y la comunicación de proyectos comunes que amplíen las perspectivas del arte como espacio académico en el continente latinoamericano, se formó el Comité de Honor, integrado por los siguientes profesionales:

- Jorge Castillo Morquecho (Universidad Autónoma Metropolitana, México) • Zulma Buendía (Universidad Autónoma del Caribe, Colombia) • Mónica Duch • Diana Guzman (Universidad Autónoma Metropolitana Xochmilco, México) • César Zelada Mathews (Escuela Peruana de la Industria Cinematográfica, Perú) • Fernando Igansi (Universidade Federal de Pelotas, Brasil) • Florencia Pravaz (DGEyC, Argentina) • Roger Diaz (Universidad Manuela Beltrán / Fundación Universitaria Comfenalco, Colombia) • Jorge Pasmioño Yañez • Nestor Martínez (Celis Universidad del Atlántico, Colombia)

- Pablo Quintero Diaz (Corporación Escuela de Artes y Letras, Colombia) • Luz del Carmen Vilchis (Universidad Nacional Autónoma de México)

En esta ocasión firmaron las siguientes autoridades académicas y docentes para ser parte del Foro de Escuelas de Arte (organizados en orden alfabético):

- Horacio Ángel Casal (Universidad Nacional de Río Negro, Argentina) • Roger Edgardo Diaz Carreño (Universidad Manuela Beltrán - Itae, Colombia) • Rafael Fiscal Flores (Universidad Méxicoamericana del Golfo, México) • Mariangela Giaimo (Universidad Católica del Uruguay, Uruguay) • Wendy Adriana Hernández Arellano (Universidad Autónoma de Baja California, México) • Eduardo Hipogrosso (Universidad ORT Uruguay, Uruguay) • Andrea Daniela Larrea Solórzano (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador) • Alban Martínez Gueyraud (Universidad Columbia del Paraguay, Paraguay) • Mónica Pelaez (Antonio José Camacho Institución Universitaria, Colombia) • Cesar Augusto Zelada Mathews (Escuela Peruana de la Industria Cinematográfica, Perú).

2. II Plenario de las Asociaciones de Carreras de Diseño y presentaciones

Esta reunión se realizó el día lunes 28 de julio de 11 a 13 hs. en la sede de Mario Bravo 1050, en Aula Magna, una vez reunidos se dividieron por áreas para debatir, intercambiar experiencias y generar proyectos entre todos los actores vinculados a la enseñanza del Diseño. La actividad continuó en un segundo bloque de 15 a 17 hs. con la elección del Equipo de Conducción 2014, encargado de fijar la agenda de actividades de la Asociación y realizar propuestas a futuro.

La iniciativa de la creación de las Asociaciones de Carreras de Diseño surgió en el VI Plenario del Foro de Escuelas en julio de 2012, son cinco las Asociaciones de alcance latinoamericano en las áreas de: Diseño Gráfico, Industrial, Multimedia/Digital, Interiorismo y Moda. Estas Asociaciones están integradas por directivos y docentes de instituciones educativas de Latinoamérica, que se vinculan entre sí para la conformación de redes de cooperación e intercambio académico que buscan desarrollar y resolver cuestiones concretas de cada una de las áreas específicas del Diseño.

A este II Plenario asistieron más de 150 académicos provenientes de distintas instituciones educativas de América Latina y Europa dedicadas a la enseñanza del Diseño. A continuación se detallan a quienes se adhirieron a las Asociaciones en la V edición del Congreso (ordenados por área y alfabéticamente):

Diseño Gráfico

- Lorena Bidegain (Universidad de Palermo) • Magdalena Jaime Cepeda (Universidad Autónoma de Coahuila) • Andrea Daniela Larrea Solórzano (Universidad Técnica de Ambato) • Paulina Alexandra Paula Alarcón (Escuela Superior Politécnica de Chimbarazo) • Mónica Pavez Bezanilla (Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción) • Mónica Pelaez (Antonio José Camacho Institución Universitaria) • Juan Carlos Poblete Verna (Universidad

del Pacífico) • Jesús Carlos Salas (Universidad Autónoma de Coahuila) • María Gabriela Villar García (Universidad Autónoma del Estado de México) • Mariela Zúñiga Luna (Instituto Tecnológico Latinoamericano).

Diseño Industrial

Alejandro Briseño Vilches (Universidad de Guadalajara) • Florencia de los Ángeles Chamizo (Profesional independiente) • David Cortés Saenz (Profesional independiente) • Yannin Lorena Gamboa Cárdenas (Universitaria de Investigación y Desarrollo - UDI) • Wendy Adriana Hernández Arellano (Universidad Autónoma de Baja California) • Ana Aurora Maldonado Reyes (Universidad Autónoma del Estado de México) • Armando Martínez de la Torre (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez - UACJ) • Mercedes Mercado (Universidad Autónoma de Nuevo León) • María del Pilar Alejandra Mora Cantellano (Universidad Autónoma del Estado de México) • Liliana Sosa Compeán (Universidad Autónoma de Nuevo León).

Interiorismo

• Marco Arango Rodas (Fundación Academia de Dibujo Profesional) • Horacio Ángel Casal (Universidad Nacional de Río Negro) • Rafael Fiscal Flores (Universidad México Americana del Golfo) • Silvia Mejía (Profesional independiente) • Edwin Quiroga (Universidad Piloto de Colombia).

Moda

• Silvia Blumberg (Profesional independiente) • Ana Paola Dos Reis (Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG) • Aylen Karina Medina Robalino (Universidad Técnica de Ambato) • Carolina Nicoletti (Duoc UC).

Multimedia / Digital

• Santiago Pazmiño (Profesional independiente) • Wellington Villota Oyarvide (Profesional independiente).

El listado de adherentes de Asociaciones que firmaron en IV Congreso (julio 2013) fue publicado en *Actas de Diseño* (2014, Marzo). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Vol. 14, pp. 21-23.

Dentro del II Plenario de las Asociaciones Latinoamericanas de Carreras de Diseño se realizaron presentaciones (previamente enviadas) las cuales abrieron el debate en cada panel, a continuación los abstract ordenados por Asociaciones:

Asociaciones de Carreras de Diseño Gráfico:

AS01. “Alumnos de la carrera de Diseño Columbia colaboran con identidad gráfica de pequeñas empresas como voluntarios del Proyecto Jaikatu”. Jimena Mariana García Ascolani/ Universidad Columbia del Paraguay/ Paraguay. En el mes de Julio del año 2013, se inicia el desafío de crear una alianza entre la Universidad de Columbia del Paraguay, específicamente entre el Departamento de Diseño Gráfico, y las ONG's: geAm - Gestión Ambiental desde Paraguay y AIDA - Ayuda, intercambio y desarrollo desde España, en el marco del proyecto Jaikatu.

Como dice su nombre Jaikatu (palabra guaraní para “Podemos”), es un proyecto sin fines de lucro que busca apoyar la autonomía de las migrantes paraguayas en Madrid y de sus familias en el Paraguay, a partir del desarrollo de negocios en sus comunidades de origen mediante la inversión productiva de remesas.

Con el firme propósito de apoyar el emprendimiento Jaikatu y por otro lado, brindar a los alumnos de Diseño Gráfico de la UCP, la oportunidad de acercarse a problemas reales, con clientes reales y poniendo en práctica los conocimientos teórico-prácticos aprendidos en las aulas y aplicando las responsabilidades sociales de todo diseñador gráfico hacia su comunidad, se inician los primeros proyectos a través del Convenio de Cooperación entre ambas instituciones.

Quedando la participación de los estudiantes, bajo la coordinación del Laboratorio de Diseño, encargados de atender la necesidad de los desarrollos de sistemas de comunicación visual de los micro-emprendimientos apoyados por el proyecto Jaikatu, quien brinda toda la información como ser: planes de negocios, antecedentes del caso y logística para encuentros con los emprendedores.

AS02. Estudio comparativo: La educación holística aplicada en los programas de enseñanza del Diseño Gráfico a partir de componentes estratégicos sostenibles (CES) en las Instituciones de Educación Superior (IES) de Latinoamérica. Alejandro Higuera Zimbrón/ Universidad Autónoma del Estado de México / México.

El propósito de este proyecto es desarrollar un estudio comparativo entre los diferentes programas de la enseñanza superior del Diseño Gráfico en las Instituciones de Educación Superior (IES) de Latinoamérica, para conocer como se han incorporado en éstos el tema de la educación holística a partir de componentes estratégicos sostenibles (CES, Diseño estratégico, ético y sostenible, con amplio sentido de responsabilidad social, consumo y de comercio justo).

Primero, analizando los antecedentes y la fundamentación social de los programas académicos de Diseño Gráfico en la actividad profesional, bajo un esquema holístico. Segundo, acorde al principio segundo de la educación para el desarrollo sostenible, se verificará como se contemplan los temas relacionados con los componentes estratégicos sostenibles en los programas académicos. Y finalmente, bajo un análisis conceptual se analizarán los CES y su viabilidad de incorporación en los contenidos de los planes de estudios de Diseño Gráfico de Latinoamérica, por ser temas de relevancia.

AS03. El crecimiento del Marketing y la Publicidad Digital on line. Marketing Electrónico y/o on line. Fabián Jaimés Lara/ Tecnológica Autónoma del Pacífico / Colombia. Los programas académicos de las Nuevas Instituciones Virtuales en el área plantearán proyectos tecnológicos de investigación aplicada y de desarrollo de Línea, que abarquen las competencias básicas y técnicas; acompañadas con las competencias específicas para el marketing on line despierte interés, e incentive el deseo y finalmente, logre que el consumidor adquiera el producto sea tangible o intangible.

Los programas académicos, plantearán Proyectos de Desarrollo de Línea; llevarán al estudiante a apropiarse de un horizonte cultural muy amplio que le sirva como fuente para que desarrolle proyectos de investigación, identificación del consumidor, y gerencia del nuevo marketing *online*; con impacto en lo social, capaz de contribuir al desarrollo propio y el de la comunidad.

- Según un estudio realizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación e Ipsos Napoleón Franco, el 80% de los colombianos usan el Internet
- En comparación con 2010, un 17% más de colombianos de los niveles socioeconómicos 1 y 2 utilizan el Internet.
- El 54% de colombianos usan el Internet a diario por un promedio de 2,6 horas al día: el 71% se conectan desde sus casas y el 20% se conectan desde cibercafés.
- El 64% de los hogares en Colombia en ciudades con poblaciones de 200.000 personas o más tienen servicio de Internet.
- El 23% de los colombianos usan smartphones para conectarse al Internet.
- El TV paga ahora llega al 84% de los hogares en Colombia y por ende Colombia cuenta con el nivel de penetración de TV paga más alto de Latinoamérica: Argentina ocupa el segundo lugar en este aspecto (83%), Chile el tercero (60%) y México el cuarto (44%).
- Según la consultora Flurry Analytics, Colombia es el mercado de iOS y Android de más rápido crecimiento en términos de dispositivos móviles: la cantidad de dispositivos móviles activos en Colombia aumentó en un 278% entre enero 2012 y enero 2013.

Finalmente fortaleciendo los ejes ya mencionados, los programas académicos en el área, se dirigen a la formación en:

- Estrategias Comerciales *online*
- Investigación del mercado y gerencia de marca
- Comunicación publicitaria on line
- Investigación del mercado y gerencia publicitaria on line

AS04. Los nuevos perfiles profesionales que propone el mercado. Ramiro Pérez / Universidad de Palermo / Argentina.

La redefinición de nuestra profesión como parte vital de nuestro ADN nos lleva a construir en forma constante y continua nuestra misión profesional.

Hoy el diseño en su proceso expansivo se a puesto en la palabra de todos con ideas e imágenes de variada funcionalidad profesional.

Hagamos el intento de pensar en todos los tipos de canales de comunicación y especializaciones que tenemos hoy, sin saber a ciencia cierta si es necesaria la formación que el diseñador está teniendo, si debemos darle la relevancia que se le está dando y si no es momento de elevar la apuesta e impulsar desde los centros de estudio la formación de un cuerpo colegiado que otorgue marco legal a los profesionales.

Debemos trabajar sin descanso en escuchar al mercado y escucharnos a nosotros mismos. Saber de qué quiere hablar nuestro cliente para poder establecer qué se debe enseñar.

La realidad nos llama a un cambio y sabemos bien que estamos en pleno proceso de una nueva revolución en el

conocimiento como lo fueron la irrupción de la imprenta o la máquina a vapor. De la capacidad de visión colectiva creemos vendrán las respuestas.

AS05. Acción cultural y valores en el diseño gráfico. Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza / Pontificia Universidad Católica del Perú / Perú.

En América Latina, la enseñanza - aprendizaje del diseño gráfico aborda la problemática de lo local y lo global en un universo formativo cuyos ejes son la investigación, la creación para la comunicación, los vínculos con el contexto y la responsabilidad social y cultural. Se En este marco, proponemos valorar tanto los identificadores locales conceptuales, simbólicos y formales como las matrices creativas del diseño global, en proyectos que integran espacios y desarrollan diálogos interculturales. En el Perú multicultural está dinámica es esencial para generar redes de comunicación con el mundo; lo es también para el intercambio de valores simbólicos entre la cultura andina, la cultura amazónica y la cultura urbana, las cuales integran tradiciones y manifestaciones diversas, que se agrupan por regiones y núcleos productivos. El diseño siempre fue parte importante de la producción cultural peruana, en todos sus espacios e historias: el diseño textil y de indumentaria, el diseño en cerámica, muros, objetos de culto, la ilustración, etc. El diseño recorre los siglos para llegar al aquí / ahora, en todos los campos de la comunicación y de la producción. La expansión que el diseño gráfico experimenta a diario requiere de una estrategia sustentada de construcción, no sólo para asegurar su funcionamiento operativo sino también para su representatividad cultural e implicación del usuario en su universo simbólico. Estas son las premisas del planteamiento formativo de la Especialidad de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

AS06. Desafío y preocupaciones en la enseñanza de la carrera. María Cecilia Ribecco / Escuela Provincial de Artes Visuales N° 3031 "Gral. Manuel Belgrano" / Argentina.

Desarrollar acciones desde las instituciones académicas para vincular a los estudiantes con el sector productivo permite el acercamiento y el trabajo conjunto sobre las problemáticas de una disciplina emergente y en constante cambio. Esto implica un desafío a nivel educativo y cultural que permite sentar las bases para la construcción de parámetros locales en términos de necesidades específicas y globales supeditadas a las tendencias del mercado actual. Diseñar propuestas de integración entre profesionales, empresarios, académicos y estudiantes posibilita el diálogo y la apertura de espacios comunes para la gestión de proyectos innovadores empleando recursos regionales. En este marco, la gestación de dichas acciones a nivel local en el desarrollo de jornadas de actualización profesional, workshops sobre tendencias, programas de formación para emprendimientos de diseño y debates entre profesionales y académicos propiciarán las condiciones de inserción laboral de los estudiantes, el nexos entre las empresas y las instituciones educativas. La mejora en la competitividad del área debe ser planteada desde la formación académica permitiendo la gestación de vínculos extramuros tanto de agentes privados como de organismos públicos en la tarea mancomunada de

fortalecer y construir la identidad local y regional dentro de la cultura del diseño y las industrias creativas.

AS07. Estudio comparativo: Organismos responsables, marcos de referencia y procedimientos para la acreditación de los programas de enseñanza del Diseño Gráfico en diversas Instituciones de Educación Superior (IES) de Latinoamérica. Erika Rivera Gutiérrez / Universidad Autónoma del Estado de México / México.

Este proyecto está orientado a realizar un estudio comparativo en dos niveles: Primero (externo), conocer quienes son las instancias u organismos responsables de acreditar los programas de enseñanza superior del Diseño Gráfico, así como los criterios y procedimientos que utilizan para ello, en las Instituciones de Educación Superior (IES) de Latinoamérica. Y segundo (interno): Conocer los criterios de trabajo e instancias de participación de las áreas responsables en el proceso interno de acreditación de las IES, mediante las experiencias adquiridas en estos procesos precisando las responsabilidades operativas para la dirección, coordinación, ejecución, control y evaluación de dichas actividades. Permitiendo con ello determinar las constantes entre éstos y a su vez hacer que estos programas de enseñanza superior en Diseño Gráfico demuestren su pertinencia, su calidad y suficiencia generando así una información pública sobre el estado que guardan éstos en las diferentes Instituciones de Educación Superior (IES) de Latinoamérica.

AS08. Identidad local y mirada global en la enseñanza del diseño gráfico. Luis Fernando Téllez Jerez / Fundación Universitaria Comfenalco Santander UNC / Colombia.

Las escuelas Latinoamericanas de diseño, en sus referentes generalmente dan mayor importancia a las gestas creativas en otras latitudes, por ejemplo la mirada histórica en Europa, Asia, influencias asociadas al arte, a la cultura, a historia, etc.

Es válido, pero se da más trascendencia a realidades y necesidades de otros países pertinentes a sus orígenes y no a los nuestros; ignorándolo o no reconociendo con altura, sometiendo al olvido y descategorizando el valor que puede representar esta mirada histórica local o regional del diseño.

El inconveniente radica en que con el tiempo va a ser más difícil recolectar, documentar, disponer de material que muestre el progreso y el avance de un estilo con la rúbrica de nuestras regiones y proponer así mismo a la cultura global del diseño; también como referentes; seguramente en Europa hacen una mirada de nuestras realidades creativas, pero son más ligadas al presente, sin oportunidad de indagar en la memoria creativa que forja un sentimiento y unas raíces creativas con carácter endémico, personalidad propia o fiel representante de una idiosincrasia y un status que solo nosotros podremos forjar.

Asociaciones de Carreras de Diseño Industrial:

AS09. El alumno de diseño industrial peruano y las nuevas posibilidades para representar sus proyectos. La visión desde una universidad que invierte en tecnología

y que se adapta a los nuevos cambios y necesidades profesionales. V. Chiongwend Lhi Sánchez / Pontificia Universidad Católica del Perú / Perú.

La Especialidad de Diseño Industrial de la Pontificia Universidad Católica del Perú cumple 35 años de fundada y se ha caracterizado por hacer énfasis en sus alumnos para la construcción de prototipos en tamaño real y por lo general totalmente funcionales. Sin romper esta tradición, tanto la Especialidad como la Universidad se han propuesto caminar al ritmo que el mundo avanza, invirtiendo en equipos tecnológicos que abren nuevas posibilidades para el alumno, convirtiendo sus proyectos en productos ambiciosos que ya no sólo se representan y direccionan en la forma externa y la ergonomía, sino también enfocados en la función, en la relación máquina-producto, los mecanismos internos y los procesos de fabricación, sin dejar de lado las nuevas necesidades y exigencias del mercado.

¿Estamos preparados para este cambio generacional? ¿Es suficiente con invertir en máquinas y software? Esta presentación nos muestra el resultado de los primeros intentos de incluir la impresión tridimensional a nivel académico y de su evolución, tanto en materia de hardware como de resultados luego de cinco años. Se intenta abrir además una discusión comparativa con otras instituciones que ya han invertido en estas máquinas y ser un punto de referencia para aquellas otras que están pensando adquirirlas.

AS10. La vinculación de la Dimensión Ambiental (más allá del ecodiseño y la sustentabilidad) en la formación de Diseñadores Industriales. Carlos Luna Maldonado / Universidad de Pamplona / Colombia.

Se expondrá las experiencias obtenidas en la formación de diseñadores industriales cuando se aplica el concepto amplio de la Dimensión Ambiental como aspecto transversal de los currículos; esta manera de entender el mundo, aunado con experiencias pedagógicas innovadoras y motivadoras hace que los estudiantes no solo participen en su formación desde las aulas de clase sino en la interacción real con el contexto inmediato, conociendo los conflictos y potencialidades que este ofrece.

AS11. Vinculación empresarial, plan de integración del Centro de Investigación de Diseño Industrial. Alejandra Marín González / Universidad Autónoma de Nuevo León / México.

“La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen ventajas competitivas si consiguen innovar” (Michael E. Porter)

El diseñador tiene la capacidad de materializar las ideas y conocer los procesos para transformar lo intangible a lo tangible, haciendo efectivo su trabajo desde una comprensión global del sistema: Usuario /producto /entorno. Nuestros Objetivos, desarrollar proyectos de diseño focalizando su área de oportunidad por medio de la innovación tecnológica, llevando su competitividad en el desarrollo de nuevos productos. Y ofreciendo a la industria local un respaldo de experiencia y profesionalismo especializado para el desarrollo del diseño industrial en la empresa.

Las Metas: Ser un productor de servicios de alta calidad, basados en la experiencia profesional especializada y la experiencia académica. Enfocando sus fortalezas a ser creadores de prototipos, asesores, consultores, potenciando la innovación tecnológica en el desarrollo de proyectos de diseño desarrollando nuevos productos, lo cual enfatiza la tarea del Diseñador Industrial.

AS12 Cenário contemporâneo do campo de atuação em design. Lucy Niemeyer / Universidade do Estado do Rio de Janeiro / Brasil.

Em nossa apresentação teceremos considerações sobre questões relativas ao cenário contemporâneo do campo de atuação em design, que apresenta peculiaridades que desafiam as Instituições de Ensino Superior, centros, laboratórios e grupos de pesquisa em design a desenvolverem investigações que construam um corpo de conhecimentos variado, rigoroso e que contemple as especificidades de nosso país. Apontamos como nas duas últimas décadas houve a articulação de alguns fatores que levaram ao incremento, multiplicação e difusão da investigação na área.

Os conhecimentos que compõem as cada vez mais numerosas e diversas áreas de atuação em design não só implicam em saberes cada vez mais profundos, específicos e dinâmicos. O ritmo da obsolescência tecnológica é cada vez mais acelerado se contrapõe aos requisitos de sustentabilidade. Daí a pertinência da revisão dos cursos de graduação em design para que haja o atendimento das necessidades de projeto presentes nos setores produtivos, tendo em vista as oportunidades e desafios futuros nesse campo profissional.

AS13. Ser antes que hacer. Liderazgo y trabajo colaborativo en la formación del diseñador en el aula. Edgar Saavedra Torres / Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia / Colombia.

Como estudiante de diseño se adquieren, desarrollan y/o perfeccionan ciertas habilidades para diseñar objetos, procesos, servicios y sus sistemas que, en un tiempo de 5 años generalmente, se acreditaran con el título profesional. En Colombia el concepto de licenciatura en diseño no ha aplicado al ámbito universitario en la formación de pregrado y profesionales de esta disciplina se enfrentan a un nuevo rol, el de “docente” en la academia, lo que conlleva a pensar ¿de qué manera este profesional no licenciado concibe y se asume el rol docente? Ahora en el campo profesional el liderazgo y capacidad de trabajo colaborativo (en equipo) son indispensables y en diseño es un imperativo, entonces ¿de qué manera este profesional no licenciado concibe y asume el liderazgo y capacidad de trabajo colaborativo, y posteriormente para y en el estudiante? El documento que se presenta a continuación da cuenta de pautas sobre: el rol docente (docente-investigador) y del estudiante (dicente-semillero); liderazgo y organización de los actores (docente-estudiante) en el aula de diseño.

Asociaciones de Carreras de Interiorismo:

AS14. Sustentabilidad, Futuro y Presente: ¿Qué hablen los interioristas! (desde la experiencia a la teoría y vi-

ceversa). Marcelo Gorga / Instituto Superior De Diseño Palladio / Argentina.

Para debatir y proponer acerca del “futuro profesional de los egresados” en un mercado competitivo, con conflictos de incumbencias para los interioristas, consideramos partir de un relevamiento sobre el “PRESENTE Profesional” Para ello nos lanzamos a realizar un sondeo –a modo de una instantánea– que nos permita desmitificar y cualificar el devenir de nuestros interioristas egresados. Objetivos:

- Conocer el nivel de ocupación.
- Sondar el mercado laboral de la ciudad y la zona
- Darle continuidad al vínculo creado durante la carrera.
- Favorecer y apoyar al graduado en su inserción.
- Generar sinergia para nuevos proyectos colectivos.
- Identificar los contenidos curriculares más apreciados y aplicados en su desempeño.
- Conocer las áreas específicas del diseño que generan interés para el perfeccionamiento.
- Releva las sensaciones, experiencias, sugerencias, reflexiones, anhelos y logros
- Organizar reuniones de intercambio de experiencias profesionales.

Exponer resultados e interpretaciones de nuestro estudio, compartiendo nuestras experiencias de retroalimentación y tomándolas como un instrumento para replanteos curriculares, proyectos de extensión, creación de cursos de perfeccionamiento, dando unión a los lazos entre institución y graduados.

Un estado de situación que –a modo de punto de partida– ayude a proyectar el futuro de los interioristas, desde la voz de sus actores.

AS15. “Arquitectura y Diseño de Interiores, fortalezas y debilidades”. Sandra Navarrete / Universidad de Mendoza / Argentina.

A partir de la definición de Vitrubio, la arquitectura es tripartita: utilitas, firmitas y venustas.

Utilitas es la función, los usos, y el manejo del espacio. Firmitas es la tecnología, comportamiento estructural, instalaciones. Venustas es belleza, lo estético, lo sensible, por ello se asocia este concepto a los estilos y a la ornamentación.

La arquitectura comparte Firmitas con las disciplinas tecnológicas, como las ingenierías. Y por otro lado tiene destrezas estéticas asociadas al arte y al diseño. La fortaleza de la disciplina arquitectónica es integrar los tres aspectos, pero tiene la debilidad de no manejar a profundidad ninguno de los tres. Nadie niega la necesidad de un ingeniero a la hora de calcular estructuras y supervisar obras de gran envergadura. No parece tan necesaria la relación con el diseño.

El diseño de interiores tiene un amplio dominio de Venustas, y por supuesto de Utilitas, ambas en estrecha relación. La falta del área tecnológica, en el paradigma industrial, la hace parecer de inferior rango.

En la era actual ya no es admisible separar arte, ciencia y técnica en compartimentos estancos. Ninguna disciplina puede especializarse en todo, la complementariedad, la interdisciplina es indispensable.

Asociaciones de Carreras de Moda:

AS16. Inclusión e interacción en la moda latinoamericana. Línea temática Sustentabilidad de las carreras a largo plazo y el futuro profesional de los egresados / La moda internacional vs. la identidad local y regional. Edward Venero Carrasco / Pontificia Universidad Católica del Perú / Perú.

La moda es un fenómeno universal en el cual se intersectan tendencias con líneas de creación, producción y comercio cuyas fuentes son los centros establecidos de la moda y los centros emergentes. La moda está asumiendo roles cada vez más importantes en la dinámica de las relaciones sociales y recientemente ha ingresado en el territorio de la identidad con amplias implicaciones psicológicas y culturales. Frente a esta responsabilidad, las carreras de diseño de moda se encuentran ante un complejo perfil de responsabilidades, desde la capacitación profesional para diseñar objetos –textiles, indumentaria, accesorios, calzado– hasta la creatividad que implica generar nuevos planteamientos estéticos y estilísticos que vinculen la identidad local y regional con las grandes tendencias que rigen la economía de la moda. Es evidente que el marco conceptual y socio-económico está en permanente cambio y las carreras de diseño de moda deben evaluarlo para que la formación de diseñadores se sustente y se proyecte no sólo hacia el mercado sino también hacia la cultura. En este sentido, el estudio y la inclusión de los signos de la identidad local es esencial, es el aporte de las formas que asume la comunidad para manifestarse en la vida diaria y que reconocerá y apreciará en los proyectos de los diseños de moda. Es lo que ocurre en el Perú, entre los diseñadores profesionales y es uno de los fundamentos de la Carrera de Diseño Textil y de Indumentaria de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Identidad local en la moda local e internacional es un proyecto consistente, cuyo desarrollo prevé el estudio y la incorporación de signos de la identidad regional.

AS17. Moda, identidad y medioambiente. Marcia Cora Veneziani / Argentina.

La cuestión medioambiental se ha transformado en un tema constante, tanto en los trabajos de Investigación de los estudiantes que ingresan a la Universidad de Palermo, como en aquellos elaborados para sus proyectos finales al egresar de la institución. El abordaje interdisciplinario se presenta como fundamental a la hora de abordar la problemática, ya que la vinculación de la sustentabilidad con el tema de las identidades regionales y locales es evidente. Numerosos estudiosos a lo largo de la historia, como el antropólogo francés Levy-Strauss o el americano Frederick Hodge en sus abundantes estudios de antropología y etnología, hacen referencia a la influencia de la búsqueda del agua (el precioso líquido para la supervivencia) en todas las costumbres sociales, incluyendo ritos, artesanías, creencias y rituales. Por ende, los contenidos que incluyan temas como la sustentabilidad y el medio ambiente, se vuelven más que pertinentes en las modernas escuelas de diseño donde la problemática mencionada vuelve a estar en primer plano, especialmente la lucha por el agua, considerada ya como

un metal precioso. Consecuentemente, es imperioso que en la actualidad se elaboren nuevos textos académicos con casos recientes (incluyendo profusos marcos teóricos) con el fin de vincularlos a los estudios de moda, identidad y medioambiente.

Asociaciones de Carreras de Multimedia / Digital:

AS18. “Cómo compatibilizar la enseñanza del Diseño Multimedia con la constante evolución de las herramientas tecnológicas de diseño”. Nicolás Amoroso Boelcke / UAM Azcapotzalco / México.

Es inevitable el desarrollo y el cambio en las modalidades tecnológicas, por ello hay que trabajar con una perspectiva conceptual y no técnica. Los instrumentos están evolucionando permanentemente y pensar una currícula desde ese ángulo es condenar el esfuerzo a lo efímero ya que apenas se instrumenta lo nuevo pierde su actualidad, por ello resulta curioso el término de nuevas tecnologías para denominar un proceso educativo. Por lo mismo, me parece que este punto del temario está íntimamente vinculado con el que le sigue: “Cómo congeniar el perfil profesional variable con los contenidos curriculares”. Hay que gestar seres libres, desarrollando su mejor capacidad para enfrentar los retos que los cambios provocan. En lo referente al campo que nos ocupa creo que el eje estructural del conocimiento se encuentra en la narración y su implementación curricular permite engarzar lo tecnológico que al fin y al cabo es un mero accidente en la formación del diseñador.

AS19. “Artistas pensando como ingenieros, ingenieros pensando como artistas: desafíos de la enseñanza en el modelo digital”. Fabián Barros / Universidad ORT / Uruguay.

Desde los orígenes de la civilización, han habido dos historias que evolucionaron de manera asimétrica, influyéndose mutuamente y dando forma a nuestra cultura. Por un lado, la historia de la representación. Por otro, la historia del cálculo. Hoy por primera vez se da la confluencia de estos dos universos. El resultado es el medio digital. Un modelo de informática aplicada en una red no-lineal de comunicación, que permite la información dinámica, la comunicación no-jerarquizada, y la interacción.

El medio digital se sirve de dos grandes modelos de pensamiento: el sintético, que compila la realidad para generar contenidos simbólicos, y el discreto, que fragmenta la realidad para operar sobre ella. Estos modelos se corresponden con dos tipos de personalidades diferentes: artistas e ingenieros.

Tradicionalmente la transmisión de información se desarrolla desde una perspectiva lineal y vertical. Pero el medio digital, gracias a la interacción y a la velocidad de procesado de información, rompe esta verticalidad generando cruzamientos.

El desafío es encontrar nuevas formas de transmisión de conocimiento compatibles con ambos modelos de pensamiento. Las posibilidades se parecen a las que establece el juego: participar, devolver, influenciar, cuestionar... y hasta romper. Desde una perspectiva abierta y colaborativa, en red y por objetivos.

AS20. “Desafío y preocupaciones en la enseñanza de la Carrera”. Raúl C. Drelichman / Universidad Maimónides / Argentina.

Cuando la Universidad Maimónides decidió emprender, en 1996, la enseñanza de la Multimedia, a través de la primera carrera de Grado en el País y una de las primeras en América Latina, afrontó el gran desafío de preparar los Nuevos Profesionales que el Siglo XXI necesitaría. A través de 17 años muchos han sido los desafíos que hemos debido enfrentar, pero la decisión de las autoridades, la Dirección de la Carrera y el Cuerpo Docente han sabido superarlos.

Quizás el más grande de ellos es preparar Profesionales para trabajos que hoy (o cuando cada uno de ellos ha ingresado) no existen. Ello se ha logrado dotando a cada egresado con la capacidad para posicionarse dentro del campo del diseño y la comunicación multimedial, lo que significa que no se trata sólo de conocer y manejar herramientas o poder ofrecer soluciones multimediales, sino de tener la capacidad crítica que permita a los nuevos profesionales reconocer los cambios y la evolución del campo y de la sociedad y adaptarse rápidamente a ellos, por lo cual los contenidos curriculares tienen como objetivo incentivar a los alumnos para que sean generadores de innovación.

Esto está basado en actualización permanente del cuerpo docente; actualización permanente de la currícula; participación de los alumnos desde el inicio de la carrera a través de un laboratorio de proyectos, y la enseñanza, luego de las competencias básicas, de criterios de diseño disruptivo. Esperamos continuar mejorando e innovando en este camino en los años futuros.

AS21. “Actualización permanente del perfil profesional”. Renato Echegaray / Instituto Superior Santo Domingo / Argentina.

El Diseño Multimedial requiere, y todo pareciera indicar que lo seguirá haciendo en las próximas décadas, un profesional bien dispuesto a la actualización constante. Pues sin ella, el diseñador ve reducido el campo de acción en el que se desempeña.

La tecnología multimedial, comparada con otras tecnologías del diseño, supera día a día a una anterior. Las discusiones en esta área se centran en dos polos: la obligatoriedad de la actualización constante y el repudio por la inversión para hacerlo.

Sea cual fuera la postura frente al tema, lo cierto es que las tecnologías requieren un diseñador con gran dominio de ellas. Entiéndase por dominio la capacidad de ejecutarlas técnicamente o la capacidad de gestionar su empleo. Compréndase además que cuando nos referimos a una tecnología, no lo hacemos sólo a los aspectos técnicos utilitarios, sino también al humano, sujeto de una sociedad, que las escoge o rechaza.

Las instituciones formadoras de diseñadores precisan una estrategia que les permita afrontar la actualización permanente del perfil profesional, para esto se presentan cuatro pilares para estructurar una estrategia de actualización: proyecto educativo institucional orientado a la actualización, aportes pedagógico a la práctica docente, participación activa en actividades de actualización y selección de docentes en ejercicio del diseño.

AS22. Aulas Multimedia - Nuevas experiencias de aprendizaje y enseñanza. Pablo Sánchez Sandoval / Fundación Universitatis / Argentina.

La revolución digital y tecnológica de los medios, el arte y el mercado, plantean diferentes necesidades y problemáticas a las instituciones educativas de contar con nuevas estrategias para el armado de carreras y contenidos que se adapten a estas demandas, con una impronta dinámica, sustentable acorde a los tiempos que corren.

Para esto es necesario abordar diversas temáticas que intervienen en el proceso de educativo y de formación, analizando estructuras de asignaturas y contenidos, sistemas enseñanza, actualización de contenidos, aplicación de tecnologías de software y hardware en las aulas, trabajos interdisciplinarios entre alumnos y profesores de carreras vinculadas a la comunicación digital, casuística, programación, estética, tendencia, web, apps cine y tv, entre otras. Con el objetivo de insertar profesionales competitivos, proactivos y eficientes.

3. Apertura del Congreso e Invitados de Honor

La apertura del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, se llevó a cabo en el Aula Magna de la sede de Mario Bravo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, el día lunes 28 de julio de 17 a 20 hs., con la presencia de más de 200 asistentes, entre autoridades académicas, investigadores y docentes del área. La apertura comenzó con la presentación de las Invitadas de Honor: Jennifer Minniti (Presidenta del Departamento de Moda de Pratt Institute, New York) y Terry Irwin (Directora y Profesora Titular de la Escuela de Diseño de Carnegie Mellon University, Pittsburgh). Luego se realizó la charla magistral del tercer Invitado de Honor, Norberto Cháves (Socio de I+C Consultores, Barcelona).

4. V Reunión Programa Colaboración para el Desarrollo Académico de Diseño y Comunicación

Esta reunión se realizó el día lunes 28 de julio a las 15.30 hs. en la sede de Mario Bravo 1050, en el aula 6-6. La actividad fue exclusiva para las instituciones adherentes del Foro de Escuelas de Diseño que quisieran ser parte del Programa Colaboración para el Desarrollo Académico de Diseño y Comunicación, firmando Acuerdos Bilaterales y Cartas Intención con la Facultad.

Autoridades académicas firmantes de Acuerdos Bilaterales con la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en julio 2014 (organizado alfabéticamente por país y firmante)

Argentina: • Horacio Ángel Casal. Director de Carrera. Universidad Nacional de Río Negro.

Colombia: • Sandra Patricia Devia Camacho. Miembro Sala General. Universidad Autónoma del Caribe • Mauricio Vera Sánchez. Decano Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes. Fundación Universitaria del Área Andina.

Ecuador: • David Ulises Choéz Ortega. Coordinador del Área de la Profesión. Universidad Católica Santiago de Guayaquil • Alexandra Morales. Docente. Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Sede Ibarra • Eduardo José Rodríguez Meliá. Docente. Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales.

México: • Rafael Fiscal Flores. Director Planeación y Calidad Educativa. UMAG - Universidad Méxicoamericana del Golfo • Jimena Vanina Odetti. Docente. Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta • Julio César Portillo Osorio. Director de Identidad e Imagen. Universidad Autónoma de Guerrero • María Gabriela Villar García. Coordinadora de Investigación. Universidad Autónoma del Estado de México.

Perú: • César Zelada Mathews. Director - Promotor. EPIC - Escuela Peruana de la Industria Cinematográfica.

Instituciones Educativas firmantes de Acuerdos Bilaterales con la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en julio 2014 (organizado alfabéticamente por país e institución):

Argentina: • Universidad Nacional de Río Negro.

Colombia: • Fundación Universitaria del Área Andina • Universidad Autónoma del Caribe.

Ecuador: • Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales • Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Sede Ibarra • Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

México: • Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta • Universidad Autónoma del Estado de México • Universidad Autónoma de Guerrero • UMAG - Universidad Méxicoamericana del Golfo.

Perú: • EPIC - Escuela Peruana de la Industria Cinematográfica.

El listado de las instituciones educativas firmantes de Acuerdos Bilaterales con la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en ocasión del IV Congreso (julio 2013) fue publicado en *Actas de Diseño* (2014, Marzo). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Vol. 14, pp. 21.

5. Comisiones y Ponencias

En esta edición del Congreso se expusieron 307 ponencias en 56 Comisiones por temática, las mismas trabajaron el día martes 29 de julio en la sede Larrea 1079. Durante la sesión de las Comisiones se desarrolló la presentación de las ponencias (comunicaciones o papers que fueron aceptados con anterioridad para formar parte de la Agenda del Congreso) por parte de destacados académicos y docentes de toda Latinoamérica y Europa, cada conferencia tuvo una duración de 20 minutos de exposición y 20 minutos de debate y preguntas, y la presentación de las mismas fue programada en dos sesiones (turno mañana y turno tarde).

La organización y presentación de la dinámica de las Comisiones, debate, toma de apuntes y elaboración de las conclusiones estuvo a cargo del Equipo de Coordinación (formado por docentes y académicos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad

de Palermo) junto con miembros del Comité Académico del Congreso. Este año las conclusiones se realizaron de manera conjunta dentro los turnos de trabajo, las mismas fueron grabadas por representantes de las comisiones el día jueves 31 de julio en los estudios de Palermo TV en Jean Jaurès 932.

[Ver integrantes del Equipo de Coordinación y Comité Académico en pp. 94-95 de esta misma edición de *Actas de Diseño*].

A continuación se presenta el índice de las Comisiones del V Congreso, explicitándose las páginas donde se desarrolla el contenido de cada una de ellas:

1. Pedagogía del Diseño

1.1 [A] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos [ver pp. 30-31]

1.1 [B] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos [ver pp. 31-32]

1.1 [C] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos [ver pp. 32-34]

1.1 [D] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos [ver pp. 34-35]

1.1 [E] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos [ver pp. 35-37]

1.1 [F] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos [ver pp. 37-38]

1.1 [G] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos [ver pp. 38-39]

1.2 [A] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes [ver pp. 39-41]

1.2 [B] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes [ver pp. 41-43]

1.2 [C] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes [ver p. 43]

1.3 Calidad Educativa y Evaluación [ver pp. 43-45]

2. Capacitación para Emprendimientos y Negocios

2.1 Mercado y Gestión del Diseño [ver pp. 45-46]

2.2 [A] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos [ver pp. 46-48]

2.2 [B] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos [ver pp. 48-49]

3. Formación para un Diseño Innovador y Creativo

3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales [ver pp. 49-51]

3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales [ver pp. 51-53]

3.3 [A] Innovación Cultural [ver pp. 53-55]

3.3 [B] Innovación Cultural [ver pp. 55-56]

3.4 [A] Estudios Artísticos y Creativos [ver pp. 56-57]

3.4 [B] Estudios Artísticos y Creativos [ver pp. 57-58]

4. Investigación y Política Editorial

4.1 [A] Investigación. Metodología y Técnicas [ver pp. 58-60]

4.1 [B] Investigación. Metodología y Técnicas [ver pp. 60-61]

5. Sustentabilidad y Ecodiseño en la Enseñanza

5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología [ver pp. 61-63]

5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje [ver pp. 63-64]

6. Identidad, Cultura y Tendencias en Diseño

- 6.1 [A]** Observatorio de Tendencias [ver pp. 64-66]
6.1 [B] Observatorio de Tendencias [ver pp. 66-67]
6.2 [A] Identidades Locales y Regionales [ver pp. 67-68]
6.2 [B] Identidades Locales y Regionales [ver pp. 68-70]
6.2 [C] Identidades Locales y Regionales [ver p. 70]
6.3 [A] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía [ver pp. 71-72]
6.3 [B] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía [ver pp. 72-73]

A continuación se transcriben sintéticamente los contenidos de cada ponencia presentada al Congreso, redactada por sus expositores. Se informa la institución a la que pertenece cada expositor y si el mismo forma parte del Equipo de Coordinación o del Comité Académico del Congreso.

1. Pedagogía del Diseño

1.1 [A] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (mañana)

Esta comisión fue coordinada por Mercedes Massafra, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C001. Abducción e inducción en el aprendizaje morfológico espacial. Antonio Tecchia [Universidad de Palermo - Argentina]

Se analizan los emergentes y resultados pedagógicos de una propuesta experimental de enseñanza de la morfología espacial desarrollada mediante la implementación de una metodología basada en la utilización de dispositivos didácticos que promueven deliberadamente la alternancia entre procesos abductivos y procesos inductivos. A la luz del provocado contraste entre la brevedad de las fases irruptivas y la mayor dilatación de las fases operativas y reflexivas, se explora en la dinámica de relación entre las características esenciales de cada una de las etapas del proceso de diseño morfológico espacial con los diferentes modelos y sistemas de modelización utilizados durante su actuación.

C002. Aprender a diseñar en la actualidad: la integración de los aspectos creativo y técnico como metodología de abordaje proyectual para la construcción de un prototipo de diseño de indumentaria. Eugenia Aryan [Universidad de Palermo - Argentina]

¿Cómo funciona la práctica del diseño en el aula? Desde el punto de vista metodológico ¿podemos avanzar hacia una integración de lo creativo y lo técnico? ¿De qué trata un trabajo de grupo del taller? Específicamente: ¿qué elementos intervienen en el acto pedagógico y la metodología proyectual implementados en el aula para realizar una pieza de diseño de indumentaria? ¿Cómo percibe el estudiante aquello que aprende y cómo lo capitaliza para una puesta de trabajo en común? Consideraciones pertinentes para trasladar el plano de las ideas al campo de lo posible y materializable, es parte sustancial de la propuesta pedagógica de la Universidad de Palermo.

C003. Corpo Tipografico, experiência de trabalho coletivo no ensino de design tipográfico. Leonardo Araújo da Costa Buggy (*) [Universidade Federal de Pernambuco - Brasil]

A experiência que resultou no Corpo Tipográfico consistiu na união de 3 turmas do Curso de Design do CAA/UFPE com vistas a produção de um livro sobre tipografia. Grupos de estudantes da disciplina Tipografia Experimental se encarregaram de dois ensaios fotográficos. Um capaz de apresentar possibilidades plásticas e poéticas da interação decorrente da representação de formas tipográficas no corpo humano. Outro capaz de fazer o mesmo com a representação de formas tipográficas expressadas com o corpo humano. Grupos da disciplina Tipografia Básica cuidaram de projetar, diagramar e produzir graficamente o livro.

C004. Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación. Mercedes Massafra (***) [Universidad de Palermo - Argentina]

Este trabajo tiene como objetivo la identificación de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de todas las carreras de cuatro años y los Ciclos de Licenciatura pertenecientes a la Facultad de Diseño y Comunicación, de la Universidad de Palermo. Desde esta delimitación se intentará realizar un análisis de las tendencias en relación a la aplicación concreta de los conocimientos adquiridos en la carrera al campo profesional específico del egresado. Se propondrá, entonces, recopilar, describir y analizar las temáticas seleccionadas y abordadas por los estudiantes para sus Proyectos de Graduación.

C005. O ensino de Comunicação Visual pioneiro em São Paulo. Dora Souza Dias y Marcos Braga (*) [Universidade de São Paulo - Brasil]

Nos anos 1960, a Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, reformulou seu ensino e acrescentou à sua matriz curricular disciplinas de Desenho Industrial e Comunicação Visual. Buscando o resgate histórico dos exercícios ministrados e da didática empregada nas disciplinas de Comunicação Visual, entrevistamos ex-professores e ex-alunos e analisamos alguns documentos disponíveis do período estudado. Concluímos que o ensino desenvolvido na Sequência incluiu a Comunicação Visual no campo de atuação dos profissionais formados, com a possibilidade de aplicação em projetos de design gráfico de qualquer porte ou ainda em seus projetos de arquitetura ou planejamento urbano.

1.1 [A] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (tarde)

Esta comisión fue coordinada por Mercedes Massafra, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C006. De composición decorativa a la eclosión de los diseños. Ana María Cravino [UBA - Universidad de Palermo - Argentina]

Hasta 1956 la segunda materia más importante de la carrera de Arquitectura era Composición Decorativa, que

subsumía en sí misma aspectos de diseño de mueble, gráfico y de interiores. Ese año la materia fue eliminada definitivamente de la currícula. El fin de Composición Decorativa, no constituye el fracaso de un concepto –las artes decorativas–, sino en definitiva el éxito de un anhelo largamente buscado: la socialización de las artes, cuya manifestación más evidente es la eclosión fantástica de los diseños.

C007. Formación Docente en el ámbito de la Reglamentación del Ejercicio Profesional del Diseñador. Myriam Rodríguez, Jorge Humberto Ramos y María Alejandra Uribio [Universidad Nacional de Tucumán - Argentina] Recordando el inicio de la historia humana y su necesidad progresiva de superarse observamos que en la actualidad se hace imprescindible conocer los aspectos organizativos y legales de la profesión que se elige para ejercer. En el campo del diseño nos encontramos con una legislación Nacional, Provincial y Municipal, Códigos de Planeamiento Urbano, etc. Y conforme a los requerimientos de las características ambientales y necesidades de los usuarios. Esas normas se encuadran en los ámbitos del ejercicio técnico, de la ética, alcanzando también el aspecto jurídico que contempla la realización del trabajo y la relación laboral al trabajador del diseño.

C008. F_P_E Taller de diseño 1 (Fantastic - Plastic - Elastic). Fabián Mena y Carlos Caicedo [Universidad de Pamplona - Colombia]

Busca proporcionar al estudiante hábitos técnicos y pensamiento crítico sobre el estudio y análisis de la forma en relación a condiciones de uso, emplea estrategias pedagógicas de apoyo, de pensamiento y de personalización, para la transmisión de los contenidos programáticos en las fases: 1. La escritura de la forma (fantastic): Las ideas y sus propósitos en representaciones gráficas y planimetrías. 2. La estructura de la forma (plastic): La relación entre forma y estructura en objetos útiles de escala doméstica. 3. La forma y el espacio (elastic): Maneras de relacionar usuario, programa, espacio contenido y contexto.

C009. La Articulación Curricular y la formación de profesionales en Diseño. Julio Mazzilli [Escuela Universitaria Centro de Diseño - Uruguay]

El presente trabajo busca presentar cómo actúa la articulación curricular en la propuesta del nuevo plan del estudio de la EUCD (Escuela Universitaria Centro de Diseño) dentro de las propuestas curriculares actuales de los diversos servicios y al mismo tiempo se propone proyectar las máximas posibilidades en pos de una articulación curricular que suponga, en el más amplio sentido, una oferta curricular que posibilite una efectiva movilidad estudiantil a través de los tránsitos curriculares en él previstos actualmente y dar cuenta de acciones que permitan esta articulación y dejar constancia de que dicha formación académica está intrínsecamente relacionada con la capacidad de articular.

C010. ¿Qué enseñar cuando empiezan a aprender? Pilar Diez Urbicain [Universidad de Palermo - Argentina]

La materia Taller de Producción 1, es el primer eslabón en la cadena de aprendizaje de la morfología de los objetos

y forma parte de unos de los ejes más importantes dentro de la carrera de Diseño Industrial, junto con Diseño y Tecnología. Como nivel inicial, el desafío es introducir a los alumnos en el estudio de las formas y la comprensión de las entidades que la componen. Donde su objetivo principal es capacitarlos en el análisis y producción de formas, abarcando su realidad geométrica, constructiva y conceptual. ¿Cómo transitar este aprendizaje que explora las diferentes dimensiones de la forma, conectado el plano (2d), y el espacio (3d)?

1.1 [B] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (mañana)

Esta comisión fue coordinada por Marisa Cuervo, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Astrid Barrios Barraza de la Universidad Autónoma del Caribe, Colombia, miembro del Comité Académico.

C011. El proyecto de aula en la disciplina del Diseño. Astrid Barrios Barraza (***) y Aurora Moya Erbat [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]

Esta propuesta parte de los conceptos básicos que enmarcan una educación de alta calidad, en donde los procesos de enseñanza-aprendizaje en los roles del docente y estudiante, deben orientarse a la integralidad del ser, en el saber conocer, ser, hacer y convivir dentro de un contexto determinado. Esto se logra partiendo de la elaboración de un proyecto de aula específico, con un objetivo claro, medible y alcanzable, estructurado dentro de un currículo y micro currículos, con espacios y recursos necesarios en la disciplina del diseño.

C012. Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación. Marisa Cuervo (***) [Universidad de Palermo - Argentina]

Este trabajo tiene como objetivo la identificación de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de todas las carreras de cuatro años y los Ciclos de Licenciatura pertenecientes a la Facultad de Diseño y Comunicación, de la Universidad de Palermo. Se parte de considerar que el Proyecto de Graduación permite “el cierre del ciclo universitario y la plena incorporación al campo profesional. (...) La innovación se plasma en el enlace real entre la vida académica y profesional, desde las inquietudes hacia los posibles desarrollos y la currícula académica” (*Escritos en la Facultad*, 83, 2013, pp. 11-12). Desde esta delimitación se intentará realizar un análisis de las tendencias en relación a la aplicación concreta de los conocimientos adquiridos en la carrera al campo profesional específico del egresado.

C013. Intersticios pedagógicos en el aprendizaje de la arquitectura. Visualización de información como instrumento en el proceso proyectual. Andrea De Monte y Alfredo Stipech [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la UNL - Argentina]

El trabajo se inscribe en el entrecruzamiento de dos temáticas: las nuevas visualizaciones posibles en los medios digitales y la formación disciplinar en carreras

de arquitectura y diseño, relacionadas a la innovación aplicable en la práctica docente. Se presentan los resultados de experiencias en talleres de grado a partir de explorar recursos de visualización de información en intersticios del proceso de aprendizaje proyectual. Las mismas validan la hipótesis, de investigaciones en curso, que propone la visualización de información como instrumentos operativos didácticos innovadores que potencian el conocimiento y las operaciones de diseño en los procesos de aprendizaje disciplinar.

C014. Relato de planejamento da pedagogia do Design: planificação de projetos integradores e sua implementação didática. Bianca Martins e Almir Mirabeau (*) [PUC-Rio - Brasil]

O texto aborda a vivência da equipe de coordenação do curso no planejamento da pedagogia do Design implementada na Graduação em Design Gráfico do Instituto INFNET - Rio de Janeiro / Brasil. A instituição aposta, notadamente, em formar profissionais para atender às demandas do mercado pois trata-se de curso onde há a ênfase na aprendizagem de recursos tecnológicos de ponta. O texto revela o modo como é implementada pedagogia por projetos integradores, seus princípios norteadores e os dilemas vivenciados pela equipe ao planejar a adequação desta pedagogia do design às expertises e perfil docente, às normativas do MEC e às exigências de formar um profissional competente, crítico e reflexivo.

1.1 [B] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (tarde)

Esta comisión fue coordinada por Marisa Cuervo, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Julio Enrique Putallaz de la Universidad Nacional del Nordeste, Argentina, miembro del Comité Académico.

C015. Caminos a lo Absoluto. Hacia la Cuarta Dimensión. Sandra Viviana Chasco y Duillo Tapia [FAUD - UNSJ - Argentina]

La megaescultura constructivista “Rosetón de los Deportes”, ubicada en la Ciudad de San Juan, provoca dilemas en su interpretación debido a su carácter abstracto. En una convocatoria pública hemos realizamos una experiencia de conocimiento mediante el dibujo, obteniendo resultados que pueden ser sustento de prácticas pedagógicas con estudiantes de diseño. Incorporamos el espíritu del constructivismo, donde la modelación de la forma modela el pensamiento y amplía nuestro conocimiento de lo visual, poniendo en acción una categoría de la imaginación que participa a todo el cuerpo una manera más plena de conocer.

C016. De Escuela de Artes Aplicadas a Escuela Universitaria. Amalia Soledad Martínez [Escuela de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo - Argentina]

Contaremos la conversión de escuela superior a universitaria de Lino E. Spilimbergo. Analizamos cómo se pone en evidencia el conflicto de identidad: somos una escuela de Artes o de Diseño? Nuestra escuela, referente sin igual en Córdoba, fue, durante los noventa, poco

apreciada por instituciones que ofrecían formación de recursos humanos para las empresas, hoy a pesar del conflicto hacia adentro de la tensión Arte-diseño la demanda muestra el acortamiento de las distancias entre una disciplina y la otra.

C017. Deontologia do Design: refletindo sobre um futuro mais humano. Ana Maria Rebello [Universidade Estacio de Sá - Brasil] (*)

Considerando-se a responsabilidade e influência cultural do Design contemporâneo, a proposta pedagógica da disciplina Deontologia do Design, do curso de Mestrado Profissional em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil, volta-se ao estudo da relação entre Ética e Design. Partindo da análise de projetos reais, obras teóricas, normas éticas e comportamentais, objetiva ampliar a percepção acerca do campo de possibilidades oferecido pelo Design no diálogo com outros campos do conhecimento, relacionando-os. Avaliam-se compromissos éticos do designer com seus pares, clientes e sociedade, assim como seu papel de ator frente às novas questões e desafios da atualidade.

C018. Innovaciones en modelos educativos por crisis en el paradigma tradicional. Julio Enrique Putalláz () y Carlos Eduardo Burgos [Universidad Nacional del Nordeste - Argentina]**

Los modelos educativos aplicados al diseño mantienen rasgos que denotan su adhesión al paradigma tradicional de formación de las disciplinas proyectuales. Estos modelos surgen de dos hipótesis fundamentales: (i) la hipótesis de la enseñanza de recortes epistémicos (más o menos estables) orientados a la formación de un sujeto práctico, y (ii) la hipótesis de la simulación del trabajo profesional consistente con un tipo de “oficio” sofisticado por el uso de las nuevas tecnologías. Estas anomalías revelan la necesidad de construir nuevas estrategias en el marco de un modelo innovador centrado en nuevos enfoques, tanto epistémicos como curriculares.

1.1 [C] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (mañana)

Esta comisión fue coordinada por Alejandra Niedermaier, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C019. Cómo trabajar el análisis de los tres órdenes de la configuración significativa (lo icónico, lo indicial y lo simbólico) en el aula. Lorena Steinberg [Procomunicar - Argentina]

El trabajo buscará describir las metodologías aplicadas en el aula para abordar el análisis de dos Films a partir de los tres órdenes de configuración del sentido desde un enfoque semiótico peirceano y sociosemiótico de la Teoría de los Discursos Sociales de Verón.

C020. Design Social: responsabilidade, sustentabilidade e imaginação. Alexandre Assunção (*) [Instituto Federal Sul-rio-grandense - Brasil]

Este texto se propõe a apresentar as experiências pedagógicas que ocorrem dentro do projeto chamado “Design

Social no IFSul/Pelotas: mobiliário para instituições beneficentes de Pelotas/RS” (2003-atual). Tais atividades são realizadas por alunos dos cursos de Design do Instituto Federal Sul-rio-grandense/Pelotas/Brasil. A apreciação foi realizada através dos seguintes critérios: seleção e identificação do acervo de projetos; organização de um banco de dados dos projetos; análise, interpretação e cadastramento de cada projeto descrevendo suas características morfológicas, simbólicas e funcionais; análise do acervo como possível exemplo de projetos de extensão e modelos avançados de avaliação pedagógica.

C021. Didáctica de la Enseñanza del Diseño en el Nivel Superior. Silvia Mariel Leeuw y Vanina Cantuni [Escuela de Artes Visuales Antonio Berni - Argentina]

La Enseñanza del Diseño en el Nivel Superior, ha sufrido cuestionamientos, muy pocas veces documentados, desde que el Diseño dejó de ser un oficio histórico para ser una profesión titulada en instituciones ya sean terciarias y/o universitarias. Las capacitaciones pedagógicas aportan muchísimo a las construcciones didácticas que los profesionales del diseño implementan con sus estudiantes. Sin embargo, cada vez más se requiere definir estrategias didácticas significativas que guíen, aporten y fortalezcan los procesos proyectuales de los estudiantes.

C022. La acción formativa de diseñadores para proyectos integrales de diseño textil en pregrado y postgrado: contenidos y metodología. Edward Venero [Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú]

Esta ponencia se centra en el desarrollo de proyectos integrales de diseño como eje de la enseñanza- aprendizaje para la carrera de Diseño de Indumentaria y Textiles de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

C023. La enseñanza del discurso audiovisual en la formación de grado. Larisa Rivarola [Universidad de Palermo - Argentina]

Nos interesa analizar las complejidades pedagógicas que presenta la enseñanza de la historia del discurso audiovisual en el marco de una carrera de grado, en tanto nos permite evidenciar las diferentes perspectivas existentes en torno al modo de abordar la historización del lenguaje audiovisual, y problematiza las diferentes posturas acerca de la utilidad práctica que implica la reflexión y análisis del discurso en el posterior ámbito profesional. En nuestro objetivo vislumbrar las necesidades de aprendizaje y modalidad en que incorporan conocimiento las nuevas generaciones de estudiantes del área audiovisual, a fin de poder desarrollar nuevas metodologías acordes a la demanda actual.

1.1 [C] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (tarde)

Esta comisión fue coordinada por Alejandra Niedermaier, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C024. Evolución de las formas de enseñanza de la fotografía en Latinoamérica. Alejandra Niedermaier (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

Las profesiones relacionadas al diseño, de acuerdo a la dualidad planteada por Aristóteles en Ética Nicomáquea, se hallan conformadas por una permanente interacción entre praxis y poiesis. Cabe recordar que fue el mismo Aristóteles quien prefiguró las bases ópticas de la cámara oscura que después cuajó en un lenguaje en el cual técnica y enunciación transitan juntas. Los procesos de enseñanza-aprendizaje, desde su aparición pública en 1839, fueron muy similares en todos los países, especialmente en los latinoamericanos. Ya en el siglo XX aparecieron algunas distinciones en la formación de expertos –tanto para dedicarse al desempeño profesional como al autoral como modo de expresión–. Se analizará entonces cómo han ido mutando desde un comienzo sustancialmente empírico hacia formas académicas integrales.

C025. Diagrama, Forma e Imagen. Tres niveles de interpretación histórica. Liliana Patricia Vega y Duilio Alejandro Tapia Morandi [Universidad Nacional de San Juan - Argentina]

Presentamos un Instrumento para reconstruir piezas históricas del campo del Arte y del Diseño Gráfico, que adscribe a una Historiografía Interpretativa hermenéutica, propiciando una epistemología de sujetos intérpretes en la construcción de su identidad. Los mecanismos del relato se incorporan activamente en el proyecto de diseño, donde el estudiante es el autor, un intérprete de la realidad y su obra una crítica. La práctica de la diversidad demanda al estudiante, a asumir una posición crítica frente a la hegemonía de la verdad única y a reconocerse como un sujeto histórico que enfrenta un problema, esto es construirse a sí mismo.

C026. La cara olvidada de la enseñanza del diseño una mirada desde el humanismo integral. Rafael Fiscal [Universidad México Americana del Golfo - México]

El tema propuesto, intenta recuperar el lado humano de la formación universitaria de los diseñadores, basada en el humanismo integral desarrollando los dinamismos del ser humano. En respuesta al excesivo instrumentalismo en el que se basan los actos educativos universitarios. La propuesta lleva implícita la idea de que el diseñador pueda dar una nueva forma a la realidad que recibe. Una forma que exprese lo que el diseñador ve y siente, no imitándolo, situando la realidad en una nueva dimensión y confiriéndole forma humana; en estrecha relación con lo que el diseñador experimenta frente a esa realidad.

C027. La educación visual: una de las competencias en la enseñanza del diseño. Luz del Carmen A. Vilchis Esquivel [Universidad Nacional Autónoma de México - México]

Ver es un acto cotidiano, es una costumbre inconsciente para todos aquellos que gozamos de la capacidad física de percibir el entorno por medio del sentido de la visión. Educar la visión significa elevar al nivel de la conciencia los diferentes momentos perceptuales y ello implica considerar las condiciones objetivas y tangibles de cada instante, saber nombrar en los correctos términos las condiciones formales de lo que se ve y comprender las posibles determinaciones de nuestra visión.

C028. La enseñanza de la Historia en diseño industrial. Consideraciones pedagógicas al respecto. Fabiana Griselda Agosto y Alejandra Silvina Ochoa Saad [Universidad Nacional de Córdoba - Argentina]

En la formación de Diseñadores industriales, las Ciencias Sociales, y la Historia en particular nos enfrenta a una realidad singular. El estudiante presenta voluntad de dibujar, modelar y crear a la vez, la resistencia a la lectura es expresa. Este es el desafío que debemos enfrentar, parafraseando a Merieure, a través de estrategias, que posibiliten al estudiante “hacerse obra de sí mismo”, generando proposiciones concretas a fin de educar sin “fabricar”, y así descubrir caminos alternativos, que posicionen al alumno en el espacio de protagonista, logrando de este modo que “haga” de la historia una herramienta más, para materializar sus ideas.

C029. Seminário Paulista do Ensino da História do Design. Andréa Almeida [Universidade Presbiteriana Mackenzie], Patricia Amorim [Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM], Marcos Braga [Universidade de São Paulo - USP - Brasil] e Yeda Gonçalves de Oliveira [Universidade Presbiteriana Mackenzie] (*)

O paper detalha o primeiro seminário paulista de ensino da história do design ocorrido na cidade de São Paulo no ano de 2014, o objetivo foi criar um espaço para conhecer o estado da arte do ensino da história do design nos 30 cursos de design do estado de São Paulo, e de contribuir para o desenvolvimento didático e pedagógico desse ensino por meio da troca de informações e do debate de temas à ele relacionados. O evento nasceu da preocupação de ensinar história do design e como demonstrar a importância das reflexões que esta disciplina pode gerar para o desenvolvimento intelectual, processo criativo e o papel social da profissão.

1.1 [D] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por José Luís Pérez Larrea, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C030. Diseño de Modelo Metodológico para Validación de Perfil de Egreso en Ing. en Diseño de Productos. Mario Dorochei y Ricardo Viveros [Universidad Técnica Federico Santa María - Chile]

Concebir y elaborar un modelo metodológico para la definición de un perfil de egreso, constituye un esfuerzo determinante para el proceso de análisis y toma de decisiones en el seno de los equipos docente de una carrera. Para ello, la capacidad de diseñar y formular una estructura de trabajo adecuada a la idiosincrasia de dicho conglomerado de personas, visiones e intereses presentes en un área del conocimiento profesional, requieren de la observación, recursividad y capacidad de articular la complejidad. Características todas presentes en la formación del diseño, que constituyen un hito fundamental para el éxito de la tarea.

C031. Ejes temáticos imprescindibles para un currículo innovador. Estudio de caso: programa Tecnología en Di-

seño y Gestión de la Imagen. Maria Patricia Lopera Calle [Institución Universitaria Pascual Bravo - Colombia]

La Institución Universitaria Pascual Bravo, adscrita a la Alcaldía de Medellín, de carácter público, atiende a 4852 estudiantes, de los cuales el 96.4% son de estrato 1, 2 y 3. La Tecnología en Diseño y Gestión de la Imagen, con 505 estudiantes, inscrito en la Facultad de Producción y Diseño, gesta desde el año 2012 un proceso de autoevaluación y mejoramiento, de el se deriva la reforma curricular, el cual va de la mano del proyecto de creación de la Primera Escuela de Diseño pública para la ciudad de Medellín, desarrolló los siguientes ejes temáticos de intervención académica: Interdisciplina, contextos de ciudad, innovación, investigación, inclusión social y generación del conocimiento.

C032. Inspirar aprendizes de feiticeiro (alunos de design). Paulo Maldonado (*) [Faculdade de Arquitectura e Artes da Universidade Lusíada de Lisboa - Portugal]

Os novos cenários de produção / consumo pressupõem competências distintivas em design. Essas competências passam por ser capaz de visionar o futuro e de ser inovação, numa perspectiva empreendedora. A cultura visual, a inspiração e a colisão de idéias são algumas das aptidões que a estratégia pedagógica que a u.c. Design III, do curso de Design da Faculdade de Arquitectura e Artes da Universidade Lusíada de Lisboa, promove e explora de modo a preparar aprendizes de feiticeiro (alunos de design) para os contextos existentes ou para as oportunidades a descobrir ou a inventar. Privilegia-se a investigação colaborativa e os grupos de trabalho com áreas de actuação e responsabilidades definidas.

C033. La semiótica una herramienta epistemológica para el diseño. Valeria Esposito [Universidad de Buenos Aires - Argentina]

Si bien las categorías semióticas pueden parecer, en un principio, complejas, las mismas son de interés para las áreas del diseño a fin de desentrañar los sentidos que todo objeto de diseño posee. Esto es así debido a que la semiótica es una hermenéutica (una aproximación interpretativa) de las materias significantes en las que todo objeto está soportado. Por otra parte, comprendemos que la semiótica es una herramienta analítica y metodológica profunda de los discursos sociales y es por esto que rescatamos los postulados principales de Charles Sanders Peirce y Eliseo Verón.

1.1 [D] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por José Luís Pérez Larrea, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C034. La enseñanza del diseño desde la perspectiva de la complejidad. Liliana Sosa y Mercedes Mercado [Universidad Autónoma de Nuevo León - México]

El paradigma del diseño ha evolucionado como una herramienta estratégica que involucra el uso de la información material e intangible para dar soluciones a través de experiencias, dinámicas e interacciones. En

los actuales contextos tecnológicos y sociales, se debe empezar a educar a los diseñadores en el lenguaje de los sistemas. El estudio y análisis de los sistemas complejos adaptativos tanto biológicos, sociales y artificiales aclaran cómo es la dinámica subyacente que se da a partir de leyes generales, y cuyas pautas son aplicables al diseño. Surge también el reto de plantear criterios para la comunicación proyectual bajo este enfoque.

C035. La especificidad disciplinar del diseño interior. Un modelo teórico para su auto-referencia y diferenciación. Virginia Graciela Suárez [Universidad de Palermo - Argentina]

La división y superposiciones entre Arquitectura, Decoración y Diseño Interior no permiten clarificar el rol profesional que se requiere de los servicios de un Diseñador de Interiores. Describen su profesión como una disciplina híbrida no claramente especificada entre las disciplinas del ambiente construido. Como consecuencia se evidencia una falta de consistencia en el rigor de su enseñanza. El tema a desarrollar en la tesis doctoral es la relación entre la Arquitectura y el Diseño Interior desde el punto de vista disciplinar (construcción de conocimiento). Se plantea la importancia de establecer el lugar de la teoría del diseño interior determinando su función social dentro del contexto de otras disciplinas.

C036. La idea primaria, realidad en la enseñanza del diseño arquitectónico. Zulma Buendía de Viana [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]

En este trabajo se hablará sobre el afianzamiento y pertenencia de la herramienta didáctica para la enseñanza del diseño arquitectónico en el Programa de Arquitectura de la Universidad Autónoma del Caribe, titulada “La idea primaria”, la misma, es la resultante de un proyecto investigativo sobre una experiencia de aula por más de veinte años. Se describirá y analizará la metodología que han utilizado un grupo de docentes que conforman un colectivo seguidor de esta herramienta didáctica en la enseñanza del diseño, así como el proceso “Integrado” de evaluación del proyecto arquitectónico.

C037. Las consejerías en el fenómeno de la deserción. Judith Amparo Rodríguez Azar [Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano - Colombia]

Dentro de las actividades de acompañamiento, encaminadas a ayudar a los estudiantes en su desarrollo personal, educativo y vocacional, el programa de Diseño Industrial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, los Docentes de Planta, Tutores y Consejeros, están disponibles para facilitar el proceso de ajuste a la vida universitaria y brindar apoyo en la planificación de los objetivos y metas de carrera. No importa lo poco que se sepa o la inexperiencia, los docentes se encuentran ante interrogantes y situaciones que los estudiantes enfrentan en la actualidad. Puede ser que no se tenga la certeza de poseer las aptitudes necesarias para esta tarea, pero se debe estar totalmente convencido de que se está en la capacidad de desarrollarla. El Consejero apoya la búsqueda del estudiante, para ayudarle a encontrar sus propias respuestas y sentido de dirección y de esta forma contribuir a la disminución de la tasa de deserción.

C038. Lógicas proyectuales para el estímulo de experiencia estética en el diseño interior. Jorge Eduardo Pokropek [LP Arquitectos - Argentina]

Considerando al “Diseño de interior” como el conjunto de acciones tendientes a la producción de espacialidades habitables orientadas a la satisfacción de necesidades humanas que sólo llegan a su plenitud operativa dentro y desde una experiencia estética estimulada por la percepción de la configuración espacial, entendemos, entonces, que toda acción consciente hacia el diseño estéticamente intencionado de esa configuración espacial redundará en el inevitable incremento de la calidad existencial del ser habitante. En este sentido será menester revisar las lógicas proyectuales que orienten la configuración de espacialidades en función del estímulo de experiencias estéticas mediante procesos de metaforización.

C039. Um percurso semiótico para leitura e análise de peças gráficas. Frederico Braidá e Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima (*) [Universidade Federal de Juiz de Fora - Brasil]

Este artigo tem por objetivo principal apresentar as reflexões de um percurso para leitura e análise de peças gráficas, fundamentado na Semiótica de Charles Sanders Peirce. Ele é resultado da abordagem teórica e prática levada a cabo pelos autores no âmbito da disciplina “Design de Comunicação”, oferecida para alunos do Curso de Design, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Brasil). Parte-se do pressuposto de que a Semiótica é uma estratégia que ensina a pensar e, portanto, o percurso proposto apresenta-se tanto como um método de análise de imagens quanto como um aporte metodológico para o exercício projetual.

1.1 [E] Currícula, Estratégias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Verónica Barzola, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Ana Beatriz Pereira de Andrade de la FAAC/UNESP, Brasil, miembro del Comité Académico.

C040. El Diseño Gráfico en el espacio de Tutorías. María Verónica Folgar [Argentina]

Los cambios de paradigmas son notables en la relación que existe entre nosotros y nuestros alumnos, podríamos decir que cuando la mayoría de nosotros estudiaba, el papel, la birome y el libro impreso, eran nuestras herramientas de estudio. Hoy ya casi sin sorprendernos, podríamos afirmar que los alumnos no toman notas en clase sino que resuelven este acto, tomando una foto desde su celular de lo que escribimos en el pizarrón, graban, filman nuestras clases y nos escuchan en sus casas. Para estas nuevas generaciones, la fijación de contenidos pasa por el celular, la computadora y el resumen en 140 caracteres. La imagen es “el lenguaje”

C041. El Objeto Sémico. Una Experiencia Proyectual construida por el estudiante. Mailen Vázquez, Andrea Cristina Castresana y Facundo Rodríguez [Cátedra Fevre - Argentina]

El ejercicio del Objeto Sémico (OS), constituye una experiencia de aprendizaje del proyecto, para los estudiantes de las distintas carreras de grado que se dictan en la Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. OS es un ejercicio síntesis e integrador de Introducción al Conocimiento Proyectual I. Si bien el curso reviste un carácter propedéutico, las problemáticas abordadas involucran integralmente y desde un enfoque transdisciplinario a la complejidad proyectual. El diseño y crecimiento del OS deriva de más de diez años de experimentación en los talleres y del desarrollo de dos proyectos de investigación.

C042. El proceso proyectual en el taller de diseño. Eugenia Limeses [UBA FADU y USPT Tucumán - Argentina]
Se propone exponer las metodologías dentro del taller de diseño, las dinámicas proyectuales para el arribo a la forma, los referentes estéticos y poéticos necesarios para un estudiante de diseño ¿Cómo lograr un taller de diseño, dinámico, productivo y formativo en la enseñanza de esta disciplina?

C043. Los estilos de aprendizaje y su relación con las estrategias de autorregulación como parte de los procesos de enseñanza aprendizaje. Sandra Forero [Universidad de Pamplona - Colombia]

El fenómeno de la globalización obliga a la educación superior a replantear el objetivo de la formación profesional ya que principalmente las tecnologías de información (entre otros muchos factores) han modificado el acceso al conocimiento, convirtiéndose este en formar para la autonomía, centrándose en: enseñar a aprender. Según León Guerrero (2004) "se trata de desarrollar el talento humano mediante la argumentación, la interpretación y la proposición; así el estudiante adquiere la capacidad de generar propuestas y acciones para la solución de problemas". Dejando a un lado la educación transmisionista, memorística y repetitiva.

C044. Los estudiantes y la definición del problema retórico. Andrés Olaizola [Universidad de Palermo - Argentina]

El presente trabajo trata de indagar acerca del proceso de escritura que realizan los estudiantes de la materia Introducción a la investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación cuando producen textos para la esfera académica. Específicamente, nos centraremos en la definición que realizarían los estudiantes del problema retórico de la situación de comunicación, es decir, el análisis y la valoración que desarrollarían sobre el tema, la audiencia y el propósito de su escrito. A su vez, a fin de comparar los resultados con otros géneros discursivos que usualmente componen los estudiantes, indagaremos cómo es la definición del problema retórico durante la producción de textos digitales vernáculos.

C045. Memórias traduzidas em Design Gráfico: experiência pedagógica interdisciplinar. Ana Beatriz Pereira de Andrade (), Rodrigo Cordeiro e Mariana Targa Gonçalves (*) [FAAC/UNESP - Brasil]**

A partir de premissas teóricas acerca do Ensino em Design na contemporaneidade, coloca-se em cena vivências e experiências de prática docente interdisciplinar. A

concretude ocorreu entre Fotografia e Oficina Gráfica, disciplinas do Curso de Design da UNESP. Optou-se pela temática pautada na memória familiar e pessoal dos alunos como referência para o desenvolvimento projetual com ênfase na importância de referências imagéticas e visuais. Esta proposta didático-pedagógica, e a integração docente, proporcionaram desenvolvimento de processos e produção diversificada, tanto em termos técnicos quanto conceituais. Ao final do semestre foi possível constatar desdobramentos em Ensino e Pesquisa.

1.1 [E] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Verónica Barzola, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C046. Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa. Verónica Barzola (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

El sector de producción y gestión de contenidos académicos de la Facultad de Diseño y Comunicación concentra su tarea en el diseño y elaboración continua de estándares que garantizan la calidad educativa en el marco de una estructura institucional altamente dinámica e innovadora. La presente ponencia apunta a reflexionar sobre esta labor, que se plasma tanto en la elaboración y actualización de planificaciones modelo (que establecen un nivel mínimo de contenidos para cada asignatura), así como en las reseñas bibliográficas (tendientes a la actualización y búsqueda de nuevas fuentes y recursos) y en el vocabulario controlado (destinado a la clasificación de la producción de alumnos y docentes y la optimización en la búsqueda y recuperación de la misma).

C047. Materiales en Diseño de Interiores: revelaciones y sorpresas en una asignatura aburridísima. Marcelo Gorga [Instituto Superior Andrea Palladio - Argentina]

Intentamos transmitir nuestra experiencia acerca de la implementación de un trabajo práctico que en las tres primeras clases pretende, no solo convertirse en herramienta de diagnóstico sino acercar al alumno ingresante tanto a conceptos de diseño vinculados con la materialidad por medio de los recursos narrativos. También detectar asociaciones casi unívocas que evidencian prejuicios tanto en aplicaciones, como de sensorialidad y significados. Desarrollamos también sintéticamente la importancia de la palabra y de la selección de contenidos iniciales con su marco metodológico, valiéndonos de un relato que muchas veces tiene como eje al propio trabajo práctico diagnóstico.

C048. Metodología de diseño industrial en la academia colombiana. Danilo Calvache Cabrera [Universidad de Nariño - Colombia]

Los programas de diseño industrial en Colombia responden a requerimientos institucionales y normativos. Estudios respecto a los fundamentos de diseño en las universidades colombianas caracterizan a dichos programas basados en los lineamientos que rigen las condiciones de calidad en el país. No es posible identificar claramente dentro de los currículos un aspecto dirigido a

la metodología del diseño. Las carreras han desarrollado metodologías de diseño propias, afirmación que no es evidente en los proyectos educativos. Se pretende identificar las características de las metodologías de diseño en programas universitarios de alta calidad, para determinar la existencia de esas metodologías en el

C049. Uma análise do percurso para a consolidação de um programa de pós-graduação em design. Rita Aparecida da C Ribeiro (*) [Universidade do Estado de Minas Gerais - Brasil]

No Brasil, assim como em boa parte dos outros países, a implantação de programas de pós-graduação stricto sensu em Design ainda é recente. Em nosso país, atualmente, existem 27 cursos de pós-graduação, sendo 15 mestrados, 08 doutorados e 04 mestrados profissionais. O Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais começou suas atividades em 2009. Em 2013, teve sua primeira avaliação junto à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, obtendo conceito 4. Esse trabalho visa apresentar um panorama da pós-graduação em Design no Brasil e relatar a experiência do processo de reconhecimento de um curso de pós-graduação na área.

1.1 [F] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Marina Mendoza, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Enrique Marini de la Universidad del Pacífico, Paraguay, miembro del Comité Académico.

C050. El trabajo interdisciplinario en las carreras de Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual. Enrique Marini () [Universidad del Pacífico- Paraguay]**

La Universidad del Pacífico de Paraguay hace varios años trabaja en el desarrollo de estrategias pedagógicas y recursos didácticos innovadores y creativos, con el propósito integrar las mallas curriculares de ambas carreras, mediante la implementación de talleres interdisciplinarios que facilitan el proceso de enseñanza - aprendizaje. Con ello se ha logrado impulsar y reforzar la integración y el trabajo en equipo de docentes y estudiantes, esta metodología permite optimizar el tiempo y los recursos y desarrollar destrezas y habilidades que serán de utilidad para el futuro profesional.

C051. Espacios de aprendizaje para la formación de diseñadores. Marcelo Quezada [Universidad de Chile - Chile]

La formación para la apertura de nuevos campos de desempeño implica una formación que se desarrolla principalmente fuera del aula, quedando esta solo como un lugar para la reflexión. Así el estudiante trabaja sobre la base de situaciones reales donde pueda comprobar la efectividad de la teoría, al tiempo que capta el sentido de lo construido, con miras a lo que está por construirse. Esta modalidad se enmarca en el concepto del servicio profesional, en él, el sentido del hacer profesional no está en función del mercado o la producción, sino en función de la calidad en el habitar.

C052. Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa. Marina Mendoza (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

El sector de producción y gestión de contenidos académicos de la Facultad de Diseño y Comunicación concentra su tarea en el diseño y elaboración continua de estándares que garantizan la calidad educativa en el marco de una estructura institucional altamente dinámica e innovadora. La presente ponencia apunta a reflexionar sobre esta labor, que se plasma tanto en la elaboración y actualización de planificaciones modelo (que establecen un nivel mínimo de contenidos para cada asignatura), así como en las reseñas bibliográficas (tendientes a la actualización y búsqueda de nuevas fuentes y recursos) y en el vocabulario controlado (destinado a la clasificación de la producción de alumnos y docentes y la optimización en la búsqueda y recuperación de la misma).

C053. Pedagogía de la creatividad: Recursos metodológicos para la Generación Y. Patricia Claudia Barrios [Argentina]

Esta ponencia brinda recursos para la formación creativa en la educación y aborda el desarrollo de la creatividad destinada a profesores de nivel secundario y universitario. Algunos de los temas desarrollados profundamente son: Estímulos y bloqueos a la creatividad, Métodos, técnicas y campo de aplicación. Programas que consideren a la creatividad. La propuesta es ser una obra de consulta permanente y estudio, que le permitirá al docente, obtener información y programar la capacitación de los sujetos de la educación buscando la formación integral de las personas en todas sus aptitudes y actitudes.

C054. Proyectos de creación en el programa de diseño industrial. Diego Andrés Romero Cotrino y Judith Amparo Rodríguez Azar [Colombia]

Esta ponencia describe la importancia de los procesos de creación que obtienen productos tecnológicos certificados o validados mediante protección intelectual. La importancia acá tratada es manifestada desde el plan de desarrollo en Colombia vigente 2010- 2014 y las políticas del proyecto educativo institucional de la UJTL y cómo se constituye en una alternativa de investigación en la Universidad bajo el denominado proyecto de creación. Se hace una descripción de los proyectos que con anterioridad, actualmente y en un futuro próximo en el programa de Diseño Industrial están encaminados hacia la obtención de protección de propiedad intelectual.

1.1 [F] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Marina Mendoza, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C055. Enseñar Comunicación y Diseño Multimedial en Palermo: una experiencia diferente. María Laura Spina [Spina Diseño / Universidad de Palermo - Argentina]

Multimedial I y II son asignaturas clave en la currícula de los alumnos de Diseño Gráfico en la Universidad de Palermo. Dada la envergadura de estas asignaturas inte-

gradoras su carga horaria es doble, requiriendo un amplio manejo de los docentes, quienes trabajan alentando y apoyando el progreso de los alumnos como fórmula de incrementar su creatividad y su motivación personal brindando tiempo, recursos y autonomía suficientes para tomar decisiones y obtener buenos resultados en los proyectos de ambos niveles. Multimedial I, busca generar el diseño de la identidad visual de un museo, en tanto que Multimedial II busca proveer a cada uno de un sistema completo de Identidad visual.

C056. Parámetros de conceptualización de temáticas para el taller de Diseño. Fernando Rosellini [UNC. Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño - Argentina]
Esta ponencia trata de establecer parámetros conceptuales de cómo desarrollar, en una cátedra de Diseño, la selección de una temática-problemática, para ser utilizadas como objeto del plan de trabajos en el taller. El aprendizaje del diseño se hace operativo por la simulación de la práctica profesional, se aprende Diseño diseñando desarrollando todas las etapas del proceso de diseño, la temática que se va a abordar Nivel a Nivel es la que legitima esta simulación, mientras más verídica, coherente y coordinada esta sea, mejor. Esto presenta un campo fértil de estudio y producción de parámetros de articulación.

C057. Pensamiento proyectual y teoría del diseño. Un análisis de las prácticas docentes. Estefanía Alicia Fantini y María Laura Badella [Argentina]
La modalidad “taller” establece un espacio de intercambio indiscutido entre docentes y alumnos en el marco de una disciplina proyectual: la especificidad que requiere el proyecto, encuentra en el taller de diseño el ámbito propicio para un “aprender haciendo” en el sentido en que Donald Schön (1998) nos habla de una “reflexión en y durante la acción” en tanto “conversación reflexiva con la situación problemática concreta”. Sin embargo, y de manera creciente, la escisión que se plantea entre práctica y teoría está exigiendo rever a nivel curricular de qué manera los alumnos deben abordar el nivel conceptual, trascendiendo la mera fundamentación formal de una propuesta.

C058. Reconocimiento del Pensamiento Creativo. Lina María Ortiz Quimbay [Colegiatura Colombiana - Colombia]
Pensamiento creativo es la herramienta en el campo de la educación que permite identificar modos, maneras, relaciones e interacciones entre los elementos del proceso creativo, para la creación consciente de un objeto concepto, producto y/o acción, explorando de manera reflexiva, analítica y productiva, las rutas metodológicas que permitan la comprensión de la creatividad como proceso, asumiendo la percepción ético-estética que de manera transversal, explora, vivencia, comprende e interioriza la identidad del ser humano como potencia transformadora, experimentando, pensando, razonando, interviniendo y viviendo en la cultura; podría definirse como un recorrido de enseñanza, metodológico y reflexivo que nos permite profundizar en el sentir del ser humano, desde sus afectaciones de cuerpo y alma, su eficacia comunicativa, su conciencia emocional y el reconocimiento armónico de su Ser en una idea creativa.

C059. Relación estética-receptor para el director de arte publicitario. Claudia Inés Vélez Ochoa [Luis Amigó - Colombia]

Hoy en día en las facultades de diseño y publicidad en Colombia se enseña la dirección de arte desde una perspectiva integral e interdisciplinaria. Es por ello, que para comprender mejor la dirección de arte publicitaria se recomienda primero tener como referente importante a la estética, rama de la filosofía que nos enseña las sensaciones; de allí que la experiencia estética es apreciada por un receptor, ese observador al cual debemos comunicar e impactar con nuestro anuncio. El papel del director de arte es hacer que la estética sea la conexión para una mejor exploración y comprensión visual en una nueva sociedad.

C060. Utilizando literatura como briefing em projetos experimentais de design gráfico. Ana Paula Margarites (*) [Instituto Federal Sul Rio-Grandense - Brasil]

Esta apresentação fala sobre a experiência de conduzir, junto a turma de estudantes do Curso Técnico em Comunicação Visual do IF Sul - Pelotas - Brasil, um projeto experimental de desenvolvimento de identidades visuais, dentro da disciplina de Laboratório de Criatividade. Neste caso, foram utilizados os textos do livro Cidades Invisíveis, do escritor Ítalo Calvino, como ponto de partida para a criação de marcas e aplicações para diferentes cidades inexistentes criadas pelo autor. Em um exercício que promovia a utilização linguagem literária do autor como briefing para um projeto, os estudantes foram estimulados utilizar elementos subjetivos e poéticos para concretizar tais Cidades Invisíveis.

1.1 [G] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Alejo García de la Cárcova, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C061. Estrategias cognitivas asociadas al razonamiento visual y creativo para estudiantes con NEE. John Alfredo Arias Villamar [FACSO de la Universidad de Guayaquil - Ecuador]

En el diseño gráfico, se aplican acciones cognitivas asociadas a la creatividad en los procesos de enseñanza-aprendizaje, para que el educando genere propuestas visuales innovadoras. Aprovechando dichos procesos, fueron seleccionadas algunas estrategias cognitivas con el fin de adaptarlas en el área de la inclusión, ya que el aula común se presentan necesidades educativas especiales asociadas o no a la discapacidad. El educando que presenta déficit cognitivo, se refugia en la creatividad para poder interpretar los problemas que se muestran en el aula. Gracias a las estrategias cognitivas se pueden crear entornos de aprendizaje, que orienten a construir conocimiento.

C062. Estrategias didácticas para un espacio curricular transversal. Patricia Alejandra Pieragostini y Mónica Osella [FADU - UNL - Argentina]

La transformación curricular pensada para renovar el ámbito didáctico del ingreso a las disciplinas proyectuales

de la FADU, demandó revisar encuadres curriculares y actualizar debates sobre la enseñanza del proyecto. Este espacio académico transversal instaló la necesidad de dar respuestas a nuevos requerimientos. El desafío de configurar una didáctica orientada a las dimensiones propias de la proyectualidad sin estar performada por un campo del diseño específico, trazó nuevos horizontes. El presente trabajo recapitula la experiencia del Taller de Diseño Básico, poniendo en consideración los dispositivos didácticos planificados para dar respuesta a estos requerimientos, reflexionando sobre una propuesta en construcción.

C063. Estructuración de la materia a través del concepto de cadena de valor. Agustín Bramanti [Santa Cruz Co. - Argentina]

La materia "Planificación de la producción" aporta diversas herramientas a los estudiantes del último año de Diseño Industrial para la gestión de procesos productivos, incorporando el manejo de los procesos de fabricación y transformación de los materiales para obtener productos comercializables. El objetivo del proyecto es sistematizar y presentar las actividades que se realizan en la materia, específicamente estructurar los conceptos y construir un hilo conductor de todas las herramientas aportadas a través del concepto de cadena de valor.

C064. Hacia un abordaje del diseño de juegos de mesa. Silvia Torres Luyo [UNL. FADU - Argentina]

En el marco de la cátedra Gorodischer y del CAI+D 2013 "Diseño de juegos. Un abordaje desde el diseño de información al potencial cognitivo y pedagógico del diseño de interfaces lúdicas", esta ponencia se propone como reflexión. Su principal propósito comenzar el abordaje de análisis de una selección de la producción de juegos de mesa, realizados como trabajos prácticos en los Talleres de Diseño de la Cátedra Gorodischer y continuar con un espacio de análisis y reflexión sobre la producción, el desarrollo y la usabilidad de los juegos de mesa.

1.1 [G] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Alejo García de la Cárcova, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C065. Talleres de publicidad: Una metodología para generar experiencias significativas. Jaime José Pedreros Balta [Universidad de San Martín de Porres - Perú]

El Taller de Publicidad de la Universidad San Martín de Porres de Lima Perú, decide apostar por la generación de experiencias significativas para enseñar y aprender publicidad. Con este método ofrecemos al alumnado una vivencia más real y trascendente; garantizando que los procesos de aprendizaje de esta especialidad sean una respuesta actual y válida para nuestros tiempos. Luego de analizar los antecedentes del Taller de Publicidad de la USMP, la conferencia sustenta el por qué generar experiencias significativas. Se describe el proceso de generación de experiencias significativas como metodología de enseñanza-aprendizaje y se comparten evidencias y testimonios.

C066. Techné: del arte al tejido. Leticia Duarte [Escuela Universitaria Centro de Diseño - Uruguay]

"Techné: del arte al tejido" es un proyecto que se inicia como una búsqueda de nuevos caminos que despierten la pasión en alumnos y docentes respecto del tejido de punto. En pro de sortear posibles limitaciones de espacio, maquinaria y carga horaria, se realizó una reformulación del programa tradicional, en busca de innovación, tendencia y nuevas técnicas de transformación textil. Mezclando el arte plástico nacional y tejido de punto, se buscó generar un proyecto atractivo y de sencilla implementación, lo cual lo hace aplicable en cualquier tipo de curso, lugar y alumnado. Es por todo esto que queremos compartir nuestra experiencia con otros docentes en busca de nuevos aportes e ideas.

C067. Tri - dimensional: Diseño de contenido gráfico para espacios y objetos. Alexander Ordoñez y Diego Felipe Varela Garzon [Universidad del Cauca - Colombia]

Esta presentación está orientada a compartir experiencias y resultados obtenidos como docentes de diseño, creando e implementando un nuevo programa de estudio para el Taller II Tri- dimensional del programa de Diseño Gráfico de la Universidad del Cauca - Colombia. Este planteamiento se enfoca en el diseño de contenido gráfico para espacios y objetos a través de una metodología que se desarrolla en un ambiente de aprendizaje de laboratorio/taller, donde se analizan las relaciones entre lo visual, háptico y dimensional que conectan a los usuarios con los objetos y espacios en el contexto cotidiano y se producen ideas/conceptos/prototipos/pruebas de usuario.

C068. Una experiencia de extensión para el abordaje de problemas complejos de diseño, aplicado a un caso de responsabilidad social. Martín Miguel Bomrad y Silvia Torres Luyo [UNL. FADU- Argentina]

Durante el año 2011 en el Taller de Diseño 3, Cátedra Gorodischer de la carrera Lic. en Diseño de la Com. Visual, FADU, UNL, el equipo docente, junto con alumnos correspondientes a ese nivel, trabajaron los contenidos curriculares de la materia aplicándolos a una situación real y concreta de responsabilidad social. El desafío que se presentaba era doble: por un lado, poder cumplir con el proceso de aprendizaje, respondiendo a los contenidos fijados en el programa de la materia, y por el otro, atender a las especificidades del caso, con el objetivo de satisfacer las expectativas y necesidades reales del comitente. El proceso del proyecto y los alcances obtenidos demostraron que era posible.

1.2 [A] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Andrea Mardikian, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C069. De cómo sortear la materia obstáculo. Andrea Mardikian (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La experiencia indica que algunos alumnos, en algún momento de sus carreras, se encuentran con la materia obstáculo, aquella capaz de señalar en el acto cognitivo

del alumno, un entorpecimiento, una confusión, un retroceso, un desinterés. Según Gastón Bachelard el problema del conocimiento científico se plantea en términos de obstáculos. No se trata de considerar los obstáculos externos como la complejidad de los fenómenos, ni de culpar a la debilidad de los sentidos o del espíritu humano. El docente puede revertir la actitud del alumno, mostrar otra mirada sobre el objeto de estudio y principalmente, cooperar para sortear la materia obstáculo.

C070. Desarrollo de habilidades creativas en estudiantes de Ingeniería en Diseño. Gustavo Rojo [Universidad Santa María - Chile]

En el proceso formativo de un estudiante de Ingeniería en Diseño, es fundamental el desarrollo de habilidades creativas, como elemento preponderante para la generación de nuevo valor. Para tal efecto el acercamiento hacia las propiedades físicas de los materiales, es el catalizador que estimula su potenciamiento, pues, desde esta perspectiva, el estudiante comprende y relaciona el conocimiento de manera diferente logra visualizar soluciones desde prismas diferentes. En tal sentido el proceso se puede resumir en las siguiente etapas: 1. Acercamiento hacia las propiedades físicas de los materiales. 2. Comprensión y asimilación de procesos constructivos. 3. Desarrollo de la materialización

C071. Design de interiores na televisão brasileira: metodologias para o ensino. Frederico Braida (*) [Universidade Federal de Juiz de Fora - Brasil]

Este artigo aborda o tema dos programas de televisão sobre design de interiores veiculados no Brasil. O principal objetivo é evidenciar como as estratégias utilizadas pelos designers nos referidos programas podem ser sistematizadas e empregadas como metodologias de ensino. Como objeto de estudo empírico, foram selecionados três programas, ainda em exibição, em canal fechado no Brasil: “Casa Brasileira”, “Decora” e “Santa Ajuda”, os quais, respectivamente, abordam três escalas distintas do design de interiores: (1) arquitetura de interiores, (2) decoração de ambientes e (3) organização do espaço interior. Ao final, espera-se contribuir com insumos pedagógicos decorrentes da práxis projetual.

C072. Design thinking & Human Centered Design aplicado a la concepción de propuestas pedagógicas para la formación académica en disciplinas proyectuales. Mariela D'Angelo [UNLP - Argentina]

Oímos habitualmente hablar del diseño de experiencias como una disciplina emergente sobre todo en referencia a nuevas tecnologías y nuevos medios. Sin embargo, visto está, que es una disciplina que puede operar en diversas áreas de desempeño. Esta ponencia tratará sobre su potencial alcance en el marco de la educación. Su implicancia en nuevas propuestas pedagógicas para la formación académica en carreras de diseño y comunicación, que tienen como factor común una dinámica vertiginosa que requiere por parte de los formadores la actualización constante de contenidos y métodos, adaptables a contextos que mutan permanentemente y que esperan cada día más de los profesionales de dichas disciplinas.

C073. El cine como herramienta pedagógica del diseño gráfico. Liliana Beatriz Martínez Dávila y Fabián Podrabinek [Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes - Argentina]

Es inevitable cuando hablamos de diseño en relación al cine que no se nos venga a nuestras mentes el nombre Saúl Bass, esto ocurre por la gran calidad de trabajo en los créditos de las películas que ha dejando una huella fuertemente marcada en el séptimo arte. Pero el cine nos da un sinfín de posibilidades en su aplicaciones y en conjunto con el diseño nos permite no solamente usarlo como herramienta para la creación - aplicación y el análisis de tipografías, efectos, afiches de difusión, etc. sino también como una herramienta pedagógica.

C074. El Rol del diseñador grafico en el proceso enseñanza-aprendizaje. Juan Reyes [DuocUC - Chile]

El uso de los elementos del diseño, pueden hacer la tarea del docente mucho mas efectiva para lograr un aprendizaje significativo en el estudiante, saber escoger el color, las formas o la tipografía correcta pueden hacer que la comunicación entre profesor y alumno sea mucho mas eficaz.

C075. En la Era de las Redes Sociales, la vuelta a la enseñanza cara a cara. Fiorella Silvina Zaccara [Escuela Da Vinci - Argentina]

Ya todos los docentes utilizamos las Redes Sociales y los adelantos tecnológicos para hacer las clases más dinámicas e incluso poder seguir relacionándonos y ayudando a los alumnos fuera de clase. Pero estos tiempos donde la gente va en el colectivo, sentados uno al lado del otro y sin hablarse por estar chequeando el celular, la vuelta a la relación cara a cara se ha vuelto importante.

1.2 [A] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Andrea Mardikian, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C076. Algunas ideas para re-pensar la enseñanza en los cursos iniciales. Miriam Bessone [MBESSONEYARQUITECTOS Colaborativos - Argentina]

El presente trabajo pretende ser un aporte a la discusión teórica respecto a la enseñanza en los cursos introductorios comunes a las carreras de Arquitectura y los diferentes campos del diseño. El desarrollo parte de teorías que sustentan el desplazamiento del paradigma educativo de la “Transmisión”, al paradigma de la “Transacción” y propone una cierta “educación expandida” como propuesta educativa para la actual configuración cultural y relacional. La presentación intentará responder desde la perspectiva planteada ¿Qué es lo que hoy debe ser parte del conocimiento básico requerido? ¿Cómo organizarlo? ¿Cómo propiciar en los alumnos la transformación del discurso docente?

C077. Como ensinar o processo criativo empírico. Jainaina Moroni (*) [Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Brasil]

Esta pesquisa se baseia na reflexão sobre o ensino da criatividade, as observações de como fazê-lo e a análise empírica dos processos criativos. Um dos personagens com sua criatividade inovadora, sem sombra de dúvidas, ao longo de todos os anos é Leonardo da Vinci. Assim, realizou-se um convênio de pesquisa, entre Brasil e Itália, com três objetivos: (i) obter maior informação sobre a criatividade inovadora desde a época do Renascimento até a atualidade, (ii) a semelhança da cultura dos países latino-americanos e (iii) aplicar resultados em aula para desenvolver projetos de design criativo e inovador.

C078. Conocimiento y práctica en el diseño y construcción de objetos. Sebastián Ernesto Ackerman [Universidad de Palermo - Argentina]

Una pregunta central para planificar una cursada nos permite darle una definición precisa al proceso pedagógico: ¿cómo se conoce lo que se conoce? De la mano de esa respuesta, adoptamos una perspectiva epistemológica que funcionará como “anteojos” que nos permitirán concebir la realidad de una manera específica. Con otras palabras: la perspectiva que adoptemos para la enseñanza del diseño de los más variados objetos será la mirada que nos formemos para comprender dos niveles de injerencia de esos objetos: el primero, para qué sirve (es decir, su utilidad); el segundo es su significación (qué sentido produce ese objeto que usamos).

C079. Dar clases como me hubiese gustado que me den Víctor Cittá Giordano [Cittá Giordano Arquitectura y Diseño - Argentina]

La presente propuesta de conferencia está basada en la experiencia de años de trabajo docente acompañando la evolución y desarrollo de conocimientos a los estudiantes, partiendo desde el estudio del “aprendizaje” para luego formular bases conceptuales de la enseñanza; aprender a aprender junto los estudiantes sin dejar de aspirar a ser un “líder” en vez de un “jefe” tanto con ellos como con un grupo docente a cargo, utilizando como constante el dibujo y la observación como motores de descubrimiento y guías del proceso de pensamiento proyectual. “Observar es diferente a ver” es el concepto base de esta experiencia. Observar es descubrir, es conocer, es analizar, comparar, cualificar, seleccionar, buscar, derivar en otro fenómeno...es situarse en otro campo desconocido para el mismo observador... Conociendo podemos intervenir con mayor amplitud, podemos alterar las reglas porque sabemos como son... “Observando” como se enseña pudimos modificar nuestras formas de hacerlo, obteniendo resultados más rápidos y potenciando la comodidad y calidez en el ámbito de trabajo.

C080. ¡Eureka! o Cómo surge la creatividad. Mónica Schwartzapel [Universidad Favaloro - Argentina]

Los avances en neurociencia para la comprensión del funcionamiento cerebral cognitivo, afectivo y creativo nos aportan elementos para desarrollar nuevas posibilidades a nivel didáctico. El pensamiento complejo, lo dialógico entre disciplinas, los estímulos adecuados para desarrollar habilidades y destrezas en el alumnado y en el docente forman parte de esta presentación. Se ligarán

estos temas al proceso creativo individual y su estímulo y reforzamiento en estrategias áulicas.

1.2 [B] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Natalia Lescano, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C081. El docente de diseño y los nuevos desafíos de los ambientes con alta disposición tecnológica. ¿Cómo comprometerse con la buena enseñanza? Natalia Lescano (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

En los últimos años se ha generado una innegable influencia de los avances tecnológicos en la cotidianidad de los alumnos y de los docentes. Cuando los docentes piensan la inclusión de la tecnología a sus clases suelen surgir visiones con tendencias apocalípticas o en oposición otras visiones con tendencias redentoras a grandes problemas pedagógicas. Más allá de esto las aulas con alta disposición tecnológica se presentan como una oportunidad para los docentes de enriquecer la enseñanza, los desafía a acercarse a creaciones originales, a propuestas didácticas que generen aprendizajes significativos clase a clase. Se espera que el docente del diseño ayude a sus estudiantes a desarrollar competencias, habilidades y destrezas operativas propias para desempeñarse profesionalmente.

C082. Entornos gráficos en diseños de sistemas académicos. Joffre Ruperto Paladines Rodriguez [Universidad Católica de Guayaquil - Ecuador]

En la actualidad el diseño se convierte en la columna vertebral de todas las aplicaciones prácticas por lo que se considera un lenguaje visual para la comunicación. Los sistemas académicos han evolucionado exponencialmente al mismo tiempo que los diseños y sus entornos gráficos permiten la comunicación de las ideas y la transformación del pensamiento del hombre. Se debe considerar principalmente que dentro del diseño de sistemas académicos se conjugan la estética y la simbología, en el cual se ven involucrados aspectos sociales, psicológicos, biológicos y técnicos para producir un nuevo objeto que se manifiesta en una concepción visual.

C083. Enseñanza en la universidad: entre la teoría y la práctica. Karina Agadia y Silvia Meza [Universidad de Palermo - Argentina]

Las universidades de hoy están atravesadas por los cambios epocales; la sociedad exige con fuerza la formación de profesionales críticos, con sólidos marcos epistemológicos y principios éticos. Hoy formar profesionales en la universidad implica repensar las prácticas de enseñanza que se han ido sedimentando como forma inherente de la práctica universitaria. Es por eso que en esta ponencia tomamos como eje de análisis la relación entre la teoría práctica, desde una dimensión cultural, política y pedagógico - didáctica que nos permita ensayar nuevas alternativas de enseñanza más innovadoras y favorecedoras de aprendizaje.

C084. Experiencias metodológicas en la enseñanza del diseño. Miller Gallego [Universidad El Bosque - Colombia]
 Esta ponencia se propone compartir las experiencias pedagógicas acumuladas en el ejercicio docente desarrollado en la asignatura-taller Fundamentos de la comunicación que oriento en el programa de Diseño Industrial de la Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia, pretendiendo que pueda ser de utilidad y guía para todos los docentes interesados en afianzar y orientar el pensamiento creativo de sus estudiantes, así como su capacidad de síntesis conceptual y comunicativa en el ámbito profesional del diseño, mediante una serie de estrategias metodológicas que responden a distintos factores, particularidades y elementos condicionantes que la diferencian de la práctica tradicional.

C085. Generación de números de parte para proyectos de Diseño Industrial. Armando Martínez de la Torre [Universidad Autónoma de Ciudad Juárez - México]
 La ponencia tiene como propósito, dar a conocer la importancia que tiene la introducción y aplicación del conocimiento de crear o generar Números de parte para la administración de proyectos de Diseño Industrial, sin importar la complejidad o simplicidad relacionado a la cantidad de componentes o partes que integran el diseño de un producto. Este modelo de generar códigos alfanuméricos que propongo para su enseñanza en el aula está vinculado en el proceso de planeación, desarrollo y realización de proyectos que permita al alumno cuando egrese de la universidad, tener el conocimiento para que pueda administrar sus propios proyectos de diseño si decide ejercer su profesión como emprendedor.

C086. Interfaces Educativas. Estrategias, Instrumentos y Espacios para Propuestas Didácticas Innovadoras. María Georgina Bredanini Colombo, María Elena Tosello y Cecilia Verónica Zorzon [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo; Universidad Nacional del Litoral - Argentina]
 En el entorno socio-técnico actual, la educación universitaria debe integrar redes educativas híbridas, orientadas al aprendizaje contextual por un sistema distribuido de deconstrucción de conocimientos, favoreciendo el desarrollo de destrezas interpersonales y competencias para la resolución colaborativa de problemas. El curso "Interfaces Educativas. Estrategias, Instrumentos y Espacios para Propuestas Didácticas Innovadoras", destinado a docentes de disciplinas proyectuales, buscó motivar procesos educativos integrando las capacidades del medio digital, mediante metodologías de aprendizaje combinado que complementan las instancias presenciales con recursos y actividades en espacios - interfaz.

1.2 [B] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno tarde)
 Esta comisión fue coordinada por Natalia Lescano, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C087. Intuición, acción, creación: mil trucos para docentes atrevidos. Patricia Claudia Barrios [Argentina]

Todas las áreas del desarrollo humano presentan hoy constantes desafíos y cambios de los cuales la educación no podía quedar exenta. Organizado en torno a las tres fases principales del proceso de diseño: definir problemas (intuición), generar ideas (acción) y dotarlas de forma (creación), esta ponencia expone una decena de recursos para conceptualizar y formalizar proyectos gráficos acordes a la enseñanza-aprendizaje educativo: desde métodos rápidos y puramente instintivos hasta sistemas de investigación más formales. Métodos de inspiración e inventiva para planificar clases más motivadoras y creativas acordes al área del diseño.

C088. La creatividad como herramienta didáctica en la licenciatura en diseño gráfico. Mariela Zúñiga Luna [Instituto Tecnológico Latinoamericano ITLA - México]
 El presente trabajo es sobre cómo los profesores de la carrera de diseño gráfico podemos potencializar la creatividad en los estudiantes y utilizarla dentro del aula como una herramienta mas para el auxilio de la práctica docente. Expongo una propuesta para el uso dinámico de la creatividad como herramienta docente.

C089. Métodos Innovadores de Enseñanza atravesando el Aula Taller. María Fernanda Apesteguía [Universidad de Palermo - Argentina]
 Este proyecto se encuentra enmarcado dentro del último ejercicio curricular del cuatrimestre. Un trabajo de Identidad Corporativa propia donde se integran investigación, selección de material para trabajar, conceptos aprendidos en la cursada extendiendo en muchos casos el concepto aula taller fuera del mismo. Un método de enseñanza basado en la práctica real, donde los estudiantes son clientes del mismo grupo al que pertenece. Un enfoque educativo capaz de preparar profesionalmente a un estudiante universitario de una carrera de diseño desde el primer curso. Un método de enseñanza Innovador donde se sigue trabajando fuera del ámbito universitario.

C090. Modelo Educativo IDEA y su adecuación a la enseñanza del diseño. Vanessa Patiño [Van-arq - Perú]
 La educación basada en el estudiante, como hoy en día se estructura la enseñanza, genera retos en los docentes que día a día anhelamos inspirar la vida integral y no solo profesional del estudiante. El Modelo Educativo o de Aprendizaje "IDEA" se baja en "momentos" durante una sesión de aprendizaje, en el cual se desarrollan distintos procesos pedagógicos, importantes para el logro de cada sesión. Como docentes estamos llamados a no solo transferir conocimientos, sino ser parte de la transformación de vidas, por ende el Modelo IDEA adecuado a la enseñanza del diseño es una metodología docente que puede ser aplicada en la educación centrada en el estudiante.

C091. O ensino colaborativo de conceitos de fundamentos do design. Vinicius da Costa (*) [Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul Riograndense - Brasil]
 O tema da apresentação é sobre a experiência de ensino na disciplina de Fundamentos do Design –dentro do Bacharelado em Design do IF Sul - Pelotas - Brasil– a partir de uma abordagem construtiva, na qual os alunos são convidados a relacionar temas gerais dos elementos

básicos da sintaxe visual entre a teoría dos libros com sua prática visual. Com um tema gerador –como uso de texturas, por exemplo– os alunos ouviam uma música e relacionavam sua letra a um exercício prático visual com uso dos conceitos propostos em aula. Assim ao final da disciplina tinham seu próprio portfólio de trabalhos com conceitos próprios e experimentações.

1.2 [C] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Mercedes Pombo, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C092. Recursos 2.0. ¿Realidad o utopía en la educación actual? Marina Portillo y María Victoria Latosinski [Argentina]

En la actualidad, nos encontramos dentro de un mundo globalizado, en el cual, las nuevas generaciones de alumnos son nativos digitales y las redes sociales son su entorno natural. Es por ello que la educación superior requiere docentes 2.0, preparados para incorporar las nuevas tecnologías a los métodos de enseñanza tradicionales con el fin de poder acompañar a los millennials en la construcción de sus saberes. En esta ponencia, se ofrecerán diversas estrategias didácticas para el desenvolvimiento y la comunicación en redes sociales, desde una mirada pedagógica y atendiendo a sus posibles aplicaciones. Se trabajará con distintas herramientas de pedagogía, marketing y comunicación para encontrar los puntos de conexión entre ellos.

C093. Política educativa universitaria y necesidades de especialización de los diseñadores. Daniela Larrea [Universidad Técnica de Ambato - Ecuador]

Un objetivo del Gobierno ecuatoriano es la transformación de la Matriz Productiva, lo cual se consigue a través del desarrollo educativo. Así, uno de los requisitos para ser docente universitario es contar con título de maestría afín al área de su cátedra. Sin embargo ¿Cómo puede cumplirse con este requisito si en el país existen escasos programas afines a la profesión?, y en el caso específico de la Región N° 3 no se cuenta con ninguna Maestría en Diseño Gráfico, lo cual limita el cumplimiento de este requisito y además retrasa la posibilidad de acreditación de las carreras y la mejor calificación de las Universidades dentro del Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación.

C094. Proyectos de Intervención social para el Fortalecimiento de la Autonomía. Edgard David Rincón Quijano y Katherine Tapias [Universidad del Norte - Colombia]

Durante ésta ponencia se describe la experiencia de cómo la incorporación de proyectos con trabajo de campo junto a comunidades vulnerables, en pobreza extrema o calamidad, acompañados de metodologías de diseño social, diseño participativo e innovación social, ha impactado positivamente la actitud de los estudiantes de Diseño Industrial de último año hacia el desarrollo de competencias de autonomía, autogestión y empoderamiento en la formulación y ejecución de proyectos; convirtiéndose

así en una estrategia clave para la formación para la investigación.

C095. Reflexiones sobre estrategias de enseñanza en Taller de Diseño III. Gabriel Juani [Argentina]

En el presente trabajo proponemos una reflexión sobre las estrategias de enseñanza desarrolladas en la materia Taller de diseño gráfico 3 de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual de la Universidad Nacional del Litoral. Dicha reflexión consistirá en el reconocimiento, clasificación y descripción de tales estrategias. Esto nos permitirá destacar tanto similitudes con la dinámica y las estrategias utilizadas en los talleres de diseño en general, como particularidades implementadas en nuestra cátedra, en búsqueda de estrategias de enseñanza innovadoras que permitan un mejoramiento de la práctica docente y un aumento de calidad del proceso de enseñanza/aprendizaje del diseño.

1.3 Calidad Educativa y Evaluación (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Carlos Caram, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Paola Harris Bonet de la Universidad del Norte, Colombia, miembro del Comité Académico.

C096. Descubriendo el lenguaje oculto del diseño. Osvaldo Muñoz Peralta [Universidad de Chile - Chile]

Este trabajo es producto de una investigación realizada para descubrir como es el lenguaje utilizado por docentes y estudiantes de diferentes escuelas de diseño de Chile, para referirse a conceptos de diseño. Se observa que el lenguaje académico y ortodoxo que se enseña o se debería enseñar en las escuelas de diseño no siempre se condice con el lenguaje que regularmente se emplea. Esto nos lleva a suponer que existe un lenguaje paralelo u oculto del diseño que se ha desarrollado según diversas vertientes. Sobre esta base, se realizó un catastro de los términos de diseño más utilizados por los estudiantes de primer año, para generar un pequeño diccionario de diseño.

C097. El diseño como generador de nuevos contextos de pensamiento. Cristina Amalia Lopez y Paolo I. G. Bergomi [Asociación Argentina de la Moda / CONPANAC / Modelba / ALADI - Argentina]

La competitividad de una sociedad depende de la calidad de su fuerza de trabajo, para lo cual la educación, en su rol estratégico de formador, debe obligarse a educar ciudadanos con capacidades calificadas. En el tránsito de la necesaria formación de las fuerzas del trabajo es imprescindible asegurar un proyecto de país industrial, donde las potencialidades, aportes y capacidades de la clase empresarial sean sinceramente consideradas y respetadas, tomando en cuenta que “Sin industria no hay país” y “sin Diseño no hay industria”, una educación optimizada es un componente vital, necesario para fomentar el desarrollo de cara a pensar los Objetivos del Milenio.

C098. El Diseño en Colombia: La apuesta desde la academia en un entorno hostil. Paola Harris Bonet ()[Universidad del Norte - Colombia]**

El diseño en Colombia debe buscar adaptarse a un medio hostil que no lo concibió –como generalmente sí ocurrió en otras partes del mundo– desde el vientre productivo y empresarial. Inició a principio de los 60s por coyunturas relacionadas con el desarrollo colombiano, el crecimiento de algunas universidades y el trabajo de un grupo de intelectuales que, influenciados por las ideas traídas por extranjeros y colombianos formados en el exterior, dieron cuerpo a la profesión. Esta realidad afectó directamente a la académica y su lucha por identificar escenarios de acción en la industrial y sobre todo la disyuntiva que buscaba promover esta profesión en un sistema de que no prepara ni fomenta el desarrollo de líderes en estas áreas.

C099. El diseño se aprende. Carlos Caram (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La enseñanza es una actividad intencionada que implica estrategias que promuevan el aprendizaje. Si bien el aprendizaje es una actividad psíquica individual, ésta se desarrolla en un marco social y con la ayuda de ciertas herramientas. En este sentido las herramientas pedagógicas son la contrapartida del talento individual. Centrar la enseñanza y el aprendizaje sólo en el talento del estudiante implicaría, entre otras cosas, negar la capacidad transformadora que tiene la educación, el derecho que tienen los estudiantes a aprender en un grupo y se correría el riesgo de excluir a ciertos estudiantes de estos procesos.

C100. Evaluación de Proyectos de Diseño con Realimentación de Actuaciones. José Luis Santolaya [Universidad de Zaragoza - España]

En este trabajo se presenta una herramienta para realizar de forma eficaz la evaluación de proyectos de diseño. Disponible en la nube, es capaz de generar una plantilla o rúbrica extendida con una adecuada estructura formada por diferentes niveles. Además, permite definir los criterios de evaluación necesarios, conocer el grado de cumplimiento de los objetivos previstos, registrar los aspectos mejorables y añadir las observaciones que el profesor estime oportunas. Los alumnos pueden acceder al resumen de las evaluaciones realizadas, pueden ver los errores más habituales, los aspectos mejorables y las recomendaciones y utilizarlas como base para la elaboración de sus proyectos.

C101. Una propuesta de evaluación por competencias en diseño gráfico: un caso de México. Mariela Zúñiga Luna [Instituto Tecnológico Latinoamericano ITLA - México]

Los modelos de formación universitaria sustentados en los contenidos curriculares como objetivos fundamentales del aprendizaje están sufriendo cambios como derivación de la acelerada variación de los conocimientos y por consiguiente, de lo eventual de los saberes. La educación superior deberá promover la formación de individuos que se adapten a condiciones y problemáticas cambiantes de manera eficiente. Una opción es la educación basada en competencias (EBC). Aunque afronta imprecisiones sobre qué enseñar, qué se debe aprender y cómo evaluar. El presente trabajo es una propuesta de la interacción de estas tres actividades dentro del marco de la EBC y su adecuada aplicación.

1.3 Calidad Educativa y Evaluación (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Carlos Caram, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Erika Rivera Gutiérrez y Alejandro Higuera Zimbrón de la Universidad Autónoma del Estado de México, México, miembros del Comité Académico.

C102. Estrategia de Enseñanza-Aprendizaje-Evaluación en el Taller de Diseño. Paola De la Sotta [Facultad de Arquitectura y Urbanismo - Universidad de Chile - Chile]

En los talleres de diseño la evaluación ayuda a mejorar la práctica docente y el aprendizaje de los estudiantes. La estrategia que se plantea en el modelo Output-Mapping contribuye a una mejora en cuanto a la enseñanza, aprendizaje y evaluación del proceso proyectual desde una mirada holística y alineada con los nuevos paradigmas en evaluación en la educación superior. Es así que el proceso de evaluación fomenta el desarrollo de la autonomía por parte del estudiante como así también la retroalimentación del equipo docente. La evaluación genera aprendizaje y el aprendizaje comprende logros, los que no son unidimensionales ni univalentes.

C103. La corrección como proceso dinámico de aprendizaje. Ezequiel Bluvstein [Universidad de Palermo - Argentina]

La corrección de un proyecto de diseño representa una de las actividades más comprometidas para el docente y supone uno de sus mayores retos. El objetivo principal de una corrección es guiar al alumno en dos aspectos claves: uno técnico, otro estético/creativo. Dentro de su dificultad, el primero no resulta controvertido al estar avalado por un marco normativo específico. Pero el segundo sí. La subjetividad del docente, y la necesidad de hallar argumentos objetivos dentro de ésta; la problemática de la percepción por la forma en que el cerebro procesa las imágenes; o el debate sobre cuántas indicaciones dar para no coartar la creatividad, son algunas de las cuestiones que debemos analizar para mejorar el proceso de corrección y la comunicación con el alumno.

C104. La evaluación transversal como proyecto educativo. Carolina Menso [Argentina]

La evaluación de los procesos de aprendizaje en materias proyectuales nos promueve la reflexión sobre los paradigmas que estructuran los programas académicos. Cómo docentes, vemos la necesidad de establecer dinámicas de enseñanza que le permitan al alumno el desarrollo del pensamiento proyectual operando redes de sentido, vinculando saberes adquiridos desde las diferentes materias que forman la disciplina. Entender el proceso como instancia de reflexión y posterior aprendizaje, promulgando la reflexión en la acción, nos convoca a pensar la evaluación como parte del trayecto y no como instancia final de un recorrido académico

C105. Propuesta para la Sistematización de Procesos de Acreditación de Programas Académicos de Diseño. Erika Rivera Gutiérrez (), Alejandro Higuera Zimbrón (**), Arturo Santamaría Ortega [Universidad Autónoma del Estado de México - México]**

Sistematización de procesos de acreditación tiene gran importancia actualmente, sirve para asegurar y promover la calidad en Instituciones de Educación Superior y programas académicos que éstas imparten. Sus efectos están en dos niveles: interno, desarrollo de procesos de autoevaluación que conducen al conocimiento de la realidad, considerando fortalezas como debilidades que deben reforzarse; externo, la acreditación cuenta con mecanismos de certificación pública de calidad de PA e IES. Este trabajo está orientado a desarrollar criterios que permitan plantear procesos de acreditación para IES, mediante sistematización de experiencias adquiridas en estos procesos, teniendo adecuada orientación para definir e implementar soluciones en PA.

C106. Vivencias y predicamentos de un doctorado en diseño en México. Diana Guzmán López [Universidad Autónoma Metropolitana Xochmilco - México]

La Universidad Autónoma Metropolitana cuenta con un Doctorado en Ciencias y Artes para el Diseño, por el cual transcurren once generaciones con cuatro objetivos de formación comunes. Cada persona involucrada (Alumno, Docente, Director de Tesis e Institución) juega un rol delimitado. A través de un grupo de enfoque, se dan a conocer las perspectivas que tienen los miembros de la comunidad de doctorado acerca del papel de cada uno, en diferentes etapas de la formación. Y una de las posibles causas de la diferencia entre el tiempo que se tardan en graduarse de la maestría y el doctorado.

2. Capacitación para Emprendimientos y Negocios

2.1 Mercado y Gestión del Diseño (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por María Elena Onofre, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Rodrigo Antônio Queiroz Costa de la Faculdade Tecnológica Inap, Brasil, miembro del Comité Académico.

C107. A questão da complexidade na constituição da percepção de valores no design. Rodrigo Antônio Queiroz Costa (*) () [Faculdade Tecnológica Inap - Brasil]**

Para se alcançar a percepção real dos valores do design dentro da realidade do mercado local da cidade de Belo Horizonte há de singlar as realidades das Tabelas de Referências de Valores constituídas para outros mercados, perpassando pela montagem da tradicional Composição de Preço, assim como pela Escala que contextualiza a proposição da solução, e por fim, se propõe adicionar a essa equação a Complexidade que se exige ao designer. Com isso, além de formatar uma nova percepção de Tabela de Referências de Valores do design para a realidade local se constituirá una metodología para que se parametrize o valor do design na realidade contemporânea.

C108. Análisis de las estrategias empresariales en los estudios de diseño de la ciudad de Buenos Aires. Estudio de casos, período 2001 - 2013. Diego Jordan [Ecuador]

El objetivo de esta investigación es desarrollar un modelo de gestión de calidad, basado en un estudio de caso en centros de diseño. Se trata de una estrategia de investiga-

ción, método mixto, centrada en un análisis profundo de la disciplina del diseño. El estudio es elaborado sobre la hipótesis de que la calidad de la gestión podría mejorar utilizando criterios y herramientas empresariales eficientes en los sectores gráficos. El estudio concluye con un resumen general de los casos y un análisis comparativo de tres estudios. Este material está dirigido a desarrollar un modelo de gestión de calidad para instituciones similares.

C109. Análisis Semiótico: Campaña "All you need is Ecuador". Santiago Pazmiño [Ceja Pensante - Ecuador]

El análisis semiótico de las piezas gráficas publicitarias de una campaña, se puede abordar desde diversas perspectivas. Si tomamos en cuenta que la morfología y la sintaxis son elementos que se interrelacionan y configuran el mensaje, la profundización en el estudio de estos elementos partiendo de un modelo de análisis semiótico, configura un método de construcción del sentido, cuando relacionamos los elementos visuales denotados con las características implícitas de los signos, que conformarán la pieza fundamental de los mensajes visuales.

C110. El ADN de las marcas de moda. Gianfranco Castillo Lecca [Chio Lecca Fashion School - Perú]

Las grandes marcas de moda tienen una personalizada definida, un distintivo que va más allá del logo, un ADN que habla por ellas mismas y las hacen únicas, descubramos qué nos quieren decir y de qué manera lo hacen.

C111. El discurso del miedo en las campañas gráficas de prevención de accidentes viales. Rafael Clariana [Universidad Católica Argentina - Argentina]

El objetivo de esta tesis es analizar en cómo actúa el discurso de miedo en las campañas gráficas de Prevención Vial. El mismo es tan recurrente en dichas campañas, que se presume como el mejor sino único modelo comunicativo. Durante el transcurso del presente trabajo, se buscará optimizar dichas estrategias comunicacionales. No es la intención ofrecer una solución única y absoluta a una temática tan compleja e inabarcable por la multiplicidad disciplinar que la compone, sino aportar valores positivos, que incorporen mayor eficiencia al mensaje, estimada como adhesión real y cambios conductuales del público objetivo de dicho mensaje.

C112. Estudio de trayectoria de construcción de marca gráfica en Guayaquil. Antonio Moncayo [ESPOL - Ecuador]

En Guayaquil el diseño gráfico nació como una actividad propia de las personas que tenían el talento, el don y/o la habilidad de dibujar, mientras que la construcción de marcas gráficas estaban asociadas a la creatividad de estas personas (que en algunos casos fueron verdaderos artistas) y la subjetividad de quienes les tocaba aprobarlas, es por eso el motivo de esta investigación, el cual es buscar cuáles fueron los referentes que usaron los diseñadores de Guayaquil - Ecuador a través del tiempo, ¿qué aprendieron?, ¿qué leyeron?, ¿cómo se formaban las marcas gráficas?, ¿qué hechos ocasionaron que se de más atención a las marcas gráficas en Guayaquil?

2.1 Mercado y Gestión del Diseño (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por María Elena Onofre, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Ruth Estefanía García Villarreal del Tecnológico Sudamericano, Ecuador, e Yván Alexander Mendívez Espinoza de la Universidad Señor de Sipán, Perú, miembros del Comité Académico.

C113. Gestão de Design no Brasil - discurso e disciplina. Luis Emiliano Costa Avendaño (*) [Centro Universitário Belas Artes - Brasil]

A compreensão do objetivo do ensino da Gestão de Design e do seu significado como atividade gerencial do projeto de design tornou-se uma necessidade atual. Esta análise nasce da própria fundamentação construtiva do discurso da Gestão de Design que se apropria, na sua teoria e prática, das ferramentas já estruturadas por outros agentes, em especial do Marketing. Este artigo visa compreender o significado do design na sua origem, missão e como a Gestão de Design vai se definir neste contexto e na obra do design, gerando uma necessidade de uma reflexão mais ampla desta disciplina no e com o design.

C114. Gestión de la innovación y capacidad competitiva del sector confección. Bibiana del Pilar Tinjacá Numpaque [Fundación Universitaria del Área Andina - Colombia]

Frente al descenso de los índices de competitividad del sector confección en Risaralda/Colombia, surge la necesidad contundente de hacer transformaciones derivadas de la relación existente entre la gestión de la innovación en la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran industria de las confecciones. Para el abordaje del objeto de estudio se seleccionó una muestra significativa de 144 empresas. De manera que la investigación espera ser una herramienta útil para los empresarios que apunten a la alta competitividad en la visualización, no solo de nuevos horizontes de mercado, sino también de procesos innovadores y pertinentes para sacar de la crisis este sector.

C115. Gestión del diseño, una mirada integradora. Marcela Zakalik y Analía Erica Villegas [Universidad Nacional de Cuyo - Argentina]

El Diseño no es una disciplina que se desarrolle independientemente del resto de las actividades, para ejercerla se hace necesaria su interrelación con un amplio abanico de elementos del contexto actual. Identificar y analizar estos elementos es un desafío de los nuevos profesionales, para responder a las necesidades de las personas. El presente trabajo tiene como objetivo la aplicación de una metodología de enseñanza que permita al alumno vincular e integrar los conceptos de economía y gestión dentro del proceso de enseñanza y aprendizaje del diseño.

C116. La industria de la Moda Ecuatoriana y el cambio de la Matriz Productiva: Nuevos Retos. Ruth Estefanía García Villarreal (*) [Tecnológico Sudamericano - Ecuador]**

El gobierno Ecuatoriano quiere impulsar el producto local por ese motivo estableció algunas restricciones en las importaciones para que la industria de la moda ecuatoriana se desarrolle, esto también ha impactado a

nivel académico, como docentes nos hace modificar el método de enseñanza debemos preparar y capacitar a los estudiantes ante esta nueva demanda, el Tecnológico Sudamericano participo en la feria XPOTEX en una competencia de 33 grupos de estudiantes ganamos el Primer Lugar, esto demuestra que la academia no es indiferente a los cambios que se dan en un país sino más bien es un pilar fundamental que genera cambios innovadores.

C117. La sustentabilidad profesional de los egresados. Su inserción en el tejido productivo. María Elena Onofre (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La sustentabilidad profesional de los egresados, su inserción en el tejido productivo y el desarrollo de una "interacción virtuosa" (Arocena, 2001) entre la Universidad y el contexto socioeconómico de influencia, son los ejes del abordaje de una problemática que atraviesa a toda la cadena educativa. Factores como el impacto de la nueva organización del mercado laboral, nuevos modelos ocupacionales y profesionales, la expansión del ecosistema emprendedor, el ritmo en el que los cambios se producen y la legitimación de los nuevos saberes, producen incertidumbre y tensión en la cadena educativa. Para las escuelas de diseño (en todos los niveles), el desafío para promover esa interacción virtuosa será impulsar modalidades de pensamiento proyectual que estimulen la capacidad de leer escenarios, comprender contextos, visualizar oportunidades, delinear tendencias, tomar decisiones y proponer soluciones.

C118. Ya terminé y ahora ¿Qué Estudiar?... La influencia de la publicidad gráfica. Yván Alexander Mendívez Espinoza (*) [Universidad Señor de Sipán - Perú]**

La universidad como cualquier organización que necesita comunicarse con su público objetivo requiere el uso de diferentes medios para transmitir sus mensajes; por ello es importante saber si el impacto de los medios gráficos influye sobre la toma de decisión en la carrera a la que postulan los egresados de Educación Secundaria y en qué medida éstos eligen la Escuela Profesional de Artes & Diseño Gráfico Empresarial, lo que permitirá optimizar la selección de los medios y el manejo del presupuesto publicitario de la institución.

2.2 [A] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Patricia Iurcovich, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C119. La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral. Carlos Salas y Magdalena Jaime [Universidad Autónoma de Coahuila - México]

Durante el desarrollo de esta comunicación se abordará el tema de las competencias y habilidades que se consideran necesarias para la formación de profesionales creativos en el área del diseño gráfico y la situación actual de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Coahuila sobre el cambio de paradigma que enfrentan al estar próximos a egresar

y convertirse en profesionales del diseño. Se pretende abordar como una crítica en base a la observación y estudio de casos de la materia de Portafolio profesional y la experiencia a través de los programas de prácticas profesionales y seguimiento de egresados.

C120. PAR: Integrando la empresa con la academia. Sandra Lisseth Meléndez Martínez [El Salvador]

PAR significa Programa de Apoyo Recíproco, el cual es un modelo de trabajo academia-empresa que ha permitido poner en práctica los aprendizajes adquiridos por los estudiantes de Diseño Gráfico y Diseño del Producto Artesanal de la Universidad Dr. José Matías Delgado, en un contexto real. A través de una metodología de aulas abiertas, se ha propiciado nuevos ambientes de aprendizaje entre estudiantes y beneficiarios, generando una integración entre los diversos contextos empresariales con nuestra realidad académica. PAR posee un enfoque integrador que propicia la investigación, la planificación, la ejecución, la validación y la medición del impacto en los beneficiarios.

C121. Proyecto Diseño MX: estatus del diseño. Alejandra Marín [Universidad Autónoma de Nuevo León - México]

El contenido de esta investigación se basa en redescubrir la situación del Diseño en México a través del posicionamiento que ha tenido el diseño industrial en el estado de Nuevo León, auxiliándose de la ubicación de la práctica profesional en la oferta, la demanda y la cultura, por medio de un modelo teórico que sirve para organizar en un solo mapa el conjunto complejo y variado de actores que participan en un contexto delimitado y que interactúan alrededor de la actividad profesional del diseño y su impacto para saber el lugar que ocupa en esta región de nuestro país.

C122. Se trabaja con la imagen; se negocia con la palabra. Silvina Scheiner [Silvina Scheiner Redacción Corporativa - Argentina]

¿Cómo vender un servicio, si el código que utilizo no es el que comprende quién me contrata? Si bien un profesional del diseño habla a través de sus trabajos, la negociación y la relación cotidiana con el cliente necesitan de otro lenguaje, el de la palabra escrita. Lidar con la información y la persuasión, así como con la etiqueta que rodea a la comunicación mediada por pantallas -en ese híbrido entre la oralidad y escritura- es un enorme desafío para el profesional del diseño. Herramientas y estrategias para salir de la “zona de confort” de la imagen, y entrenarse para dominar el lenguaje de los que contratan.

2.2 [A] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Patricia Iurcovich, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de María Cecilia Ribecco de la Escuela Provincial de Artes Visuales N° 3031, Argentina, miembro del Comité Académico.

C123. Las Nuevas tendencias del consumo y del diseño en el contexto de la Enseñanza. Patricia Iurcovich (*)**

[Universidad de Palermo / PI Consultora en Comunicación Integrada - Argentina]

Conceptos como desnudar con anticipación la mente del consumidor, ó desafiar el pensamiento convencional. Anticiparse, de eso se trata. Esta síntesis apunta a meterse en el mundo del nuevo cliente y consumidor, ya no solo a través del eje de las redes sociales sino entendiendo que los alumnos deben pensar en cualquiera de las disciplinas del diseño en la palabra, anticipación. Hoy los ambientes, son “espacios”, la moda es “tendencia”, el cliente es “la mente”. Se recorrerán los campos tradicionales y novedosos del mundo del diseño y la comunicación.

C124. Rosario Design. Un observatorio para la integración local y regional. María Cecilia Ribecco ()[Escuela Provincial de Artes Visuales N° 3031 - Argentina]**

El encuentro nace como respuesta ante la demanda local de espacios para el intercambio de experiencias del sector en pos de fomentar la vinculación académica con el campo profesional del área. La propuesta articula la transmisión de saberes propios de los profesionales en ejercicio, las prácticas de los alumnos en las aulas de las escuelas de diseño de la región y las necesidades de un mercado en expansión que encuentra en esta disciplina una vía de desarrollo económico como factor competitivo y de innovación. La experiencia congrega referentes y emergentes destacados que tienen como objetivo transmitir y compartir nuevas prácticas.

C125. Ser emprendedor universitario. Wendy Hernández [Universidad Autónoma de Baja California - México]

Fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes, no es tarea fácil, sin embargo el papel de los maestros puede contribuir en la promoción, impulso y creación de nuevas habilidades en los futuros diseñadores alternas a las que adquieren creativos para lograr una posición privilegiada en el desarrollo económico, y servir como plataforma de crecimiento para el diseño industrial de su país. El emprendedurismo en los jóvenes universitarios y estudiantes de diseño debe fomentarse para pasar de disciplina pasiva a disciplina activa que forme parte y sea uno de los principales motores e impulsores de la economía de los países latinoamericanos.

C126. Surfeando las dificultades de la creatividad e innovación. Carlos N. Papini [Universidad de Palermo - Argentina]

Los emprendimientos del futuro van a necesitar no sólo de trabajadores activos y creativos sino que además del invaluable compromiso que poseen para el cambio, agreguen un necesario dominio sobre las herramientas de la gestión y la comunicación. Estas nuevas competencias deben adquirirse rápidamente vista la vertiginosidad de la evolución en la tecnología. Manejar estas nuevas herramientas nos permitirá una transición hacia el crecimiento ordenado, que nos asegurará la sustentabilidad futura. Pero además, nos ayudará a evitar o enfrentar con opciones de éxito, a las crisis que por cuestiones internas o del entorno siempre aparecen.

2.2 [B] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Diego Bresler, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Gabriel Bernal García de la Escuela de Artes y Letras Institución Universitaria, Colombia, y Raúl Carlos Drelichman de la Universidad Maimónides, Argentina, miembros del Comité Académico.

C127. Apresentação e Difusão do Design Gráfico sob a Ótica Universitária. Ana Maria Rebello, Christian Monnerat y Alexandre Magalhães (*) [UERJ - Brasil]

Dentro das várias preocupações do designer recém-formado, a que mais causa dor-de-cabeça é explicar o que ele realmente faz. Mas se existe esta confusão, de onde ela se origina? Como minimizá-la? Através de pesquisa realizada entre 199 alunos (calouros e concluintes) busca-se observar os principais equívocos, motivações, expectativas e objetivos dos alunos em relação a profissão. A análise dos resultados obtidos aponta para os pontos críticos na definição do que é design, formas de atuação e o domínio de ferramentas. Os dados avaliam ainda o papel fundamental e o sucesso do curso em questão como agente transformador do profissional de design.

C128. Audiovisual en el Diseño Gráfico, rompiendo el sistema. Rodolfo Silvero Caballero [KUYA Producciones - Paraguay]

Los sistemas educativos han dejado de buscar el SER de los estudiantes para concentrarse en producir trabajadores para cubrir las necesidades de un mercado. En las escuelas de diseño nos sucede relativamente lo mismo, y además de eso, resulta que los estudiantes al terminar sus carreras, siempre reclaman que lo que han aprendido en los años de estudio, no es suficiente para emprender en el mercado laboral. Pero en realidad no reflexionan sobre su papel dentro de un sistema. ¿Qué pasaría si un taller de diseño rompiera con el sistema de una manera práctica y sencilla? ¿Qué pasaría si en la clase aprendieras a laburar como en la calle? ¿Qué pasaría si tu examen lo hicieras porque te encanta y no porque tenés que hacerlo? Un taller audiovisual en una escuela de diseño de Paraguay, muestra una experiencia que cambia la mentalidad de los alumnos de una manera práctica y efectiva, acercándolos a la realidad profesional.

C129. Concursos Universitarios. Aprender haciendo. Raúl Carlos Drelichman (**) [Universidad Maimónides - Argentina]

Las cátedras de Marketing de la carrera de Diseño y Comunicación Multimedial de la Universidad Maimónides, desde su implementación, promueven y apoyan la participación de alumnos en diversos concursos interuniversitarios, como forma de enriquecer el aprendizaje mediante el intercambio de experiencias y la interactividad con la vida real.

C130. De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral. Romina Tártara, Alejandro Dantas, Denise Gari Jonneret, Angel Joubin y Marisa Navarro [Argentina]

Este proyecto se enmarca en un ejercicio curricular que incorpora la extensión universitaria como protagonista. Alumnos de la cátedra Diseño Industrial IA, del segundo nivel de la carrera de Diseño Industrial, FAUD, UNC, trabajan en función de verificar sus proyectos de diseño por medio de prototipos. En una labor compleja que los vincula y articula a una institución pública, el Centro de Rehabilitación Socio Laboral de la Provincia de Córdoba, los alumnos llevan adelante la materialización de los mismos mediante un trabajo conjunto con los operarios de los talleres de oficios, pacientes ambulatorios con diferentes problemáticas relacionadas a la Salud Mental.

C131. Diseño y Gestión: experiencias de formación. Cecilia Ramírez [Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - Colombia]

Este registro de una experiencia de enseñanza de la administración en el ámbito del diseño industrial confirma el aporte de los saberes de la administración al desempeño personal y profesional del diseñador, dado el carácter interdisciplinar de su ejercicio en permanentes dinámicas de trabajo en equipo y en permanente interacción con el usuario del producto que diseña. El trabajo es fundamentalmente una contribución en la toma de decisiones curriculares para efectos de formación del diseñador. El caso de estudio es la asignatura "Administración de la Profesión", en la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

C132. El Inhouse universitario, una experiencia exitosa en la formación de nuevos profesionales. Gabriel Bernal García (**) [Escuela de Artes y Letras Institución Universitaria - Colombia]

Deseamos presentar esta experiencia académica, como aporte importante en la formación de los nuevos profesionales del diseño, mostrar la conceptualización, la calidad gráfica, la ilustración, creación de personajes, animación de videos y destacar los logros y reconocimientos que se pueden obtener a nivel mundial con los futuros profesionales del medio latinoamericano y la vinculación de la empresa privada y las instituciones gubernamentales. Desarrollamos un proyecto para complementar las competencias de formación y acercar a los estudiantes a las prácticas profesionales y vincularlos al mundo real, así se creó el inhouse institucional denominado "Realidad Comunicación Estratégica".

2.2 [B] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Diego Bresler, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de José Eduardo Naranjo Castillo de la Universidad Nacional de Colombia, Colombia, miembro del Comité Académico.

C133. Capacitación en emprendedorismo a alumnos de industrias creativas. Diego Bresler (***) [Universidad de Palermo / DBCONSULTORIA - Argentina]

La presentación aborda la reflexión sobre el emprendedor y su mundo, la reflexión sobre el tipo de emprendimiento a desarrollar por los alumnos y los patrones de la activi-

dad en cuestión y la relación entre la Universidad y los profesionales que participan en la materia. Se desea superar la barrera entre lo institucional, los conocimientos teóricos y la práctica y vida real que se vincula en una materia como esta donde se coopera con la construcción de un emprendimiento que le dará salida laboral al profesional/emprendedor que la toma.

C134. Clientes reais no projeto final para aproximação do aluno com o mercado. Raquel Godinho (*) [Instituto Federal Sul-rio-grandense - IF Sul - Brasil]

O trabalho tem o intuito de apresentar uma das experiências de aproximação dos alunos dos cursos de design, do Instituto Federal Sul-rio-grandense Campus Pelotas, com o mercado. O desafio aceito em 2013 foi de atender a uma demanda interna de seis cursos de diferentes níveis e áreas do Instituto. Foram desenvolvidos sete projetos de design em seis disciplinas, das dez que compõem o semestre, de forma interdisciplinar.

C135. El contacto con clientes reales como elemento de definición del perfil profesional. Gabriela Pagani [Universidad de Palermo - Argentina]

El trabajo indaga acerca del impacto de los trabajos proyectuales para empresas e instituciones con demandas reales en la reformulación de las expectativas laborales de los estudiantes de carreras de Diseño y Comunicación, ayudándolos a definir el campo de trabajo en el que desean incursionar dentro de su disciplina.

C136. El diseño y el desarrollo local una apuesta desde la universidad. José Eduardo Naranjo Castillo (*) [Universidad Nacional de Colombia - Colombia]**

La Universidad como epicentro del desarrollo del conocimiento en Latinoamérica debe jugar un papel importante en su desarrollo a escala humana, es así como desde el Diseño a partir del modelo de la triple hélice (relación Universidad-Empresa-Estado) la Universidad Nacional de Colombia a partir de sus ejes misionales formación-investigación- extensión, genera una plataforma para el desarrollo desde la dimensión productiva soportado por tres entes que se integran para fortalecer las estructuras del estado y las empresas con miras a un desarrollo sostenible y sustentable en el tiempo. DGI, EDDP y ACUNAR tres unidades integradas para este fin, un modelo de desarrollo desde la universidad.

C137. Enseñanza del Diseño, fase dos “Producción y Financiamiento”. Cristina Amalia Lopez y Paolo I. G. Bergomi [Asociación Argentina de la Moda / CONPANAC / Modelba / ALADI - Argentina]

Los programas públicos y sistemas de apoyo económico y financiero son una herramienta necesaria para concretar desarrollos de investigación tecnológica, innovación, prototipos, pre-series y productos diseñados, en especial cuando se trata de los primeros proyectos de diseño, momento en el cual proponer en el mercado una idea innovadora y creativa necesita de apoyo crediticio para poder concretarlo. En este sentido los lineamientos desarrollados por ALADI en lo que respecta a la formación profesional a través del ALA y la alianza con el Foro de Ciencia y Tecnología han desarrollado el programa infor-

mativo y de proceso “Financiando Diseño”, pensado como una oportunidad estratégica de apoyo al neo diseñador.

3. Formación para un Diseño Innovador y Creativo

3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Nicolás Sorrivias, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Luis Fernando Téllez Jerez de la Fundación Universitaria Comfenalco Santander UNC, Colombia, miembro del Comité Académico.

C138. Análisis de las transformaciones que han registrado los videojuegos. Yamil Lambert [Escuela Superior Politécnica del Litoral - Ecuador]

Analizar las transformaciones que han tenido incidencia en el diseño de videojuegos independientes que tienen como factor de éxito la adictividad, cómo subsiste la industria de los videojuegos siendo que deja de ser un pulpo y externaliza un producto que es atractivo, Identificar patrones de adictividad en los videojuegos móviles como factor de éxito usando el DSM V, identificar y explorar los factores que han hecho que los desarrolladores independientes se interesen en la industria de los videojuegos móviles. Analizar el diseño de videojuegos móviles con pocas características técnicas e inversión. Describir y analizar la ludopatía y Comparar y analizar los videojuegos móviles populares.

C139. Análisis de objetos gráficos y de patrones utilizados en Realidad Aumentada para el aprendizaje en la educación básica del Ecuador. Wellington Remigio Villota Oyarvide [Ecuador]

Analizar las transformaciones que se han registrado en el contenido multimedia producido por diseñadores ecuatorianos para la Realidad Aumentada en la educación básica del Ecuador entre el 2010 y 2013. Conocer desde el punto de vista docente la aportación de la Realidad Aumentada en la educación básica del Ecuador frente a otras tecnologías como el video digital. Diagnosticar los objetos (imágenes 2D, 3D, videos y animaciones) y su interacción a los que se ha aplicado realidad aumentada. Además de evaluar el proceso de producción del contenido de Realidad Aumentada como imágenes 2D, 3D, videos y animaciones por diseñadores gráficos especializados.

C140. Análisis Histórico en la interacción de medios de Facebook. Jessenia Guadalupe Chalen Ortega [Universidad Católica Santiago de Guayaquil - Ecuador]

La red social Facebook (2004) sigue liderando, seguida de Twitter, puesto que es considerada no sólo la más popular sino también la más innovadora, debido a la inclusión de varios elementos como el video, sonido, enlaces, imagen, y texto han ido registrando una transformación notable en las interfaces del usuario en el periodo que se desea estudiar. Dichos elementos forman parte del diseño web que se aplica a los sitios 2.0. En este contexto, nos lleva a realizar un análisis de cada uno de los elementos y su disposición relativa que afectan en la intención comuni-

cacional y funcional de la interacción de medios dentro del diseño web de esta red social.

C141. El diseñador del futuro. Ramiro Pérez [pérezdiseño - Argentina]

El mundo ha cambiado vertiginosamente y no nos ha dado tiempo aún para saber si lo que estamos enseñando y formando es lo que el mercado necesita. En pos de vislumbrar el panorama actual y de embarcarnos hacia una nueva etapa, reflexionemos: ¿cómo debe ser el diseñador del futuro?

C142. El diseño de interfaz como investigación en arte-ciencia-tecnología. Joaquín Zerené Harcha [Chile]

El arte y el diseño que trabajan con nuevos medios plantean una serie de investigaciones sobre el desarrollo de interfaces experimentales que buscan explorar no sólo las posibilidades técnicas sino también la dimensión cultural y vital de estas tecnologías. Las figuras del artista medial y del diseñador de interfaz presentan fuertes similitudes, tanto en la práctica como en la teoría, como generadores de espacios de acción donde se articulan las interacciones entre usuarios y artefactos. Las relaciones arte-ciencia-tecnología encontramos un escenario propicio desde el cual plantear posibles encuentros interdisciplinarios para reflexionar sobre la actividad del diseño en una sociedad mediatiza

C143. Elementos conceptuales para la aplicación de la ergonomía en el proceso creativo. Viviana Otálvaro [Instituto Tecnológico Metropolitano - Colombia]

Las nuevas tecnologías han generado grandes cambios en la relación usuario-máquina-entorno, amplifican las maneras de uso de los objetos y determinan modos de comportamientos que deben replantear la manera de la enseñanza y aplicación de la ergonomía. Esta ponencia pretende establecer una reflexión acerca de cómo se puede abordar esta enseñanza mediante la incursión de varios elementos conceptuales que permiten cambiar estructuras mentales en el estudiante y amplifican los modelos de interacción en el proceso creativo o metodológico. Estos elementos se han probado en diversos cursos de ergonomía en el Programa de Diseño Industrial del Instituto Tecnológico Metropolitano.

C144. ¿Sufro de algún “TIC nervioso” en tiempos de Alfabetización Digital? Luis Fernando Téllez Jerez () [Fundación Universitaria Comfenalco Santander UNC - Colombia]**

Como docentes, directivos o investigadores en la Educación Superior nos enfrentamos al impacto de las nuevas tecnologías en un contexto netamente expedito para los nativos digitales (que son nuestros estudiantes hoy en día) y algunos somos considerados dinosaurios tecnológicos por el poco conocimiento en el uso de dispositivos electrónicos en el aula para impartir conocimiento o aprovechar las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías para su aprovechamiento en educación; en esta ponencia busco diagnosticar a los asistentes si sufren de algún “TIC nervioso” para mostrarles el enfermo panorama si no se actualizan y emprenden la adaptación de sus currículos a sus contextos educativos.

3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Nicolás Sorrivás, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C145. Diseño editorial de bajo costo: El dibujo y las soluciones imaginarias proyectadas hacia espacios loft mediante ideas low tech. Georgina Montoya Vargas [Taller San Miguel - Colombia]

El proyecto pedagógico presentado para el área de artes en el Liceo Taller San Miguel en la ciudad de Pereira, hace parte de los laboratorios de experimentación - creación en arte y diseño, donde las Conexiones entre lo simbólico y lo real, parten de la experiencia creativa como eje fundamental en la generación de ideas, pensamiento, comunicación y expresión. El análisis que se presentara a continuación trata de la intermedialidad y la utilización de diferentes dispositivos donde los niños y niñas puedan comprender el mundo de las imágenes en la contemporaneidad a partir de una alfabetización visual simulada por medios análogos, pero dirigida hacia el pensamiento digital.

C146. El papel y la pantalla. Potencialidades y limitaciones de la cultura digital en las estrategias de enseñanza y aprendizaje. Mariana Bavoleo [Universidad de Palermo - Argentina]

Retomando algunas de las concepciones sobre la tecnología educativa, la ponencia intentará reflexionar sobre las relaciones pedagógicas, en el marco del fortalecimiento de la cultura digital. El objetivo es abordar las potencialidades, limitaciones y valorizaciones didácticas que surgen frente a incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en las asignaturas del Núcleo de Formación Académica (NFA) de la Universidad de Palermo. En esta ponencia se presentarán los resultados finales del proyecto disciplinar que se desarrolló en el marco del Programa de Investigación DC, perteneciente a la Universidad de Palermo, durante el año 2013.

C147. Tipografía: de la gráfica a la web. Rita Esperanza Ludueña [Instituto Superior Santo Domingo - Argentina]

“Tipografía: de la gráfica a la web” se muestra como un recorrido que lleva a comprender la tipografía desde su esencia formal y su raíz gráfica, hasta su aplicación en la web. La metodología de enseñanza que se presenta se aleja de la transmisión de recetas ejecutadas. Propone ver ejemplos de diseños tipográficos inspiradores que alimentan la creatividad. Ayuda a comprender los detalles de la creación de fuentes y tipos de letra para múltiples aplicaciones, con el firme objetivo de formar profesionales que además de crear técnicamente sitios web, lo hagan con originalidad y criterios estéticos.

C148. Hotel Salam: relato sobre o desenvolvimento de um produto audiovisual para mídias digitais. Tiago Lopes (*) [Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Brasil]

O relato aborda o processo de desenvolvimento do projeto web de audiovisual interativo Hotel Salam. Trata-se de uma atividade transdisciplinar do curso de graduação em

Comunicação Digital da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) na qual que foram trabalhados princípios conceituais de hipertextualidade, convergência de novos formatos audiovisuais e produção colaborativa emergente.

C149. Los territorios del diseño y su incidencia en los modelos educativos. David Jurado y Lukas Vargas Bonilla [Colombia]

Construir un diálogo crítico-académico entre los agentes involucrados en la enseñanza y práctica del diseño es importante, para tal fin, se observa el sistema dinámico de la cultura que genera la formación de nuevos territorios del diseño, en donde el desempeño del diseño en términos laborales, se presenta como consecuencia de la formación académica brindada por el docente y las instituciones educativas. De igual forma, es interesante dar cuenta del vínculo entre algunas problemáticas del diseño y la integración disciplinar atendido desde una perspectiva antropológica del diseño.

C150. Social Media y Universidad, mucho más que marketing online. Nicolás Sorrivás (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

En los tiempos que corren, las redes sociales se han tornado una herramienta indispensable a la hora de pensar las estrategias de comunicación de una empresa. Sin embargo, si hablamos de una institución educativa, el Social Media no puede, únicamente, pensarse en torno a estrategias de marketing. En la presente conferencia, se debatirá el caso DC 2.0, la Facultad de Diseño y Comunicación en las Redes Sociales, donde el coordinador del Programa describirá cómo se trabaja el Social Media en la Universidad de Palermo, en torno a la gestión de comunidades educativas online.

3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Daniela Di Bella, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de André de F. Ramos de la Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil, miembro del Comité Académico.

C151. Enseñanza innovadora de Diseño Industrial con tecnologías de fabricación digital. David Torreblanca [Duoc UC - Chile]

Las tecnologías de fabricación digital están modificando la manera de concebir, diseñar y de fabricar productos, impulsando la innovación. Son tecnologías que permiten materializar una pieza, sistema o producto final directamente de un archivo digital, con diferentes métodos, materiales y acabados. Las ventajas para la educación de Diseño Industrial son la rapidez, precisión, versatilidad y posibilidad de generar formas complejas. Las Tecnologías de Fabricación Digital son herramientas que permiten potenciar las competencias (conocimientos, habilidades, actitudes) de los diseñadores industriales en formación, motivarlos y abrir nuevos espacios para la innovación y emprendimientos a través del Diseño Industrial.

C152. Ensino de Animação em Design - Um caminho com três etapas. André de F. Ramos (*) () [Universidade Federal do Rio de Janeiro - Brasil]**

Será apresentado no congresso o resultado das disciplinas relacionadas à área de animação no curso de Comunicação Visual/Design da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Serão abordados: a proposta pedagógica, expectativas, os procedimentos metodológicos, exercícios e trabalhos finais das disciplinas de Tecnologia e Produção da Imagem B (animação), Projeto em animação e Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs). O artigo refere-se à apresentação dos resultados obtidos ao longo dos anos de 2012 e 2013, concebido a partir da filosofia de Fluxo de aprendizagem (Learnflow - apresentado no Congresso Latino americano de Ensino de Design em 2013).

C153. Las herramientas multimedia como refuerzo en el aprendizaje en las unidades educativas del milenio. Paulina Paula [ESPOCH - Ecuador]

La investigación pone de manifiesto el problema de aprendizaje en la asignatura de Lengua y Literatura en los niños de segundo año de Educación Básica de las Unidades Educativas de Milenio. Por tanto el desarrollo de una herramienta multimedia como ayuda para el proceso de aprendizaje será la propuesta didáctica en que los niños aumentarán su nivel de aprendizaje, de forma que la propuesta esta direccionada entorno a la identificación de componentes gráficos que despierta el interés y aceptación en los estudiantes. Este trabajo de investigación refleja que las herramientas multimedia refuerzan el aprendizaje en las Unidades Educativas del Milenio.

C154. Las Teorías del Procesamiento de Información Aplicadas en los Entornos Virtuales de Aprendizajes Utilizados en las Carreras de Diseño Gráfico. Ingrid Fiallos [Universidad Politécnica Salesiana - Ecuador]

La educación ecuatoriana ha venido transformándose desde hace algunos años en donde las corrientes europeas han sido un modelo exitoso a replicar en el país, uno de los componentes utilizados son entornos virtuales de aprendizaje aplicados en las aulas de las universidades, los mismos que incorporan recursos a ser usados por los docentes para la mejor comprensión del estudiante. Las teorías de enseñanza-aprendizaje están inmersas en estas herramientas ya que ayudan analizar a los alumnos. Esta investigación pretende analizar los entornos virtuales de aprendizaje dentro de las teorías de procesamiento de información que son aplicados dentro de las carreras de Diseño Gráfico en el Ecuador.

C155. Puestas lumínicas dentro y fuera del aula. Carolina Levy [Levy & Ciotti / Universidad de Palermo - Argentina]

El objetivo es mostrar como agrega valor a una clase, llevar las pruebas de luces habituales de cada espacio de un anteproyecto de Diseño, y producirlas en el aula. Incorporándolo como un juego grupal, en una escala chica, con toda la práctica que sea necesaria y luego volver a aplicarlo sobre objetos, interiores o fachadas. Observando como cada intervención es diferente, porque hay diversos materiales, texturas y colores que inciden en el espacio y luego como repercute en la puesta lumínica. La especialización y la Integración de los elementos nos

condicionara al momento de cerrar una venta. Todo es parte del proceso de creación.

C156. Rudimentos del Modelado Tridimensional y Renderizado dentro del aula. Edwin Alberto Moreno Jaimés [Universidad Manuela Beltrán - ITAE - Colombia]

Se propone profundizar el aprendizaje de la computación gráfica 3D, de todo el conjunto de utilidades y recursos que los programas de diseño brindan para la creación de ilustraciones espaciales en el campo arquitectónico, editorial, Web y multimedia, aplicados dentro de un curso de diseño. Reconociendo y haciendo un análisis de las técnicas gráficas y los recursos existentes basados en varios conceptos novedosos como navegar en mundos tridimensionales, crear complejas figuras partiendo de formas simples, aplicar texturas, y redimensionados que transformen las ideas. Propiciando la investigación en la producción de material gráfico analizando los procesos estructurales involucrados en el diseño.

C157. Televisión educativa en Argentina: perspectivas teóricas para abordar la problemática. Matías Panaccio [Universidad de Palermo - Argentina]

En la Argentina, el concepto de “televisión educativa” continúa hoy tan en disputa como desde la aparición de la tecnología a principios de los años cincuenta. Desde entonces al concepto se lo han apropiado productores, docentes, canales, sacerdotes, médicos, políticos o tecnófilos, sin que esta pretenda ser una lista completa o representativa. Esta ponencia se propone discurrir en las diferentes concepciones que ha tenido este concepto tan complejo a lo largo de los años, con miras a intentar comprender las actuales concepciones y dejar planteadas las preguntas que aguardan por una respuesta.

C158. Tipografía híbrida: caligrafía e letterpress em processos digitais. Fernanda Henriques (*) [Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp - Bauru) - Brasil]

Desde a invenção da escrita a partir do barro e da cunha, uma constante busca pelo desenvolvimento de ferramentas exploram a plasticidade da escrita. Atualmente contamos com diversos aplicativos para dispositivos móveis que emulam processos antigos de composição de texto. Os aplicativos móveis acabam por se tornar um importante instrumento de ensino no campo do design por permitir aos alunos experimentarem técnicas antigas que precisariam de grandes e onerosos laboratórios para existirem, infelizmente distantes da realidade das universidades públicas. Portanto, esta pesquisa averigua alguns aplicativos disponíveis no mercado analisando seus potenciais didáticos, as convergências e divergências com as técnicas originais.

3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Daniela Di Bella, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Renato Echegaray del Instituto Superior Santo Domingo, Argentina, miembro del Comité Académico.

C159. Aprender a dibujar con tablets, métodos de estudio del arte y nuevos métodos de enseñanza. Luis Lopez Jubin [Hastaller Comunicación Visual - Uruguay]

Se trata de un proyecto de trabajo a 3 años, donde se busca aprender el dibujo desde la técnica pura utilizando herramientas digitales, para luego abordar varios temas sobre arte digital, los futuros métodos de estudio del arte y nuevos métodos de enseñanza. Se explicara el recorrido de aprendizaje del dibujo que da la academia de arte, usando una tablet con sus herramientas digitales, solo cambiar el lápiz y el papel por la tablet y su lápiz. En esta conferencia se explicara el proceso de como se realizaron todos los pasos que marca un taller de Bellas Artes (5° año) utilizando una tablet Samsung Galaxy Note y un lápiz wacom.

C160. Aspectos inquietantes de la subjetividad contemporánea: lo deseable y lo posible. Daniela Di Bella (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La subjetividad contemporánea ha efectuado un pasaje de la concepción del sujeto clásico, a la del sujeto operativo, un sujeto que no sabe bien por qué hace las cosas, un sujeto con vacío simbólico. En este contexto la definición de la propia subjetividad ciertamente se puede convertir en una incógnita, en un vacío de desorientación y dificultades. Como educadores en Diseño estamos cada vez más comprometidos en encontrar y proporcionar las pistas, y llaves hacia la propia subjetividad significada, donde el individuo se encuentra, se divierte y se retroalimenta en relación con una actividad que lo identifica, satisface y lo motiva, en definitiva brindar aquellas claves que resultan esenciales en la construcción de una subjetividad anclada con el propio flujo personal creativo.

C161. Cine digital en realidad aumentada. Fernando Rolando [Universidad de Palermo - Argentina]

Esta ponencia plantea que asistimos a un cambio profundo en los paradigmas audiovisuales que dinamizan los métodos de enseñanza. La concepción retiniana del cine, sumada a las posibilidades que hoy nos brindan los procesos de digitalización nos obligan a ampliar las estrategias pedagógicas conforme a las exigencias innovadoras del mercado. Implica discutir medios, recursos y didácticas para el desarrollo de un diseño innovador y creativo que sume distintos enfoques en el aula aunando el cine digital con la realidad aumentada, reflexionando acerca del rol que les cabe a las nuevas formas de producción y tecnologías como generadoras del conocimiento humano.

C162. Diseño Didáctico y Educación para la Comprensión: Una respuesta editorial para la demanda contemporánea. Renato Echegaray (*) [Instituto Superior Santo Domingo - Argentina]**

Inmersos en una cotidianeidad en la que palabras como “Experiencia de Usuario”, “Accesibilidad”, “Amigable” y “Comprensible” son términos corrientes; se propone una interfaz interactiva y diseñada a medida para cada espacio curricular en la enseñanza del diseño. Se presenta una solución de diseño que articula la “Educación para la Comprensión” como un modelo educativo consistente y una interfaz diseñada bajo atributos de estética sincrónica al estudiante y calidad académica. En este marco concep-

tual, la ponencia presentará diseños editoriales digitales que responden tanto a la exigencia académica como a un relato visual agradable para el alumno.

C163. Dispositivos Móviles de Realidad Aumentada Como Plataforma de Innovación Disruptiva para la Creación de Valor de Marca. Eduardo Orozco Coba [Colombia]

Los avances en la miniaturización de los microprocesadores, y la disminución del costo de la tecnología, han democratizado el uso de dispositivos móviles creando un mercado global altamente competitivo y favoreciendo un desarrollo tecnológico marcado por la convergencia digital y la comunicación permanente. Para permanecer relevantes en un mundo sobrecomunicado las marcas deben innovar. Es así que nacen las computadoras vestibles y los dispositivos móviles de Realidad Aumentada. En este estudio se explora la capacidad que tienen estas aplicaciones tecnológicas de crear valor de marca para las compañías que las desarrollan y se evalúa la posibilidad de que cambien la manera en que las personas interactúan con la información a diario.

C164. El libro digital y las nuevas formas de acceso y consumo de contenidos. Daniel Benchimol [Proyecto451 - Argentina]

El libro digital está presentando cambios muy profundos en la forma que tenemos de crear, distribuir, compartir y acceder a los contenidos. Tal vez el cambio más profundo en su historia. Y el ámbito académico esta sin dudas atravesado fuertemente por este nuevo contexto, donde docentes, investigadores y alumnos conviven con nuevas maneras de acceder a la información. En esta conferencia, la propuesta será desarrollar cuáles son las características que diferencian a un libro digital de un contenido en papel, y exponer las características fundamentales de los cambios que promueve el acceso a libros digitales, así como también las estrategias que actualmente están desarrollando las editoriales educativas, acompañado del surgimiento de nuevas plataformas de difusión de contenidos.

C165. El modelo Flipped Classroom: una propuesta de enseñanza digital. Andrés Olaizola [Universidad de Palermo - Argentina]

La ponencia describe los rasgos distintivos del modelo pedagógico *flipped classroom* o “clase inversa”. En primer lugar, se exponen los orígenes de este modelo, así como su vinculación con el *blended learning*. Después, se detallan los pasos a seguir para implementar este modelo y la estructura básica de una clase inversa. En tercer lugar, se reflexionan acerca de los beneficios potenciales del modelo y sus limitaciones y desafíos. Luego, se analizan los videos de las clases o mini-videos docentes modulares (Letón et al., 2009, 2011), elemento central de la clase inversa. Finalmente, se esbozarán algunas conclusiones.

3.3 [A] Innovación Cultural (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Sebastián Caro, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Amilton Arruda de la Universidad Federal de Pernambuco, Brasil,

y Edgar Saavedra Torres de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC, Colombia, miembros del Comité Académico.

C166. Aplicação do conceitos do Design Universal a uma proposta de Loft para Terceira Idade com Acessibilidade. Amilton Arruda (*) ()[Universidad Federal de Pernambuco - Brasil]**

Com o crescimento da população idosa no Brasil aumenta a preocupação com lugares adequados para os idosos morarem e adequar estes ambientes para tal faixa etária. Para esta importante tarefa de design é necessário fazer uso de ferramentas informacionais e computacionais para o desenvolvimento de projetos mais inovadores. O objeto deste trabalho é apresentar uma modelo de estudo, onde os ambientes do ponto de vista das dimensões, do espaço físico, do mobiliário e da informatização, para se tornarem residências confortáveis, seguras e adequadas aos idosos, é necessário implantar uma cultura da Terceira Idade, onde estes valores sejam verdadeiramente coerente.

C167. Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del Diseño. Edgar Saavedra Torres ()[Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC - Colombia]**

Este documento muestra los avances en la propuesta de acercamiento a teorías y/o discusiones de diseñadores en su producción escrita (textos en o traducidos al español y portugués) difundidos en Latinoamérica, que aborden conceptualmente la dimensión social en el diseño; por tanto se centra en lo discursivo y no en las intervenciones o casos que se auto inscriban en la acción social del diseño. Lo anterior, con el fin de aportar elementos teórico- conceptuales, que contribuyan a ampliar el campo de investigación en el diseño y particularmente en lo social.

C168. Carnaval e Design. Laboratório de Design Solidário junto ao GRES Coroa Imperial. Claudio Goya (*) [Brasil]

Trata-se do relato de experiências do Projeto de Extensão Universitária em Design, Laboratório de Design Solidária, Labsol, do Departamento de Design da Faculdade de Artes e Comunicações, FAAC, Unesp Bauru, junto à comunidade do GRES Coroa Imperial. Neste processo os integrantes do projeto, contou-se com o voluntário do alunado do Curso de Design, na experiência de projeto, execução de protótipos, pilotos e peças finais, propiciando o contado com a comunidade e demonstrando na prática o papel social e o valor do designer na sociedade contemporânea ao verem que a Coroa Imperial último colocado no carnaval de 2013, recebeu o terceiro lugar em 2014 pela ação do Design.

C169. Design para a diversidade cultural na escola infantil. Rita Aparecida da C Ribeiro y Anderson Horta (*) [Universidade do Estado de Minas Gerais - Brasil]

Uma das grandes questões que permeiam a Universidade hoje é sua interação com o ensino infantil. O trabalho propõe a discussão da diversidade cultural, a partir da construção de mobiliário para escolas infantis associada à utilização de materiais sustentáveis. Nossa proposta foi criar uma linha de mobiliário para escolas públicas, que traga o conceito da diversidade, mostrando que todos

são iguais, porém diferentes. Realizada pelo Grupo de Pesquisa Design e Representações Sociais, do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais com a Escola Municipal Henfil, que atende 200 crianças, na faixa de 02 a 05 anos, é um projeto financiado pela FAPEMIG e CAPES.

C170. Percepción del adulto mayor de Buenos aires, Argentina, frente a la comunicación visual de las etiquetas en los productos del mercado. Martha L. Arroyave Vargas [Colombia]

Esta investigación se enfoca en la oportunidad de comunicación que puede o no generar el diseño gráfico y sus variables (color y tipografía) en el adulto mayor de Buenos Aires, a través de la etiqueta del envase de un producto exhibido en góndolas. Esta población de consumidores crece cada vez más y se convierte en un mercado potencial con sus propias necesidades. En este sentido, se busca indagar acerca de las dificultades que encuentra este grupo etario para percibir, detectar o identificar objetos espaciales, considerando, además las limitaciones que presentan en su capacidad visual.

C171. Publicidad Social - Comunicación para la integración. Rafael Mauricio París Restrepo [Colombia]

Se reconoce la Publicidad Social, porque sus objetivos van encaminados a la acción de reflexión, en pro de mejorar actitudes hacia el cambio social, y sobre todo, actividades dirigidas a la difusión de ideas y conceptos acerca de la convivencia, posicionando causas sociales. Esta ponencia se centra en dilucidar el papel de la Publicidad Social en el escenario del siglo XXI, y en señalar su valor educativo como publicidad integrativa y de desarrollo social de las identidades nacionales y globales.

3.3 [A] Innovación Cultural (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Sebastián Caro, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C172. “Somos Todos Um” - Projeto teórico-fotográfico baseado em estudos em Natureza, Simplicidade e Espiritualidade, desenvolvido juntamente com crianças da Escola Viver. Débora Cristina Ferrari e Rodrigo Cordeiro (*) [FAAC/UNESP- Brasil]

Com o objetivo principal de trazer boas energias aos que tenham contato com esta pesquisa, de uma forma simples e leve, Somos Todos Um tem base em estudos a partir dos conceitos de Natureza, Simplicidade e Espiritualidade. Foi desenvolvida junto com crianças da Escola Viver - Waldorf de Bauru, interior de São Paulo. As ferramentas metodológicas tiveram por princípios a possibilidade de Educação com o Design, o Design Social e a Cartografia como método descritivo. Amor, Afeto, Cuidado, Respeito, Filosofia, Sociologia, Pedagogia, dentre outros saberes e sabores, misturam-se e interligam-se em uma rica teia repleta de trocas, experiências e evolução.

C173. Co-laboratorio, diseño desde el museo del caribe dirigido a la primera infancia. Tatiana Miranda [Museo del Caribe - Colombia]

Cada vez más, los museos evolucionan para facilitar el acceso a sus colecciones para públicos diversos. En los últimos años se ha vuelto la mirada sobre el impacto de las primeras experiencias para los niños más pequeños. Por ello se plantea una propuesta multidisciplinar a través de una metodología en la cual el Museo se convierte en un laboratorio colaborativo, enseñando y fomentando un proceso participativo en cual diseñadores y museólogos invitan a pedagogos y padres a participar en el diseño de materiales educativos y estimulantes para los más pequeños, con el fin obtener resultados pertinentes, interesantes y concertados.

C174. Derechos Humanos y Diseño industrial: experiencia en la Cátedra Ciencias Humanas. Patricia Buguña y Adriana Ester Martín [Argentina]

En una materia del ciclo introductorio de Diseño Industrial, como es Ciencias Humanas, docentes y alumnos embarcamos en un medio donde navegan fortalezas y debilidades asociadas ambas a distintas problemáticas, entre ellas, las posibilidades de la institución universitaria como sede de inclusión social y cultural. La educación, por su capacidad de transformación es el instrumento más efectivo para lograr el objetivo de que la ética de los derechos humanos se transforme en un motor de cambio que mejore y facilite la interacción de las personas en los distintos ámbitos sociales. Este objetivo se incluye en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la materia Ciencias Humanas, desde la que proponemos construir una conciencia crítica de la práctica proyectual, con una clave de lectura del Diseño Industrial a partir del enfoque de Derechos Humanos

C175. El diseño y la construcción de significados: de la sociedad al aula. Sebastián Caro (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La condición signíca del diseño lo inserta en la vida cotidiana como un innegable configurador de sentido. A través del flujo de imágenes, el diseñador realiza su labor contribuyendo a procesos de construcción de significados. Esta acción –propia del carácter comunicacional del diseño– otorga al diseñador una gran responsabilidad social. En esta ponencia se analizan cuáles son las herramientas pedagógicas que se deben poner en práctica para educar al futuro diseñador en dicha responsabilidad social, estableciendo la importancia de la transposición didáctica de la acción significativa del diseño para incluir en el aula desarrollos conceptuales y tecnológicos para la innovación cultural.

C176. O Designer de Moda Abraça as Mulheres Mastectomizadas. Priscila Andrade y Naira do Amaral (*) [Brasil]

Este artigo apresenta o desenvolvimento de um projeto de design social para o campo da moda que objetiva promover o bem estar de mulheres mastectomizadas, através de uma coleção de vestuário e acessórios. Trata-se de um público bem extenso e que requer um projeto específico, tendo em vista as limitações físicas impostas pelo tratamento da doença que fragiliza a autoestima da mulher. A proposta da coleção é, ao mesmo tempo, promover o bem estar da usuária e valorizar sua feminilidade.

3.3 [B] Innovación Cultural (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Marina Matarrese, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Juan Diego Moreno Arango del Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia, y Amalia Soledad Martínez de la Escuela de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo, Argentina, miembros del Comité Académico.

C177. A voz da Capoeira: Design Social aplicada em jornal comunitário. Manoela Cazzoni Gonçalves (*) [FAAC/UNESP - Brasil]

A pesquisa trata do processo e dos resultados do jornal comunitário A Voz da Capoeira. O projeto vem sendo elaborado junto com o Centro Cultural Casa da Capoeira, localizado na cidade de Bauru, interior do estado de São Paulo. Optou-se pelos princípios do Design Social, considerando como interlocutores: fundador, professores e alunos. Até a presente data, duas edições foram feitas e a terceira está em produção. Isso já permite possibilidades de validação acadêmico-científica. O grupo social foi envolvido em todas as fases do processo e optou-se pela cartografia enquanto metodologia descritiva, enfatizando relacionar Design e Emoção.

C178. Diseño de libros infantiles como una experiencia de inclusión educativa. Nivel Inicial / Universitario. Carolina Menso [Argentina]

La experiencia de Responsabilidad Social Universitaria, se basa un trabajo uhnj mentre la Cátedra Diseño III de la Carrera de Diseño de la Universidad Blas Pascal y la Escuela primaria Municipal Lazcano Colodrero, ambas de la ciudad de Córdoba. Este proyecto propone la realización de libros de cuentos infantiles entre los alumnos de ambas instituciones. Esta experiencia puede definirse como un instrumento de la construcción socio-cultural de los valores que pueden ser sistematizados para ambas dimensiones educativas: la escuela primaria y universitarios. Esta experiencia ha sido evaluada por el Ministerio de Educación para ser propuesta en currícula académica.

C179. Diseño incluyente a partir del estudio de la comunicación objetual. Juan Diego Moreno Arango (***) [Instituto Tecnológico Metropolitano - Colombia]

El diseño de soluciones incluyentes para personas con diferencia funcional ha sido una constante preocupación del Semillero de Investigación en Diseño y Salud del Instituto Tecnológico Metropolitano (Medellín, Colombia). A través de la experiencia adquirida con los proyectos de investigación realizados hasta ahora se ha encontrado que la inclusión de las personas divergentes funcionales dentro de sus diferentes contextos con una mal llamada normalidad pasa no sólo por el uso de un apoyo técnico que le permita realizar algunas funciones sino también de un entendimiento de los diferentes procesos comunicacionales entre sujeto, objeto y contexto.

C180. El diseño en la trama intercultural. Amalia Soledad Martínez (***) [Escuela de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo - Argentina]

En las últimas décadas el diseño se ha enseñado en torno a algunas problemáticas y ha dejado de lado otras más

próximas o necesarias. Es en ese vacío del diseño donde nos interesa indagar en los intersticios del entramado intercultural. Pensaren aquello que no “ha sido diseñado” que ha sido construido con la participación de cada uno en las comunidades, incluso de aquellos no participan de la lucha dentro del campo de la disciplina. El diseño puede definirse según la perspectiva desde la cual se mira. Puede ser un instrumento al servicio de algunos pocos o una posibilidad de construcción social.

C181. Identidade em Ambientes e Serviços Comunitários - instrumental de ensino de Design. Lucy Niemeyer e Stella Hermida (*) [Universidade do Estado do Rio de Janeiro - Brasil]

Ao abordar o nosso objeto –o ambiente construído– tratamos a relação do design de interiores com o design de serviços, ambos como possíveis instrumentais teóricos do design social. Para tanto, aspectos de comunicação e de identidade do ambiente construído, assim como, seu caráter significativo, foram então observados também em ambientes comerciais e serviços de interesse social. O espaço em que realizamos a nossa atividade de ensino/pesquisa é o prédio pertencente à Cooperativa Vale Encantado, no Rio de Janeiro, que realiza iniciativas econômicas que promovem a sustentabilidade ambiental e inclusão social por meio de empreendimentos inovadores.

C182. Inclusión de la lateralidad humana en las redes de la investigación en el diseño. Elsa Morales Castañeda y Arturo Santamaría Ortega [Universidad Autónoma del Estado de México- México]

La lateralidad humana es la preferencia que el hombre manifiesta por el uso del lado derecho o izquierdo de su cuerpo. A los individuos de lateralidad izquierda se les ha discriminado en la sociedad, sin embargo, la legislación promueve, protege los derechos, la cultura del consumidor y procura la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. De tal modo que la inclusión de las minorías dentro del diseño concientizado es un nuevo paradigma que permitirá la formación de redes de investigación para la innovación sobre esta temática.

3.3 [B] Innovación Cultural (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Marina Matarrese, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Vaslak Rojas Torres del Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia, miembro del Comité Académico.

C183. Design Gráfico Inclusivo: Percepção visual na dislexia e o estudo da tipografia. Fernanda Henriques (*) [Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp - Bauru) - Brasil]

No âmbito do design gráfico, inúmeras áreas e propostas específicas podem agregar-se sob o conceito de Design Inclusivo e propiciar um alargado rol de trabalhos que visam amenizar certas limitações humanas. Dessa forma, esta pesquisa propõe a união entre os estudos sobre dislexia e tipografia a partir dos saberes fonoaudiológicos e de design gráfico no intuito de identificar algum padrão

relacionado ao nível visual entre estes indivíduos e se as diferentes tipografias existentes influenciam no reconhecimento visual das palavras desta população.

C184. Diseño para fortalecer tejidos sociales. Diomar Elena Calderón Riaño [Universidad San Buenaventura (sede Medellín) - Colombia]

La buena nutrición en la primera infancia es una de las formas para romper el ciclo de pobreza, promover el desarrollo humano y económico de un país. Situación que involucra diversas disciplinas e invita al diseñador industrial al ejercicio de proponer a partir de un modelo social que considera una serie de ejes o valores fundamentales del bienestar de las personas, hábitos y cultura. En este panorama se consolidan oportunidades para la intervención del diseñador desde los enfoques social, sistémico, estratégico, y de servicios, para generar propuestas centradas en la comunidad, compatibles con el contexto y fortalecedoras de la red de conocimiento.

C185. Formando en diseño incluyente: “Hacia la emancipación de la diversidad”. Vaslak Rojas Torres ()[Instituto Tecnológico Metropolitano - Colombia]**

Cuando se diseña para la diversidad funcional locomotriz, se hace inevitable reestructurar las maneras y métodos de diseño tradicionales, esto implica cambiar desde la base la forma y maneras del enseñar dicha clase de diseño, donde se le muestra al estudiante el poder que tienen los usuarios en el proceso mismo del diseñar sus propios objetos, esto sumado a la responsabilidad del diseñador al asumir el reto de cambiar su paradigma de creador a co-diseñador de los mismos, y el entender como debe volverse un experto en “la lectura del otro” para saber interpretar su punto de vista máximo cuando son usuarios que tienden a la introversión.

C186. Intervención del Diseño Universal en la experiencia del usuario con discapacidad visual en productos de consumo masivo. Yurbi Álvarez [Venezuela]

Normalmente el consumidor espera encontrar el producto en determinado empaque con determinados colores. ¿Pero qué sucede cuando el consumidor es discapacitado visual? Hoy en día al revisar las góndolas de los supermercados se observa la ausencia de Diseño Universal en los productos, lo que imposibilita la interacción adecuada del producto con el consumidor con discapacidad visual. Pues para estas personas no es posible distinguir por medio del tacto qué producto están adquiriendo, ya que el empaque o la etiqueta no les proporcionan ningún tipo de información bien sea por medio de la escritura Braille, uso de texturas, relieves y formatos.

C187. La enseñanza en la academia del Diseño Web incluyente. Interfaces gráficas para todos. Jaime Enrique Cortés Fandiño [Colombia]

El presente texto busca abordar de una manera introductoria la relación que existe entre la accesibilidad de los públicos con discapacidad visual, el diseño web y la enseñanza formal en el aula de clase. Se utilizan ejemplos del cine de usos de traducción semiótica y procesos lingüísticos para la ilustración del tema. Este texto hace parte de la investigación que lleva el mismo nombre en

la Universidad Minuto de Dios, el Instituto Nacional para Ciegos y la Universidad de Caldas, esta última en donde adelanto mi maestría en Diseño y Creación Interactiva.

C188. Reflexiones acerca de la complejidad de investigar en diseño: la experiencia del Doctorado. Marina Matarrese (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

Se indagan las complejidades que conlleva formar investigadores que serán los que construyan el futuro del diseño y las comunicaciones. El Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo procura contribuir al desarrollo de las competencias necesarias para generar nuevos conocimientos y aportes originales, tanto teóricos como prácticos. Esta propuesta innovadora, que cubre una demanda académica que hasta ahora no había sido resuelta en Argentina y América Latina, cuenta con las particularidades propias de elaborar una tesis doctoral con una alta complejidad teórica acerca de tópicos que muchas veces tienen un claro interés proyectual y requieren un abordaje metodológico específico.

3.4 [A] Estudios Artísticos y Creativos (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Andrea Pontoriero, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C189. Bioenergética y entrenamiento actoral. Ruth Rodríguez y María Pía Rillo [IUNA - Argentina]

En la cátedra de entrenamiento corporal del actor del IUNA que tenemos a cargo, utilizamos la bioenergética ya que es una técnica muy movilizante de la zona emocional. Observamos que los estudiantes llegan rápidamente a un estado de disponibilidad y presencia, y que se conectan con un amplio registro de sensaciones y emociones. En nuestra ponencia, describiremos ejercicios que aplicamos en clase, expondremos brevemente el marco teórico y nos detendremos particularmente en los aspectos metodológicos y pedagógicos de nuestro enfoque de enseñanza.

C190. El aula-taller como espacio transformador. Eugenia Mosteiro [Argentina]

La importancia de guiar al estudiante en un proceso de aprendizaje que lo conmueva para aprender a adquirir un conocimiento de la asignatura, que aprenda a emprender, que cometa sus propios errores y que descubra a partir de sus fortalezas y debilidades su evolución y objetivos deseados. En la asignatura Caracterización se parte de un concepto y se visualiza el personaje. Y la articulación entre la teoría y la práctica lleva al estudiante a incorporar la técnica, uso y herramientas del maquillaje.

C191. El proceso de diseño en la enseñanza de la escenografía. Héctor Calmet [Universidad de Palermo - Argentina]

En esta ponencia se desarrollará y demostrará como está encarada y los objetivos que se están llevando a cabo en la carrera de escenografía en el Área Teatro y Espectáculos de la Facultad de Diseño y Comunicación. Se reflexionará sobre el plan de estudios, la teoría y la practica encarada en los cursos, la experiencia que se le transmite a los alumnos, debido a que los profesores de esta carrera

somos, profesionales en actividad, por lo cual, transmitimos y legamos toda nuestra experiencia, las pasadas, las actuales e investigamos la vanguardia tecnológica. Con esta forma de enseñar, preparamos futuros profesionales con temáticas innovadoras.

C192. Hacia una pedagogía funcional a la poética personal. Florencia Cima [Argentina]

Considero de vital importancia impulsar el universo singular del intérprete para el abordaje compositivo. Trabajo en una pedagogía que integra las cualidades asociativas psicofísicas del actor en pos de una búsqueda activa y personal. Siempre me interesó un camino que le permitiera libertades, ciertos márgenes de libre asociación para que el resultado final fuera una combinación de los recursos técnico expresivos con su imaginario poético. Pienso que para lograr presencias escénicas elaboradas y personales los recursos que se le otorgan al actor tienen que ser vastos y provenir de una experiencia de experimentación metodológica interdisciplinaria.

C193. Ser dramaturgo hoy: recursos y metodologías. Pilar Ruiz [Instituto CDM / Universidad de Palermo - Argentina]

La escena teatral de Buenos Aires se destaca por la diversidad de propuestas teatrales. ¿Cómo está diseñado hoy el campo teatral? y ¿cuáles son las nuevas tendencias en los procesos de creación? Crece la tendencia de dramaturgos que dirigen sus obras; directores que experimentan en la escena para llegar a una dramaturgia; actores que crean una dramaturgia a partir de la acción de sus cuerpos. ¿Cómo escribir una obra de teatro hoy? Analizar las diferentes formas de dramaturgia, comprender el rol del dramaturgo, conocer sus recursos y aprender diferentes metodologías para escribir y diseñar hoy una obra teatral.

3.4 [A] Estudios Artísticos y Creativos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Andrea Pontoriero, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C194. El arte en la formación del docente de arte. Débora Astrosky [Tercer Acto, Escuela de Teatro - Argentina]

Suelo escuchar a profesores de teatro relatar su sendero a profesor contando: estudiaba teatro hacía unos años, mi profesor me ofreció ser su asistente, luego lo reemplacé cuando el viaje, al año siguiente me ofreció un curso, leí un par de libros, hoy tengo mi propio taller. Sin desmerecer a los procesos de aprendizaje a partir del ensayo error, considero que tratándose de un trabajo que hacemos con sujetos humanos que depositan en nosotros su confianza y entrega deberíamos ser algo más cuidadosos y hacer uso del desarrollo teórico y metodológico para la formación de profesores del área artística con los que contamos en la actualidad. A ser profesor del área artística también se aprende.

C195. Las artes del espectáculo. El proceso creativo como desafío. Alejandra Soto [Argentina]

Puntos basales de conocimiento, cómo desarrollar un proceso creativo de pensamiento en lo visual, técnicas

y estrategias de experimentación, la importancia de la retroalimentación en el sistema de creación, los desafíos creativos de la enseñanza y del alumno, cómo conciliar, las salidas de campo y la interrelación de las diferentes aéreas del espectáculo para una nueva generación de alumnos a insertar en el mundo real.

C196. Proceso creativo y vivencial en el Taller de Moda I. Andrea Cárdenas [Universidad de Palermo - Argentina]

En esta ponencia se abordarán las problemáticas y detección de necesidades académicas de la asignatura Taller de Moda I. El eje de central de esta investigación es la exploración vivencial y creativa a partir de la obra del multifacético artista Xul Solar. Se analizará su interdisciplinaria obra, desde sus pinturas, objetos-escultóricos hasta sus creaciones lingüísticas. Los estudiantes crearán un trabajo de registro visual y teórico personal. Como catálogo visual de inspiración y disparador de ideas para la concreción de los trabajos prácticos y para el Trabajo Final. Se pretenden lograr las competencias de los códigos del lenguaje visual y su representación en productos de indumentaria.

C197. Teatro interactivo: funciones y alcances. Ayelén Rubio [Universidad de Palermo - Argentina]

Desarrollar habilidades, solucionar situaciones problemáticas o mediar conflictos son algunas de los beneficios que otorga la utilización del teatro interactivo como herramienta de aprendizaje, reflexión y cambio social, lejos de una búsqueda con fines estéticos.

C198. Tendencias Escénicas. Presente y futuro del espectáculo. Andrea Pontoriero (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

Desde la Facultad de Diseño y Comunicación nos preocupa generar proyectos que integren el mundo profesional con la gestión académica. Desde el nacimiento, hace diez años, del Área Teatro y Espectáculo, hemos venido desarrollando acciones al interior y hacia el exterior de las carreras destinadas a integrar esos dos mundos. En el año 2013 se tomó la decisión de organizar un Congreso que pudiese aglutinar en 2 días a los profesionales, creativos y teóricos del espectáculo. El objetivo de este trabajo es reflexionar sobre la articulación entre gestión, diseño y realización del Congreso Tendencias Escénicas, cuya primera edición se realizó el 25 y 26 de febrero de 2014, evaluar sus alcances y su proyección hacia el futuro.

3.4 [B] Estudios Artísticos y Creativos (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Andrea Marrazzi, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C199. Mario David Moncayo Romero [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ecuador]

Ecuador es una nación multiétnica y multicultural, lo que apasiona y evoca un interés colectivo por el reconocimiento de la identidad ecuatoriana. Formar parte de este reconocimiento es lo que motiva la investigación en el campo de la industria cinematográfica animada, reencontrarse con la historia a través de un análisis del

surgimiento de la industria de la animación en el Ecuador; como aporte a la historia de la cinematografía en el país. Este análisis busca encontrar una realidad en la actualidad, en donde habría que analizar diferentes esferas que de alguno u otro modo interactúan en el desarrollo de la industria de la animación en el Ecuador.

C200. Animo lúdico y profesionalización en las Artes Escénicas. Raúl Santiago Algán [El Catalgan - Argentina]

El juego, actividad sobre la que han reflexionado filósofos como Huizinga y Callois, es una herramienta pedagógica muy importante en la formación profesional. El sector de las artes escénicas de Buenos Aires asiste a la profesionalización de sus agentes y el robustecimiento de su producción. En tal sentido, el ánimo lúdico propio de la actividad artística y creativa puede funcionar como plataforma para orientar este proceso y potenciar la formación de técnicos y creativos en áreas no tradicionales como el teatro o el arte en general.

C201. Cuerpo/danza en la cultura digital. Alejandra Ceriani [Facultad de Bellas Artes - Argentina]

El mundo de las especializaciones se desmoronó. Los lenguajes artísticos entrecruzan procesos y configuraciones promoviendo así un amplio campo de investigaciones. Haciendo hincapié en esta migración del cuerpo al contexto digital observaremos, en principio, cómo se va afectando y mutando la gestualidad estetizada y la percepción de quienes intervienen. Pues, la danza, como un sistema perteneciente a un contexto, estará siempre implicada en una determinada cultura. Es fundamental hoy, por tanto, abordar una particular orientación pedagógica que posibilite la selección de ciertos saberes propios del vínculo de la danza con las artes audiovisuales y multimediales.

C202. Del Registro Etnográfico de la cotidianidad Educativa, a la Creación plástica de los y las docentes de Arte y Diseño. Isayra Colmenares [Venezuela]

La Cotidianidad Educativa, contiene en sí elementos minúsculos que son ricos para la interpretación artística, me refiero a los formatos administrativos, los registros evaluativos, datos del estudiantado, fotos de los productos creativos y hasta las planificaciones. Todos ellos pueden ser papeles de trabajo seductores para el Docente de Diseño y Artes que desee interpretar su entorno y reconstruirlo en propuestas plásticas contemporáneas. Esta experiencia ya aplicada, desea determinar al registro etnográfico, como método cualitativo para la creación artística, además de establecerlo como una humilde ruta fenomenológicamente alternativa que poetiza ó critica la intensa labor rutinaria del maestro.

C203. Desafíos de la Formación Artística en tiempos de cambios y transformaciones. Claudio Emilio Seijo [Universidad de Palermo - Argentina]

El pensamiento y la didáctica de la formación artística no solo se enfoca en la transmisión de la técnica y de la información sino que fundamentalmente imprime un huella generalmente permanente en la personalidad y futuro de la actividad artística del estudiante. En los comienzos de la contemporaneidad, tiempos de cambios y transformaciones, muy lejos ya de los modelos ortodoxos

que nos proponía la modernidad y el desvarío de la postmodernidad, nos encontramos con nuevos desafíos para repensar continuamente nuestra postura frente a la valoración del conocimiento y de sus concreciones.

C204. La enseñanza de las artes en primer lugar. Paola Acosta Zambrano [Colombia]

La enseñanza de las artes en el sistema educativo tiene poco valor ya que se le antepone las ciencias exactas, aquellas que desde la antigua Grecia se consideraban como trascendentes para la razón, por lo tanto las artes han sido desprestigiadas y vistas desde un aspecto meramente técnico. Sin embargo ésta disciplina posee la facultad de develar en el sujeto una visión del mundo diferente, concreta la autonomía y se planta en la conciencia valores que hemos perdido con la distracción de la virtualidad y la saturación publicitaria. El arte es el camino que conduce fuera del panóptico y nos abre la puerta hacia nosotros mismos, por ello el arte en la educación debe ser primero.

4. Investigación y Política Editorial

4.1 [A] Investigación. Metodología y Técnicas (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Rosa Chalkho, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Liliانا Lucía Orozco Castro de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia, miembro del Comité Académico.

C205. A análise de imagens como método de pesquisa e recurso didático. Ana Paola dos Reis (*) [Universidade Federal de Minas Gerais - Brasil]

A análise de imagem representa um procedimento metodológico que estabelece a imagem como fonte de conhecimento teórico. Toma-se como parâmetro para discussão a experiência didática desenvolvida com estudantes do sexto período do curso de bacharelado em Design de Moda da FAV-UFG, que concerne a análises de imagens e sobre as quais a problematização e a relação com outras fontes de pesquisa ancoraram o processo de aprendizagem. O artigo apresenta as particularidades metodológicas a serem consideradas ao se tomar a imagem como fonte de pesquisa, à luz de autores como Jules Prown, Lou Taylor e Gillian Rose.

C206. Co-Diseño: espacios de investigación-participación social. Michele Wilkomirsky [Pontificia Universidad Católica de Valparaíso - Chile]

Se trata de presentar un marco teórico y de investigación generado a partir de una asistencia académica de nuestra escuela de Diseño Gráfico al Programa de Recuperación de Barrios del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, a través de la Subsecretaría de la V región de Chile; realizada entre los años 2012-2013 con el Co-Diseño como método generatriz de diálogos formales para la elaboración y ejecución de proyectos de intervención barrial, tanto a nivel de equipamiento como de intervención social.

C207. Comunicación estratégica: un enfoque para la investigación en Diseño. Diego Eduardo Apolo Buenaño [Ecuador]

Concepciones antiguas propendían a que el diseño sólo servía para que las cosas se vean bonitas, en la actualidad se requiere realizar un análisis que permita establecer equilibrios y abrir espacios para que los estudiantes y profesionales vean la necesidad de investigar para desarrollar sus trabajos. Se requiere comprender que la comunicación visual (diseño) debe estar acompañada de procesos de comunicación estratégica e institucional, no por el carácter instrumental sino por la forma investigativa analítica que se pretende alcanzar. El tener este acercamiento permitirá en los asistentes obtener aspectos relevantes para la vinculación institucional, estratégica y visual en sus prácticas.

C208. Concepto, idea e insight: tres engranajes para la creatividad en el diseño. Omar Muñoz Sánchez [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

A diario, los estudiantes de diseño, comunicación y publicidad deben relacionarse con tres palabras que pueden parecer sinónimos pero que desde su naturaleza epistemológica no lo son. Aclarar los términos: concepto, idea e insight es tan necesario como obligado. Es por ello, que esta propuesta investigativa que es resultado de una tesis doctoral intenta arrojar información que permita construir un marco epistemológico para la creatividad de disciplinas como el diseño, la publicidad y la comunicación. Aclarar los conceptos anteriores desde una perspectiva interdisciplinaria y, transferir los hallazgos investigativos al ámbito académico será un paso importante en la difusión de nuevas prácticas sociales que beneficiará a los estudiantes y a los docentes.

C209. Convergencia de la investigación formativa y la investigación propiamente dicha. Elizabeth Vejarano [Universidad de San Buenaventura Cali - Colombia]

La dinámica de investigación dentro del Taller de diseño es pertinente para desarrollar los Cuadernos de Investigación del Programa Diseño de Vestuario, en la Universidad San Buenaventura. Estos son una forma de producción intelectual, desde la investigación formativa, elaborados en el aula de clase, como publicación y resultado de investigación en el Taller al final del semestre, constituyendo el resultado de un ejercicio reflexivo, de búsqueda y de análisis por parte de los estudiantes y con la guía dialógica de sus docentes, en torno a debates concernientes al campo interdisciplinario del Diseño de Vestuario, donde el cuerpo vestido es protagonista.

C210. Design, Proxemia e novas vivências nos percursos cotidianos. Jorge Langone (*) [PUC - RIO - Brasil]

Este trabalho tem como objetivo inicial aproximar o conteúdo bibliográfico da disciplina proxemia às aulas do curso de design de produtos da PUC-Rio, relacionando os principais autores que trataram do tema até o momento. Através dessa pesquisa, associar e resgatar a utilização de um procedimento de escrita literária do autor Raymond Roussel à disciplina. Durante as aulas, foi realizado um exercício empírico com embasamento teórico no ganho de conhecimento através do campo prático com os alunos.

O objetivo final é a análise da recuperação de pequenos relatos de objetos cotidianos na vivência dos alunos em sua cidade através percursos cotidianos.

C211. Diseño, verbo-acción. Liliana Lucia Orozco Castro () [Corporación Universitaria Minuto de Dios - Colombia]**

El grupo XTO2, ha trabajado en motivar a estudiantes y docentes hacia la investigación y se generaron cuatro productos que gozan de un alto impacto en la sociedad y que en este congreso queremos socializarlos: un libro para niños que utiliza la técnica pop up para la apropiación del patrimonio cultural, una serie para televisión para jóvenes que hacen un recorrido por los inventarios culturales de su región, un documental que rescata la memoria colectiva entorno a la exhibición cinematográfica y el último que es un proyecto - propuesta para la preservación de los parques naturales nacionales entre países de Latinoamérica.

4.1 [A] Investigación. Metodología y Técnicas (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Rosa Chalkho, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C212. Agendas de investigación en los programas de Diseño Gráfico colombianos. Alexis Castellanos Escobar [Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN - Colombia]

El presente texto ofrece una perspectiva sobre las agendas de investigación en diseño gráfico en los programas técnicos profesionales, tecnológicos y profesionales universitarios en Colombia, particularmente en la producción investigativa generada por los estudiantes en los trabajos de grado. Se describen los retos y desafíos que enfrenta la investigación en el campo del diseño así como la reconfiguración de las áreas temáticas disciplinares. Por último se puntualizan las ambigüedades en las posturas y dificultades teóricas-metodológicas que requieren atención, generando un balance de las experiencias en una época donde el diseño ha actualizado su praxis más no sus paradigmas.

C213. Diseño y archivos. Álvaro Ricardo Herrera Zarate [Fundación Universitaria del Área Andina, Seccional Pereira - Colombia]

En distintos frentes teóricos se ha discutido el papel que juegan las prácticas de archivo y su pertinencia como espacios de investigación, memoria y creación para las disciplinas relacionadas con la creación. Este escrito busca indagar algunos aspectos en relación a los archivos dentro del diseño actual así como validar su importancia en la formación del estudiante, del investigador y del profesional. Algunas preguntas al respecto serían: ¿Cuáles son y dónde están los archivos del diseño? ¿Cómo pueden usarse en la consolidación teórica y práctica de la disciplina? ¿Cuál es su relación con la enseñanza, dentro y fuera del aula?

C214. El diseño sonoro en la construcción del significado musical en el cine. Rosa Chalkho (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La ponencia delibera acerca de la función semiótica de la música en el discurso audiovisual. Se parte de la concepción más extendida que explica la manera en que la música integra la construcción de sentido del filme, aportando significaciones al clima o emoción de la escena, para luego hipotetizar acerca de la semantización, en perspectiva histórica, que el cine como maquinaria productora de sentido ha sellado sobre la música y los géneros musicales. De esta manera la música circula mediada por lo cinematográfico que ha impregnado en la discursividad social un repertorio de sentidos asociados a la narrativa audiovisual.

C215. El documental como producto de investigación: Registro dinámico de la cultura material e inmaterial. Juan Manuel España [Colombia]

El material fílmico como sistema de registro de las actividades investigativas es una herramienta de gran utilidad que permite la obtención de productos de gran valor como registro patrimonial como un documental, a la vez que permiten registrar diversos matices y singularidad del tema a investigarse, el sector de las fibras naturales en Colombia es un objeto de estudio importante que esta siendo abordado a través del registro fílmico en busca de obtener una perspectiva completa y única del fenómeno.

C216. El viaje y la etnografía: Una experiencia de aprendizaje fuera del aula. Julián Ossa Castaño [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

Con el objetivo de transformar en diseños artesanales los conceptos asociados a la identidad del departamento de la Guajira en Colombia, los estudiantes de Diseño Industrial emplean la etnografía como método de investigación, para enfatizar en cuestiones descriptivas e interpretativas de un ámbito social concreto, por fuera del aula de clase durante un período de tiempo. Con una observación directa del lugar, nuestros estudiantes emplean diferentes herramientas de investigación cualitativa, logrando entender el contexto del mundo real sin alteraciones, mientras conocen de cerca los patrones de comportamiento y los rasgos más significativos que hacen parte de la identidad de esta parte de Colombia.

4.1 [B] Investigación. Metodología y Técnicas (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Fabiola Knop, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Edward Zambrano de la Escuela de Artes y Letras, Colombia, y Luís Alberto Lesmes de la Universidad Autónoma de Colombia, Colombia, miembros del Comité Académico.

C217. Epistemología del diseño; un entorno difuso en investigación de diseño. Sergio Donoso [Universidad de Chile - Chile]

Lo impreciso de la metodología de investigación del diseño, se origina en una epistemología débil, constituida en muchos casos por métodos del más variado origen,

no siempre validados e incluso discutibles. Esto implica una baja credibilidad social y productiva, al no ser capaz de generar conocimientos trazables y dar certezas. La observación creativa de Diseño, que es principalmente hipotética e interpretativa, depende en demasía del observador, sus conocimientos y experiencias, más que de un método sólido de investigación. Pareciera que una razón para esto, es la búsqueda del sello identitario, que diferencie a cada escuela, más que una búsqueda de consolidación disciplinaria.

C218. Instrumentos de análisis de la composición arquitectónica. Edwin Quiroga Molano [Universidad Piloto de Colombia - Colombia]

La presente ponencia trata sobre el avance en la investigación para la construcción de un instrumento que permita el análisis en relación con la composición arquitectónica, con el fin de dar un soporte teórico y práctico para el aprendizaje de ésta. La investigación en curso se presenta en tres pasos: revisión de antecedentes, identificación de instrumentos de aproximación al análisis de obras y proyectos de arquitectura; construcción de un inventario de objetos de estudio, cuyo análisis facilite el aprendizaje de la composición arquitectónica y la aplicación de los instrumentos de análisis.

C219. Investigación y Proyecto; revisión de casos para el diseño de vestuario. Fausto Zuleta Montoya y Diana Carolina Zuleta Montoya [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

Dentro de la Facultad de Diseño de Vestuario en la Universidad Pontificia Bolivariana en su sede Medellín, los proyectos investigativos y proyectos académicos pueden ser vistos desde la perspectiva del investigador o del diseñador. Dichos proyectos reúnen una serie de actores involucrados (estudiantes, docentes, investigadores), donde se reconocen las dos variables de dichos proyectos como piezas fundamentales del proceso y establecen guías metodológicas para el desarrollo de cualquiera de las dos partes. El objetivo principal de esta ponencia será evidenciar la metodología investigativa y del proyecto aplicada al proceso de acompañamiento, identificándola como una variable de uso.

C220. La formación en investigación científica en diseño y el rol de los semilleros. Luís Alberto Lesmes () y Luz Dary Naranjo Colorado [Universidad Autónoma de Colombia - Colombia]**

La experiencia sobre los procesos de formación de los estudiantes de diseño en temas, metodologías y prácticas de la investigación científica y formal, ha sido una actividad novedosa, que viene acompañada de no pocas problemáticas y desafíos, para los docentes y las instituciones que intentan fomentar la cultura de la investigación como actividad curricular o extracurricular en los programas de diseño. En esta ponencia se analizan las vivencias, los resultados y el impacto de siete años experiencia con los semilleros de investigación de estudiantes de diseño industrial, vinculados al Grupo Polisemia Digital.

C221. La investigación en diseño en universidades públicas. Nidia Maidana [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo- Universidad Nacional del Litoral - Argentina]

La UNL abrió en 2012 una nueva convocatoria para la presentación de proyectos de investigación a la que presentamos la propuesta “Investigación en Diseño: cartografía del presente. Recorridos temáticos, metodológicos y epistemológicos de investigaciones realizadas en Universidades Públicas entre 2007 y 2012”. La misma fue evaluada favorablemente en una doble evaluación (interna y externa). Actualmente, realizamos el proceso de recopilación y análisis de dichos proyectos. Nuestro propósito es dar cuenta de la investigación en diseño (objetos, metodologías, epistemologías derivadas) y su vinculación con la enseñanza y el sistema productivo, entendiendo el diseño en su carácter transdisciplinar.

C222. La Investigación Formativa, y la oportunidad de publicar como herramienta para su desarrollo. Edward Zambrano (*) [Escuela de Artes y Letras - Colombia]**

La investigación formativa en la Escuela de Artes y Letras, se entiende como el proceso mismo de enseñanza-aprendizaje, generando permanentes trabajos que posibiliten que las opciones metódicas o metodológicas no acompañen intentos “académicos”, sino que se establezca claramente que la investigación es posible cuando formulamos la pregunta adecuada, cuando interrogamos cerrando la pregunta, huyendo de la obviedad y de la vaguedad y la generalidad tanto como sea posible. La “ilusión” de publicar ha sido la herramienta para evidenciar procesos investigativos ocurridos en el aula, generando un proceso de doble vía en donde la calidad de los procesos investigativos se eleva en el rigor y registro, acompañada del aumento de la producción de todos los actores de la academia, y la reformulación de las políticas editoriales institucionales que visibilizan la i+f.

C223. Los Programas Académicos de la Facultad y su relación con la Política Editorial. Teoría y Proyecto. Fabiola Knop (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La trayectoria académica de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, se caracteriza por los profusos y contundentes programas institucionales que hacen presente la relación entre lo docto y la producción, entre la teoría y la práctica. Cuando una publicación se convierte en espacio y vidriera de la producción académica, consolida la enseñanza y promueve el acercamiento del estudiante con el mercado laboral, de un modo más competitivo. Las series editoriales que ponen de manifiesto esta vinculación entre la teoría y la práctica, son: Libros de Imágenes DC y Creación y Producción en Diseño y Comunicación.

C224. Saberes del Diseño para la reconfiguración del espacio público. Isabel Molinas [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad Nacional del Litoral - Argentina]

El trabajo se inscribe en el Proyecto de Investigación Políticas y Poéticas del Diseño de Comunicaciones Visuales en Santa Fe” (FADU-UNL). En el mismo abordamos la metaforización de los espacios públicos, en tanto matriz discursiva que estructura un saber hacer del diseño para

contribuir a la reconfiguración material y simbólica de las relaciones entre experiencia sensible y existencia colectiva. Partimos de la configuración de un corpus de buenas prácticas que posibilitan la construcción de sentido en el espacio público. A partir del mismo, identificamos variables de análisis y proponemos un andamiaje teórico-metodológico para el estudio del Diseño.

5. Sustentabilidad y Ecodiseño en la Enseñanza**5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología (turno mañana)**

Esta comisión fue coordinada por Daniel Wolf, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Mariela Alejandra Marchisio de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, miembro del Comité Académico.

C225. Enseñanza Sustentable y Tipologías Educativas. Patricia Buguña [Universidad Nacional de Córdoba - Argentina]

En la historia, diversos modelos de enseñanza-aprendizaje del diseño fueron demandando resoluciones arquitectónicas, algunas de las cuales mantienen aún sus funciones. Resulta imperante comprender las relaciones entre modelos de enseñanza y tipologías arquitectónicas para medir el potencial de sustentabilidad de la adecuación o no a los nuevos procesos de ES. Los trayectos educativos debieran admitir y favorecer fluctuaciones entre escenarios, actores y procesos educativos, promoviendo la aparición de entornos que faciliten oportunidades de amplia exploración y experimentación, con capacidad de afectar la definición de las fronteras o la reconfiguración de límites entre los saberes.

C226. Gestión sustentable en las universidades. “Las tecnologías y los edificios educativos en programas de Educación Sustentable”. Rosana Leonor González [FAUD - UNC - Argentina]

Las tecnologías emergentes, tanto para la construcción de los edificios y sus condiciones de funcionamiento, como las nuevas tecnologías educativas centradas en la generación de espacio virtuales para la puesta en marcha de procesos de enseñanza-aprendizaje, promueven nuevos desafíos pedagógicos y edilicios a la vez que abren nuevos grandes debates acerca de la relación docente-estudiante y entre los mismos estudiantes. Se propone reflexionar sobre la transferencia de los conceptos de sustentabilidad a la resolución de las demandas que surgen de los nuevos espacios educativos, analizando sus pros y contras, en relación a su adecuación o no a los nuevos procesos de Enseñanza Sustentable.

C227. O design do espaço construído hospitalar e o design social. Claudia Amaral (*) [Senai-Cetiqt - Brasil]

Este artigo apresenta uma reflexão da importância dos espaços construídos como objeto de inovação social, tendo como pano de fundo a sociedade pós-moderna. Sustentando a ideia de design social será abordado o ensino do design e o que poderá ser revisto para atingir novos patamares da sustentabilidade. Para melhor elucidação da interação entre o design do espaço construído,

sua materialidade e o agente social, o ambiente hospitalar será usado como exemplo. O conceito de design cidadão será introduzido como possibilidade de um caminho para o futuro.

C228. Programa Educación Sustentable (ES) 2011-2014. Mariela Alejandra Marchisio ()** [Universidad Nacional de Córdoba - Argentina]

El objetivo es exponer el Modelo de Gestión como instrumento para operativizar los postulados de la ES cuyas acciones principales se orientaron al conocimiento y la resolución de las problemáticas ambientales de la FAUD - UNC, en el que se incluyen e interactúan el conjunto de cuestiones siguientes: acciones inherentes al contexto académico, a través de sus tres principales ejes; la Investigación, la Formación y la Extensión. Acciones demostrativas (experiencias y resultados). Acciones de cooperación con otras Universidades, particularmente la Universidad de San Buenaventura de Cali que desarrollan experiencias similares. Acciones de monitoreo y evaluación permanente de resultados. Hemos considerado oportuno la articulación de las metas y modalidad operativa propuesta en el modelo UNSUS, con el conjunto de iniciativas incluidas en el Programa ES de la FAUD.

C229. Un enfoque holístico para la enseñanza del Diseño Sustentable. Nora Irma Souza (*) [Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes - México]

Presentando un estudio de caso en la enseñanza de posgrado del Diseño Sustentable, proponemos un modo integral de aprender-enseñar que incluye el cuerpo sensibilizado, las emociones y las pasiones de sus actores; el saber como construcción colectiva y autogestiva; prácticas comprometidas con la realidad social, económica y cultural; el pensamiento complejo como herramienta idónea para un conocimiento profundo y contextualizado; cambio en el rol del magisterio, en transición hacia la asesoría; la información apoyada en el eficiente empleo de las TIC's; y un desplazamiento del currículum hacia los intereses y necesidades de los contextos locales, académicos y circunstanciales, incluidos en los espacios globales.

5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Daniel Wolf, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C230. Cultura objetual contemporánea. Daniel Wolf (*)** [Universidad de Palermo - Argentina]

El proyecto "Cultura objetual contemporánea" aborda desde un marco académico-proyectual las diversas problemáticas que atraviesan la cultura material. Con un enfoque crítico al sistema de consumo, se interpela a los estudiantes acerca de las prácticas proyectuales y sus incidencias. Se desarrolla en 2 áreas definidas: a) Mercado y Práctica y b) Teoría y Proyecto. En la primera se trabaja junto a comitentes reales a fin de evaluar diversas posibilidades de implementación de los proyectos en el mercado. En tanto en la segunda se realizan exploraciones de corte teórico abordando problemáticas contemporá-

neas tales como sustentabilidad, integración y desigualdad. Una vez desarrollada la investigación necesaria, se procede a establecer posibles escenarios y eventuales respuestas que aborden desde el marco proyectual la complejidad de las temáticas elegidas.

C231. Diseño de Material Didáctico para el desarrollo de Cultivos Orgánicos, basado en principios de DGS (Diseño Gráfico Sustentable). Ana Laura Malavasi Ogas [Argentina]

Diseño Gráfico Sustentable / Mi Huerta. Proyecto de plan provincial destinado al desarrollo de cultivos en la escuela. Comprende el Diseño de Material Didáctico para el desarrollo de Cultivos Orgánicos, basado en principios de DGS. (Diseño Gráfico Sustentable). El Proyecto está orientado a facilitar el Proceso de Enseñanza y Aprendizaje en el desarrollo de Cultivos Orgánicos, destinado a Maestros y Alumnos de Escuelas Rurales de la Provincia de San Luis, a través del Diseño de Material Didáctico, basado en principios de Diseño Gráfico Sustentable.

C232. Diseño, la respuesta a la sustentabilidad. Ramiro Pérez [pérezdiseño - Argentina]

Hoy los ámbitos de enseñanza están en una relación arrítmica con el eje diseño - producción. En este caso y sobre la base de un caso real vamos a descubrir, reflexionar y profundizar como el enseñar a diseñar se convierte en la llave a las respuesta que el medio ambiente está necesitando. La enseñanza debe comenzar a transitar la gestión estratégica de diseño para poder otorgar al nuevo profesional el tan mentado agregado de valor que hoy se reclama y que el diseño puede y debe aportar a los procesos productivos.

C233. El consumo sostenible, megatendencia del mercado vs. el diseño sustentable. Silvia Stivale [Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño - Argentina]

El análisis de tendencias de mercado posibilita identificar los signos de una cultura o sub-cultura. Desde hace algunos años la tendencia de "consumo sostenible" se manifiesta como una directriz que impulsa cambios profundos en el requerimiento de productos, que deben adoptar la cualidad de sustentables. En este contexto ¿cuál es el alcance del diseño sustentable cómo satisfactor a esta necesidad? ¿Qué grado de responsabilidad incumbe a los diseñadores, a partir de la íntima relación entre diseño y efectos sociales, económicos, políticos, culturales y ambientales que los productos generan? La práctica docente facilita la búsqueda de respuestas.

C234. Estrategias de revalorización y su vinculación con la sustentabilidad urbana. Mariana González Insua [Argentina]

El proyecto Hecho del Deshecho entiende lo esencial de la retroalimentación en el escenario académico formal y no formal para el éxito educativo. Enmarcado en el escenario académico formal, se presenta el proyecto de investigación dirigido por el CIAM. La investigación tiene como objetivo el desarrollo de métodos y técnicas de revalorización de los RSU utilizando como marco metodológico el Ecodiseño con la finalidad de elaborar estrategias de acción o implementación e identificar

indicadores de desarrollo sustentable que permitan el seguimiento de las mismas.

C235. La tipología para la educación sustentable. Silvana Mocci [Universidad Nacional de Córdoba - Argentina]
Los edificios educativos responden a paradigmas tipológicos de época que los trascienden. Podemos sentar bases para formulación de un programa de condicionantes funcionales, espaciales y tecnológicas que promueva la incorporación del Diseño Sustentable, según los campos que propone el Modelo y en concordancia con Indicadores de sustentabilidad. Se considerarán y definirán condicionantes de diseño surgidos de comprender la problemática, implementando los postulados teóricos de la Educación Sustentable en un escenario concreto, usando los resultados de estrategias de la anterior etapa de investigación y se concretarán nuevas propuestas metodológicas, programáticas y tipológicas.

5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Inés Bermejo, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C236. Design participativo: elaboração de projeto de um espaço recreativo comunitário. Gabriel Fernandes dos Santos (*) [Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Brasil]

Este trabalho tem como objetivo expor a elaboração de projeto de um espaço recreativo comunitário feito com materiais renováveis associados a resíduos locais e realizado através de um design participativo junto às crianças do assentamento rural Horto de Aimorés, localizado na divisa das cidades de Bauru e Pederneiras, Brasil. A metodologia adotada durante o processo de projeto inclui a realização de duas atividades inclusivas e cooperativas entre designer e as crianças, e a utilização de softwares para modelagem em 3D virtual. Os resultados apresentados são: o projeto finalizado em 3D virtual e uma análise reflexiva da interação promovida pelo design participativo.

C237. Diseñando edificaciones basadas en materiales sustentables. Miguel Isaac Sahagun Valenzuela [Universidad Autónoma de Baja California - México]

La enseñanza del diseño arquitectónico en zonas desérticas pone énfasis en la integración de elementos que responden a problemas con la ganancia de calor, entre los cuales se encuentran los medios mecánicos A/C. Cuando estos se aplican indiscriminadamente sube el consumo eléctrico, aumentando el daño al medio ambiente, para evitarlo se requiere que desde el aula se diseñe tomando en cuenta materiales naturales que propicien una menor carga térmica en la edificación. Debido a lo anterior se planteó que los alumnos construyan cubiertas verdes, para que comprendan la facilidad de elaboración e implementación y la disminución de la huella ecológica que pueda dar la edificación sobre el entorno.

C238. Diseño e innovación de productos con base en materiales de desuso para el ITSPV. Teoría y práctica

desde la gestión medioambiental. Jimena Odetti [Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta - Argentina]
El presente trabajo analiza la relación entre el diseño y la educación medioambiental a través del eco diseño y la implementación del diseño participativo entre docentes y estudiantes del ITSPV, en México, con el fin de diseñar productos que representen un beneficio para la sociedad. El objetivo fue concebir el diseño con artículos de desuso como parte de un proceso creativo. La metodología buscó vincular a los estudiantes con las necesidades de la comunidad tecnológica. La formación de la conciencia ambiental se transmitió a través del diseño arquitectónico e industrial, el diseño participativo y la experimentación con materiales de desuso.

C239. La creatividad del diseño en un producto objetual. Marco Arango [Fundación Academia de Dibujo Profesional - Colombia]

Se agrupan tres acepciones como son la teorización, planificación y materialización de la idea desde el Diseño hacia un producto objetual, permitiéndole al estudiante, enfrentarse a problemas de procesos; no solo manejando las destrezas y la técnica, sino los aspectos biológicos, psicológicos, y humanos; en donde se le asigna al Diseño, la responsabilidad total en el desarrollo de sus productos. Los objetivos de sus propuestas, se lograron a través de considerar el futuro como un elemento cambiante, en constante evolución y transformación en donde se encamina el trabajo del estudiante - diseñador en sus diversas disciplinas.

C240. Sembrando vínculos entre Instituciones para el desarrollo de proyectos Sustentables. Cristian Ruth Moyano y Mariana González Insua [Universidad Nacional de Mar del Plata - Argentina]

Este equipo docente considera necesario compartir las experiencias y conocimientos adquiridos durante el desarrollo del proyecto “Hecho del deshecho”, donde se visualizó la importancia de la retroalimentación entre el escenario académico formal y el no formal como un lazo esencial para el éxito educativo. Hay un camino largo por recorrer para reunir convicción y coherencia entre las políticas económicas, las demandas educativas, la promoción de una nueva forma de producción y diseño, que reúna materiales, técnicas, habilidades personales y lenguajes con identidad adecuada para la inserción de este nuevo modelo de producción con fuerte impacto social.

C241. Vivo mi parque, proyecto educativo vivencial para la transformación social. Susana Basto [UNIMINUTO - Colombia]

La transferencia de tecnología, conocimiento y la educación para el desarrollo son los lineamientos que orientan el proyecto, se busca integrar estudiantes de nivel de formación superior y tecnológico del último año de pregrado en un proceso de aprendizaje/enseñanza, vivencial que complemente su proceso académico con la realidad, las necesidades y experiencias de otros similares en pro de una transformación social positiva que garantice la preservación del planeta para las nuevas generaciones. La movilidad académica de los docentes investigadores y estudiantes vinculados al proyecto Vivo Mi Parque es

factor fundamental para que la experiencia de aprendizaje sea significativa.

5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Inés Bermejo, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C242. DO Diseño Originario: un abordaje multifacético sobre la sustentabilidad. Natalia Pérez [Argentina]

Caso de emprendimiento socio-ambiental donde el diseño de objetos es resultado del intercambio cultural con comunidades originarias y la gestión de residuos en empresas, la influencia de la cosmovisión indígena en la comprensión del desarrollo sustentable, aspectos generales de la educación en las comunidades guaraníes y wichís, acercamiento al significado de las técnicas ancestrales, el lugar que ocupa la palabra, el rol del arte y el diseño como aglutinante social, experiencias de voluntariado, convivencias en la selva misionera y en el impenetrable salteño.

C243. Estudio bioclimático, análisis y evaluación de tecnología sustentable, vivienda en Merlo, San Luis. Rosana Leonor González, José Manuel Ruiz y Gabriela Sánchez [FAUD - UNC - Argentina]

La crisis energética actual, presenta un desafío a los profesionales de la Arquitectura, que debemos adaptarnos a usar racionalmente la energía, nuestras intervenciones deberán ser muy eficientes y lograr el menor consumo energético posible para su uso funcionamiento. La toma de conciencia de todos estos retos, hará un aporte significativo al medio ambiente y al ahorro energético que demanda el mundo. Este trabajo analiza y evalúa una vivienda/estudio ubicada en Merlo, Provincia de San Luis, propiedad del Arq. Daniel Fassi, quien realizó el diseño, arquitectónico y tecnológico de la vivienda, teniendo en cuenta aspectos Sustentables.

C244. Inclusión de las comunidades dentro del proceso educativo, producción sustentable. Santiago Osnaya [Universidad Autónoma del Estado de México - México]

Las prácticas educativas basadas en la educación por competencias, desarrolladas en la Licenciatura de Diseño Industrial de la Universidad Autónoma del Estado de México-Plantel Zumpango, han devenido en grandes resultados. Para que el alumnado logre un aprendizaje significativo y demuestre su aplicación se ha involucrado a las comunidades dentro del proceso educativo a través de proyectos de investigación aplicada. Tal es el caso de la Sociedad de Productores y Destiladores de Agave de Zumapahuacán, en la comunidad de Santa María la Asunción; donde 10 familias están participando con un grupo de alumnos en una dinámica investigativa para la producción sustentable de papel por medio de la reutilización y transformación de sus desechos orgánicos. Extendiendo con ello las prácticas pedagógicas e impactando de manera local y directa en sus contextos.

C245. Kitsch y consumo simbólico: una mirada hacia la problemática del desecho de los envases en las grandes ciudades. Washington da Silva Neves [Universidad de Palermo - Argentina]

Desde la explotación de la población mundial en el siglo XV, las grandes ciudades han sufrido con el problema de la basura en las calles, principalmente con los productos efímeros como los envases. Después de los años 80, los diseñadores empezaron una búsqueda por materiales reciclables en el desarrollo de sus diseños con la finalidad de minimizar los daños hechos al medio ambiente, pero los nuevos materiales elevaban los costos de producción, convirtiendo esa propuesta inviable para los empresarios. Una solución para la problemática planteada está en la estética kitsch como disparador hacia el consumo simbólico.

6. Identidad, Cultura y Tendencias en Diseño

6.1 [A] Observatorio de Tendencias (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Patricia Doria, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, y Rocío Lecca de Chio Lecca Fashion School, Perú, miembros del Comité Académico.

C246. Hibridação entre imagens: lapso do tempo. Rogério Gomes Zanetti (*) [UEL - Universidade Estadual de Londrina - Brasil]

O hibridismo imagético corrente no design contemporâneo advém de inúmeros dispositivos tecnológicos da imagem que há pouco tempo atrás, eram vistos como uma realidade distante, ou mesmo inimagináveis. As discussões sobre a convergência das imagens digitais e seus suportes estão em efervescência. Para compreender tal hibridação entre imagens a investigação é baseada em pesquisa bibliográfica. Propõe-se investigar a arqueologia da fotografia a partir da cronofotografia de Edward Muybridge onde se denota um principio de animação. Com aplicação de análise em produtos do design contemporâneo para diagnosticar os conceitos convergentes e sua consequência na intersemiose entre as imagens digitais

C247. Diseño textil y diseño de indumentaria: por una semiótica de las interacciones. Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza (**) [Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú]

Esta investigación desarrolla una mirada semiótica sobre las interacciones entre el diseño textil y el diseño de indumentaria, para explorar el territorio de su creación y generar estrategias innovadoras de enseñanza y aprendizaje de diseño de indumentaria y vestuario, como un componente artístico fundamental. El textil ingresa en la narrativa visual de la indumentaria participando en su capacidad de contar historias, para construir y hacer funcionar discursos visuales a través del objeto - prenda y de las colecciones de moda, con valores de representación y significación y una pragmática que lleva la moda en el territorio de la historia y la cultura.

C248. Historia del traje femenino en Santander: Una aproximación a la investigación en diseño desde una perspectiva histórica y pedagógica. Marelbis Velásquez [Universidad Manuela Beltrán - Colombia]

Esta investigación tiene como fin, desarrollar un proceso metodológico dentro de la pedagogía a nivel universitario, para la formación específica en el área del diseño de moda. Tomando como base principal en la estructura de investigación, los contextos históricos regionales, en donde se analizan códigos vestimentarios, para la aproximación a un cuadro de costumbres a partir del traje, generando productos como réplicas de vestuario, accesorio y acercamientos a prototipos morfológicos para la construcción de un "Museo virtual del patrimonio e identidad cultural de Santander".

C249. La identidad de la moda en un país y su repercusión social . Rocío Lecca () [Chio Lecca Fashion School - Perú]**

Estudios de identidad son imprescindibles para entender los fenómenos sociales, es muy difícil abarcarlo en toda su magnitud, por lo que se pretende un acercamiento para referenciar aspectos importantes de este fenómeno a través de uno de sus indicadores: la vestimenta y su más amplio exponente: la moda. La representatividad social de la moda, denota su incidencia como elemento identificativo, cuestionado en este mundo globalizado, tendiente a deformar la imagen de los pueblos y a desvirtuar la manifestación de idiosincrasia nacional. Desde esta perspectiva se han perfilado tópicos como: identidad, cultura y moda, con un enfoque crítico que contempla la expectativa de una época tendiente.

C250. La recuperación del trabajo y experiencia directa con el cuerpo humano y sus proyecciones en el diseño de figurines e ilustración de moda. Mariana Jasovich [Universidad de Palermo - Argentina]

La pérdida de la referencia del cuerpo humano en muchos de los procesos de formación y aprendizaje de carreras relacionadas con la moda, y en particular en materias de resolución de figurines, conlleva el riesgo de repetir modelos de producciones idealizadas, estandarizadas y alejadas de lo tangible y asible. Por esto, el conocimiento del cuerpo humano a partir de su observación directa, su análisis y estructuración, debiera ubicarse probablemente en el punto de partida y de llegada de cualquier proyecto creativo que lo involucre directa o indirectamente.

C251. Métodos de enseñanza sintetizados en Talleres de Indumentaria Industrial. Ángela Esther Aranda [Universidad Tecnológica nacional mar del plata - Argentina]

La aplicación de Métodos Sintetizados de Enseñanza para ampliar conocimientos en la capacitación destinada a Profesionales y Estudiantes de Diseño y de otras Profesiones Afines en "Talleres para Producción de Indumentaria Industrial" es indispensable para alcanzar los objetivos propuestos en tiempo y forma.

C252. Semiótica: las nuevas estéticas corpóreas en el universo moda. José Antonio Cortés Núñez [Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN - Colombia]

La ponencia centra su atención en la multiculturalidad (*melting pot*) cuyo ejes estéticos están dando apertura a lenguajes nuevos en el universo de la moda; a partir de la reflexión semio lingüística que aporta oportunidades múltiples en el entendimiento humano, la industria de la moda (un mayúsculo segmento productivo que siempre le ha apostado a maneras nuevas, visionarias y transformadoras) realiza capturas continuas de esos nuevos lenguajes corpóreos con artistas, *fashion marketers*, editores, productores y managers que están al servicio de la moda en distintos sectores. La propuesta del discurso en esta ponencia propone escenarios narrativos y multimediales que expongan casos particulares de esos ensamblajes corpóreos e intervenciones neo semiológicas en la arquitectura de la imagen.

6.1 [A] Observatorio de Tendencias (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Patricia Doria, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C253. Ingresando a la cultura de la moda: los nuevos caminos de la identidad. Edward Venero [Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú]

La cultura de la moda propone mundos contruidos a partir de los deseos de las personas. En el proceso de materialización y adquisición de los objetos que la moda propone, lo aparente se vuelve real y cumple su función transformadora, con implicaciones psicológicas, culturales y económicas. Si bien la moda centra actualmente su atención en la identidad personal, resulta imprescindible relacionar la identidad personal con la cultura de la identidad colectiva.

C254. Moda como expressão do comportamento feminino brasileiro na segunda metade do século XX. Cristina Seixas e Ana Paula Carvalho (*) [SENAI CETIQT - Brasil]
O trabalho decorre do estudo das docentes ao longo da trajetória acadêmica, relacionado às disciplinas Comunicação Aplicada à Moda e História da Indumentária. O objetivo é apresentar um panorama da moda feminina brasileira, da segunda metade do século XX, com ênfase no Rio de Janeiro, baseado nas mudanças comportamentais da mulher e seu reflexo na construção de uma nova silhueta e estética vestimentar, influência dos Estados Unidos na década de 1980. Este novo comportamento promoveu mudanças no cotidiano urbano e na estrutura corpórea, que levaram ao universo feminino brasileiro a preocupação com conceitos de beleza e de saúde, associados à valorização da silhueta, expressos na indumentária.

C255. Moda, cuerpo y sociedad. Jorge Manuel Castro Falero [Universidad de la Empresa - Uruguay]

La moda puede ser vista como una forma de vestir con características definidas, que surge en un tipo de sociedad específica, donde comienzan a percibirse diversas posibilidades de movilidad social. Cada vez que nos vestimos preparamos nuestro cuerpo para el mundo social, intentando su aceptación tanto social, sexual como laboral. Desde la sociología los estudios sobre la indumentaria, deben centrarse en el uso de las prendas, en que contextos

se convalida el mismo, que significados adquieren, que representan simbólicamente, y como el cuerpo se prepara para las diferentes relaciones sociales en las que participa.

C256. O Hijab: Uma relação de Religião, liberdade e moda. Giulia Munoz Gushikem e Manoela Cazzoni Gonçalves (*) [FAAC/UNESP - Brasil]

A pesquisa tem caráter teórico-prática, com aplicação e usabilidade reais. Pretende-se investigar aspectos das questões sociais e culturais relacionadas ao uso do véu pelas mulheres muçulmanas, pertinentes ao desenvolvimento de uma linha de hijab para a comunidade islâmica brasileira jovem, especificamente estabelecida na cidade de Bauru, interior de São Paulo. Demonstrando as múltiplas possibilidades de relacionamento da mulher muçulmana com este tipo de véu, como um dos elementos para o Design da linha de hijab no campo do Design em Moda.

C257. Sobre la Enseñanza del Diseño de Indumentaria. El desafío creativo. Patricia Doria (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La asignatura Diseño de Indumentaria es la materia troncal de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil. Ésta no contiene una doctrina latente, sino que se trata de aprender-haciendo. Es decir, primero se aprende a diseñar objetos de indumentaria y luego se aprende en el mismo ejercicio de ese hacer. No es un conocimiento de características discursivas, sino más bien prácticas. Los proyectos en diseño de indumentaria son simulacros de experimentación, de relación entre el material textil y los límites o contornos corporales. La enseñanza en una clase de diseño de indumentaria se desarrolla a partir del producto completo denominado el proyecto, que consta de diferentes etapas de aprendizaje.

C258. Trascendencia de la escritura lectura en procesos de creación en diseño de modas, espacios y producción audiovisual. Roger Díaz Carreño [Universidad Manuela Beltrán / Fundación Universitaria Comfenalco - Colombia]

La importancia de la lectura y la escritura en la creación en diseño, no ha sido muy valorada en los espacios de formación de los diseñadores de modas, de espacios y de los productores de radio y televisión en Colombia. Es así, como desde el espacio académico ha surgido una propuesta didáctica y metodológica, donde el estudiante de diseño de modas, de espacios y de producción de radio y televisión, mediante la lectura y la apropiación de textos sugeridos por el profesor y por ellos mismos, logren realizar ejercicios gráficos, objetuales y audiovisuales que potencialicen sus procesos creativos, al momento de enfrentarse a la realización de la obra, artes finales o productos.

6.1 [B] Observatorio de Tendencias (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Lorena Bidegain, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C259. Fashion Systema: propuesta de análisis teórico de la Moda, desde la crítica cultural. Daniela Miranda y Carolina Nicoletti [Chile]

Propuesta para el análisis teórico del Sistema de la Moda, desde una perspectiva de los estudios culturales, para la incorporación del campo de estudio en mallas curriculares de carreras vinculadas al estudio de la Indumentaria y la Moda.

C260. Geração de tendências: Identificando e ativando novos cenários criativos na América Latina. Gláucia Centeno (*) [Senai Cetiqt - Brasil]

O trabalho apresentará resultados do grupo de estudos em Moda, cultura e identidade: mapeando novos comportamentos na América Latina, do curso de Bacharelado em Design de Moda do Senai Cetiqt (RJ-Brasil). Entre os resultados estão a identificação de novas metodologias de mapeamento de cenários, sua aplicabilidade nos contextos local e global, além de reflexões acerca da interface com o trabalho realizado por observatórios de comportamento e tendências como Trend Watching, WGSN, Usefashion, entre outros.

C261. Identidade visual para moda. Gisela Monteiro e Natalia Junger (*) [Senai Cetiqt - Faculdade de Design de Moda/Superfície - Brasil]

O artigo é sobre a metodologia aplicada no redesenho da disciplina de Identidade Visual, do Bacharelado em Design de Moda do SENAI-CETIQT, que entrou no currículo do Bacharelado em 2003, sendo consolidada como obrigatória em 2005. O designer de moda, em geral, trabalha diretamente com marcas e precisa conhecer as nomenclaturas técnicas, o processo de criação e aplicação das mesmas.

C262. La estética como elemento transversal de toda práctica modificadora sobre el cuerpo. Ana Esther García [Universidad Autónoma de Manizales - Colombia]

El concepto de la belleza y de lo bello ha ido evolucionando en diferentes épocas y lugares, pero ha sido la imagen la forma constante para comunicarlo, y ha sido el cuerpo el que le ha dado la forma requerida a esa idea de belleza, como lo enuncia Baudrillard. Con relación a los cuerpos de los modelos: “ya no es un objeto de deseo, sino un objeto funcional, un conjunto de signos donde se combina la moda y lo erótico. Ya no es una síntesis gestual, aunque la fotografía y las imágenes de moda desplieguen todo su arte para recrear los elementos gestuales y naturales a través de un proceso de simulación, esto ya no es un cuerpo propiamente dicho, sino una forma”.

C263. Relato historiográfico del diseño de indumentaria femenina del Ecuador: Período de 1530 a 1830. Taña Escobar [Universidad Técnica de Ambato - Ecuador]

Dentro del panorama de la histografía universal, la historización del diseño de indumentaria de la mujer ecuatoriana ha sido excluida del relato. La presente investigación doctoral interpreta al vestuario femenino, en el período de 1530 a 1830: tres siglos denominados la época colonial del Ecuador, como un legítimo objeto de estudio, reconociendo que el registro de la historia constituye una producción cultural. Construir un relato de una memoria historiográfica del vestuario femenino para tres clases sociales: blancos, mestizos e indios; tiene como horizonte de análisis un carácter hermenéutico, histórico, y gráfico, tributando a la significación del vestuario.

6.2 [A] Identidades Locales y Regionales (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Mónica Incorvaia, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Sandra Navarrete de la Universidad de Mendoza, Argentina, miembro del Comité Académico.

C264. Contexto en la imagen del mural con estudiantes Mbya Guaraní. Mónica Soledad Haydar [Facultad de Arte y Diseño Universidad Nacional de Misiones - Argentina]

“Cuando el espíritu se hace Imágen”; en el Valle del Kuñá Pirú, A. del Valle, Misiones, se encuentra la Escuela Secundaria (extensión de la Escuela Normal Superior N° 6). Llevamos cuatro años trabajando con adolescentes y jóvenes de las Comunidades Mbya Guaraní, orientación Artes Visuales. Al proponérseles poner en imágenes su historia, vivencias y religiosidad, dentro de la materia “Imagen y contexto” con herramientas y materiales que no pertenecen a su cultura, los estudiantes se entregaron a la línea, al color y la forma dejando en las paredes de la Institución un histórico mural esgrafiado mostrando su profundo pensamiento con respecto al sentido de vida comunitaria que vivencian permanentemente.

C265. El diseño en la iconografía Mapuche, La Araucanía, Chile. Eugenia Álvarez [Universidad Santo Tomás - Chile]

La siguiente ponencia presenta el avance del trabajo de investigación para el grado de Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo. En donde como objetivo general de estudio es investigar los elementos visuales presentes en la artesanía de la etnia Mapuche, en la Región de La Araucanía, Chile. El abordaje metodológico será en base a un trabajo de campo con comuneros artesanos de etnia Mapuche apoyado por un marco teórico antropológico, semiológico e histórico de la “zona roja” determinada así por los constantes conflictos que debe sobrellevar el pueblo Mapuche dentro de Chile.

C266. El ingenio como vehículo de la identidad del diseño argentino. Pablo Bianchi [Universidad Nacional de Misiones - Argentina]

El ingenio es la característica que mejor define las prácticas con las que el diseño industrial argentino logró expandirse. Este abordaje ingenioso apela a estrategias proyectuales basadas en la optimización de los recursos materiales; que, no obstante, permiten resoluciones formales y funcionales refinadas y contemporáneas; enfrentándose así a las consuetudinarias dificultades del sistema productivo nacional. De allí surge una posible identidad del diseño nacional, basada no en soluciones estéticas homogéneas, sino en modos de hacer que recuperan aquello que subyace en el inconsciente colectivo nacional, y que indica que es posible hacer mucho, incluso cuando se manejan recursos escasos.

C267. El lenguaje de la arquitectura del vino y la identidad regional. Sandra Navarrete (*) y Laura Gilabert [Universidad de Mendoza - Argentina]**

Desde principios de los años '90, arquitectos y empresarios vitivinícolas, se replantearon el concepto de bodega. En la actualidad se busca crear espacios de especial significación para la cultura de Mendoza; valorizar la

identidad del terruño, resolver una arquitectura contemporánea de alta funcionalidad, con capacidad de integrar usos sociales relacionados con el turismo cultural y de establecer un diálogo armónico del complejo arquitectónico industrial con el contexto natural. Se propone un análisis semiológico de la arquitectura del vino del Estudio Bórmida & Yanzón, de sólida vanguardia conceptual regional.

C268. La fotografía en la identidad latinoamericana. Mónica Silvia Incorvaia (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

Cada país, región, continente posee una cultura que le es propia, producto de sus ancestros, historia y tradiciones. La fotografía constituye un referente insustituible al momento de definir cada una de estas características, especialmente en Latinoamérica. Desde sus orígenes la imagen fue testigo, protagonista y documento durante mucho tiempo inapelable del acontecer de una sociedad. Este trabajo analiza las características de un recurso que, pese a su evolución técnica, sigue teniendo conceptualmente el mismo criterio que desde sus comienzos y que pese a la globalización y la tecnología, mantiene su referente de identidad en cada una de las comunidades en las cuales se manifiesta.

6.2 [A] Identidades Locales y Regionales (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Mónica Incorvaia, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de André de F. Ramos de la Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil; Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú; y Ana Beatriz Pereira de Andrade de la FAAC/UNESP, Brasil, miembros del Comité Académico.

C269. Acciones de diseño para la promoción de la participación ciudadana. Anabella E. Cislighi y Cristian Eduardo Vazquez [Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo - Argentina]

A partir de renovar el compromiso que asume la Universidad con la democratización de los conocimientos y la cultura, articulándolos con grupos sociales con acceso a la educación en condiciones precarizadas, es que nos proponemos trabajar una mirada a los patrimonios culturales establecidos, deteniéndonos en los vínculos que promueven las disciplinas proyectuales con la construcción de sentido. Esta situación, analizada y debatida en ámbitos académicos, parte de reconocer tanto en la intensidad y rapidez de los cambios así como en los modos de producción, transformaciones vigentes que operan a nivel global-local y disponen a la reflexión sobre la condición contemporánea.

C270. Aderência e visualidade: uma proposta pedagógica. André de F. Ramos (*) (*) [Universidade Federal do Rio de Janeiro - Brasil]**

Originado na disciplina Tópicos Especiais: Cidade e Cinema por mim ministrada na UFRJ onde analisamos o campo de representações simbólicas formado pelo cinema que faz eclodir percepções e representações do

mundo. E constituem um universo mental interveniente na apreensão e vivência do espaço urbano agindo sobre a percepção do mesmo. A dinâmica empreendida permitiu a fusão entre teoria e prática tendo como produto final a realização de vídeos e transformou a percepção dos alunos em relação ao espaço urbano onde circulam cotidianamente e uma apropriação intensificada e estetizada das praticas, atividades, edificações da Universidade de forma analítica e afetiva.

C271. Diseño de un sistema de Identidad Regional. Flavio Burstein y Marcelo Fabián Molina [Argentina]

Descripción del desarrollo del rediseño de la marca Fin del Mundo como signo identificador de turismo para la provincia de Tierra del Fuego, en el que se entrecruzan los conceptos teóricos de diseño de identidad con las planificaciones, procesos y metodologías del trabajo real. Análisis FODA, perfil de identidad, marcas análogas, estrategia comunicacional, signos de identidad, sistematización e implementación.

C272. Memórias em Festa: uma cartografia das Congadas em Atibaia. Ana Beatriz Pereira de Andrade e Mariana Targa Gonçalves (*) () [FAAC/UNESP - Brasil]**

A presente pesquisa teve início a partir de releitura de imagens fotográficas de Pierre Fatumbi Verger. O objeto de estudo são as congadas, uma manifestação cultural e religiosa que ocorre em algumas regiões do país. O recorte se dá na ocorrência de congadas da cidade de Atibaia, interior de São Paulo. Pretende-se mostrar como a tradição se mantém na cidade, abordando aspectos históricos e relatos de memória oral dos integrantes da festa. E, um dos princípios norteadores é o do Design Social, o de projetar junto com as pessoas e não para as mesmas.

C273. Diseño iconográfico de la cultura Valdivia: patrones de ornamentación en dibujo y pintura. Ana Lucía Murillo Villamar [Universidad Católica Santiago de Guayaquil - Ecuador]

En el dibujo y la pintura el uso de elementos básicos son empleados como fundamento en el diseño; aunque no se llega a profundizar en su significado. Por esta razón, el estudio de la cultura Valdivia genera interés para la enseñanza. El conocimiento sobre patrones de ornamentación que embellecían su cerámica, formando un lenguaje auténtico con símbolos visuales y mágicos efectos que resaltan su poder creativo para comunicar ideas, nos permite acercarnos a su cosmovisión y orientar hacia genuinas y nuevas expresiones en el diseño contemporáneo.

C274. El Diseño Textil Tradicional en la actual Enseñanza - Aprendizaje. Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza () [Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú]**

Nos interesa enfocar la problemática de la enseñanza aprendizaje del diseño textil en la perspectiva de la valoración de la tradición textil para la expresión de la identidad en tanto que construcción sociocultural y mediación simbólica, como fundamentos para valorar y promover la interculturalidad. Con este fin, comparemos la tradición textil tradicional andina con los textiles

peruanos actuales, regionales andinos y amazónicos, así como con los textiles de diseñadores que re-plantearon y re-contextualizaron la semiótica tradicional del diseño textil. Se aplicará el método semiótico para identificar e interpretar sus rasgos gráficos simbólicos, en el marco del conjunto de interacciones comunicativas con las cuales se dirigen al contexto actual.

C275. La iconografía ancestral del Inti Raymi como base gráfica en la construcción de su marca y como elemento visual. Paulina Paula [ESPOCH - Ecuador]

La investigación y análisis acerca de la fiesta del Inti Raymi, que se llevó a cabo en Cuenca, Ingapirca y Chimborazo, lugares principales del Ecuador, arrojaron datos importantes los cuales son aplicados para crear una marca propia de identificación, donde muestra los principios básicos de la fiesta y lo referente a dicho rito religioso - ancestral, los cuales apoyarán a su difusión y rescate de los valores culturales perdidos en la identidad del pueblo ecuatoriano. Por lo tanto expertos ayudaron a su validación de la marca, donde un 97% fue aceptado y por lo tanto identificado por sus propios principios.

6.2 [B] Identidades Locales y Regionales (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Eleonora Vallaza, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C276. Identidad ciudadana y diseño gráfico. Guido Olivares [Universidad de Playa Ancha - Chile]

Esta ponencia presenta los resultados del proyecto de investigación "Identidad ciudadana y diseño gráfico" el cual se propuso evidenciar y registrar los elementos que son reconocidos como representativos del carácter particular de la ciudad de Valparaíso, Chile. Se dirige determinar los elementos que diferentes grupos de personas reconocen como tales, para ello se aplicó un método cualitativo y cuantitativo realizado mediante entrevistas y encuesta. La información extraída permitió realizar un repertorio visual, el que es procesado por los alumnos de diseño gráfico y aplicado en objetos de producción artesanal o semi industrial, aportando a una revalorización del objeto de consumo turístico.

C277. Identidad, Información y Complejidad . Mercedes Mercado y Liliana Sosa [Universidad Autónoma de Nuevo León - México]

La Identidad y la información son temas que intervienen en el desarrollo del diseño, teniendo como punto de encuentro la sociedad y el objeto. La identidad y la información se pueden tratar desde el punto de vista de las formas arquitectónicas, los objetos y los espacios determinados. Este trabajo analiza las teorías que involucran dichos factores, en relación con el desarrollo del ser humano, cuando la información se vuelve clave para la adaptación exitosa con los nuevos paradigmas sociales. Las cantidades de datos y los flujos de información en las ciudades están inmersos en diversas dinámicas de sistemas y subsistemas que, además de interactuar entre ellos, se autorregulan y organizan entre sus elementos y a través de ellos, dando así la identidad de las ciudades

que, a su vez, son sistemas. Estos sistemas involucrados en dinámicas de autoformación y que, además, son sujetos de diseño, son denominados objetos complejos.

C278. La academia como gestor en la preservación de la identidad cultural. María Cecilia López Barrios y Juan Padilla [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]

Las tradiciones culturales son parte importante en la identidad de un país, la mayoría se remontan desde la época cristiana, una de estas tradiciones más representativa son los Carnavales, fiestas populares que se realizan en honor a un Dios. Es importante seguir con el legado de la conservación de las tradiciones culturales y esa tarea no solo le corresponde al gobierno solamente, también es gestión de la academia, puesto que es el deber de todos los actores seguir resaltando y valorando todas las tradiciones culturales. El Programa de Diseño de Modas de la Universidad Autónoma del Caribe ha sido pionero en este aspecto con su proyecto Cultura Caribe el cual rinde un homenaje a las tradiciones culturales del Carnaval de Barranquilla, respetando la génesis de su cultura, valorándola y apropiándose de ella.

C279. Paisagens tipográficas pelotenses: Percursos iniciais de um estudo exploratório sobre a tipografia no espaço urbano. Daniela Brisolará e Raquel Godinho (*) [Instituto Federal Sul Rio-Grandense - Brasil]

Este trabalho apresenta os percursos iniciais de uma investigação sobre os diferentes tipos de paisagens tipográficas em determinadas regiões urbanas da cidade de Pelotas/RS/Brasil visando uma melhor compreensão da tipografia (design) enquanto informação histórica e cultural. Insere-se num quadro nacional de pesquisas neste âmbito, as quais consideram os elementos (tipo) gráficos como formadores da identidade visual, estética e cultural das cidades, funcionando tanto como indicadores de fluxos urbanos e percepções quanto como marcos que identificam e nomeiam pontos da cidade.

C280. Programa de Tutorías en la UP: estrategias específicas para la evaluación de proyectos en seis clases. Eleonora Vallazza (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

El programa de Tutorías de exámenes previos, es un instrumento pedagógico que va tomando mayor importancia con cada ciclo. Pensar en evaluar ensayos no es tarea simple pero pueden mencionarse algunas estrategias que funcionaron: la elaboración de mapas conceptuales sobre bibliografía y la evaluación de ensayos escritos por otros alumnos. Otro punto a resaltar es la necesidad que el docente, genere espacios de debate, presentación y reflexión de los trabajos realizados por los alumnos, ya que generalmente es difícil lograr que los alumnos escuchen a sus compañeros.

6.2 [B] Identidades Locales y Regionales (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por Eleonora Vallazza, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Susana Basto de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia, miembro del Comité Académico.

C281. El patrimonio cultural se pone de moda entre los niños. Susana Basto (*) [Corporación Universitaria Minuto de Dios - Colombia]**

El grupo de investigación XTO2, desea presentar el libro CU4TRO CU4DRILLAS que tiene por objetivo inculcar de una manera didáctica, entre el segmento de los estudiantes de los dos últimos años de educación primaria, la apropiación del patrimonio cultural de su región, exactamente "Las cuadrillas de San Martín", un ballet ecuestre que busca representar la unión entre las razas, donde toda una población interactúa en el evento y los roles van heredados de generación en generación. Debido a la calidad e interacción del libro, será una herramienta donde los miembros del núcleo familiar y amigos, puedan ser impactados positivamente también.

C282. Memória Gráfica de Pelotas: um século de design - de 1890 a 1990. João Fernando Igansi Nunes (*) [UFPEL - Brasil]

Memória Gráfica de Pelotas: um séc. de Design é um projeto Interinstitucional lotado no Centro de Artes/UFPEL em convênio com a Biblioteca Pública Pelotense. Constituído por um grupo de pesquisa sistematicamente orientado às ações de preservação e conservação de documentação de perfil histórico, esse projeto propõe identificar, categorizar e analisar as fontes bibliográficas e respectivos dados sobre o desenvolvimento do Design Gráfico em Pelotas, do final do séc. XIX ao final do XX, a partir das fontes de periódicos impressos localizadas no Acervo da Biblioteca Pública Pelotense, organizando seus respectivos resultados para que garantam a guarda dos seus originais e respectivo acesso.

C283. Enfoques sociales para la conceptualización del diseño, inclusión en el proceso de enseñanza- aprendizaje. María del Pilar Alejandra Mora Cantellano, María del Consuelo Espinosa Hernández y María Gabriela Villar García [Universidad Autónoma del Estado de México - México]

El proceso de diseño tiene la posibilidad de emplear enfoques y metodologías sociales para caracterizar a los grupos sociales y a sus objetos e imágenes. Se considera que un proceso de enseñanza- aprendizaje del diseño que incorpore dichos enfoques posibilita un acercamiento pertinente a los actores de un contexto, que es impactado por la práctica profesional, desde los factores comunicativos alrededor de los objetos, posibilitando a los estudiantes de la disciplina del diseño adquirir conocimientos, para establecer las cualidades de los objetos como portadores de la cultura, abarcando aspectos sociales y tecnológicos, de un mundo de la vida, desde la caracterización de los factores tangibles e intangibles de éstas.

C284. Rescate de la identidad Huarpe desde el Diseño local y territorial. María Alejandra Ricciardi Moyano [Universidad del Aconcagua - Argentina]

La identidad huarpe, sigue viva en pequeñas comunidades de pueblos originarios de Mendoza. Estas subsisten, en un contexto político-social que explota su trabajo y su producción. Es necesario intervenir desde el diseño, para ofrecer herramientas que permitan reivindicar y reposicionar su existencia. También es pertinente reflexionar

acerca del patrimonio cultural que ella nos ofrece. Estas comunidades locales, se manifiestan a través de piezas con gran valor trascendental que ofrecen al mundo. Este trabajo presenta la experiencia de un proyecto de extensión universitario realizado en campo, con la población huarpe de Asunción, Mendoza. Se generó: marca territorial, packaging y señalética.

C285. Experiencias y diseño en transformación de territorios. Sandra Jaquelina Aguilar [Argentina]

Esta ponencia está orientada a la práctica y aplicación del diseño del paisaje y sus pautas para transformar territorios con una visión contemporánea y artística. Generando nueva identidad y geografía en ámbitos naturales serranos y despoblados de San Luis, Argentina. El pragmatismo de la aplicación de los métodos de diseño, la aceleración de los procesos creativos a la acción, como la maximización de los recursos, se transformaron en herramientas óptimas para generar una arquitectura del paisaje propia y nuevos pensamientos surgidos de la experiencia.

6.2 [C] Identidades Locales y Regionales (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Mara Steiner, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Carlos Manuel Luna Maldonado de la Universidad de Pamplona, Colombia, miembro del Comité Académico.

C286. Expresión artística en la fotografía argentina de los '60. Carlos Alberto Fernández [Universidad de Palermo - Argentina]

El concepto de diseño fotográfico es relativamente novedoso y excede la capacitación que tradicionalmente se le ha exigido al fotógrafo profesional. Hoy, independientemente de su área de especialización, debe tener los conocimientos suficientes para resolver cualquier propuesta estética. La historia de la fotografía ofrece numerosos recursos que no sólo están en la obra de los maestros de reconocimiento internacional sino, también, en las expresiones locales. Nuestro proyecto de investigación propone rescatar obras y autores de la fotografía artística de los '60 en la Argentina, como también reconocer criterios para su valoración en la época, un aporte para nuevas posibilidades creativas.

C287. Identidad e Investigación en Diseño y Comunicación en la Universidad de Palermo. Mara Steiner (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La ponencia tiene por objetivo desarrollar los alcances del Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Asimismo, se propone enfatizar en aquellos trabajos desarrollados en el marco de dicho Programa vinculados con temáticas de Identidad en el campo del diseño y las comunicaciones a nivel local.

C288. Memoria cultural en torno al Hotel Refugio del Salto del Tequendama 1927-1937. Ángela Liliana Dotor Robayo [Fundación Universitaria del Área Andina - Colombia]

Reconstruir la memoria cultural del entorno del hotel del salto del Tequendama como sitio turístico y referente de

comunicación de historia de la moda de Colombia, sus crónicas y valor histórico, fotografía y semiótica del contexto 1927-1937 de Bogotá, son elementos de estudio en este proyecto, estudio que comprende análisis histórico, bibliográfico, entrevistas con expertos y descendientes de personajes ilustres, estudio del traje de los habitantes de la zona y del hotel, así como la reconstrucción de crónicas que construyen un contexto histórico que permitió al grupo generar una reconstrucción histórica del traje y la memoria cultural bogotana y colombiana.

C289. Promoción y difusión endógena "Centro Ceremonial Mazahua". Una intervención de diseño. Ana Aurora Maldonado Reyes y María de las Mercedes Portilla Luján [Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEM - México]

Esta ponencia presenta resultados de la investigación registrada, "Intervención del diseño para el desarrollo de la cultura mazahua y su prevalencia dentro del Estado de México". Caso de estudio: promoción y difusión del Centro Ceremonial Mazahua, elaborada por el Cuerpo Académico de Diseño y Desarrollo Social de la Facultad de Arquitectura y Diseño-UAEMéx. La cual permitió demostrar la colaboración del diseño en el desarrollo de la etnia; se realizaron aportaciones desde el diseño a partir de cuatro proyectos muy concretos orientados a la promoción y la difusión endógena, los cuales fueron implementados y examinados conjuntamente con el grupo indígena.

C290. Resultados de la aplicación de metodologías de diseño basadas en una nueva epistemología proyectual. Carlos Manuel Luna Maldonado (*) [Universidad de Pamplona - Colombia]**

La ponencia mostrará los resultados obtenidos en el proceso desarrollado en la identificación de los patrones de la configuración formal de los objetos producidos por pequeños productores locales los cuales propician una reconfiguración de los mismos con miras a la estandarización de procesos productivos. Estos resultados, además de mostrar unas respuestas objetuales, aborda la relación del Diseño con los productores, ya que detrás de cada objeto fabricado, hay una vida y unas experiencias que lo fabrican y enriquecen. Esta ponencia hace parte del proyecto "fortalecimiento de la cultura material a través de la configuración formal de los objetos desarrollados por pequeños productores".

C291. Tipografía urbana - a cidade como cenário de aprendizagem. Bento Abreu (*) [Universidade Luterana do Brasil - Brasil]

Os espaços da cidade contemporânea estão impregnados por diversos tipos de signos visuais. Nesse contexto os caracteres tipográficos registram, marcam e imprimem os mais variados significados junto à arquitetura. A atividade se insere na perspectiva dos Estudos da Cultura Visual que segundo Mirzoeff (2003, p. 25), "afasta nossa atenção dos cenários de observação estruturados e formais, e a centra na experiência visual da vida cotidiana". A abordagem pedagógica se dá com a análise visual e categorização dos elementos tipográficos, considerando a anatomia do tipo e suas características, bem como com o processo de criação de novos tipos a partir do referencial coletado e sua aplicação em projetos de design gráfico.

6.3 [A] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por José María Doldan, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

C292. A caligrafia no livro de Kells: legibilidade e informação. Leila Rangel (*) [UNESP - Brasil]

Esta pesquisa propõe uma análise de fólhos iluminados do Livro de Kells - Irlanda século VIII. A análise será desenvolvida como resultado da participação do aluno bolsista em projeto de extensão do laboratório de Design Gráfico "Inky Design" - Unesp Bauru, focando na pesquisa e produção da caligrafia e funções comunicativas não-verbais no Design Tipográfico. O "Evangelho de Kells" apresenta escrita insular, iluminado com padrões geométricos e motivos diversos. Observou-se organização dos caracteres, ligaturas, signo verbal, visual e detalhamento dos padrões. O objetivo da análise é entender a caligrafia além da função verbal, como elemento visual com significado plástico independente.

C293. Arqueología estética y de diseño de una imagen precolombina. Jesús Alejandro Osorio Contreras [Universidad de Santander - UDES - Colombia]

La conferencia es producto de la mirada hecha sobre la imagen "Deidad con Masas" con el propósito de identificar posibles elementos conceptuales de arte y diseño utilizados por el artista agustiniano, los que pudieron ser tomados de los principios de la geometría sagrada y utilizados en la creación de un módulo y Canon para una consciente, equilibrada y armónica composición de sus imágenes, ya fuese dentro de un espacio cuadrado, circular o rectangular y, los que además se pueden encontrar aplicados en otras obras de arte americano, lo que se constituiría en un indicio de la existencia de una escuela.

C294. Arte y territorio: una perspectiva desde la estética. Mauricio Vera Sánchez [Fundación Universitaria del Área Andina - Colombia]

La generación de conocimiento está atravesada por componentes racionales centrados en el lenguaje, y sensibles que nos permite construir afectivamente el mundo. En este sentido, la ponencia aborda como desde un enfoque pedagógico se puede generar una enseñabilidad provocativa acerca de la relación arte y territorio, tomando como ejemplo la frontera México-Estados Unidos, de cómo entender el arte y el territorio desde lo geopolítico y también, y al mismo tiempo, desde lo geopoético. Como lugares de encuentros y des-encuentros, inclusiones y exclusiones, de fusión de los afectos expresados a través del sentir y ser sentido, es decir, desde la estética.

C295. Ciudad, narración, literatura y cine. Nicolás Amoroso Boelcke [Universidad Autónoma Metropolitana - México]

Es el intento de gestar otra forma de pensar (y hacer). Plantea que ciertas construcciones transitan por ámbitos diferentes en su contribución al desarrollo del pensamiento y el conocimiento, tanto en su elaboración como por su transmisión. Así, el propósito fue reflexionar sobre lo diverso tomando a ciertos autores cuyo pensamiento

transita por andariveles singulares. La experiencia ha transmitir en el Congreso se refiere a la idea transdisciplinaria de apelar a instrumentos que no son propios del diseño pero que pueden intervenir en un proceso de absorción compleja para enriquecer la formación de los alumnos. Así, en el Doctorado en Diseño, en la Línea de Estudios Urbanos, se realizó un Seminario: Ciudad, narración, literatura y cine, desde la significación narrativa, particularmente en la literatura, la música, el teatro y el cine.

C296. Design de Moda x Projetos sob medida: uma alternativa de atuação profissional. Gisela Monteiro e Beatriz Moura (*) [SENAI CETIQT - Faculdade de Design de Moda/Superfície - Brasil]

Este artigo versa sobre o desenvolvimento de um projeto de design de moda que resultará na criação de uma coleção de roupas para executivas com características da forma de trabalhar da alfaiataria, constituindo um encontro entre o projeto de design e o trabalho artesanal sob medida. Os cargos executivos vêm sendo cada vez mais ocupados por mulheres e elas necessitam de roupas que sejam adequadas ao código de vestuário formal exigido e, ao mesmo tempo, de uma identidade que as diferencie, destacando-as nos cargos e funções que ocupam. Por este motivo, o trabalho personalizado da alfaiataria é o mais indicado para que o público seja atendido com eficácia.

C297. La artesanía patrimonial como recurso de diálogo intercultural. María de los Ángeles Custoja Ripoll [Escuela Superior Politécnica del Litoral - España]

La mocora es una palmera, materia prima y artesanía patrimonial base de la identidad cultural y complemento de la economía montubia, pero hoy se encuentra en serios problemas de conservación. En el contexto de creación de un modelo de ruta turístico-cultural de intereses especiales que desde el ámbito de la investigación académica en diseño ponga en valor a este patrimonio cultural integral, surge la necesidad de plantear estrategias de diálogo intercultural alrededor de la artesanía entre todos los actores involucrados, que haga sostenible tanto al sistema - producto como a la cultura montubia en general. La metodología es mixta y aplicada de carácter etnográfico.

6.3 [A] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía (turno tarde)

Esta comisión fue coordinada por José María Doldan, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Alban Martínez Gueyraud de la Universidad Columbia del Paraguay, Paraguay, miembro del Comité Académico.

C298. Acerca de los Paisajes Sagrados de Francene Keery. Alban Martínez Gueyraud (**) [Universidad Columbia del Paraguay - Paraguay]

Francene Keery, fotógrafa norteamericana que reside y trabaja en Asunción, ha venido desarrollando desde 2004 un proyecto artístico titulado Paisajes Sagrados. A través de singulares encuadres fotográficos, tal proyecto evidencia cómo los nichos mortuorios callejeros se van integrando, lentamente, al paisaje del Gran Asunción.

Paralelamente, Keery nos interpela con su exploración fotográfica/ artística, ya que ésta se convierte en mecanismo disparador de renovadas consideraciones sobre la religión y el imaginario popular, el diseño y la fantasía creativa de ciudadanos corrientes, la inseguridad y la vulnerabilidad en la calle, las efemérides y las ofrendas funerarias, la muerte y la vida.

C299. Diseño, artesanía, innovación social e Identidad Local con Mirada Global. Alejandro Palma, Pablo Meizer y Luz Vargas [DuocUC - Chile]

El objetivo planteado para esta actividad es el de “establecer y posicionar el patrimonio humano de las artesanas de Quinchamalí y rescatar el valor de la alfarería negra única en el mundo mediante el desarrollo de Diseño transversal de estudiantes de la Escuela de Diseño de Duoc UC - Concepción”. Se identificaron un conjunto de oportunidades de intervención, en un proceso de levantamiento conjunto entre docentes guía, reconociendo problemas en procesos de trazabilidad desde la preparación de la materia prima hasta su transporte y comercialización, proponiendo soluciones mediante el trabajo en conjunto de alumnos de diseño Industrial, Gráfico y Ambientes.

C300. El Diseño Gráfico como estrategia de preservación de patrimonio. José María Doldan (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

Desde la Cátedra de Diseño Tridimensional II (Señalética) de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Palermo, se propuso a la Facultad de Diseño y Comunicación trabajar con el Jardín Zoológico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con el objetivo de la realización de estudios, investigaciones y trabajos técnicos referentes a la señalética sobre el inmenso patrimonio de obras de arte que existen en esa institución. En esta ponencia de describirá el proceso llevado adelante, el Convenio Marco firmado con el Zoo, se describirá el trabajo que fue sin fines de lucro, el respeto a las autorías y se expondrán los resultados, a ojos vista exitosos.

6.3 [B] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía (turno mañana)

Esta comisión fue coordinada por Mercedes Pombo, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Con la presencia de Astrid Mora De la Cruz de la Universidad Autónoma del Caribe, Colombia, miembro del Comité Académico.

C301. A alfaiataria e sua particular transmissão de ensino. Juliana Barbosa (*) [UFMG / UNA - Brasil]

A alfaiataria no Brasil vem passando por um período delicado, anunciada como próxima do fim. Os motivos para tal previsão são os avanços da indústria da confecção, a falta de reconhecimento do trabalho pelos próprios alfaiates e a descontinuidade do ofício que traduz-se na ausência de aprendizs nas oficinas. Como reverter este quadro, repensar estas relações de transmissão de saberes e, valorizar o trabalho deste artesão de modo a garantir a salvaguarda de um ofício secular que ainda encontra espaço no mundo contemporâneo é o que este artigo pretende discutir.

C302. El diseñador como promotor de participación en los procesos creativos. Una reflexión desde la perspectiva de los artesanos. Lorena Alarcón [Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - Colombia]

A partir de la sistematización de las experiencias vividas durante un proceso investigativo desarrollado desde la disciplina del diseño con las comunidades artesanales del Alto Ricaurte en el departamento de Boyacá, Colombia, se pudieron evidenciar algunas habilidades sociales que desde la perspectiva de los artesanos, deben apropiarse los diseñadores para lograr promover la participación activa en estos procesos de dialogo entre saberes.

C303. Fotografía y artes visuales. Desde la teoría hacia la creatividad. Mercedes Pombo (*) [Universidad de Palermo - Argentina]**

La enseñanza artística es un punto fundamental para futuros fotógrafos o profesionales de la imagen que quieran abordar estas disciplinas desde un enfoque creativo y profundo. Poder llevar adelante proyectos fotográficos de autor permite desarrollar una mirada personal que deviene en un sello profesional propio. Para eso, resulta fundamental que los estudiantes puedan acercarse a teorías y conceptos que tratan esta vinculación, conociendo acerca de autores y propuestas visuales que despierten la creatividad artística. Esta ponencia invita a reflexionar acerca de la manera en que el docente puede colaborar para el enriquecimiento de los trabajos creativos de sus alumnos.

C304. Incidencia de la artesanía en procesos globalizantes de la moda colombiana. Astrid Mora De la Cruz (*) [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]**

Se puede afirmar que la artesanía colombiana como sector de la actividad económica y socio-cultural reviste importancia estratégica para el país. Son múltiples las razones que justifican la aplicación de esfuerzos especiales por parte de reconocidos diseñadores y nuevos creadores, para procurar el fortalecimiento y posicionamiento en mercados en los que tiene gran aceptación. Esto es debido a: la variedad de artículos y al dominio de técnicas y materiales propios; que es portadora de una mezcla de elementos precolombinos, españoles, nativos y afroamericanos; su contribución al rescate y enriquecimiento de la cultura; la afirmación de la identidad de las comunidades, de las regiones y de la nación, y a la proyección de su imagen en otros países.

C305. La creación, un lugar donde se pliegan las experiencias sensibles del arte y el diseño. Sandra Johana Silva Cañaverl [Fundación Universitaria del Área Andina, Seccional Pereira - Colombia]

Los propósitos de esta conferencia migran hacia un terreno en el que la experiencia y los actos creativos son la manera como los individuos se integran a sus grupos y producen sentido; el diseño y el arte: las plataformas sobre las cuales se cierne el conocimiento sensible del mundo; y la creación: la urdimbre sobre la que se entraman esas formas de significación que emanan del pensamiento y la imaginación de los individuos. El valor que adquiere la creación en estas disciplinas, estriba en el poder que confiere a los individuos para transformar y promover cambios en la sociedad.

C306. Las campanas de Ucuengá, preservando el conocimiento tradicional. Roger Díaz Carreño [Universidad Manuela Beltrán / Fundación Universitaria Comfenalco - Colombia]

En la vereda de Ucuengá, municipio de Nobsa (Boyacá) desde hace 200 años la familia Tristancho se ha dedicado a la elaboración de campanas, manteniendo las técnicas tradicionales. Así que ésta investigación realizó un acercamiento, desde el trabajo de campo y las fuentes documentales, buscando develar las técnicas y las mística que rodea éste arte, desde la memoria inmaterial con fines pedagógicos para elaboración de una cartilla que lograra preservar el conocimiento tradicional de la elaboración de campanas, para darlo a conocer a la comunidad, que no conoce las particularidades del proceso artesanal que lleva a cabo la fabricación y el diseño de las campanas, ni todo su legado cultural.

C307. Los procesos de impresión gráfica artesanales y su contribución al desarrollo del diseño artesanal. Félix Jaramillo [Ecuador]

Se busca en esta conferencia llamar la atención sobre la posibilidad y la importancia del conocimiento y aplicación de los elementos inherentes de los sistemas de producción gráfica artesanales, ya que existe una serie de aspectos propios de este proceso productivo que son capaces de aportar importantes elementos tanto a los sistemas de producción de las artes gráficas actuales como al producto gráfico mismo permitiéndoles mejorar sobre todo la interacción humana en estos importantes ámbitos relacionados con el producto. La fabricación de materia prima vegetal permite explorar la creatividad de los diseñadores y artistas gráficos además de la valorización del conocimiento artesanal.

(*) Conferencia dictada en idioma portugués

(**) Miembro del Comité Académico

(***) Miembro del Equipo Académico de Coordinación

6. Conclusiones de la V edición del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

A continuación se transcriben las conclusiones del debate desarrollado en las sesiones de las comisiones realizadas el día martes 29 de julio. Las conclusiones fueron presentadas por los coordinadores en el Acto de Cierre del Congreso realizado el miércoles 31 de julio en Salguero 1443 (Palais Rouge). Las mismas también fueron grabadas por representantes de cada comisión el jueves 1 de agosto en los estudios de Palermo TV de la Facultad de Diseño y Comunicación.

1. Pedagogía del Diseño

Conclusiones Comisión 1.1 [A] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Mercedes Massafra de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Eugenia Aryan, Universidad de Palermo, Argentina.

La comisión 1.1 [A] Currícula, Estrategias pedagógicas y recursos didácticos ha debatido acerca de los siguientes problemas:

- La generación de nuevas propuestas pedagógicas que intenten integrar lo teórico, lo práctico y lo creativo.
- Cómo lograr trasladar el plano de las ideas al campo de lo posible y materializable.
- El trabajo en equipo como factor fundamental en el proceso, sin descuidar la individualidad de cada estudiante.
- De qué manera fomentar y sostener en el tiempo al alumno, utilizando distintas estrategias, la capacidad de aprender y tomar decisiones, para, a largo plazo, generar autonomía en el estudiante.
- Qué debe hacerse en el aula de modo de enseñar y aprender “haciendo”.
- Generar propuestas de investigación que procesen y analicen los procesos de enseñanza y aprendizaje de las diferentes áreas del diseño, contemplando sus particularidades.
- Atender a las necesidades e intereses de los estudiantes en relación a las competencias laborales y lo académico curricular.

Conclusiones Comisión 1.1 [A] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Mercedes Massafra de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por María Alejandra Uribe, Facultad de Arte, Universidad Nacional de Tucumán, Argentina.

Las conclusiones a las que arribó la comisión se relacionan con las competencias del diseñador y cómo se adquieren esas competencias y se piensa en el futuro profesional. Esto involucra directamente a los procesos de enseñanza y aprendizaje del diseño en el ámbito universitario.

Así, se piensa al diseñador como un anticipador, de este modo, prever el futuro del diseño es complejo pero posible. Sin embargo, constituye un desafío para la universidad porque conlleva una permanente actualización curricular.

Es indispensable vincular al estudiante con el medio social y económico en el que vive, desde los primeros años de la carrera, comprendiendo cuáles son las responsabilidades que le competen en la sociedad, de acuerdo a los principios emanados de la constitución nacional y en la ley nacional de educación superior (especialmente su artículo 3). De este modo, promover la mejora de la calidad de vida de los habitantes de una comunidad y dar confort, a partir del aporte del diseñador. Con esto también puede lograrse romper con el imaginario establecido del diseño como algo frívolo.

El docente se asume en este modelo como un buscador, no solo de la formación técnica y profesional del estudiante, sino de calidad de la persona, de modo que sea capaz de influir en el desarrollo de la sociedad a partir de la práctica de su profesión.

Es necesaria también la adaptación de las currículas para generar una formación crítica y social, que sepa incorporar ágil, significativa y críticamente los contenidos de los avances tecnológicos y científicos.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.1 [B] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana).

La coordinación de la comisión fue realizada por Marisa Cuervo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Astrid Barrios Barraza, Universidad Autónoma del Caribe, Colombia.

- Estrategias de enseñanza innovadoras pueden facilitar el proceso de aprendizaje del diseño.
- En la actualidad, la globalización y la interdisciplina deben ser tenidas en cuenta en el diseño de las currículas de las carreras de diseño.
- Se hace necesario superar el producto en el proceso de diseño; trascender a partir del diseño con un impacto social y compromiso con el entorno y la comunidad.
- Desarrollo de asignaturas organizadas por proyectos de manera de desarrollar las competencias que necesitan los estudiantes para su proceso de aprendizaje.
- Se vislumbra un nuevo perfil del docente de diseño. Un promotor y gestor del aprendizaje, con un mayor compromiso.
- Uso de la tecnología para facilitar los procesos de aprendizaje del diseño; no deben convertirse en objetos de estudio en sí mismos.
- Favorecer el diálogo entre los discursos y los objetos.

Conclusiones Comisión 1.1 [B] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde).

La coordinación de la comisión fue realizada por Marisa Cuervo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Sandra Chasco, Universidad Nacional de San Juan, Argentina.

- Proponer la ruptura del paradigma tradicional de la enseñanza del diseño y desarrollar un modelo de inteligencia estratégico proyectual.
- El rol del docente debe ser el de un facilitador de situaciones de aprendizaje, transmisión de valores y no de conocimientos; debe promover la observación y la reflexión a partir de una visión crítica.
- El proceso de enseñanza-aprendizaje del diseño procura integrar conocimientos, experiencias y aprendizajes.
- Fortalecer la gestión en el proceso de diseño y la interdisciplina.
- Facilitar el pasaje del sujeto práctico (profesional) al sujeto epistémico (Trans disciplinar)

- A partir de la enseñanza de materias vinculadas a la ética y la deontología se puede contribuir desde el diseño al bienestar de la sociedad.

• Alejarse del concepto del diseño solo vinculado a la praxis.

- Currículas orientadas la generación de soluciones de diseño sustentables y con impacto social.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.1 [C] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Alejandra Niedermaier de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Alexandre Assunção, Instituto Federal Sul Rio Grandense, Brasil.

Al comienzo del encuentro, en ocasión de las presentaciones de cada panelista, sin haber empezado a sesionar y como parte de una charla informal, ya se mencionó la necesidad de repensar la práctica docente para hallar nuevas estrategias pedagógicas que puedan atender las problemáticas que surgen tanto en instituciones públicas como privadas.

Uno de los temas abordados fue el de la complejidad que se encuentra a la hora de transmitir cuestiones teóricas ya que se observa una falta de interés por parte de los alumnos. Al finalizar la sesión, y habiendo verificado que es un tema común, se llegó a la conclusión que en las distintas disciplinas de diseño existe una dificultad ontológica entre creación y norma, entre práctica y teoría. Surge entonces la necesidad de amalgamar estos aspectos. El término “proceso” giró por el encuentro en varias oportunidades, tanto el proceso de diseño como el de enseñanza. Como parte de este último se acordó en la necesidad de provocar la motivación y la necesidad de trabajar la historia entendida como parte de una búsqueda identitaria. Aparecieron también las preocupaciones por la ubicuidad de los proyectos, en tanto representación de las inquietudes regionales. En cuanto a la noción de proceso en el diseño se mencionó la necesidad de elaborar proyectos integrales como parte del sistema de aprendizaje a través de la investigación, la conceptualización, la realización, la comunicación y el posterior análisis de productos y resultados. Y entre todos se reafirmó la importancia de documentar cada paso en la realización del diseño. Continuando con la noción de proceso se concluyó entre todos que es importante realizar un meta-proceso no solo del trabajo de los alumnos sino también del docente como impartidor de nuevas formulaciones. En este sentido surgió la idea de que el aula no se convierta en una jaula sino en un espacio donde los alumnos puedan desarrollar su creatividad.

Todos mencionaron la necesidad de una formación cultural integral que abarque no sólo los textos específicos del diseño sino también música, poesía, literatura, cine, etc. como parte de la formación del futuro diseñador.

En torno a la currícula se comentó sobre cuán enriquecedora resulta la experiencia de abordar contenidos que traspasan preocupaciones sociales. Este tipo de proyectos combaten el individualismo propio de la época. Complementando este tema se debatió sobre la importancia de trabajar los símbolos propios.

En paralelo se mencionó cómo incide en el compromiso con la carrera cuando en la instancia final de un proyecto la validación es encarada a través de un acto en el que participan la comunidad académica y social.

Se hizo hincapié también en la importancia de enseñar los aspectos semiológicos en virtud de que tienen estrecha relación con la producción de sentido.

Se acordó que resulta de importancia comenzar a concientizar al alumno desde el principio de que la educación es una conjunción de conceptos y categorías que deben ser analizadas en su articulación con la práctica. A propósito se reiteró que hay que puntualizar que la educación del diseño forma parte de un proceso y que por ende no se debe estar solamente pendiente de los resultados.

La intención de todas las ponencias fue elaborar en conjunto estrategias pedagógicas que favorezcan la motivación y la internalización del conocimiento del diseño.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.1 [C] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Alejandra Niedermaier de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Rafael Fiscal, Universidad Americana del Golfo, México. Se trató de una comisión muy homogénea en sus preocupaciones y propuestas. Hubo varias ponencias alrededor de la historia del diseño. Desde distintos ámbitos geográficos se coincidió en la importancia de valorizar este aspecto en la currícula del diseño.

Un aspecto que despertó el consenso de la mayoría es la necesidad de tender a una educación humanista que permita al estudiante construirse como sujeto. Se propuso en este sentido tratar de aproximarnos a una mayor experiencia vital y rendirle tributo no solo al producto sino a la persona. En consecuencia apareció el concepto de poiesis como enunciador. Se formuló la importancia de hallar mayores vínculos con la filosofía, con la hermenéutica, con la semiótica, es decir con las humanidades en general. Se planteó que desde la docencia debemos buscar el modo de acercarnos al alumno no como autómatas sino como un ser flexible, pensante y sensible. Las ponencias dedicadas a la historia justamente aparecieron encuadradas en este deseo de humanismo y como necesidad de crear nuestra propia historia. En este sentido un grupo de asistentes dio cuenta del Seminario Paulista de Enseñanza de la Historia del Diseño de Brasil como así las experiencias de la Universidad de Córdoba y de la Universidad Nacional de San Juan en Argentina. De ésta última se comentó la experiencia de una materia compleja

y múltiple dedicada a la historia, a la interpretación y a la crítica del diseño y del arte.

Se ha trabajado también sobre los aspectos simbólicos en tanto se reconoce al diseño como integrante de una cultura material y simbólica. A propósito se enfatizó sobre el potencial de la metáfora como parte integrante de lo simbólico como así también se trabajó sobre el poder evocador.

Se mencionó también el valor de la educación visual como una de las competencias en la enseñanza del diseño. Se destacó además la importancia del rol social del diseño con la idea de convertir a éste en una disciplina que no sea solamente para un estrato social determinado.

Finalmente se coincidió en la necesidad de continuar reflexionando el diseño desde aspectos que van más allá de lo local sino que integren un pensamiento más universal que, a su vez, comprometa diferentes lugares geográficos en pos de una hermenéutica acerca de sus características históricas, presentes y futuras. Se sostuvo que estas reflexiones en red no solamente comprometerían sino que posibilitarían el desarrollo de esa búsqueda anhelada.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.1 [D] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por José Luis Pérez Larrea de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Tomando en cuenta los ejes principales que se desarrollaron en la intervención de los cinco expositores y teniendo en claro que todas coinciden en la necesidad de una innovación en el ámbito educativo del diseño, se llegó a las siguientes conclusiones:

- La necesidad de una innovación en la mejora de los procesos de aprendizaje, tomando en cuenta la generación de conocimiento, con un fin visible.
- La generación de nuevas tecnologías de la información.
- Lograr que los estudiantes interactúen con diferentes profesionales de su área de estudio y lograr un contacto permanente con las empresas pertenecientes a la comunidad, siempre con la supervisión de la Institución educativa.
- Incorporar a la comunidad y a los gobiernos en el proyecto áulico, en una forma transversal de los saberes.
- Los proyectos de aula nos conectan con el entorno.
- Nutrir los intereses de los grupos de investigación.
- Los docentes deben convertirse en facilitadores, mediadores del conocimiento.
- Trabajo por competencias en las aulas.
- Investigación colaborativa.
- Destacar las habilidades y competencias para actuar en el mercado.
- El profesor no es el centro de la clase.
- El proceso de cambio se construye entre todos.
- La evaluación es parte del proceso de aprendizaje.
- En diseño, se exige salir del formato clásico, trabajar con el alumno en el proceso creativo.

- Buscar la flexibilidad de las Instituciones educativas y lograr apoyo desde el ámbito institucional.

Todas las exposiciones coinciden en la necesidad de innovar.

Conclusiones Comisión 1.1 [D] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por José Luis Pérez Larrea de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Judith Amparo Rodríguez Azar, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Colombia.

Dentro de los diferentes ejes temáticos tratados y tomando en cuenta las seis exposiciones realizadas, cuatro de ellas tienen un tema en común, dicho tema tiene que ver con los procesos de diseño y su enseñanza desde distintos enfoques.

- Los sistemas complejos, que se desarrollan en la Universidad Autónoma de Nuevo León, México, tomando en cuenta que el paradigma del diseño que ha evolucionado como una herramienta estratégica.
- La morfología desde la arquitectura interior que se desarrolla en la Universidad de Morón.
- El análisis semiológico desde el planteo de Charles Sanders Peirce desarrollado en la Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil.
- El enfoque de lo lúdico didáctico como herramienta para fortalecer el auto conocimiento, titulada “La idea primaria” y desarrollado en el Taller Libre de la Universidad Autónoma del Caribe, en Barranquilla, Colombia.

Por otro lado, siempre teniendo en cuenta al alumno y al aprendizaje, la presentación del programa de consejería y tutorías en la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, Colombia, con fin de incidir en el fenómeno de la deserción.

Por último, el avance de una tesis doctoral desarrollado en el Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo, que tiene relación con los procesos de constitución de los discursos teóricos en el campo del diseño interior y se relaciona con la exposición de los sistemas complejos, al adoptar un marco teórico, referido a los sistemas de distintos autores.

(*). El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.1 [E] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Verónica Barzola de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

La comisión abrió con un planteo sobre el programa de Tutorías de la Facultad de Diseño y Comunicación y sobre la utilización del sistema PLE en el área de Diseño Gráfico. En este sentido, se planteó la importancia

de considerar el entorno personal de aprendizaje y la diversidad de cada estudiante al momento de elegir las estrategias pedagógicas a implementar.

Se analizaron los recursos didácticos que generen una transición entre el nivel medio y el superior, y que faciliten a los estudiantes el planteamiento de sensaciones espaciales en dibujos, imágenes preexistentes o estructuras construidas por ellos mismos.

Se presentó la experiencia brasileña sobre la utilización de la memoria para trabajar y experimentar en el área de la fotografía y en diseño gráfico, y los resultados fructíferos visualizados a nivel de la producción de los estudiantes.

Se debatió sobre las motivaciones y reflexiones de los estudiantes al momento de producir textos digitales privados en relación con la diagramación de textos académicos; así como también sobre los estilos de aprendizaje en diseño en Colombia y sobre las estrategias de enseñanza que deben aplicarse para cada tipología de estudiante.

Se abordó así mismo la importancia de introducir recursos para fomentar la alfabetización visual en todas las carreras del área de diseño, así como también no dejar de privilegiar lo textual, en cuanto configurador del pensamiento y transmisor de ideas.

Por último se debatió sobre la importancia de la adaptación didáctica a la realidad de la generación de los nativos digitales, introduciendo la tecnología al aula y dándole utilidad académica.

Conclusiones Comisión 1.1 [E] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Verónica Barzola de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Marcelo Gorga, Instituto Palladio, Argentina.

Las temáticas de la comisión giraron en torno a cuatro grandes ejes: los mecanismos existentes para garantizar los estándares educativos en el área del diseño y la comunicación; la sugerencia de recursos para facilitar la transición del nivel medio al nivel superior de los estudiantes de diseño; la realidad, las debilidades y las fortalezas de los programas de posgraduación en diseño (en Latinoamérica); y el rol del diseño en lo que respecta al desarrollo local.

Se plantearon los recursos como la estandarización de documentos académicos, la búsqueda de la actualización bibliográfica y la construcción de un lenguaje común en el área –materializada en un vocabulario controlado– como una forma de garantizar la calidad de la educación. Se debatieron estrategias didácticas novedosas para aplicar en los primeros días de cursada del primer año de las carreras de diseño. En concreto, se presentó un recurso aplicado a las clases de Materiales y Tecnologías de la carrera de Diseño de Interiores –extrapolable a otras asignaturas–, que garantiza el acercamiento del estudiante al recurso de la memoria descriptiva, y a la enumeración –basada en conocimientos previos– sobre los materiales presentes en determinado espacio y las connotaciones que estos poseen para el estudiante. A partir de estas connotaciones referidas, la mayoría de las veces basadas en prejuicios, se trabaja en el intento

de poner en crisis los estereotipos para garantizar un aprendizaje significativo veraz en Interiorismo.

Se abordó la temática de la metodología del diseño industrial en la academia colombiana. Se discutió sobre por qué, a pesar de existir nuevos paradigmas en Diseño, no se registran cambios significativos en las estrategias de enseñanza y en la metodología aplicada en el país.

Asimismo se analizó la distribución regional desbalanceada de los programas de posgraduación en diseño en Brasil. Frente a la cantidad importante de propuestas académicas ofrecidas en universidades e institutos del sur, en el norte no existe ningún programa, ni perspectiva de creación.

El debate cerró con un planteo sobre la necesidad de poner al diseño al servicio del desarrollo local; dejando de lado a la artesanía y a los artesanos solo como fuentes de inspiración para posicionándolos como protagonistas que nutran sus actividades con el saber la disciplina.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.1 [F] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Marina Mendoza de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Enrique Marini, Universidad del Pacífico, Paraguay.

La mesa *Currícula, estrategias pedagógicas y recursos didácticos* se centró en la reflexión acerca de las potencialidades y problemáticas vinculadas al proceso de enseñanza en el marco de la era digital. Entre las propuestas más productivas destacan la necesidad de implementar clases motivacionales en los que los docentes actúen como espejos de la práctica pedagógica, invirtiendo la perspectiva y volcando la búsqueda de soluciones desde adentro hacia afuera.

La autonomía, la necesidad de autoexpresión y la subversión de valores son algunas de las características de los nativos digitales que se encuentran inmersos en estos espacios de enseñanza frecuentemente anquilosados por la persistencia de esquemas de enseñanza anticuados. La integración de mallas curriculares considerando la necesidad de actualización de contenidos, la implementación de talleres interdisciplinarios que facilitan el proceso de aprendizaje y el trabajo en equipo entre docentes y estudiantes constituyen propuestas efectivas que permiten incorporar estos nuevos valores en el espacio áulico.

La consolidación de este paradigma en los tiempos contemporáneos y su irrupción en las aulas universitarias exige un esfuerzo por reconocer el valor de la multifuncionalidad y el empoderamiento de los estudiantes, en el marco de una realidad diversa y dinámica que obstaculiza la aplicación de esquemas lineales a las variadas formas en que se concibe el acceso al conocimiento.

Resulta productivo, por ello, repensar el rol docente y comprender que la información y el conocimiento ya no constituyen una potestad exclusiva del profesor, sino que su tarea se centra, también, en guiar el proceso

de maduración que acompaña la formación académica. Ante la inminencia de los cambios sociales producidos a nivel global, es imperioso reconocer, asimismo, que los procesos de aprendizaje también se encuentran por fuera de la universidad, allí donde su ser social se conecta con su práctica profesional.

Si vivir en la contingencia es el paradigma dominante de los tiempos contemporáneos, gestar respuestas ante la incertidumbre, la velocidad y la complejidad de las transformaciones sociales en el aula es una necesidad a la que los docentes de esta nueva era deben ser capaces responder.

Conclusiones Comisión 1.1 [F] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Marina Mendoza de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las estrategias pedagógicas vinculadas a la enseñanza de las disciplinas del diseño se enfrentan a un escenario complejo y cambiante en el que resulta dificultoso operar con metodologías y técnicas estáticas y cerradas. Sin embargo, en este contexto asistimos a la necesidad de reivindicar procesos abandonados en el desarrollo proyectual ante la irrupción de las nuevas tecnologías, desde el bocetado de una pieza antes de su diseño digital hasta la investigación y conceptualización necesarias para su concepción virtual y física.

Asimismo, la generación de proyectos de diseño orientados hacia la resolución de una problemática social permite ampliar el marco de injerencia del futuro profesional, al mismo tiempo que funciona como un estimulante de su capacidad creativa. Esta experiencia, además de ofrecer criterios para estimular la creación artística, permite la inmersión del estudiante en su medio ambiente cotidiano, reconociendo en él sus potencialidades y limitaciones y concibiendo posibles diseños funcionales.

En este proceso de ruptura de los paradigmas dominantes vinculados a la transmisión de conocimiento, el trabajo en equipo constituye un pilar fundamental, cuya aplicación debe extenderse no sólo entre los estudiantes sino, y principalmente, entre los docentes. El diálogo y la flexibilidad en el manejo de la clase, así como la interactividad pensada como una estrategia pedagógica para lograr evaluaciones integrales, son algunas de las propuestas que nos permiten comenzar a pensar metodologías de enseñanza innovadoras.

En este sentido, resulta productivo proponer una flexibilización en el diseño de las mallas curriculares, de manera de lograr una interdisciplinaria y una intertextualidad tendientes a la consolidación de espacios de articulación y reformulación de saberes. La convergencia de conocimientos producidos desde esta lógica exhorta a los docentes a iniciar un proceso de revalorización y resignificación de los conceptos y las prácticas que desarrollan en el espacio áulico. Ello implica revalorizar la creatividad, reconociéndola como una capacidad inherente al ser humano que resulta frecuentemente constreñida por las propias lógicas de enseñanza.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.1 [G] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Alejo García de la Cárcova de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

A partir de las 5 presentaciones de equipos docentes con pertenecía a instituciones universitarias de Argentina y de Ecuador, públicas y privadas, se intercambian realidades sociales, culturales y académicas diversas y en algunos casos de contraste. A modo de ejemplo, se compartieron experiencias que se enmarcan en contextos de masividad con cursos de más de 200 alumnos, como el caso de FADU - UNL con experiencias de cursos con 12 alumnos, como el caso de la UP.

Tomando en cuenta la diversidad de contextos, escalas y temáticas, en término de currícula, estrategias pedagógicas y recursos didácticos, se presentaron posiciones compartidas desde la perspectiva de la enseñanza del diseño:

- Las estrategias didácticas parten del mundo referencial de los alumnos construyendo propuestas de enseñanza centradas en el sujeto, incorporan la inteligencia emocional, y las múltiples puertas de entrada al problema.
- Incorporan lo lúdico y el juego como recurso didáctico privilegiado para la enseñanza del diseño porque estimula la resolución de problemas a partir de la manipulación de reglas y restricciones como instancia analógica a los condicionamientos que plantean los programas de necesidades.
- Se opera con transposiciones de diferentes campos del arte, la cultura y el diseño.
- Las 5 experiencias tienen la potencialidad de expandir su campo de acción y de interactuar.

Conclusiones Comisión 1.1 [G] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Alejo García de la Cárcova de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Jaime Pedreros, Universidad San Martín de Porres, Perú. Durante la jornada de la tarde, y a lo largo de las 4 ponencias (Argentina, Colombia, Perú y Uruguay), se fueron encontrando importantes puntos de encuentro; más allá de las realidades locales y específicas de cada país de la región.

Principalmente, se destacó la necesaria y fundamental sinergia con el mundo real; a través de la experiencia vivencial, las necesidades de los usuarios y su relación con el entorno y su contexto cultural. Todo ello sostenido por un fuerte apoyo en lo proyectual; y con el empleo de recursos disponibles al alcance de las posibilidades. Por otro lado, y como herramientas didácticas, se presentó la necesidad de ciertos condicionantes que apunten el proceso de aprendizaje del alumno, acotando el entorno proyectual pero no así limitando su diseño final. De este modo se expusieron ejemplos de producciones tangibles

que sustentan proyectualmente las teorías impartidas en los cursos y sus fundamentaciones. También se destacó el intercambio del alumno con diferentes actores del entorno cotidiano (clientes reales, artistas, asociaciones, ongs, etc.) que fomentan la relación usuario-espacio-objeto, de manera más directa y responsable.

Por último, se identificaron las diversas realidades presentes en cada espacio educativo: de lo público a lo privado; de las aulas masivas a los pequeños grupos; de la accesibilidad a los recursos tecnológicos al empleo tradicional de los recursos analógicos; y del acceso a subsidios para la concreción de proyectos de cátedra a la autogestión.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.2 [A] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Andrea Mardikian de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Fiorella Silvina Zaccara, Escuela Da Vinci, Argentina.

- Cambio de paradigmas sociales en el proceso de formación.
- Coexistencia de diferentes paradigmas. Conductivista - constructivista.
- Indagar sobre los motivos de la resistencia a estos cambios.
- Quiebre / resistencia al cambio de las metodologías de enseñanza.
- El amoldamiento a nuevos paradigmas pedagógicos, requiere el compromiso no sólo de docentes y alumnos, sino de todas las componentes que conforman la institución, de forma responsable. Y requiere decisiones de estado.
- Entender que es importante centrarse en las personas, los alumnos, como el núcleo de la propuesta didáctica.
- La motivación como el principal componente en la educación.
- Humanización de la educación.
- Evaluación vs. calificación. La calificación no es propia del sistema constructivista.
- Sacar la evaluación del rol docente. El docente no debería ser.

Conclusiones Comisión 1.2 [A] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Andrea Mardikian de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Victor Cittá Giordano, Facultad de Arquitectura Rosario, Argentina.

Una de las experiencias presentadas revaloriza lo ya realizado o diseñado en el pasado cultural para aprender de él y poder reformularlo, reinterpretarlo y a la vez mantenerlo vivo. En el caso del docente que dicta Introducción a la investigación. Una de las exigencias presentadas revalo-

riza lo ya realizado o diseñado en el pasado cultural para aprender de el y poder reformularlo, reinterpretarlo y a la vez mantenerlo vivo. En el caso del docente que dicta Introducción a la investigación, encuentra un aprendizaje mutuo entre el y sus estudiantes, cosa que le da mayor enriquecimiento al momento de proponer trabajos que faciliten su acompañamiento a ellos en la profundización del concepto “diseño”. Utiliza ese conocimiento de los métodos de investigación para involucrarlos en los procesos reales de lo que significa diseñar.

Como punto de encuentro de las exposiciones, revertir el paradigma de la transmisión por el de “transacción” en el contexto de aprendizaje situado.

Como pregunta constante, como revisando nuestro objetivo, reflexionar ¿para qué hacemos lo que hacemos? Buscar reflotar las actitudes de investigadores que teníamos (docentes y alumnos), conocer para poder intervenir ya que conocemos las reglas. Y darle valor a ello.

Entender como el inconsciente afecta nuestras decisiones, estimular el pensamiento divergente, favorecer la conflictividad conceptual y pragmática, como traducir lo que revelan los avances neurocientíficos al espacio áulico, revertir las materia obstáculo por una materia asistida a través de un plan de operaciones en la cuál el docente debe servirles como modelo .

Este modo de actuar se llama manera y es una disponibilidad para actuar de un modo determinado en circunstancias determinadas.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.2 [B] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Natalia Lescano de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

El docente de diseño revisa continuamente su tarea en busca, pensar la práctica que se ha ido sedimentando. Ser profesionales críticos con sólidos marcos epistemológicos y principios éticos.

Los espacios educativos con alta disposición tecnológica son una realidad y se hacen presentes en nuestras clases y lejos de querer ir en contra de ellos buscamos aprovecharlos creativamente para nuestra tarea docente. Construir estrategias de enseñanza que potencien el pensamiento creativo de nuestros alumnos que se evidencian necesariamente en sus creaciones. Asimismo viejas cuestiones como la evaluación, planificación el control la disciplina, entre otros tendrán que ser reconcebidos.

La práctica profesional lleva a reestructurar los procesos de aprendizaje (fortalecerlos mejorarlos o cambiarlos) poner en práctica los aprendizajes construidos en situaciones nuevas, diferentes a las aprendidas.

Exploración intuitiva y exploración lúdica, estrategias propuestas por el docente que potencian el pensamiento creativo del alumnos.

Innovar es poner en circulación ideas nuevas sobre la enseñanza, generar rupturas y también protagonismo por parte del estudiante por su propio aprendizaje.

Conclusiones Comisión 1.2 [B] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Natalia Lescano de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Vanessa Patiño, Universidad Nacional de Ingeniería, Perú. Pasión por nuestra tarea, también transmitirla a nuestros alumnos. Construcción del conocimiento desde esta motivación “enamoramamiento”.

En la formación de diseñadores se establece una mirada entrenada que busca constantemente, lo estético, lo artístico; no como consecuencia inevitable sino como intención del docente de su práctica.

Pensar nuestras estrategias en el aula a partir de las competencias que queremos generar en ellos como futuros profesionales.

Como docentes no estamos para transmitir conocimiento simplemente si no para ayudar al alumno a construirlo, y que ellos se apropien de él para apasionarse

Evaluación, como mejora continua, revisión del error no como algo dramático; que brinda retroalimentación, que quede marcada para toda su vida.

Observamos en nuestros alumnos falencias para expresar y dar cuenta de sus producciones, relatar, contar.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.2 [C] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Mercedes Pombo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Edgar David Rincón Quijano, Universidad del Norte, Colombia.

Los temas de las ponencias y los debates que de allí se desprendieron se centraron en la situación actual de la educación en el diseño. Se planteó la importancia de la intervención del docente y las instituciones en las aulas hoy, teniendo en cuenta los profundos cambios generacionales que se dan entre los estudiantes y los profesores. Se plantearon varios factores que afectan la dinámica del aprendizaje en el aula y que deben ser revisados por las autoridades educativas en pos de un cambio de paradigma educacional. Los temas tratados fueron:

- Las redes sociales como nuevos motores de aprendizaje, donde el estudiante se vincula con el saber desde una nueva perspectiva digital. El docente tiene la posibilidad de adquirir estrategias pedagógicas para utilizar esta nueva herramienta en su proceso educativo y elevar la calidad de sus clases y los puntos de conexión con los estudiantes.
- Conocer la realidad social a través de trabajos de campo resulta un punto central y muy enriquecedor para los alumnos. Se plantea que tener una mirada comprometida con la comunidad desde una perspectiva social y participativa puede contribuir a la autogestión y autonomía de los futuros profesionales e investigadores.

En definitiva, lo fundamental resulta cambiar el paradigma de la enseñanza del diseño, para que el estudiante logre concebirlo como una práctica integral, que debe cumplir con su función creativa, comunicativa, social y cultural, generando profesionales comprometidos con su entorno.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 1.3 Calidad Educativa y Evaluación (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Carlos Caram de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Mariela Zúñiga Luna, Instituto Tecnológico Latinoamericano, México.

El reto creativo de las academias universitarias, como fuente transformadora del conocimiento, no solo se ve en la necesidad de brindarle la calidad académica que necesitan los estudiantes para servir a la industria sino que también se ven en la necesidad de preparar a los futuros aspirantes a estas profesiones, pues el entorno no los capacita ni los motiva a inclinarse a estas áreas creativas. Partimos de la premisa que el diseño se puede aprender. Esta afirmación justifica la existencia de las escuelas de diseño. La enseñanza-aprendizaje es un proceso de transformación en un contexto social. Basar el aprendizaje en el talento sería una práctica limitante y antidemocrática, por el contrario el sujeto se forma en una red social, bajo ciertas condicionantes, en un clima facilitador y de respeto, en donde la evaluación es formativa, sumativa y debe tender a la intervención.

Una buena educación que nos incluya a todos, genera profesionales cuyo mejor talento es la capacidad de aprender a aprender.

¿Cómo pueden los estudiantes adquirir las competencias, los conocimientos y los valores que necesitan para poder abordar temas complejos si no están suficientemente preparados para entender lo que leen?

El lenguaje académico y ortodoxo que se enseña o se debería enseñar en las escuelas de diseño no siempre condice con el lenguaje que regularmente se emplea. Este lenguaje se ha ido formando conforme a tres vertientes: Una histórica, el empirismo propio de la profesión y por último, de la academia. Existe un lenguaje declarado y otro oculto del diseño, que se conjugan misteriosamente al momento de ser incorporados al acervo del estudiante de primer año principalmente.

Aplicar rúbricas como instrumento de evaluación permitiría mejorar la objetividad, dar mayor claridad y tener menor grado de incertidumbre.

Cuando los alumnos además disponen de información completa y detallada de cómo se evalúan sus trabajos y de qué aspectos es necesario mejorar, se favorece el proceso de enseñanza-aprendizaje de manera continua y en permanente evaluación.

Conclusiones Comisión 1.3 Calidad educativa y evaluación (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Carlos Caram de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Erika Rivera Gutiérrez, Universidad Autónoma de México, México.

Las conclusiones de esta mesa a partir de la presentación de cinco ponencias con docentes-investigadores provenientes de Chile, Argentina, y México se definieron de la siguiente manera:

Un modelo de evaluación que utilice el recurso iconográfico, el cuál permite comprender y observar el logro alcanzado y el territorio de enseñanza-aprendizaje a considerar por cada participante durante su tránsito por el “Taller de representación gráfico o visualización” del proceso de enseñanza aprendizaje de un estudiante, que apele a un lenguaje familiar, a una lectura más holística sobre el territorio conquistado. Toda vez que la síntesis formal es un instrumento propio de la disciplina proyectual.

La percepción es un proceso creativo, que si se conocen sus principios de funcionamiento, se pueden aplicar para mejorar la comunicación entre docente y alumno durante la corrección de trabajos proyectuales.

La enseñanza transversal de las materias proyectuales: Morfología, Tipografía y Diseño y su correspondencia docente- estudiante- cátedra, permite la articulación fluida de saberes proponiendo una aleación sólida y concreta. La UAEMÉX, y en específico para la Facultad de Arquitectura y Diseño deben definir las consideraciones o criterios base que planten la sistematización del proceso interno de acreditación de sus PA, así como la instrumentación permanente y continua del mismo, que permitirá a la institución contar en tiempo y forma con la información que requiere el organismo acreditador en sus futuras acreditaciones.

Los doctorando de la Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco dieron a conocer las perspectivas que tienen los miembros de la comunidad de Doctorado en Diseño acerca del papel de cada uno en diferentes etapas de su formación y lo que más sobresale en estas vivencias es el tiempo en que se tardan en graduarse posterior a la conclusión de sus estudios.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

2. Capacitación para emprendimientos y negocios

Conclusiones Comisión 2.1 Mercado y Gestión del Diseño (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por María Elena Onofre de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Rodrigo Antônio Queiroz Costa, Universidad Autónoma de México, México.

La situación actual del diseño contempla la necesidad de desarrollar habilidades que permitan leer e interpretar los

contextos socioculturales para que los estudiantes puedan adaptarse a las complejas realidades del mercado. Ya nadie cuestiona el impacto del diseño en la dinámica de las matrices productivas del marco socioeconómico actual. El tejido y la matriz productiva demandan profesionales del diseño capaces de leer e interpretar la dinámica de ese entramado, y que a la vez, permanezcan flexibles y adaptables a los cambios continuos y exponenciales que experimenta esa matriz. El profesional del diseño debería pensar en contexto, no en productos.

Una de las claves para sortear las contingencias por las que atraviesa la profesión es establecer estrategias para resolver los problemas de valoración del diseño en términos de escala y complejidad. La escala opera como una metodología que puede ser adaptada a la generalidades de los casos y la complejidad funciona como una acción de múltiples opciones capaz de retratar al individuo y hacerlo adaptable a cuestiones universales. En estos casos es significativo trabajar sobre las investigaciones realizadas por la Universidad para difundir los valores, el desarrollo de herramientas metodológicas y sistemas de análisis e interpretación que posibiliten la construcción de valores individuales adaptables al contexto general. Acerca de los cambios que operan sistemáticamente en el mercado, los diseñadores podrían contemplar la posibilidad de verse ellos mismos como gestores autónomos de proyectos monetizables y profesionalmente sostenibles. El carácter de intangibilidad del diseño, la complejidad del campo de aplicación y la etapa de desarrollo en la que se encuentra la disciplina, hacen de esta profesión un espacio de fértil para la confusión acerca de las competencias y las especificidades que le son propias. Por otra parte el carácter interdisciplinario de la profesión, la convierte en espacio de todos y de ninguno.

Es responsabilidad de las instituciones educativas promover estrategias para promover la sostenibilidad profesional de los egresados y la sustentabilidad institucional de la matriz educativa de nivel superior.

Conclusiones Comisión 2.1 Mercado y Gestión del Diseño (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por María Elena Onofre de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Yván Alexander Méndez Espinoza, Universidad Señor de Sipán, Perú.

Es indispensable establecer un discurso propio de la disciplina cuando hablamos de gestión del diseño. El problema está en el discurso. En lo que la propia disciplina transmite al mercado de sí misma. La disciplina se expresa en el mundo de la gestión del diseño con el discurso y la dinámica de otros campos como el marketing y la comercialización. El mercado no alcanza a entender cuál es el aporte disciplinar del diseño al entramado productivo, porque hablamos de diseño con términos de marketing o de gestión empresarial y no como términos propios y específicos de la gestión del diseño.

Es indispensable sumar al discurso poético del diseño el discurso de gestión del diseño en función del aporte que el diseño puede hacer a la matriz productiva en

términos del impacto socioeconómico y de la escalabilidad potencial de los proyectos en cuestión. Existe un problema de nomenclatura que dificulta la significación unívoca de la disciplina. Este escenario de bordes difusos genera incertidumbres, dudas y confusiones acerca del campo disciplinar y de las soluciones que la profesión aporta al mercado en términos de gestión del diseño, no de gestión empresarial.

En la medida en que los profesionales del diseño no internalicen cuál es el sentido y el aporte de la gestión del diseño al tejido productivo, difícilmente la matriz económica entienda y demande a la profesión como un componente específico relevante para el desarrollo de un proyecto comercial, cualquiera sea su escala.

(* El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 2.2 [A] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Patricia Iurcovich de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Sandra Lisseth Melendez, Dr. José Matías Delgado, Escuela de Arquitectura y Diseño, El Salvador.

En el marco de la comisión que atiende temas de empresas, negocios y emprendedores se habló sobre la importancia de incluir en la currícula de las carreras de diseño temas de Responsabilidad social universitaria lo cual predispone a los alumnos a aprender habilidades blandas. El diseñador deberá aprender sobre enfoque económico al momento de ver un cliente, conocer sobre el contextual político, cultural, psicológico. La profesión esta desvalorizada en algunos mercados latinoamericanos por la falta de estos contenidos. Se refuerza la idea de tener producto final terminando.

También se habló del fortalecimiento que debe tener el diseñador al momento del encuentro con el cliente, conocer sobre los tipos de discurso, oratoria para defender los proyectos. Fortalecer la palabra escrita. Enseñarle al diseñador herramientas de comunicación para negociar con el cliente o interactuar con algún directivo de la empresa. Llevar ideas de movidas, concursos tanto con el ámbito publico como privado.

Se habló de la idea en todas las presentaciones de incluir en las currícula con que se encuentra el alumno al salir de la facultad, orientado a Pymes o mercado corporativo. Conocer el mercado, como manejar el diseño y la palabra, distinguir entre contenido y soportes, aprender a vender un proyecto y a comunicarlo y trabajar con el ámbito publico. Se desarrollo la temática de darle importancia al factor cultural de cada país ya que los contextos influyen en la dinámica del diseño y de las tendencias de consumo. Se hizo foco en darles a los alumnos herramientas para favorecer proyectos sociales con el fin de que la sociedad crezca y la profesión también. Se toco el tema de los graffiti y el trabajo del diseño en otros ámbitos.

Conclusiones Comisión 2.2 [A] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Patricia Iurcovich de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Wendy Hernández, Universidad Autónoma de Baja California, México.

Se habla de redescubrir la temática del diseño industrial. Se plantea porque en México el diseño no está tan difundido como en otros países de Latinoamérica. Tal vez por un tema cultural o porque se copia o adapta de otros países. Primero plantear la cultura del diseño luego agregar estrategia para difundirlo.

Se habla de como el diseño atraviesa el campo de negocios, anteponiéndose y generando tendencias. Los alumnos deberían aprender desde este lugar ubicándose en el cliente y experimentando las nuevas tendencias. Se habla de generar alianzas entre alumnos y empresas. La gestión del diseño es esencial para los procesos administrativos, gubernamentales, sociales y privados.

Se habla de fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes. Aplicar la inteligencia creativa, enseñar que el diseñador industrial no solo diseña sino piensa en las necesidades de la gente. El diseño industrial exige al alumno abrir la mente e incorporar elementos blandos. El diseño de por sí es una actividad emprendedora. Se enseña el concepto de patentamiento y de generar ganancias. Se diferencia el diseño artesanal del diseño industrial. Buscar diferentes formatos para ofrecer las carreras ya que no siempre hay demanda. Trabajar en ergonomía y otras vertientes del diseño. Se debatió sobre el tema de que el estudiante solo cree un producto o investigue sobre lo que no hay en el mercado. Enseñar a los alumnos a generar fondos para financiar sus proyectos.

(* El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 2.2 [B] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Diego Bresler de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Gabriel Bernal García, Escuela de Artes y Letras, Colombia.

En la comisión se desarrollaron temas variados relacionados con el mundo de la inserción laboral y las empresas. Se concluyeron temas relacionados íntimamente la participación de los alumnos en el desarrollo de su camino profesional.

En lo que refiere a los desarrollos, fueron 7 ponencias relacionadas con el tema en cuestión. Las exposiciones fueron en algunos de los casos de más de un expositor y fueron presentaciones con expositores provenientes de Argentina, Brasil, Colombia y Paraguay.

Los temas fueron desarrollados en tiempo y forma por los expositores y los mismos se comportaron cumpliendo las reglas pautadas. Aceptando horarios de exposición. Las líneas de intercambio, surgieron de los debates posteriores a cada una de las exposiciones y del debate grupal que se realizó antes del cierre general de la comisión. Se concentraron en los siguientes temas luego de entender en forma grupal cuales fueron los grandes ejes tratados. Se realizaron consideraciones sobre la necesidad de seguir reflexionando sobre la definición de diseño ¿Qué significa? ¿Qué piensan los diferentes participantes del proceso sobre el tema?

Se evaluaron nuevos formatos y paradigmas para la transmisión de conocimientos. Cómo romper estructuras para lograr nuevos modelos, así como nuevos resultados. Se desarrollaron ponencias sobre distintas experiencias que relacionan a los alumnos con otros participantes del proceso académico. Empresas como clientes o usuarios, Instituciones privadas o públicas que se relacionan como socios estratégicos con dichos alumnos y las instituciones educativas. Generadores de concursos e incubadoras y aceleradoras de negocios.

Hubo un capítulo destinado a dar énfasis a la importancia de brindar herramientas y conocimientos de gestión y administración para poder lograr profesionales completos. Por último, se desarrolló el caso de instituciones educativas que agregan nuevas funciones a su estructura. Desarrollaron un formato para ofrecer servicios a empresas e instituciones externas.

Todos los expositores estaban muy agradecidos por el espacio desarrollado por la Universidad. Celebraron la iniciativa. Que ya tiene 5 capítulos.

Conclusiones Comisión 2.2 [B] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Diego Bresler de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Cristina Amalia López, Asociación Argentina de la Moda / CONPANAC / Modelba / ALADI.

En la comisión se desarrollaron temas variados relacionados con el mundo de la inserción laboral y las empresas. Se concluyeron temas relacionados íntimamente la participación de los alumnos en el desarrollo de su camino profesional.

En lo que refiere a los desarrollos, fueron 5 ponencias relacionadas con el tema en cuestión. Las exposiciones fueron en algunos de los casos de más de un expositor y fueron presentaciones con expositores provenientes de Argentina, Brasil y Colombia.

Los temas fueron desarrollados en tiempo y forma por los expositores y los mismos se comportaron cumpliendo las reglas pautadas. Aceptando horarios de exposición. Las líneas de intercambio, surgieron de los debates posteriores a cada una de las exposiciones y del debate grupal que se realizó antes del cierre general de la comisión. Se concentraron en los siguientes temas luego de entender en forma grupal cuales fueron los grandes ejes tratados.

Se evaluaron nuevos formatos y paradigmas para la transmisión de conocimientos. Cómo romper estructuras para lograr nuevos modelos, así como nuevos resultados. Se desarrollaron ponencias sobre distintas experiencias que relacionan a los alumnos con otros participantes del proceso académico. Empresas como clientes o usuarios, Instituciones privadas o públicas que se relacionan como socios estratégicos con dichos alumnos y las instituciones educativas. Instituciones gubernamentales e incubadoras y aceleradoras de negocios.

Hubo un capítulo destinado a dar énfasis a la importancia de brindar herramientas y conocimientos de gestión y el incentivo al armado de redes para poder lograr profesionales completos.

Se dio énfasis en la importancia de generar modelos de cadena de valor así como el fortalecimiento a nuevas miradas y participantes en los procesos de acceso y evaluación a financiamiento e inversiones.

Todos los expositores estaban muy agradecidos por el espacio desarrollado por la Universidad. Celebraron la iniciativa. Que ya tiene V capítulos.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

3. Formación para un diseño innovador y creativo

Conclusiones Comisión 3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Nicolás Sorrivás de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Rita Ludueña, Instituto Superior Santo Domingo, Argentina.

Una vez finalizadas las diferentes exposiciones de la Comisión 3.1 Nuevas carreras, nuevos campos profesionales y entornos digitales, se concluye que el rol del diseñador, tal como se lo conocía veinte años atrás, se ha modificado. En este terreno, donde los docentes de diseño pertenecen a la llamada generación bisagra, se deja de hablar sobre diseño para ser dominados por los "efectos de diseño". Hasta hace no mucho tiempo atrás, los diseñadores comenzaban como aprendices. Hoy, son colegas de sus propios docentes. Aquí, se coincidió que hay que asumir el lugar incómodo de expresar que algo está sucediendo y que hay que realizar un fuerte trabajo de valorización y revalorización de la actividad docente del diseño y del diseñador propiamente dicho.

En este cambio de paradigmas, la pregunta común es ¿cómo debería ser el diseñador del futuro? El mundo está cambiando vertiginosamente. No hay tiempo para saber si lo que se está enseñando y formando es lo que el mercado necesita. Sin embargo, este presente que propone una infinidad de dudas a resolver también plantea un horizonte revolucionado, colmado de oportunidades y desafíos. En el diseño, están las respuestas a los problemas del mañana. Por otro lado, en el terreno de las carreras emergentes, surge una figura limítrofe: la del diseñador-artista que

busca una reflexión crítica del objeto de diseño. Se trata de volver a lo corporal, a lo sensorial. La interacción obliga a posicionarse en una situación mucho más radical respecto a las tecnologías. Entonces, el rol del docente también se modifica. Se trata de que el alumno no solo aprenda sino que comprenda aquello que ha aprendido. La capacidad reflexiva es aquello que puede marcar la diferencia en la carrera de diseño. Así, los docentes de diseño, están obligados a formar profesionales originales, con criterios estéticos. Se trata de alimentar la creatividad. No se trata de ir contra el futuro sino muy por el contrario aceptar como algo natural transitar hacia él.

Conclusiones Comisión 3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Nicolás Sorrivás de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por David Jurado y Lukas Vargas, Argentina.

Las nuevas formas de acceso al conocimiento fue el tema central de las diferentes ponencias de la Comisión 3.1 Nuevas carreras, nuevos campos profesionales y entornos digitales (tarde). Los expositores, más allá de compartir el interés por las innovaciones y los avances tecnológicos, concordaron que las nuevas tecnologías deben estudiarse como formas de producción del conocimiento y no sólo como meras herramientas educativas. Así, el concepto de interacción resultó la vedette en este turno de comisiones. La idea de desarrollar plataformas de trabajo colaborativo o interfaces de participación, se reiteró en cada proyecto. Incluso desde disciplinas tan dispares como el diseño industrial o el diseño multimedia.

Por otro lado, los expositores debatieron acerca del lugar del diseño en la actualidad. Parecería ser que los territorios del diseño ya no son los mismos de antes. Si bien, el diseño fue y sigue siendo diseñado, hoy el punto de vista sobre él ha sido modificado. Incluso, las ponencias dudaron sobre el concepto mismo de diseño. ¿Es un oficio o una profesión? Los diseñadores corren el riesgo de transformarse en aquello que no son.

Rápidamente, todos estuvieron de acuerdo en asegurar que el diseño no es algo que se agrega sino que es algo que tiene valor por sí mismo. El problema es la escasa reflexión que se da desde la academia y la profesión sobre el objeto diseñado. ¿Para que haya diseñadores siempre tiene que haber un encargo? Si el mercado es a lo que está sujeto el diseño, entonces, hay que apoderarse del mercado para descentralizar su rol en lo que tiene que ver con el diseño.

La invitación de las ponencias concordaron en que la mejor conclusión es y será apropiarse de la disciplina para ser los agentes de cambio; que el mayor desafío es pensar el diseño desde la dimensión académica, confirmando que diseñar es proyectar; y que la más bella tarea debiera ser revalorizar el diseño latino, revalorizar la profesión.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Daniela Di Bella de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Renato Echeagaray, Instituto Superior Santo Domingo, Argentina.

Los conceptos centrales de las ponencias y su debate posterior se centraron sobre dos aspectos clave y distintivos: el cambio del modelo de diseño tradicional a partir de las técnicas de modelado 3D y la fabricación digital, y los recursos que permiten el empleo del juego junto con la incorporación de la variable corporal.

- El hecho del advenimiento de las tecnologías de fabricación digital están modificando la manera de concebir, diseñar y fabricar productos, impulsando la innovación en el campo del diseño y modificando la manera de enseñar/aprender, dado que permiten materializar una pieza, sistema o producto final directamente desde un archivo digital, con diferentes métodos, materiales y acabados. En esta línea es deseable el empleo de herramientas de modelado tridimensional y renderizado dentro del aula que permiten la exploración de una cantidad de utilidades y recursos novedosos para la creación de imágenes para todos los diseños desde una imagen hasta navegar en mundos digitales.

- El concepto de juego y su aplicación pedagógica sería una de las estrategias contemporáneas que permitirían mejores dinámicas en el aula, innovación en diseño y en los negocios. La posibilidad del juego abre el desdoblamiento de los intervinientes en los distintos espacios, sean educativos, del diseño o de las propuestas comerciales. De este modo una actividad de aprendizaje mediada por el juego, permite al individuo entrar en un flujo creativo y productivo particular y colectivo. En esta línea se inscriben propuestas de desarrollo de unidades educativas mediante el uso de herramientas multimediales de tipo piloto, y las teorías del procesamiento de información aplicadas a entornos virtuales, posibles de complementar y reforzar el aprendizaje en aula. El juego también posiciona el lugar que ocupan los medios tradicionales y los digitales, y la importancia de hacer un uso de acuerdo a la necesidad de la aplicación. Reivindica el lugar y las preguntas de los medios más tradicionales como la televisión y el debate que viene desde lejos acerca de su posible uso educativo, suscitando distintas concepciones y preguntas que se abren a respuestas diferentes. En otro orden el juego involucra al cuerpo en su expresión por ejemplo en el dibujo corporal de letras y uso espacial del diseño, los que pueden encontrar un punto de conexión a través de las aplicaciones disponibles en tablets que involucran a los estudiantes en nuevas experimentaciones que puede ir desde lo digital a lo artesanal, o de lo artesanal a lo digital.

Conclusiones Comisión 3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Daniela Di Bella de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Luis Lopez Jubín, Hastaller Comunicación Visual, Uruguay.

El concepto central de las ponencias y su debate posterior se centraron sobre un aspecto clave: el cambio de paradigma que ha significado la irrupción de la tecnología digital y como ha repercutido en todos los campos del pensamiento, la construcción de la subjetividad y del conocimiento. En esta línea el cambio profundo operado en el mundo audiovisual dinamiza y viene generando nuevas estrategias de enseñanza. Implica discutir sobre medios, recursos y didácticas revisando los distintos enfoques que vienen implicando el cine digital junto con la realidad aumentada, en una reflexión acerca del rol que le cabe las nuevas formas de producción y las tecnologías como generadoras del conocimiento humano. Las aplicaciones tecnológicas y la realidad aumentada pueden crear valor de marca para las compañías y van evaluando la posibilidad de cambio en como las personas interactúan. Dentro del mismo eje pero en otro orden de productos, los libros tradicionales y la transformación hacia los libros digitales y las nuevas formas de acceso y consumo de contenidos, está presentando cambios muy profundos en la forma de crear, distribuir, compartir y acceder a los contenidos. Los contenidos que habitualmente eran accesibles a través del uso tradicional de los libros, donde muchas veces los manuales articulaban a los docentes y sus clases, en el día de hoy se ven atravesados por el modelo *flipped classroom* que propone nuevas maneras de organizar las dinámicas del aula y la disponibilidad de contenidos multimediales a través de plataformas en internet, como la utilización experimental de dispositivos y tablets para la enseñanza del diseño y del arte.

En otro orden pero dentro del mismo eje conceptual y sobre el campo psicosocial, la subjetividad contemporánea ha efectuado un pasaje de la concepción del sujeto clásico al del sujeto operativo, un sujeto con vacío simbólico. En este contexto la subjetividad entra en desorientación, puede decirse que se asiste a una subjetividad des-subjetivada, por lo que como educadores en Diseño estamos cada vez más comprometidos en encontrar pistas y llaves hacia la propia subjetividad significada, donde el individuo se encuentra, se divierte y se retroalimenta en relación con una actividad que lo identifica, satisface y lo motiva, basada en el flujo personal creativo.

(* El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 3.3 [A] Innovación Cultural (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Sebastián Caro de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Martha Arroyave, Universidad de Palermo, Argentina. En las ponencias de la comisión Innovación cultural se abordó desde diversos enfoques teóricos y prácticos la dimensión social del diseño y la comunicación. Se

planteó la importancia del diseño en la construcción de modelos mentales y estructuras ideológicas, que subyacen en los discursos hegemónicos de la teoría del diseño. En este sentido, se evidencia la importancia de pensar al diseño como una disciplina social y no como un desarrollo tecnológico.

Trabajar en torno a la dimensión social del diseño implica revisar las estructuras internas y externas de construcción de sentido. El cambio social requiere una reflexión sobre los alcances del diseño y la difusión de ideas y conceptos. El diseño se convierte en vehículo de una red de signos y significaciones que construyen un discurso cuya implicancia social es inevitable.

Se evidencia una fuerte retroalimentación entre la teoría y la práctica, haciéndose necesario acompañar al desarrollo práctico y pragmático con procesos de investigación. Se concluye que el conocimiento técnico y tecnológico no es suficiente para abordar la dimensión social del diseño, resaltando la importancia de incluir en las aulas desarrollos pedagógicos que den cuenta de la importancia social, ecológica y ambiental del diseño.

En su responsabilidad social, el diseñador debe priorizar la inclusión, dar cuenta de la diversidad cultural y contribuir a la información y educación. Se destaca el rol de la ética del diseñador en la construcción de comportamientos y roles sociales.

El diseño entonces se constituye como agente de transformación, y resulta imprescindible pensar para qué sociedad se diseña, y para qué sociedad se desea diseñar. El deber del diseñador reside en no trivializar lo social, sino construir discursos que aborden estructuralmente la relación con la sociedad.

Conclusiones Comisión 3.3 [A] Innovación Cultural (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Sebastián Caro de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Naira do Amaral, Brasil.

Las ponencias de esta comisión hicieron hincapié en la importancia de la reflexión y observación de las diversas realidades sociales. El diseño posibilita contemplar desarrollos sociales positivos.

La práctica debe motivar reflexiones teóricas, constituyendo espacios educativos significativos para pensar nuestro patrimonio cultural desde el diseño. El objetivo debe ser fomentar una actitud crítica y reflexiva en los estudiantes. La universidad debe ser sede de inclusión y transformación, ayudando a difundir nuevas prácticas, construir actitudes y tomar conciencia.

La finalidad es educar diseñadores que den respuestas creativas a problemáticas reales, desafiando los lugares comunes de la cultura semiótica de los discursos del diseño. Se debe resaltar la importancia de la responsabilidad del diseñador, y humanizar el diseño para cambiar paradigmas que responden a un imaginario cultural que hemos superado.

El hecho de diseñar para problemáticas reales evidencia el valor del aprendizaje por problemas, en el cual resulta más importante el hecho de que el alumno pueda plantear

sus propias preguntas, más que buscar una respuesta específica.

El diseñador debe organizar sus propias intervenciones fuera de las tendencias del mercado, para satisfacer necesidades humanas. Se destaca entonces la importancia de investigaciones que demuestren de manera innovadora cómo el diseño puede contribuir al bienestar humano.

(* El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 3.3 [B] Innovación Cultural (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Marina Matarrese de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Amalia Soledad Martínez, Escuela de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo, Argentina.

La sesión de la comisión 3.3 [B] Innovación cultural tuvo como denominador común la pregunta centrada en la inclusión desde diversos ángulos. En este sentido, se compartieron experiencias que abordaron la inclusión educativa desde el diseño gráfico editorial, el diseño incluyente desde el estudio de la comunicación objetual, el diseño intercultural y el diseño de interiores recuperando las variables identitarias. La totalidad de estos estudios tuvieron el interés común de darle un lugar preponderante en el diseño al usuario y a su entorno. El usuario concebido no como un objeto de investigación, sino como usuario - sujeto de la investigación y en muchos casos co-realizador o co-diseñador.

Este lugar de relevancia del sujeto tiene como fin resolver junto con él sus necesidades incluyendo dentro del análisis el entorno social. Lo anterior demanda técnicas de investigación cualitativas específicas tales como el trabajo con el usuario, la etnografía, la observación participante, las entrevistas en profundidad, el protocolo de análisis, entre otras técnicas que ayuden a poner en relieve estas necesidades.

Esta nueva mirada a su vez demanda de grupos de investigación interdisciplinarios que ayuden a ampliar la mirada y poner en relieve otras aristas de los problemas que muchas veces pasan desapercibidos desde el abordaje de una sola disciplina.

Este proceso de particularización del diseño está claramente en tensión con un modelo masificador de objetos y estandarización de las personas que no da cuenta de casos puntuales. Más aún, estos casos que no responden a "la norma" están absolutamente invisibilizados, dado que atendiendo a las estadísticas actuales no son casos tan aislados ni minoritarios sino que no reciben la atención que merecen.

Conclusiones Comisión 3.3 [B] Innovación Cultural (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Marina Matarrese de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Yurbi Alvarez, Maestrando de la Universidad de Palermo, Argentina.

En la sesión de la comisión 3.3 [B] Innovación cultural las ponencias pusieron en relieve que independientemente de los avances concretos en las diversas investigaciones y de las diversas temáticas estudiadas, el eje en común fue el camino elegido para llevar adelante estos estudios. Es decir, que a través de poner en el foco de estudio en la inclusión, se repensó el rol del diseño en tanto herramienta y facilitador del acceso a la igualdad de oportunidades, y en este sentido se repensó a la disciplina como un medio de promoción social.

Puntualmente un gran número de ponencias, abordaron la temática de la discapacidad y las dificultades a las que se enfrentan estas personas, se pensaron los aportes que puede realizar desde el diseño gráfico y puntualmente desde el diseño de nuevas tipografías a personas con dislexia, se pusieron en relieve los aportes del diseño universal para la experiencia del usuario con discapacidad visual en productos de consumo masivo y se destacó la relevancia de la enseñanza del diseño web incluyente y las interfaces gráficas para todos. Asimismo se planteó el modo en que el diseño de estrategias de comunicación puede agilizar los procesos de entrega de planes alimenticios para niños desnutridos en Colombia, entre otros. En definitiva se reflexionó acerca de los fundamentos mismos del diseño incluyente que asuma al universo de usuarios como un conjunto diverso y se analizó la complejidad de la inclusión social, tanto desde la óptica de los usuarios, como de la óptica del resto de la sociedad. Este espacio de fecundo intercambio que demanda de la transformación de determinados paradigmas mentales y productivos anclados en la ecuación de menor inversión y más beneficios destacó que independientemente de la poca visibilidad existen en este momento numerosos equipos de investigación que desde diversas líneas están re- pensando al diseño y a su enseñanza desde paradigmas más inclusivos.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 3.4 [A] Estudios Artísticos y Creativos (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Andrea Pontoriero de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Pilar Ruiz, Instituto CDM / Universidad de Palermo, Argentina.

En la comisión se plantearon estrategias, metodologías y diversos enfoques en la enseñanza de diversas disciplinas artísticas, a saber: actuación, caracterización, escenografía y dramaturgia. Dentro de esta diversidad encontramos algunas líneas de trabajo que se plantean en común para encarar el proceso de aprendizaje en los campos artísticos y del diseño:

1. La importancia del aula taller como espacio transformador.
2. La conexión de la teoría con la práctica y la retroalimentación entre ambas.
3. La búsqueda de un universo singular del intérprete.
4. Las tendencias y los procesos de creación

Dentro de estas cuatro grandes líneas destacamos algunas de las propuestas discutidas que deberían tenerse en cuenta en el desarrollo de una práctica pedagógica de las disciplinas artísticas y del diseño de espectáculos:

- La bioenergética como técnica movilizante en el entrenamiento del actor
- La necesidad de un marco teórico y una metodología en la enseñanza de las técnicas corporales y expresivas para el entrenamiento actoral.
- La importancia de la motivación de los estudiantes en el proceso de aprendizaje y la concientización de las fortalezas y debilidades con el objetivo de lograr una superación personal.
- La vinculación de los contenidos de las carreras con la práctica profesional
- La necesidad de una experimentación metodológica interdisciplinaria para lograr presencia escénica a través de los recursos técnicos expresivos combinados con el imaginario poético.
- La importancia de una reflexión sobre la dramaturgia y el diseño de una obra teatral
- Propiciar el espacio lúdico, de juego, estimularlo para que surjan las ideas creativas
- Incentivar la irrespetuosidad y la rebeldía respecto de las consignas que se proponen con el fin de lograr que los estudiantes puedan proponer su propio camino.
- Poner el foco en el hacer, en la práctica para que surjan los problemas y que los estudiantes puedan elaborar estrategias para resolverlos.

En definitiva, entender al aprendizaje de las disciplinas artísticas y del diseño como un proceso dialéctico donde los alumnos van pasando por los mismos contenidos pero profundizando cada vez más.

Conclusiones Comisión 3.4 [A] Estudios Artísticos y Creativos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Andrea Pontoriero de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

En la comisión se plantearon como necesarias ciertas estrategias y herramientas pedagógicas para la enseñanza de asignaturas artísticas dentro del campo de la actuación y de las técnicas de representación. Asimismo se planteó que algunas de estas técnicas asociadas al proceso creativo son de utilidad para la resolución de conflictos en ámbitos no artísticos. Dentro de los temas que se discutieron, podemos destacar los siguientes puntos:

- La importancia de entender que se trabaja con procesos creativos abiertos que se nutren de lo apolíneo y lo dionisiaco, la forma y el contenido, estimulando un pensamiento creativo y racional al mismo tiempo.

- Entender la docencia como un proceso creativo en donde el docente y el estudiante son sujetos que se modifican entre sí.
- Generar una comunidad de pertenencia en el aula que estimule y contenga el proceso creativo.
- Concebir la situación de enseñanza - aprendizaje como un proceso espiralado que se va retroalimentando a medida que se profundiza en los conocimientos.
- Utilizar las salidas de campo como una herramienta para relacionar las prácticas pedagógicas con el mundo real.
- La utilización de imaginarios artísticos en la enseñanza de las técnicas de representación como disparador de ideas.
- La capacidad del teatro interactivo como una herramienta de aprendizaje, reflexión y cambio social.
- La necesidad de articular la investigación, reflexión, gestión y el diseño de currículas y planes de estudio en las carreras de espectáculos.
- Los beneficios de trabajar en proyectos pedagógicos para integrar teoría y práctica en la enseñanza del diseño de espectáculos.
- La investigación permanente en las tendencias escénicas y la incorporación de las innovaciones al aula.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 3.4 [B] Estudios Artísticos y Creativos (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Andrea Marrazzi de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Claudio Seijo, Universidad de Palermo, Argentina.

En el turno tarde de la comisión de Estudios Artísticos han expuesto docentes de Ecuador, Colombia, Venezuela y Argentina. Se abordaron diversas líneas temáticas relacionadas al arte y proyectadas dentro de las culturas propias de cada expositor, encontrando muchas similitudes en las problemáticas actuales en cuanto a la formación artística. Al comenzar, Mario David Moncayo Romero, Docente de la Universidad de Santiago de Guayaquil desarrolló un análisis historiográfico del surgimiento de la industria del cine de animación de Ecuador. Luego, Raúl Santiago Algán vinculó el proceso de profesionalización y el ánimo lúdico, aplicado a la producción ejecutiva en las Artes Escénicas.

Por su parte, Alejandra Ceriani ejemplificó a partir de la experiencia del Primer Encuentro sobre educación, danza y mediación digital, la búsqueda de un lenguaje en común lo performático, el cuerpo, la danza y lo tecnológico.

Isayra Colmenares, docente de diseño y de artes plásticas, nos mostró un registro diario de su cotidianeidad educativa cómo método cualitativo para la creación artística y Claudio Emilio Seijo, docente de la Universidad de Palermo, manifestó de qué manera la contemporaneidad, los tiempos de cambios y las transformaciones, muy lejos ya de los modelos ortodoxos que nos proponía la modernidad y el desvarío de la postmodernidad, nos encuentra con nuevos desafíos.

Finalmente, Paola Acosta Zambrano hizo hincapié en la trascendencia que debe tomar la enseñanza de las artes, por sobre las ciencias exactas en el sistema educativo.

Se concluyó en conjunto, la prioridad del juego y el desarrollo de la imaginación, como disparador de la creatividad en la formación de una disciplina artística, teniendo en cuenta una valoración por el proceso, mayor a la importancia que pueda dársele al resultado. Se establecieron también las dificultades en las evaluaciones en las cátedras creativas. Y por último se realizó un intercambio acerca de las similitudes en cuanto a políticas educativas aplicadas en los diferentes países.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

4. Investigación y Política Editorial

Conclusiones Comisión 4.1 [A] Investigación.

Metodología y Técnicas (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Rosa Chalkho de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Juan Tanta, Universidad César Vallejo, Lima.

La comisión 4.1 Investigación, metodología y técnicas elaboró a lo largo de las ponencias diversos tópicos que tomaron como eje la investigación en el espacio de lo social. En este sentido verificamos que la relación del diseño con lo cultural resulta central, edificando de este modo el concepto de diseño desde las prácticas sociales. La comisión propone un acuerdo respecto de la necesidad de establecer acercamientos teóricos y prácticos en relación al alcance multidisciplinar del diseño, que al centrarse en la indagación de las prácticas sociales produce una comprensión del contexto para propiciar el desarrollo. Esta posición implica dos aspectos, por un lado la implementación de proyectos de diseño con inserción comunitaria; y por otro, la consideración de lo social en la formación académica.

Se considera apropiado fomentar tanto la investigación básica como particularmente las investigaciones aplicadas que contribuyen a la transformación de los contextos. Esta propuesta implica una rotación ideológica en términos del empoderamiento del tercer sector, de los estudiantes y de las comunidades, que posiciona al diseñador como facilitador, mediador o agente de cambio.

Conclusiones Comisión 4.1 [A] Investigación.

Metodología y Técnicas (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Rosa Chalkho de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Juan Manuel España, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Colombia.

La comisión 4.1 Investigación, metodología y técnicas encontró, a lo largo de las ponencias, ideas en común que atravesaron las investigaciones y proyectos expuestos.

Uno de los conceptos que emergieron de manera común fue la idea de la memoria histórica como valor social, presente en las investigaciones de diseño etnográfico, en los proyectos de relevamiento de las prácticas artesanales, en las menciones a la archivística y al documental y en las expresiones de diseño urbano que sostienen la memoria colectiva como los memoriales.

Observamos en las ponencias la emergencia de una tendencia académica que propone la inclusión participante y comprometida de los estudiantes en grupos de investigación universitaria sostenidos desde el concepto de la estética relacional. Los resultados virtuosos de estas experiencias nos llevan a proponer en el ámbito de nuestras instituciones de educación superior el fortalecimiento, institucionalización y financiación de estas propuestas que se desarrollan aun de manera aislada.

Reconocemos la relevancia de construir marcos teóricos que articulen los aportes de distintas disciplinas y nos permitan pensar la noción de experiencia expandida del diseño considerada de manera holística.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 4.1 [B] Investigación.

Metodología y Técnicas (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Fabiola Knop de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Sergio Donoso, Universidad de Chile, Chile.

En los 90 no era usual hablar de metodología y debíamos trabajar sobre un corpus de conocimiento muy débil. A partir de ésta década se produjo una transformación del sistema educativo, estableciéndose un cambio en las instituciones, que dio lugar a la formación de nuevos investigadores con diferentes problemáticas, estrategias y experiencias.

El diseño como disciplina toca las cuatro áreas de las ciencias: naturales, formales, sociales y humanidades. El nuevo desafío es relacionar la actividad de diseño con la investigación en diseño y ver como los proyectos de investigación se pueden tomar a partir de las diferentes ciencias.

Promover materiales descriptivos del diseño que construyan recorridos investigativos, es uno de los pilares de las universidades abocadas a la investigación; pensando el diseño para acompañar prácticas productivas en un nivel técnico y cultural, fomentando un análisis relacional de la Investigación del Diseño y adoptando posiciones en este campo, con interpretaciones de carácter epistemológico. Las instituciones deben pensar en una política institucional de formación en la investigación con un fuerte apoyo y reconocimiento a los estudiantes. El sentir institucional de cualquier escuela de diseño hace que se piense al programa desde el proceso de investigación. Es imprescindible que docentes, estudiantes y organizadores se junten en esos procesos.

La creación de semilleros de investigación en proyectos, permite construir teorías, métodos y prácticas. Se debe

elaborar un inventario de objetos de estudio y una estructura conceptual de la cual partir.

Una manera de motivar el trabajo de los estudiantes en el quehacer de la investigación, es publicar los proyectos, construyendo portafolios que permitan transmitir conocimientos y sean fuentes de consulta. Motivar al estudiante a investigar sobre algo real y que se tenga afecto -entendiendo lo que es adecuado para cada momento- permite entender al diseño como la manera de optimizar la actividad humana.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

5. Sustentabilidad y Ecodiseño en la Enseñanza

Conclusiones Comisión 5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Daniel Wolf de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Se desarrollaron 2 líneas de exposición con sus posteriores debates acerca de la cuestión Sustentabilidad, Diseño y Medio Ambiente. Una sobre las posibilidades de inclusión de esta temática en el ámbito educativo y otra en sus incidencias en el mercado.

Dentro de los claustros se planteó la incorporación de los conceptos de sustentabilidad en tres niveles diferenciados: 1) La aplicación de casos (trabajos prácticos, asignatura electivas, proyectos de investigación, etc) en la currícula académica. 2) En segundo plano la implementación de estos criterios mediante la gestión ambiental sostenible en las propias instituciones educativas y en un tercer nivel la construcción de criterios de participación y compromiso ambiental en la comunidad académica. Si bien nos encontramos en períodos de transición donde no es del todo claro el devenir de esta temática, los actuales estudiantes se encontrarán desarrollando su actividad profesional en una o dos décadas por lo que es necesario desde los ámbitos de formación comenzar a proveer de los recursos disponibles para afrontar un escenario que aparenta ser preocupante.

Se debe comenzar a incorporar estos criterios cuestionando viejos paradigmas que niegan la naturaleza (propia y del medio ambiente) a fin de explorar para la generación de modelos pedagógicos alternativos, a decir de Guattari, que logren articular los tres registros ecológicos: el medio ambiente, la trama social y la propia subjetividad.

En cuanto al ámbito del mercado se planteó si el diseño sustentable es solo marketing o una legítima preocupación por el usuario. Se planteó el interrogante acerca si existe un verdadero antagonismo entre el diseño comercial y el diseño social. Hoy en día el diseño sustentable es una utopía, entendiendo esto como un camino a seguir. Un trayecto que nos compete como instituciones formadoras pero que debe ser transitado junto a las asociaciones profesionales, los actores económicos, las organizaciones no gubernamentales y principalmente al Estado a fin de abordar una problemática compleja y de escala global.

Conclusiones Comisión 5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Daniel Wolf de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Ramiro Pérez, Universidad de Palermo, Argentina.

Esta jornada se caracterizó por la heterogeneidad de las exposiciones. La temática de la sustentabilidad fue abordada desde casos de trabajos realizados en los talleres, donde se cuestionó la ingenuidad de ciertas propuestas de diseño aparentemente sustentable, pasando por ejercicios vinculados a una mirada comercial fuertemente vinculada al consumo responsable. También se presentaron proyectos de tesis donde la cuestión de la sustentabilidad y el diseño social se manifestaron fuertemente vinculados en propuestas muy comprometidas con el desarrollo local.

La investigación en diseño estuvo presente en proyectos vinculados al rescate y posterior reutilización de residuos sólidos urbanos así como en la búsqueda de espacios adecuados para la enseñanza del proyecto en ámbitos de educación superior. Se concluyó con la exhibición de trabajos profesionales vinculados a temáticas de sustentabilidad y manejo responsable del agua.

Atravesaron todas las ponencias un evidente compromiso con la sociedad y la propia disciplina proyectual, intentando dejar una impronta en un escenario cambiante pero que ofrece múltiples oportunidades para que los diseñadores puedan seguir realizando su aporte.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Inés Bermejo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Florencia Chamizo, Universidad Provincial de Cba, Argentina.

En la comisión “5.2 Materiales, Tecnologías sustentables y reciclaje” se han expuesto y analizado diversas propuestas que trabajan sobre la problemática medioambiental desde un abordaje que conceptualiza a la sustentabilidad como una herramienta motora para la elaboración de proyectos que promuevan la inclusión y la participación comunitaria.

Las reflexiones que de allí se desprenden tienen que ver, por un lado, con la necesidad de generar una cadena de valor del deshecho y de nuevas alternativas de materiales. Por otro, con la recuperación y rescate de los procesos y las técnicas originales de la región latinoamericana. En esta tendencia se incorpora el proyecto de diseño participativo de un espacio recreativo comunitario hecho con materiales renovables y residuos locales en Aimorés, Brasil. Se evaluó también una propuesta de enseñanza del diseño arquitectónico con materiales que generen menor carga térmica en la edificación para disminuir la huella

ecológica; y una articulación entre diseño y educación medioambiental incorporando artículos de desuso en el proceso creativo de estudiantes. Acercándose a esta tarea, el proyecto “Hecho del Desecho” es un ejemplo de promoción de un nuevo modelo de producción y de diseño en el que conviven el escenario académico formal y no formal con el fin de transitar un camino de búsqueda de coherencia entre las políticas económicas y las demandas educativas. En la misma línea de pensamiento, se debatió sobre el proyecto “Vivo mi parque” que promueve un aprendizaje significativo en la experiencia vivencial que enriquezca al proceso académico desde un paradigma de preservación del planeta para las nuevas generaciones.

Conclusiones Comisión 5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Inés Bermejo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Marcos Matías Caminos, Universidad Provincial de Cba, Argentina.

En la comisión “5.2 Materiales, Tecnologías sustentables y reciclaje” se han expuesto y analizado diversas propuestas que trabajan sobre la problemática medioambiental desde un abordaje multidisciplinar que busca jerarquizar la valoración y la vinculación con el medio.

Existe una relación entre el sujeto, el objeto y el medio, que debe ser protagonista en la iniciativa sustentable de todo proyecto. Conocer las características y requisitos del entorno, vincularse con las necesidades y creencias del usuario y la comunidad en que vive, son los puntos que definirán la raíz proyectual de propuestas integrales y cuidadosas del medio ambiente.

Entre los proyectos presentados, se reflexionó sobre un emprendimiento socio-ambiental que concibe el diseño de objetos desde un intercambio cultural con comunidades originarias y la gestión de residuos de empresas. También se evaluó el análisis de la vivienda/estudio de la localidad de Merlo, Provincia de San Luís, diseñada por el arquitecto Daniel Fassi, como pieza sustentable para ejemplificar la jerarquía del desafío del tratamiento de la crisis energética para los profesionales de la arquitectura. El proyecto llevado a cabo en la Licenciatura de Diseño Industrial de la Universidad Autónoma del Estado de México, expone una práctica educativa que involucra a comunidades en el proceso educativo para contribuir en la dinámica investigativa para la producción sustentable. Finalmente, se consideró la estética kitsch como disparador hacia un consumo simbólico con el fin de intervenir en la problemática de los desechos de la sociedad de consumo.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

6. Identidad, Cultura y Tendencias en Diseño

Conclusiones Comisión 6.1 [A] Observatorio de Tendencias (turno mañana y tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Patricia Doria de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Taña Escobar, Universidad Técnica de Ambato.

La Moda ha sido objeto de rigurosos análisis, desde la creación de colecciones, formación de tendencias y propuestas de arquetipos, hasta la difusión publicitaria o el influjo del arte y de los negocios.

El sistema de la moda se entiende como un concepto global donde las distintas áreas están condicionadas por cambios sociales profundos, no sólo desde el diseño sino también desde las tendencias, la producción y la generación de nuevas oportunidades de negocios.

Con la moda y a través del traje, el cuerpo se expone a una transformación constante. Vestirse tiene que ver directamente con sentir placer, el placer de la moda como imagen, esto involucra un cuerpo, siluetas, morfologías, identidades, historia. En el cual lo constructivo toma un gran protagonismo, a partir del estudio interno de las formas y las piezas constitutivas del diseño, se delimitan ejes corporales, con líneas de pinzas que rescatan la silueta humana, reubicándose y constituyendo planos de construcción de las prendas.

La moda entonces constituye un lenguaje multicultural y social de signos, a través de los cuales el ser humano se presenta en forma creativa ante una sociedad a la cual quiere pertenecer pero al mismo tiempo diferenciarse; afectado por las tendencias que son tomadas como supervivencias futuras en un mercado competitivo de moda, condicionado por los cambios sociales, económico, culturales y tecnológicos profundos y forman parte de este nuevo concepto de diseño. Las respuestas innovadoras que ofrecen las tendencias son adecuadas a las exigencias del mundo de la moda siendo esta la base de un futuro rentable y sostenible.

Tanto la construcción de colecciones desde el diseño, la moldería, como las producciones de moda, la sociología de la moda, o el marketing de la moda determinan la inclusión de varios ejes y miradas, las cuales se cruzaron en las conferencias del V Congreso Latinoamericano de Diseño, donde en las comisiones pertenecientes al Observatorio de Tendencias, abordaron a la moda como una unidad, donde los saberes se complementan y generan una proyección de futuro, en un área de impacto creativo, proyectual, económico y social.

(*). El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 6.1 [B] Observatorio de Tendencias (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Lorena Bidegain de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Taña Escobar, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Desde Chile, Daniela Miranda y Carolina Nicoletti desde el estudio de la cultura y la comunicación presentaron una propuesta para una visión crítica del sistema de la moda. A través de videos desglosaron las ideologías que están detrás del consumo de la moda.

Presentaron tres líneas de análisis el canon, el lujo y elegancia para todas y todos y las posibles rupturas como la identidad y las disidencias. La idea es plantearlo como posibles temas a la hora de abordar académicamente la teoría del diseño de la moda.

Glúcia Centeno desde su Brasil natal propone investigar nuevos comportamientos relacionados con las creaciones, incorporaciones y tendencias en América Latina. La propuesta a través de esta investigación es analizar distintos países latinos y construir los discursos en relación al diseño de moda. Se busca a través de la propuesta indentificar los patrones de identidad y la relación de los mismos con las culturas locales.

Gisela Monteiro y Natalia Junger presentaron un proyecto completo aplicado en sus clases semestrales de identidad visual en diseño de moda. El proyecto planteado es a partir de marcas existentes del mercado de Brasil generar elementos que formen un sistema de identidad visual.

Desde la colegiatura de Colombia, Ana Esther García presentó dentro del marco de su tesis de maestría, el cuarto capítulo que trata sobre la estética en las imágenes de la moda, como elemento transversal de la práctica del vestir. Se expone a través de duplas dicotómicas en las cuales se ha apoyado el sistema de la moda como sistema de signos. Por último Tania Escobar de Ecuador, expone el anteproyecto de su tesis doctoral exponiendo a la indumentaria como símbolo de estratificación social de la indumentaria femenina en Ecuador. En la época colonial ésta se restringe a la influencia española y el indumento tomó las formas del estilo europeo como una adaptación a la idiosincrasia local. La indumentaria colonial evidenció una serie de implicaciones socioculturales entre ellas: el status social al que pertenecía la mujer.

Dentro de las ponencias existió una amalgama de información rica en el ámbito de la moda: desde lo académico, lo proyectual y la investigación.

(*). El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 6.2 [A] Identidades Locales y Regionales (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Mónica Incorvaia de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

En la jornada de la mañana, de acuerdo con la temática de la Comisión, la línea rectora de las ponencias fue la identidad encarada desde distintas disciplinas y lugares. De este modo la profesora Mónica Haydar de Misiones explicó el mural realizado por los estudiantes de la comunidad de Mbya Guaraní; Eugenia Álvarez de Chile refirió al diseño en la iconografía mapuche; Pablo Bianchi de Misiones presentó el ingenio como vehículo de la identidad

del diseño argentino; Sandra Navarrete y Laura Gilabert de Mendoza expusieron los avances de la investigación que desarrollan actualmente, en las que contrastaron enfoques los fenomenológico y semiológico de la experiencia del vino; como cierre, Mónica Incorvaia disertó sobre la fotografía en la identidad latinoamericana.

Todos estos temas concluyen en la importancia de los valores identitarios que hacen a la cultura manifestada en los últimos tiempos en las diferentes regiones del Cono Sur. Y se acuerda que los aspectos abordados deberían ser difundidos en ámbitos académicos y sociales, para su mejor divulgación en culturas internacionales. De este modo se logra revalorizar los recursos humanos, los matices regionales y la alta calidad de profesionales que están abocados a la producción, la investigación y la enseñanza en estas latitudes, que no son reconocidos en espacios foráneos.

Conclusiones Comisión 6.2 [A] Identidades Locales y Regionales (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Mónica Incorvaia de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Se presentaron las ponencias de Anabella Cislighi y Cristian Vázquez (FADU, UNL, Santa Fe, Arg.) “Acciones de Diseño para la promoción y la participación ciudadana”; Andre de F. Ramos (UNRJ, Rio de Janeiro Bra) “Aderencia e visualidade: Uma proposta pedagogica”; Flavio Burstein y Marcelo Molina, (UBA, Buenos Aires, Arg) “Diseño de un sistema de identidad regional”; Ana Murillo Villamar (UCSG, Guayaquil, Ecu), “Diseño iconográfico de la cultura Valdivia: patrones de ornamentación en dibujo y pintura; Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza (PUCP, Peru), “El diseño textil tradicional en la actual Enseñanza-Aprendizaje”; Ana Beatriz Pereira de Andrade (UNRJ, Rio de Janeiro Bra), “Memoria em festa: uma cartografia das Congadas em Atibada” y Paulina Paula (UCSG, Guayaquil, Ecu), “La iconografía ancestral del Inti Raymi”. Todas estas ponencias tuvieron un eje común en la cultura, caracterizado por términos tales como pertenencia, rescate de la memoria, historia oral, tradiciones, y la forma de transmitirlo a través de la enseñanza.

Desde diversas disciplinas, como Arquitectura, Diseño en la Comunicación Visual, Diseño Grafico, Arte y Diseño de Indumentaria, se abordaron los temas antes enunciados, llegando a concluir en la necesidad de crear conciencia sobre identidad en la sociedad contemporánea, así como la importancia de la transposición de estos conocimientos disciplinares en saberes acordados y compartidos por los distintos grupos sociales.

(* El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 6.2 [B] Identidades Locales y Regionales (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Eleonora Vallaza de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Raquel Godinho, Instituto Federal Sul rio grandense, Brasil.

En la Comisión 6.2 [B Identidades Locales y Regionales se han presentado proyectos vinculados con el diseño y la identidad de diversas regiones de Latinoamérica.

La ciudad de Pelotas Brasil, como Barranquilla Colombia, Valparaíso Chile y Nuevo León México, han sido ejemplos de proyectos que vinculan el quehacer universitario con la sociedad. El caso del Proyecto de Identidad Ciudadana cuyo objetivo fue el registro visual de Valparaíso para la revalorización del objeto de consumo turístico. Valparaíso cambió de modelo económico (de industrial a turística) por lo tanto se piensa una identidad regional: dividida por cerros. Se busca con esto fortalecer la identidad en los propios habitantes. Por otro lado la experiencia en México plantea el estudio de la identidad sistémica: no importa las partes, no implica definir al objeto sino pensar en sus dinámicas naturales y sociales. El proyecto de Brasil se basa en una investigación sobre paisajes tipográficos en El espacio urbano: Pelotas. El recorte se realizó sobre áreas de zona de protección patrimonial de Pelotas a través de la catalogación de imágenes. Además de clasificar y analizar se busca identificar especificaciones culturales. Luego se presentó un trabajo sobre cómo rescatar el carnaval de Barranquilla Colombia como patrimonio cultural de la Nación. Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. Con el objetivo que los diseñadores de moda se apropien de su cultura de desarrolla el Proyecto Cultura Caribe. El trabajo de alumnos consiste en vestir a las comparsas, la Reina y el Rey Momo y Personajes Memorables.

El Diseño se piensa como disciplina que agrupa estos proyectos, para la formación en cultura y patrimonio con el objetivo de reforzar la identidad a través de la memoria de estos pueblos.

Conclusiones Comisión 6.2 [B] Identidades Locales y Regionales (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Eleonora Vallaza de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Sandra Jaquelina Aguilar, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

En la comisión 6.2 [B] Identidades Locales y Regionales se presentaron proyectos vinculados al diseño y la identidad territorial de diversos países y regiones. Si hubo un concepto que atravesó todas las ponencias fue el de Territorio. El mismo se trabajó desde el rescate de los valores humanos y la geografía emocional.

Básicamente se planteó la necesidad de generar responsabilidad social en el diseño, respondiendo a necesidades sociales y reinterpretando el valor de los espacios intervenidos. Para esto resulta trascendental que la Academia se vincule con la sociedad, que los diseñadores y estudiantes entren en contacto con la realidad a trabajar, tanto cultural inmaterial como el caso de la comunidad originaria Huarpe (Cuyo Argentina), como espacial y territorial, en el caso Ciudad de la Punta/ Estancia Grande de la Provincia de San Luis Argentina, y las zonas rurales del

Estado de México. En estos proyectos se reflexionó sobre la necesidad de trabajar con equipos transdisciplinarios que aporten descripciones de los territorios tangibles e intangibles. Se pensó cómo influir en el conocimiento del diseño a través de enfoques epistémicos y metodológicos que pertenezcan a otras ciencias. También se reflexionó sobre la honestidad del diseñador al dialogar con la morfología y materiales propios de cada territorio como ser las sierras en el caso de San Luis.

Por otro lado se planteó un proyecto basado en la identidad territorial de Pelotas Brasil, a partir del estudio de Memoria Gráfica de Pelotas: de 1890 a 1990. Se reflexionó sobre la problemática de la necesidad de conservar el patrimonio a partir del contacto de los alumnos con este acervo cultural que concluye en la producción de un libro sobre infografía pelotense.

En relación a la visibilidad del trabajo académico y su vinculación con la sociedad, se presentó un proyecto que concluyó en el prototipo de un libro infantil basado en la historia de una festividad de las razas, para que los niños puedan vincularse con la identidad del pueblo de la región de Villavicencio- Colombia a partir del estudio de “Las cuadrillas de San Martín”.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 6.2 [C] Identidades Locales y Regionales (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por Mara Steiner de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Angela Dotor Robayo, Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia.

El eje del debate de la Comisión 6.2 C giró en torno a cuestiones relacionadas con la producción simbólica en los campos de la fotografía, el diseño gráfico, la tipografía y el diseño de indumentaria.

Varias ponencias abordaron el impacto de ciertas tendencias presentes en el espacio urbano y su traslación al terreno de la configuración visual a partir de la participación de proyectos y programas académicos implementados en los distintos niveles de formación. En este sentido, las propuestas apuntaron a generar un diálogo a partir del cual los alumnos pudieran observar, registrar y analizar manifestaciones visuales emergentes para luego proceder al desarrollo de procesos de clasificación y creación de alternativas nuevas.

El rescate de ciertas tradiciones locales también emergió como un signo pregnante en varias de las ponencias, a partir de la intervención del diseño en pos del desarrollo productivo de pequeños y medianos artesanos. Para tal fin, las propuestas de trabajo estuvieron vinculadas a cuestiones museográficas, de señalética, de diseño de mobiliario autóctono y la implementación de estrategias de promoción y difusión cultural.

El abordaje de la fotografía en su calidad de documento histórico también operó como un centro irradiador de ideas para el desarrollo de proyectos, sobre todo de aque-

llos vinculados a procesos de reconstrucción histórica. Tomando como soporte ya sean revistas de ilustración fotográfica, o bien a las fotografías mismas, se debatió en torno al lugar que la fotografía puede ocupar como fuente de documentación visual y, a su vez, a los riesgos que implica asumir la transparencia del soporte fotográfico. Finalmente, se pusieron en común algunos interrogantes que funcionaron como vasos comunicantes entre todas las ponencias presentadas. Algunos de ellos fueron: la necesidad de aceptar el diálogo de saberes interdisciplinarios; la importancia de que el diseñador capte totalidades amplias a la hora de planificar su trabajo y la capacidad para buscar soluciones efectivas ante los desafíos que el mundo contemporáneo le impone al diseño día a día.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 6.3 [A] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía (turno mañana)

La coordinación de la comisión fue realizada por José María Doldan de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Beatriz Moura, Senai Cetiqt, Brasil.

Recuperar el patrimonio cultural precolombino, e incorporarlo a los diseños contemporáneos a través de la educación, bajo el reconocimiento de los valores que portan aquellos diseños.

La estética como una posibilidad de construcción del conocimiento situada más allá del lenguaje y como forma de hacernos sensibles a los otros.

Incorporación del trabajo artesanal sobre medida, como ser la sastrería, al diseño de moda contemporáneo.

Acercamiento y comprensión de la tipografía Celta como ejemplo de la extrapolación de la comunicación comunicativa verbal a través de un texto visual.

Buscar el aprendizaje de los alumnos para que entiendan la ciudad desde la narración, cinematográfica, literaria y teatral. Que se entienda la ciudad como objeto de comunicación.

Proponer a las tradicionales rutas turísticas - culturales latinoamericanas, proyectos de diálogo intercultural entre todos los actores involucrados. Un ejemplo es el caso aplicado a la mocora en el Ecuador.

Conclusiones Comisión 6.3 [A] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por José María Doldan de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Alejandro Palma, Douc UC, Chile.

Se vio en la Comisión la necesidad de:

- Revalorar la artesanía propia de los países e incorporarlos a los programas académicos con desarrollo de proyecto efectivo.

- Involucrar a los estudiantes con las realidades locales relacionadas a la artesanía y a la creación artística, que estos productos poseen.
- Fortalecer la identidad de estos lugares que producen artesanías dándole el valor que estos espacios tienen, como valor relevante.
- Respeto y rescate de la actividad y del artesano como patrimonio del país y la cultura latinoamericana.
- Plantear concepciones de la creatividad y del arte en la didáctica del diseño, desde enfoques humanistas, complejos y orientados a la evolución de la conciencia, que incluya como elemento educativo aquellos temas perennes al ser humano, como es el caso de la muerte.

(*) El equipo de coordinación está integrado por académicos y profesores regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Conclusiones Comisión 6.3 [B] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía (turno tarde)

La coordinación de la comisión fue realizada por Mercedes Pombo de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (*).

Las conclusiones de esta comisión fueron grabadas por Astrid Mora, Universidad Autónoma del Caribe, Colombia. Las ponencias y los posteriores debates que se generaron dentro de esta comisión se centraron básicamente en reflexionar sobre cómo el legado del mundo artesanal y la visión integradora del arte pueden enriquecer la práctica profesional del diseñador.

A través de diferentes ejemplos y formas de pensar la vinculación entre estos tres campos –artesanía, arte y diseño– las ponencias buscaron proponer modos de acción y análisis desde la formación del diseñador que le sumaran nuevas habilidades y estrategias socioculturales para mejorar su experiencia en el proceso creativo y proyectual.

La vinculación entre el oficio del diseñador, el artesano y el artista se mantuvo latente durante todas las exposiciones y las reflexiones posteriores. Algunas ponencias se centraron en la importancia de recurrir a la visión creativa y libre del arte y el artista para vincularlas con el campo del diseño y producción. Otros, en cambio, se focalizaron en la capacidad del artesano por rescatar y mantener las tradiciones e identidades precolombinas enriqueciendo de este modo las producciones locales y dándoles un sello propio.

Como cierre, surgió la posibilidad de pensar la enseñanza del diseño desde una mirada interdisciplinar, ubicándola como un lenguaje libre, capaz de dialogar y asociarse a otras propuestas estéticas, otras maneras de acercarse a la producción y la imagen. El caso de los artesanos y los artistas –con sus características particulares a la hora de elaborar piezas de diseño– resultan ejemplos ricos para la formación del diseñador, ya que brindan propuestas visuales y productivas diversas, alejadas de las convenciones culturales del diseño.

7. Cierre del VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño

El cierre del VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño, que reúne a más de 300 instituciones de América y Europa, se realizó el día miércoles 30 de julio de 2014 en el Palais Rouge (Salguero 1443), Buenos Aires, Argentina, con la presencia de más de 200 autoridades académicas y docentes de toda Latinoamérica y Europa. La mesa de coordinación del Plenario fue presidida por autoridades de la Facultad de Diseño y Comunicación: Oscar Echeverría, decano; Jorge Gaitto, secretario académico y Roberto Céspedes, coordinador de Vínculos Internacionales.

El listado completo de las instituciones y autoridades adherentes del Foro de Escuelas de Diseño puede ser consultado en las pp. 122-133 en esta edición de Actas de Diseño.

Reconocimiento a la Trayectoria Académica Profesional en Diseño

Este año en el VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño se entregó el V Reconocimiento a la Trayectoria Académica Profesional en Diseño a Arturo Tejada Tejada, propuesto por la Escuela de Diseño y Mercadeo de Moda Arturo Tejada Cano (Colombia) y a Santiago Aránguiz Sánchez, propuesto por la Universidad del Pacífico (Chile). Este reconocimiento fue instaurado a partir del V Encuentro Latinoamericano de Diseño, por la Facultad de Diseño y Comunicación como coordinadora del Foro, el mismo se propone cada año homenajear a profesionales y/o académicos que con su producción, reflexión y creatividad contribuyeron y/o contribuyen significativamente con el desarrollo del diseño en su comunidad y país.

Arturo Tejada Tejada y Santiago Aránguiz Sánchez fueron presentadas por Roberto Céspedes, Coordinador de Vínculos Internacionales, de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (Argentina). Ambas reconocidas dedicaron unas palabras a la audiencia.

En las ediciones anteriores fueron reconocidos: Franca Rosi, Universidad de la Empresa, Uruguay, (2013); Luz del Carmen Vilchis Esquivel, ENAP-UNAM, México (2013); Enrique Saavedra Kuri (2012), Universidad La Salle, México; José Korn Bruzzone (2011) Universidad Tecnológica de Chile INACAP, Chile, y Gustavo Wojciechowski “Maca” (2010), de la Universidad Ort, Uruguay.

Acto Homenaje del Foro de Escuelas de Diseño a sus miembros. Comité de Honor del Diseño Latinoamericano

Por cuarto año consecutivo el Foro realizó el Acto Homenaje de reconocimiento a los miembros que se destacaron por su aporte al desarrollo y sostenimiento del mismo. Este Comité de Honor está integrado por instituciones educativas adherentes y autoridades académicas que han contribuido, con su participación activa, en la consolidación del Foro de Escuelas de Diseño en sus primeros cinco años de vida (2009-2013).

Este Acto comenzó con las palabras de del orador invitado, adherente del Foro de Escuelas: Rodrigo Antônio Queiroz Costa (Docente del Centro Universitário UniBH, Brasil).

Luego se les otorgó una Placa conmemorativa a las catorce instituciones adherentes homenajeadas.

Listado de instituciones homenajeadas del periodo 2009 - 2013 (ordenada alfabéticamente por país):

Brasil: • Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM • Centro Universitário de Belo Horizonte, UniBH • Universidade Federal Do Rio De Janeiro • Faculdade de Tecnologia Inap.

Chile: • Universidad de Playa Ancha.

Colombia: • Corporación Universitaria Minuto de Dios • Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia-Escuela De Diseño Industrial • Universidad Autónoma del Caribe - Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño / Programa de Diseño de Modas • Universidad de Pamplona • Universidad Nacional de Colombia.

México: • Universidad Autónoma del Estado de México - Facultad de Arquitectura y Diseño • Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.

Perú: • Universidad Señor de Sipán Artes & Diseño Gráfico Empresarial.

Conferencias de las Invitadas de Honor 2014

Dentro del la programación del VIII Plenario del Foro se realizaron las conferencias de las Invitadas de Honor: Jennifer Minniti (Presidenta del Departamento de Moda de Pratt Institute, New York) y Terry Erwin (Directora de la Escuela de Diseño de Carnegie Mellon University) quienes presentaron, respectivamente, las ponencias “*Rehaciendo la Pedagogía de Diseño de Moda*” y “*Un Nuevo curriculum para el Siglo XXI*”.

8. Cierre del Congreso

El cierre del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, se llevó a cabo en la sede Salguero (Palais Rouge), el día miércoles 31 de julio con la presencia de más de 200 asistentes, entre autoridades académicas, investigadores y docentes del área. Durante el Acto de cierre los coordinadores de cada Comisión expusieron las conclusiones, a las que arribaron el día anterior, plasmando en síntesis el trabajo realizado por cada una de los grupos de trabajo. [ver Conclusiones en pp. 73-93].

9. Presentación de las ediciones 16 y 17 de Actas de Diseño

Durante el V Congreso de Enseñanza del Diseño se presentaron las ediciones 16 y 17 de la única publicación académica periódica de Diseño en Latinoamérica: Actas de Diseño. Esta se edita semestralmente desde agosto de 2006 (ISSN 1850-2032). Para Actas 16 se incluyeron tanto los resúmenes de las Conferencias dictadas en el VIII Encuentro Latinoamericano de Diseño, como en el IV Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, además contiene una selección (previa edición) de algunos de los textos completos (comunicaciones y papers) enviados por los conferencistas del Congreso de

Enseñanza (2012) y que han sido aceptados por el Comité Editorial para su publicación. Para la edición de Actas de Diseño 17 se incluyen comunicaciones del III y IV Congreso, esto como una excepción debido a la cantidad de textos que recibimos en dichas ediciones del evento. Actas de Diseño se edita bajo la convalidación del CAICYT - Centro Argentino de Información Científica y Tecnológica / CONICET. Está registrada con el código ISSN 1850-2032. Además esta publicación se encuentra incluida en el Directorio y Catálogo de Latindex, en el Nivel 1 (Nivel Superior de Excelencia).

10. Comité Académico del V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

El Comité Académico estuvo conformado por autoridades académicas y docentes de instituciones adheridas al Foro de Escuelas de Diseño que participaron como conferencistas del V Congreso. Además colaboraron, junto con los miembros del equipo de coordinación, en la organización de la dinámica, la presentación de los papers, la reflexión de los participantes y la elaboración de las conclusiones de las Comisiones del Congreso.

Miembros del Comité Académico del Congreso (organizado por orden alfabético):

• Astrid Barrios Barraza, Universidad Autónoma del Caribe, Colombia • Gabriel Bernal García, Corporación Escuela de Artes y Letras- Institución Universitaria, Colombia • Cayetano José Cruz García, Universidad de Extremadura. Centro Universitario de Mérida, España • André de F. Ramos, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil • Raul Carlos Drelichman, Universidad Maimónides, Argentina • Renato Echeagaray, Instituto Superior Santo Domingo, Argentina • Ruth Estefanía García Villarreal, Tecnológico Sudamericano, Ecuador • Orlando Gomez Gomez, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia • Paola Harris Bonet, Universidad del Norte, Colombia • Rocio Lecca, Chio Lecca Fashion School, Perú • Luis Alberto Lesmes, Universidad Autónoma de Colombia, Colombia • Carlos Manuel Luna Maldonado, Universidad de Pamplona, Colombia • Mariela Alejandra Marchisio, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina • Enrique Marini, Universidad del Pacífico Privada, Paraguay • Amalia Soledad Martinez, Escuela de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo, Argentina • Albán Martínez Gueyraud, Universidad Columbia del Paraguay, Paraguay • Yvan Alexander Mendívez Espinoza, Universidad Señor de Sipán, Perú • Juan Diego Moreno Arango, Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia • Jose Eduardo Naranjo Castillo, Universidad Nacional de Colombia, Colombia • Sandra Navarrete, Universidad de Mendoza, Argentina • Ana Beatriz Pereira de Andrade, FAAC/UNESP, Brasil • Julio Enrique Putalláz, UNNE Universidad Nacional del Nordeste, Argentina • Rodrigo Antônio Queiroz Costa, Faculdade Tecnológica Inap, Brasil • Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú • María Cecilia Ribecco, Escuela Provincial de Artes Visuales N° 3031, Argentina • Erika Rivera Gutiérrez, Universidad

Autónoma del Estado de México, México • Vaslak Rojas Torres, Instituto Tecnológico metropolitano, Colombia • Edgar Saavedra Torres, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC, Colombia • José Guilherme Santa Rosa, UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil • Luis Fernando Téllez Jerez, Fundación Universitaria Comfenalco Santander UNC, Colombia • Edward Zambrano, Escuela de Artes y Letras, Colombia.

11. Equipo de Coordinación del V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

El Equipo de Coordinación del Congreso estuvo integrado por docentes regulares y académicos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Los miembros de este equipo participaron activamente en la coordinación de las Comisiones, presentación de las conferencias, debate, en el registro de las opiniones y aportes de los participantes y en la elaboración de las conclusiones. Sus integrantes fueron organizados por orden alfabético:

• Verónica Barzola • Lorena Bidegain • Inés Bermejo • Diego Bresler • Carlos Caram • Sebastián Caro • Rosa Judith Chalkho • Marisa Cuervo • Daniela Di Bella • José María Doldan • Patricia Doria • Alejo García de la Cárcova • Mónica Silvia Incorvaia • Patricia Iurcovich • Fabiola Knop • Natalia Lescano • Andrea V. Mardikian • Andrea Marrazzi • Mercedes Massafra • Marina Matarrese • Marina Mendoza • Alejandra Niedermaier • María Elena Onofre • José Luis Pérez Larrea • Mercedes Pombo • Andrea Pontoriero • Nicolás Sorrivas • Mara Steiner • Eleonora Vallaza • Daniel Wolf.

12. Índices del V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

En esta sección se presenta la información básica de las comisiones, comunicaciones y sus autores organizado en índices que facilitan su acceso.

- a) El índice de autores se organiza alfabéticamente, junto al título de la comunicación presentada (identificando el número del resumen para su fácil localización en esta edición) y la comisión en la que fue expuesta. (pp. 95-105)
- b) El índice por Comunicación se organiza alfabéticamente por el título de la misma (identificando el número del resumen de la comunicación), señalando la comisión en la que fue expuesta y su autor. (pp. 105-113)
- c) El índice por Comisión presenta la organización básica del Congreso identificando las comunicaciones expuestas en cada una de ellas por sus autores. (pp. 113-120)

a) Índice de autores que presentaron ponencias en la V edición del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

Abreu, Bento: Tipografía urbana - a cidade como cenário de aprendizagem (C291) [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.

Ackerman, Sebastián Ernesto: Conocimiento y práctica en el diseño y construcción de objetos (C078) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.

Acosta Zambrano, Paola: La enseñanza de las artes en primer lugar (C204) [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.

Agadia, Karina: Enseñanza en la universidad: entre la teoría y la práctica (C083) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.

Aguilar, Sandra Jaquelina: Experiencias y Diseño en transformación de territorios (C285) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 70.

Agusto, Fabiana Griselda: La enseñanza de la Historia en diseño industrial. Consideraciones pedagógicas al respecto. (C028) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.

Alarcon, Lorena: El diseñador como promotor de participación en los procesos creativos. Una reflexión desde la perspectiva de los artesanos (C302) [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.

Algán, Raúl Santiago: Ánimo lúdico y profesionalización en las Artes Escénicas (C200) [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.

Almeida, Andréa: Seminário Paulista do Ensino da História do Design (C029) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.

Alvarez, Eugenia: El diseño en la iconografía Mapuche, La Araucanía, Chile (C265) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.

Alvarez, Yurbi: Intervención del Diseño Universal en la experiencia del usuario con discapacidad visual en productos de consumo masivo (C186) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.

Amaral, Claudia: O design do espaço construído hospitalar e o design social (C227) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 61.

Amorim, Patricia: Seminário Paulista do Ensino da História do Design (C029) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.

Amoroso Boelcke, Nicolás: Ciudad, narración, literatura y cine (C295) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.

Andrade, Priscila: O Designer de Moda Abraça as Mulheres Mastectomizadas (C176) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.

Apestequia, Maria Fernanda: Métodos Innovadores de Enseñanza atravesando el AulaTaller (C089) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.

Apolo Buenaño, Diego Eduardo: Comunicación estratégica: un enfoque para la investigación en Diseño (C207) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.

Aranda, Angela Esther: Métodos de enseñanza sintetizados en Talleres de Indumentaria Industrial (C251) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.

Arango, Marco: La creatividad del diseño en un producto objetual (C239) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.

Arias Villamar, John Alfredo: Estrategias cognitivas asociadas al razonamiento visual y creativo para estudiantes con NEE (C061) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.

Arroyave Vargas, Martha L.: Percepción del adulto mayor de Buenos aires, Argentina, frente a la comunicación visual de las etiquetas en los productos del mercado (C170) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.

- Arruda, Amilton: Aplicação do conceitos do Design Universal a uma proposta de Loft para Terceira Idade com Acessibilidade (C166) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Aryan, Eugenia: Aprender a diseñar en la actualidad: la integración de los aspectos creativo y técnico como metodología de abordaje proyectual para la construcción de un prototipo de diseño de indumentaria (C002) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Assunção, Alexandre: Design Social: responsabilidade, sustentabilidade e imaginação (C020) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Astrosky, Débora: El arte en la formación del docente de arte (C194) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Badella, María Laura: Pensamiento proyectual y teoría del diseño. Un análisis de las prácticas docentes (C057) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Barbosa, Juliana: A alfaiataria e sua particular transmissão de ensino (C301) [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Barrios, Patricia Claudia: Intuición, acción, creación: Mil trucos para docentes atrevidos (C087) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Barrios, Patricia Claudia: Pedagogía de la creatividad: Recursos metodológicos para la Generación Y (C053) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Barrios Barraza, Astrid: El proyecto de aula en la disciplina del Diseño (C011) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Barzola, Verónica: Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa (C046) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Basto, Susana: El patrimonio cultural se pone de moda entre los niños (C281) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Basto, Susana: Vivo mi parque, proyecto educativo vivencial para la transformación social (C241) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Bavoleo, Mariana: El papel y la pantalla. Potencialidades y limitaciones de la cultura digital en las estrategias de enseñanza y aprendizaje (C146) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Benchimol, Daniel: El libro digital y las nuevas formas de acceso y consumo de contenidos (C164) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 53.
- Bergomi, Paolo I. G.: El diseño como generador de nuevos contextos de pensamiento (C097) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 43.
- Bergomi, Paolo I. G.: Enseñanza del Diseño, fase dos "Producción y Financiamiento" (C137) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- Bernal Garcia, Gabriel: El Inhouse universitario, una experiencia exitosa en la formación de nuevos profesionales (C132) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Bessone, Miriam: Algunas ideas para re-pensar la enseñanza en los cursos iniciales (C076) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Bianchi, Pablo: El ingenio como vehículo de la identidad del diseño argentino (C266) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Bluvstein, Ezequiel: La corrección como proceso dinámico de aprendizaje (C103) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Bomrad, Martín Miguel: Una experiencia de extensión para el abordaje de problemas complejos de diseño, aplicado a un caso de responsabilidad social (C068) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Braga, Marcos: O ensino de Comunicação Visual pioneiro em São Paulo (C005) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Braga, Marcos: Seminário Paulista do Ensino da História do Design (C029) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Braida, Frederico: Design de interiores na televisão brasileira: metodologias para o ensino (C071) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Braida, Frederico: Um percurso semiótico para leitura e análise de peças gráficas (C039) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Bramanti, Agustín: Estructuración de la materia a través del concepto de cadena de valor (C063) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Bredanini Colombo, Maria Georgina: Interfaces Educativas. Estrategias, Instrumentos y Espacios para Propuestas Didácticas Innovadoras (C086) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Bresler, Diego: Capacitación en emprendedorismo a alumnos de industrias creativas (C133) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Brisolará, Daniela: Paisagens tipográficas pelotenses: recursos iniciais de um estudo exploratório sobre a tipografia no espaço urbano (C279) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Buendía de Viana, Zulma: La idea primaria, realidad en la enseñanza del diseño arquitectónico (C036) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Buggy, Leonardo Araújo da Costa: Corpo Tipográfico, experiência de trabalho coletivo no ensino de design tipográfico (C003) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Buguña, Patricia: Derechos Humanos y Diseño industrial: experiencia en la Cátedra Ciencias Humanas (C174) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Buguña, Patricia: Enseñanza Sustentable y Tipologías Educativas (C225) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 61.
- Burgos, Carlos Eduardo: Innovaciones en modelos educativos por crisis en el paradigma tradicional (C018) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Burstein, Flavio: Diseño de un sistema de Identidad Regional (C271) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Caicedo, Carlos: F_P_E Taller de diseño 1 (Fantastic - Plastic - Elastic) (C008) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Calderón Riaño, Diomar Elena: Diseño para fortalecer tejidos sociales (C184) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Calmet, Hector: El proceso de diseño en la enseñanza de la escenografía (C191) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 56.
- Calvache Cabrera, Danilo: Metodología de diseño industrial en la academia colombiana (C048) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.

- Cantuni, Vanina: Didáctica de la Enseñanza del Diseño en el Nivel Superior (C021) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Caram, Carlos: El diseño se aprende (C099) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Cárdenas, Andrea: Proceso creativo y vivencial en el Taller de Moda I (C196) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Caro, Sebastián: El diseño y la construcción de significados: de la sociedad al aula (C175) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Carvalho, Ana Paula: Moda como expressão do comportamento feminino brasileiro na segunda metade do século XX (C254) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Castellanos Escobar, Alexis: Agendas de investigación en los programas de Diseño Gráfico colombianos (C212) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Castillo Lecca, Gianfranco: El ADN de las marcas de moda (C110) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Castresana, Andrea Cristina: El Objeto Sémico. Una Experiencia Proyectual construida por el estudiante (C041) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Castro Falero, Jorge Manuel: Moda, cuerpo y sociedad (C255) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Cazzoni Gonçalves, Manoela: A voz da Capoeira: Design Social aplicada em jornal comunitário (C177) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Centeno, Gláucia: Geração de tendências: Identificando e ativando novos cenários criativos na América Latina (C260) [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Ceriani, Alejandra: Cuerpo/danza en la cultura digital (C201) [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- Chalen Ortega, Jessenia Guadalupe: Análisis Histórico en la interacción de medios de Facebook (C140) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 49.
- Chalkho, Rosa: El diseño sonoro en la construcción del significado musical en el cine (C214) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Chasco, Sandra Viviana: Caminos a lo Absoluto. Hacia la Cuarta Dimensión (C015) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Cima, Florencia: Hacia una pedagogía funcional a la poética personal (C192) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Cislaghi, Anabella E.: Acciones de diseño para la promoción de la participación ciudadana (C269) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Cittá Giordano, Víctor: Dar clases como me hubiese gustado que me den (C079) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Clariana, Rafael: El discurso del miedo en las campañas gráficas de prevención de accidentes viales (C111) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Colmenares, Isayra: Del Registro Etnográfico de la cotidianidad Educativa, a la Creación plástica de los y las docentes de Arte y Diseño (C202) [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- Cordeiro, Rodrigo: "Somos Todos Um" - Projeto teórico-fotográfico baseado em estudos em Natureza, Simplicidade e Espiritualidade, desenvolvido juntamente com crianças da Escola Viver (C172) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Cordeiro, Rodrigo: Memórias traduzidas em Design Gráfico: experiência pedagógica interdisciplinar (C045) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Cortés Fandiño, Jaime Enrique: La enseñanza en la academia del Diseño Web incluyente. Interfaces gráficas para todos (C187) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Cortés Núñez, José Antonio: Semiótica: las nuevas estéticas corpóreas en el universo moda (C252) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Costa Avendaño, Luis Emiliano: Gestão de Design no Brasil - discurso e disciplina (C113) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Cravino, Ana María: De composición decorativa a la eclosión de los diseños (C006) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Cuervo, Marisa: Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación (C012) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Custoja Ripoll, María de los Ángeles: La artesanía patrimonial como recurso de diálogo intercultural (C297) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- da Costa, Vinicius: O ensino colaborativo de conceitos de fundamentos do design (C091) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- da Silva Neves, Washington: Kitsch y consumo simbólico: una mirada hacia la problemática del desecho de los envases en las grandes ciudades (C245) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- D'Angelo, Mariela: Design thinking & Human Centered Design aplicado a la concepción de propuestas pedagógicas para la formación académica en disciplinas proyectuales (C072) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Dantas, Alejandro: De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral (C130) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- de F. Ramos, André: Aderência e visualidade: uma proposta pedagógica (C270) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- de F. Ramos, André: Ensino de Animação em Design - Um caminho com três etapas (C152) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- De la Sotta, Paola: Estrategia de Enseñanza-Aprendizaje-Evaluación en el Taller de Diseño (C102) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- De Monte, Andrea: Intersticios pedagógicos en el aprendizaje de la arquitectura. Visualización de información como instrumento en el proceso proyectual (C013) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Di Bella, Daniela: Aspectos inquietantes de la subjetividad contemporánea: lo deseable y lo posible (C160) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Díaz Carreño, Roger: Las campanas de Ucuengá, preservando el conocimiento tradicional (C306) [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 73.
- Díaz Carreño, Roger: Trascendencia de la escritura lectura en procesos de creación en diseño de modas, espacios y producción audiovisual (C258) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 66.

- Diez Urbicain, Pilar: ¿Qué enseñar cuando empiezan a aprender? (C010) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- do Amaral, Naira: O Designer de Moda Abraça as Mulheres Mastectomizadas (C176) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Doldan, Jose Maria: El Diseño Gráfico como estrategia de preservación de patrimonio (C300) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Donoso, Sergio: Epistemología del diseño; un entorno difuso en investigación de diseño (C217) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Doria, Patricia: Sobre la Enseñanza del Diseño de Indumentaria. El desafío creativo (C257) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Dorochesi, Mario: Diseño de Modelo Metodológico para Validación de Perfil de Egreso en Ing. en Diseño de Productos (C030) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- dos Reis, Ana Paola: A análise de imagens como método de pesquisa e recurso didático (C205) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 58.
- Dotor Robayo, Angela Liliana: Memoria cultural en torno al Hotel Refugio del Salto del Tequendama 1927-1937 (C288) [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Drelichman, Raul Carlos: Concursos Universitarios. Aprender haciendo (C129) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Duarte, Leticia: Techné: del arte al tejido (C066) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Echegaray, Renato: Diseño Didáctico y Educación para la Comprensión: Una respuesta editorial para la demanda contemporánea (C162) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Escobar, Tania: Relato historiográfico del diseño de indumentaria femenina del Ecuador: Período de 1530 a 1830 (C263) [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- España, Juan Manuel: El documental como producto de investigación: Registro dinámico de la cultura material e inmaterial (C215) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Espinosa Hernández, María del Consuelo: Enfoques sociales para la conceptualización del diseño, inclusión en el proceso de enseñanza - aprendizaje (C283) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Esposito, Valeria: La semiótica una herramienta epistemológica para el diseño (C033) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Fantini, Estefanía Alicia: Pensamiento proyectual y teoría del diseño. Un análisis de las prácticas docentes (C057) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Fernandes dos Santos, Gabriel: Design participativo: elaboração de projeto de um espaço recreativo comunitário (C236) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Fernández, Carlos Alberto: Expresión artística en la fotografía argentina de los '60 (C286) [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Ferrari, Débora Cristina: "Somos Todos Um" - Projeto teórico-fotográfico baseado em estudos em Natureza, Simplicidade e Espiritualidade, desenvolvido juntamente com crianças da Escola Viver (C172) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Fiallos, Ingrid: Las Teorías del Procesamiento de Información Aplicadas en los Entornos Virtuales de Aprendizajes Utilizados en las Carreras de Diseño Gráfico (C154) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Fiscal, Rafael: La cara olvidada de la enseñanza del diseño una mirada desde el humanismo integral (C026) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Folgar, María Verónica: El diseño Gráfico en el espacio de Tutorías (C040) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Forero, Sandra: Los estilos de aprendizaje y su relación con las estrategias de autoregulación como parte de los procesos de enseñanza aprendizaje (C043) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Gallego, Miller: Experiencias metodológicas en la enseñanza del diseño (C084) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- García, Ana Esther: La estética como elemento transversal de toda práctica modificadora sobre el cuerpo (C262) [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- García Villarreal, Ruth Estefania: La industria de la Moda Ecuatoriana y el cambio de la Matriz Productiva: Nuevos Retos (C116) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Gari Jonneret, Denise: De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral. (C130) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Gilabert, Laura: El lenguaje de la arquitectura del vino y la identidad regional (C267) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Godinho, Raquel: Clientes reais no projeto final para aproximação do aluno com o mercado (C134) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- Godinho, Raquel: Paisagens tipográficas pelotenses: Percursos iniciais de um estudo exploratório sobre a tipografia no espaço urbano (C279) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Gomes Zanetti, Rogerio: Hibridação entre imagens: lapso do tempo (C246) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 64.
- Gonçalves de Oliveira, Yeda: Seminário Paulista do Ensino da História do Design (C029) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Gonzalez, Rosana Leonor: Estudio bioclimático, análisis y evaluación de tecnología sustentable, vivienda en merlo, San Luis (C243) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- Gonzalez, Rosana Leonor: Gestión sustentable en las universidades. "Las tecnologías y los edificios educativos en programas de Educación Sustentable" (C226) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 61.
- Gonzalez Insua, Mariana: Estrategias de revalorización y su vinculación con la sustentabilidad urbana (C234) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Gonzalez Insua, Mariana: Sembrando vínculos entre Instituciones para el desarrollo de proyectos Sustentables (C240) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Gorga, Marcelo: Materiales en Diseño de Interiores: revelaciones y sorpresas en una asignatura aburridísima (C047) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.

- Goya, Claudio: Carnaval e Design. Laboratório de Design Solidário junto ao GRES Coroa Imperial (C168) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Guzmán López, Diana: Vivencias y predicamentos de un doctorado en diseño en México (C106) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 45.
- Harris Bonet, Paola: El Diseño en Colombia: La apuesta desde la academia en un entorno hostil. (C098) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 43.
- Haydar, Mónica Soledad: Contexto en la imagen del mural con estudiantes Mbya Guaraní (C264) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Henriques, Fernanda: Design Gráfico Inclusivo: Percepção visual na dislexia e o estudo da tipografia (C183) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Henriques, Fernanda: Tipografia híbrida - caligrafia e letterpress em processos digitais (C158) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Hermida, Stella: Identidade em Ambientes e Serviços Comunitários - instrumental de ensino de Design (C181) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Hernandez, Wendy: Ser emprendedor universitario (C125) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Herrera Zarate, Alvaro Ricardo: Diseño y archivos (C213) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Higuera Zimbrón, Alejandro: Propuesta para la Sistematización de Procesos de Acreditación de Programas Académicos de Diseño (C105) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Horta, Anderson: Design para a diversidade cultural na escola infantil (C169) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Igansi Nunes, João Fernando: Memória Gráfica de Pelotas: um século de design - de 1890 a 1990 (C282) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Incorvaia, Mónica Silvia: La fotografía en la identidad latinoamericana (C268) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Iurcovich, Patricia: Las Nuevas tendencias del consumo y del diseño en el contexto de la Enseñanza (C123) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Jaime, Magdalena: La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral (C119) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 46.
- Jaramillo, Félix: Los procesos de impresión gráfica artesanales y su contribución al desarrollo del diseño artesanal (C307) [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 73.
- Jasovich, Mariana: La recuperación del trabajo y experiencia directa con el cuerpo humano y sus proyecciones en el diseño de figurines e ilustración de moda (C250) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Jordan, Diego: Análisis de las estrategias empresariales en los estudios de diseño de la ciudad de Buenos Aires. Estudio de casos, período 2001 - 2013 (C108) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Joubin, Angel: De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral (C130) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Juani, Gabriel: Reflexiones sobre estrategias de enseñanza en Taller de Diseño III (C095) [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Julián, Ossa: El viaje y la etnografía: Una experiencia de aprendizaje fuera del aula (C216) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Junger, Natalia: Identidade Visual para Moda (C261) [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Jurado, David: Los territorios del diseño y su incidencia en los modelos educativos (C149) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 51.
- Knop, Fabiola: Los Programas Académicos de la Facultad y su relación con la Política Editorial. Teoría y Proyecto (C223) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- Lambert, Yamil: Análisis de las transformaciones que han registrado los videojuegos (C138) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 49.
- Langone, Jorge: Design, Proxemia e novas vivências nos percursos cotidianos (C210) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Larrea, Daniela: Política educativa universitaria y necesidades de especialización de los diseñadores (C093) [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Latosinski, María Victoria: Recursos 2.0. ¿Realidad o utopía en la educación actual? (C092) [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Lecca, Rocio: La identidad de la moda en un país y su repercusión social (C249) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Leeuw, Silvia Mariel: Didáctica de la Enseñanza del Diseño en el Nivel Superior (C021) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Lescano, Natalia: El docente de diseño y los nuevos desafíos de los ambientes con alta disposición tecnológica. ¿Cómo comprometerse con la buena enseñanza? (C081) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Lesmes, Luis Alberto: La formación en investigación científica en diseño y el rol de los semilleros (C220) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Levy, Carolina: Puestas lumínicas dentro y fuera del aula (C155) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Limeses, Eugenia: El proceso proyectual en el taller de diseño (C042) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Lopera Calle, María Patricia: Ejes temáticos imprescindibles para un currículo innovador. Estudio de caso: programa Tecnología en Diseño y Gestión de la Imagen (C031) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Lopes, Tiago: Hotel Salam: relato sobre o desenvolvimento de um produto audiovisual para mídias digitais (C148) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Lopez, Cristina Amalia: El diseño como generador de nuevos contextos de pensamiento (C097) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 43.
- Lopez, Cristina Amalia: Enseñanza del Diseño, fase dos "Producción y Financiamiento" (C137) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- Lopez Barrios, María Cecilia: La academia como gestor en la preservación de la identidad cultural (C278) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.

- Lopez Jubin, Luis: Aprender a dibujar con tablets, métodos de estudio del arte y nuevos métodos de enseñanza (C159) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Ludueña, Rita Esperanza: Tipografía: de la gráfica a la web (C147) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Luna Maldonado, Carlos Manuel: Resultados de la aplicación de metodologías de diseño basadas en una nueva epistemología proyectual (C290) [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Magalhães, Alexandre: Apresentação e Difusão do Design Gráfico sob a Ótica Universitária (C127) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Maidana, Nidia: La investigación en diseño en universidades públicas (C221) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- Malavasi Ogas, Ana Laura: Diseño de Material Didáctico para el desarrollo de Cultivos Orgánicos, basado en principios de DGS (Diseño Grafico Sustentable) (C231) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Maldonado, Paulo: Inspirar aprendizes de feiticeiro (alunos de design) (C032) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Maldonado, Ana: Promoción y difusión endógena "Centro Ceremonial Mazahua" Una intervención de diseño (C289) [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Marchisio, Mariela Alejandra: Programa Educación Sustentable (ES) 2011-2014 (C228) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Mardikian, Andrea: De cómo sortear la materia obstáculo (C069) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 39.
- Margarites, Ana Paula: Utilizando literatura como briefing em projetos experimentais de design gráfico (C060) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Marín, Alejandra: Proyecto Diseño MX: estatus del diseño. (C121) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Marini, Enrique: El trabajo interdisciplinario en las carreras de Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual (C050) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Martín, Adriana Ester: Derechos Humanos y Diseño industrial: experiencia en la Cátedra Ciencias Humanas (C174) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Martinez, Amalia Soledad: De Escuela de Artes Aplicadas a Escuela Universitaria (C016) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Martinez, Amalia Soledad: El diseño en la trama intercultural (C180) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Martínez Dávila, Liliana Beatriz: El cine como herramienta pedagógica del diseño gráfico (C073) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Martínez de la Torre, Armando: Generación de números de parte para proyectos de Diseño Industrial (C085) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Martínez Gueyraud, Albán: Acerca de los Paisajes Sagrados de Francene Keery (C298) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Martins, Bianca: Relato de planejamento da pedagogia do Design: planificação de projetos integradores e sua implementação didática (C014) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Massafra, Mercedes: Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación (C004) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Matarrese, Marina: Reflexiones acerca de la complejidad de investigar en diseño: la experiencia del Doctorado (C188) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Mazzilli, Julio: La Articulación Curricular y la formación de profesionales en Diseño (C009) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Meléndez Martínez, Sandra Lisseth: PAR: Integrando la empresa con la academia (C120) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Melzer, Pablo: Diseño, artesanía, innovación social e Identidad Local con Mirada Global (C299) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Mena, Fabian: F_P_E Taller de diseño 1 (Fantastic - Plastic - Elastic) (C008) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Mendivez Espinoza, Yvan Alexander: Ya terminé y ahora ¿Qué Estudiar?... La influencia de la publicidad gráfica (C118) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Mendoza, Marina: Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa (C052) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Menso, Carolina: Diseño de libros infantiles como una experiencia de inclusión educativa. Nivel Inicial / Universitario (C178) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Menso, Carolina: La evaluación transversal como proyecto educativo (C104) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Mercado, Mercedes: Identidad, Información y Complejidad (C277) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Mercado, Mercedes: La enseñanza del diseño desde la perspectiva de la complejidad (C034) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Meza, Silvia: Enseñanza en la universidad: entre la teoría y la práctica (C083) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Mirabeau, Almir: Relato de planejamento da pedagogia do Design: planificação de projetos integradores e sua implementação didática (C014) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Miranda, Tatiana: Co-laboratorio, diseño desde el museo del caribe dirigido a la primera infancia (C173) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Miranda, Daniela: Fashion Systema; Propuesta de análisis teórico de la Moda, desde la crítica cultural (C259) [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Mocci, Silvina: La tipología para la educación sustentable (C235) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 63.
- Molina, Marcelo Fabián: Diseño de un sistema de Identidad Regional (C271) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Molinas, Isabel: Saberes del Diseño para la reconfiguración del espacio público (C224) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- Moncayo, Antonio: Estudio de trayectoria de construcción de marca gráfica en Guayaquil (C112) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.

- Moncayo Romero, Mario David: Análisis historiográfico del surgimiento de la industria del cine de animación en el Ecuador (C199) [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Monnerat, Christian: Apresentação e Difusão do Design Gráfico sob a Ótica Universitária (C127) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Monteiro, Gisela: Design de Moda x Projetos sob medida: uma alternativa de atuação profissional (C296) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Monteiro, Gisela: Identidade Visual para Moda (C261) [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Montoya Vargas, Georgina: Diseño editorial de bajo costo: El dibujo y las soluciones imaginarias proyectadas hacia espacios loft mediante ideas low tech (C145) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Mora Cantellano, María del Pilar Alejandra: Enfoques sociales para la conceptualización del diseño, inclusión en el proceso de enseñanza - aprendizaje (C283) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Mora De la Cruz, Astrid: Incidencia de la artesanía en procesos globalizantes de la moda colombiana (C304) [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Morales Castañeda, Elsa: Inclusión de la lateralidad humana en las redes de la investigación en el diseño (C182) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Moreno Arango, Juan Diego: Diseño incluyente a partir del estudio de la comunicación objetual (C179) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Moreno Jaimes, Edwin Alberto: Rudimentos del Modelado Tridimensional y Renderizado dentro del aula (C156) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Moroni, Janaina: Como ensinar o processo criativo empírico (C077) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Mosteiro, Eugenia: El aula-taller como espacio transformador (C190) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 56.
- Moura, Beatriz: Design de Moda x Projetos sob medida: uma alternativa de atuação profissional (C296) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Moya Erbat, Aurora: El proyecto de aula en la disciplina del Diseño (C011) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Moyano, Cristian Ruth: Sembrando vínculos entre Instituciones para el desarrollo de proyectos Sustentables (C240) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Munoz Gushikem, Giulia: O Hijab: Uma relação de Religião, liberdade e moda (C256) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Muñoz Peralta, Osvaldo: Descubriendo el lenguaje oculto del diseño (C096) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 43.
- Muñoz Sánchez, Omar: Concepto, idea e insight: tres engranajes para la creatividad en el diseño (C208) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Murillo Villamar, Ana Lucia: Diseño iconográfico de la cultura Valdivia: patrones de ornamentación en dibujo y pintura (C273) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Naranjo Castillo, Jose Eduardo: El diseño y el desarrollo local una apuesta desde la universidad (C136) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- Naranjo Colorado, Luz Dary: La formación en investigación científica en diseño y el rol de los semilleros (C220) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Navarrete, Sandra: El lenguaje de la arquitectura del vino y la identidad regional (C267) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Navarro, Marisa: De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral (C130) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Nicoletti, Carolina: Fashion Systema; Propuesta de análisis teórico de la Moda, desde la critica cultural (C259) [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Niedermaier, Alejandra: Evolución de las formas de enseñanza de la fotografía en Latinoamérica (C024) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Niemeyer, Lucy: Identidade em Ambientes e Serviços Comunitários - instrumental de ensino de Design (C181) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Nojima, Vera Lúcia Moreira dos Santos: Um percurso semiótico para leitura e análise de peças gráficas (C039) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Ochoa Saad, Alejandra Silvina: La enseñanza de la Historia en diseño industrial. Consideraciones pedagógicas al respecto (C028) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Odetti, Jimena: Diseño e innovación de productos con base en materiales de desuso para el ITSPV. Teoría y práctica desde la gestión medioambiental (C238) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Olaizola, Andrés: El modelo Flipped Classroom: una propuesta de enseñanza digital (C165) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 53.
- Olaizola, Andrés: Los estudiantes y la definición del problema retórico (C044) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Olivares, Guido: Identidad ciudadana y diseño gráfico (C276) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Onofre, María Elena: La sustentabilidad profesional de los egresados. Su inserción en el tejido productivo (C117) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Ordoñez, Alexander: Tri - dimensional: Diseño de contenido gráfico para espacios y objetos (C067) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Orozco, Liliana Lucia: Diseño, verbo-acción (C211) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Orozco Coba, Eduardo: Dispositivos Móviles de Realidad Aumentada Como Plataforma de Innovación Disruptiva para la Creación de Valor de Marca (C163) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 53.
- Ortiz Quimbay, Lina María: Reconocimiento del Pensamiento Creativo (C058) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Osella, Mónica: Estrategias didácticas para un espacio curricular transversal (C062) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Osnaya, Santiago: Inclusión de las comunidades dentro del proceso educativo, producción sustentable (C244) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- Osorio Contreras, Jesús Alejandro: Arqueología estética y de diseño de una imagen precolombina (C293) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.

- Otálvaro, Viviana: Elementos conceptuales para la aplicación de la ergonomía en el proceso creativo (C143) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Padilla, Juan: La academia como gestor en la preservación de la identidad cultural (C278) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Pagani, Gabriela: El contacto con clientes reales como elemento de definición del perfil profesional (C135) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- Paladines Rodriguez, Joffre Ruperto: Entornos gráficos en diseños de sistemas académicos (C082) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Palma, Alejandro: Diseño, artesanía, innovación social e Identidad Local con Mirada Global (C299) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Panaccio, Matias: Televisión educativa en Argentina: Perspectivas teóricas para abordar la problemática (C157) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Papini, Carlos N.: Surfando las dificultades de la creatividad e innovación (C126) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- París Restrepo, Rafael Mauricio: Publicidad Social - Comunicación para la integración (C171) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Patiño, Vanessa: Modelo Educativo IDEA y su adecuación a la enseñanza del diseño (C090) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Paula, Paulina: La iconografía ancestral del Inti Raymi como base gráfica en la construcción de su marca y como elemento visual (C275) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Paula, Paulina: Las herramientas multimedia como refuerzo en el aprendizaje en las unidades educativas del milenio (C153) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Pazmiño, Santiago: Análisis Semiótico: Campaña "All you need is Ecuador" (C109) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Pedrerros Balta, Jaime José: Talleres de publicidad: Una metodología para generar experiencias significativas (C065) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Pereira de Andrade, Ana Beatriz: Memórias em Festa: uma cartografia das Congadas em Atibaia (C272) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Pereira de Andrade, Ana Beatriz: Memórias traduzidas em Design Gráfico: experiência pedagógica interdisciplinar (C045) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Pérez, Ramiro: Diseño, la respuesta a la sustentabilidad (C232) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Pérez, Natalia: DO Diseño Originario: un abordaje multifacético sobre la sustentabilidad (C242) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- Pérez, Ramiro: El diseñador del futuro (C141) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Pieragostini, Patricia Alejandra: Estrategias didácticas para un espacio curricular transversal (C062) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Podrabinek, Fabian: El cine como herramienta pedagógica del diseño gráfico (C073) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Pokropek, Jorge Eduardo: Lógicas proyectuales para el estímulo de experiencia estética en el diseño interior (C038) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Pombo, Mercedes: Fotografía y artes visuales. Desde la teoría hacia la creatividad (C303) [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Pontoriero, Andrea: Tendencias Escénicas. Presente y futuro del espectáculo (C198) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Portilla Luján, María de las Mercedes: Promoción y difusión endógena "Centro Ceremonial Mazahua" [Intervención de diseño (C289) [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Portillo, Marina: Recursos 2.0. ¿Realidad o utopía en la educación actual? (C092) [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Putalláz, Julio Enrique: Innovaciones en modelos educativos por crisis en el paradigma tradicional (C018) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Queiroz Costa, Rodrigo Antônio: A questão da complexidade na constituição da percepção de valores no design (C107) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Quezada, Marcelo: Espacios de aprendizaje para la formación de diseñadores (C051) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Quiroga Molano, Edwin: Instrumentos de Análisis de La Composición Arquitectónica (C218) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Radulescu de Barrio de Mendoza, Mihaela: Diseño textil y diseño de indumentaria : por una semiótica de las interacciones (C247) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 64.
- Radulescu de Barrio de Mendoza, Mihaela: El Diseño Textil Tradicional en la actual Enseñanza - Aprendizaje (C274) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Ramirez, Cecilia: Diseño y Gestión: experiencias de formación (C131) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Ramos, Jorge Humberto: Formación Docente en el Ámbito de la Reglamentación del Ejercicio Profesional del Diseñador (C007) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Rangel, Leila: A caligrafia no livro de Kells: legibilidade e informação (C292) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Rebello, Ana Maria: Apresentação e Difusão do Design Gráfico sob a Ótica Universitária (C127) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Rebello, Ana Maria: Deontologia do Design: refletindo sobre um futuro mais humano (C017) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Reyes, Juan: El Rol del diseñador grafico en el proceso enseñanza-aprendizaje (C074) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Ribecco, María Cecilia: Rosario Design. Un observatorio para la integración local y regional (C124) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.

- Ribeiro, Rita Aparecida da C.: Design para a diversidade cultural na escola infantil (C169) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Ribeiro, Rita Aparecida da C.: Uma análise do percurso para a consolidação de um programa de pós-graduação em design (C049) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Ricciardi Moyano, María Alejandra: Rescate de la identidad Huarpe desde el Diseño local y territorial (C284) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Rillo, María Pia: Bioenergética y entrenamiento actoral (C189) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 56.
- Rincón Quijano, Edgard David: Proyectos de Intervención social para el Fortalecimiento de la Autonomía (C094) [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Rivarola, Larisa: La enseñanza del discurso audiovisual en la formación de grado (C023) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Rivera Gutiérrez, Erika: Propuesta para la Sistematización de Procesos de Acreditación de Programas Académicos de Diseño (C105) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Rodríguez, Ruth: Bioenergética y entrenamiento actoral (C189) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 56.
- Rodríguez, Facundo: El Objeto Sémico. Una Experiencia Proyectual construida por el estudiante (C041) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Rodríguez, Myriam: Formación Docente en el Ambito de la Reglamentación del Ejercicio Profesional del Diseñador (C007) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Rodríguez Azar, Judith Amparo: Las consejerías en el fenómeno de la deserción (C037) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Rodríguez Azar, Judith Amparo: Proyectos de creación en el programa de diseño industrial (C054) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Rojas Torres, Vaslak: Formando en diseño incluyente: "Hacia la emancipación de la diversidad" (C185) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Rojo, Gustavo: Desarrollo de habilidades creativas en estudiantes de Ingeniería en Diseño (C070) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Rolando, Fernando: Cine digital en realidad aumentada (C161) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Romero Cotrino, Diego Andres: Proyectos de creación en el programa de diseño industrial (C054) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Rosellini, Fernando: Parámetros de conceptualización de temáticas para el taller de Diseño (C056) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Rubio, Ayelen: Teatro interactivo: funciones y alcances (C197) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Ruiz, Jose Manuel: Estudio bioclimático, análisis y evaluación de tecnología sustentable, vivienda en merlo, San Luis (C243) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- Ruiz, Pilar: Ser dramaturgo hoy: recursos y metodologías (C193) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Saavedra Torres, Edgar: Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del Diseño (C167) [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Sahagun Valenzuela, Miguel Isaac: Diseñando edificaciones basadas en materiales sustentables (C237) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Salas, Carlos: La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral (C119) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 46.
- Sanchez, Gabriela: Estudio bioclimático, análisis y evaluación de tecnología sustentable, vivienda en Merlo, San Luis (C243) [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- Santamaría Ortega, Arturo: Inclusión de la lateralidad humana en las redes de la investigación en el diseño (C182) [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Santamaría Ortega, Arturo: Propuesta para la Sistematización de Procesos de Acreditación de Programas Académicos de Diseño (C105) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Santolaya, José Luis: Evaluación de Proyectos de Diseño con Realimentación de Actuaciones (C100) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Scheiner, Silvina: Se trabaja con la imagen; se negocia con la palabra (C122) [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Schvartzapel, Mónica: ¡Eureka! o Cómo surge la creatividad (C080) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Seijo, Claudio Emilio: Desafíos de la Formación Artística en tiempos de cambios y transformaciones (C203) [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- Seixas, Cristina: Moda como expressão do comportamento feminino brasileiro na segunda metade do século XX (C254) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Silva Cañaverl, Sandra Johana: La creación, un lugar donde se pliegan las experiencias sensibles del arte y el diseño (C305) [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Silvero Caballero, Rodolfo: Audiovisual en el Diseño Gráfico, rompiendo el sistema (C128) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Sorriwas, Nicolas: Social Media y Universidad, mucho más que marketing online (C150) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 51.
- Sosa, Liliana: Identidad, Información y Complejidad (C277) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Sosa, Liliana: La enseñanza del diseño desde la perspectiva de la complejidad (C034) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Soto, Alejandra: Las artes del espectáculo. El proceso creativo como desafío (C195) [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Souza, Nora Irma: Un enfoque holístico para la enseñanza del Diseño Sustentable (C229) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Souza Dias, Dora: O ensino de Comunicação Visual pioneiro em São Paulo (C005) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Spina, María Laura: Enseñar Comunicación y Diseño Multimedial en Palermo: una experiencia diferente (C055) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Steinberg, Lorena: Cómo trabajar el análisis de los tres órdenes de la configuración signifiante (lo icónico, lo indicial y lo simbólico) en el aula (C019) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.

- Steiner, Mara: Identidad e Investigación en Diseño y Comunicación en la Universidad de Palermo (C287) [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Stipech, Alfredo: Intersticios pedagógicos en el aprendizaje de la arquitectura. Visualización de información como instrumento en el proceso proyectual (C013) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Stivale, Silvia: El consumo sostenible, megatendencia del mercado vs. el diseño sustentable (C233) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Suarez, Virginia Graciela: La especificidad disciplinar del diseño interior. Un modelo teórico para su auto-referencia y diferenciación (C035) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Tapia Morandi, Duilio Alejandro: Caminos a lo Absoluto. Hacia la Cuarta Dimensión (C015) [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Tapia Morandi, Duilio Alejandro: Diagrama, Forma e Imagen. Tres niveles de interpretación histórica (C025) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Tapias, Katherine: Proyectos de Intervención social para el Fortalecimiento de la Autonomía (C094) [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Targa Gonçalves, Mariana: Memórias em Festa: Uma cartografia das Congadas em Atibaia (C272) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Targa Gonçalves, Mariana: Memórias traduzidas em Design Gráfico: experiência pedagógica interdisciplinar (C045) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Tártara, Romina: De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral (C130) [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Tecchia, Antonio: Abducción e inducción en el aprendizaje morfológico espacial (C001) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Téllez Jerez, Luis Fernando: ¿Sufro de algún "TIC nervioso" en tiempos de Alfabetización Digital? (C144) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Tinjacá Numpaque, Bibiana del Pilar: Gestión de la innovación y capacidad competitiva del sector confección (C114) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Torreblanca, David: Enseñanza innovadora de Diseño Industrial con tecnologías de fabricación digital (C151) [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Torres Luyo, Silvia: Hacia un abordaje del diseño de juegos de mesa (C064) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Torres Luyo, Silvia: Una experiencia de extensión para el abordaje de problemas complejos de diseño, aplicado a un caso de responsabilidad social (C068) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Tosello, Maria Elena: Interfaces Educativas. Estrategias, Instrumentos y Espacios para Propuestas Didácticas Innovadoras (C086) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Urbio, Maria Alejandra: Formación Docente en el Ámbito de la Reglamentación del Ejercicio Profesional del Diseñador (C007) [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Vallazza, Eleonora: Programa de Tutorías en la UP: Estrategias específicas para la evaluación de proyectos en seis clases (C280) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Varela Garzon, Diego Felipe: Tri-dimensional: Diseño de contenido gráfico para espacios y objetos (C067) [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Vargas, Luz: Diseño, artesanía, innovación social e Identidad Local con Mirada Global (C299) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Vargas Bonilla, Lukas: Los territorios del diseño y su incidencia en los modelos educativos (C149) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 51.
- Vazquez, Cristian Eduardo: Acciones de diseño para la promoción de la participación ciudadana (C269) [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Vazquez, Mailen: El Objeto Sémico. Una Experiencia Proyectual construida por el estudiante (C041) [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Vega, Liliana Patricia: Diagrama, Forma e Imagen. Tres niveles de interpretación histórica (C025) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Vejarano, Elizabeth: Convergencia de la investigación formativa y la investigación propiamente dicha (C209) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Velasquez, Marelbis: Historia del traje femenino en Santander: Una aproximación a la investigación en diseño desde una perspectiva histórica y pedagógica. (C248) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Vélez Ochoa, Claudia Inés: Relación estética-receptor para el director de arte publicitario (C059) [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Venero, Edward: Ingresando a la cultura de la moda: los nuevos caminos de la identidad (C253) [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Venero, Edward: La acción formativa de diseñadores para proyectos integrales de diseño textil en pregrado y postgrado: contenidos y metodología (C022) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Vera Sanchez, Mauricio: Arte y territorio: una perspectiva desde la estética (C294) [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Vilchis Esquivel, Luz del Carmen A.: La educación visual: una de las competencias en la enseñanza del diseño (C027) [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Villar García, María Gabriela: Enfoques sociales para la conceptualización del diseño, inclusión en el proceso de enseñanza- aprendizaje (C283) [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Villegas, Analía Erica: Gestión del diseño, una mirada integradora (C115) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Villota Oyarvide, Wellington Remigio: Análisis de objetos gráficos y de patrones utilizados en Realidad Aumentada para el aprendizaje en la educación básica del Ecuador (C139) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 49.
- Viveros, Ricardo: Diseño de Modelo Metodológico para Validación de Perfil de Egreso en Ing. en Diseño de Productos (C030) [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.

- Wilkomirsky, Michele: Co-Diseño: espacios de investigación-participación social (C206) [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 58.
- Wolf, Daniel: Cultura objetual contemporánea (C230) [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Záccara, Fiorella Silvina: En la Era de las Redes Sociales, la vuelta a la enseñanza cara a cara (C075) [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Zakalik, Marcela: Gestión del diseño, una mirada integradora (C115) [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Zambrano, Edward: La Investigación Formativa, y la oportunidad de publicar como herramienta para su desarrollo (C222) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- Zerené Harcha, Joaquín: El diseño de interfaz como investigación en arte-ciencia-tecnología (C142) [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Zorzon, Cecilia Verónica: Interfaces Educativas. Estrategias, Instrumentos y Espacios para Propuestas Didácticas Innovadoras (C086) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Zuleta Montoya, Fausto: Investigación y Proyecto; revisión de casos para el diseño de vestuario (C219) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Zuleta Montoya, Diana Carolina: Investigación y Proyecto; revisión de casos para el diseño de vestuario (C219) [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Zúñiga Luna, Mariela: La creatividad como herramienta didáctica en la licenciatura en diseño gráfico (C088) [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Zúñiga Luna, Mariela: Una propuesta de evaluación por competencias en diseño gráfico: un caso de México (C101) [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- b) Índice de ponencias presentadas en la V edición del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño**
- A alfaiataria e sua particular transmissão de ensino (C301). Juliana Barbosa [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- A análise de imagens como método de pesquisa e recurso didático (C205). Ana Paola dos Reis [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 58.
- A caligrafia no livro de Kells: legibilidade e informação (C292). Leila Rangel [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- A questão da complexidade na constituição da percepção de valores no design (C107). Rodrigo Antônio Queiroz Costa [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- A voz da Capoeira: Design Social aplicada em jornal comunitário (C177). Manoela Cazzoni Gonçalves [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Abducción e inducción en el aprendizaje morfológico espacial (C001). Antonio Tecchia [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Acciones de diseño para la promoción de la participación ciudadana (C269). Anabella E. Cislighi y Cristian Eduardo Vazquez [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Acerca de los Paisajes Sagrados de Francene Keery (C298). Albán Martínez Gueyraud [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Aderência e visualidade: uma proposta pedagógica (C270). André de F. Ramos [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Agendas de investigación en los programas de Diseño Gráfico colombianos (C212). Alexis Castellanos Escobar [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Algunas ideas para re-pensar la enseñanza en los cursos iniciales (C076). Miriam Bessone [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Análisis de las estrategias empresariales en los estudios de diseño de la ciudad de Buenos Aires. Estudio de casos, período 2001-2013 (C108). Diego Jordan [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Análisis de las transformaciones que han registrado los videojuegos (C138). Yamil Lambert [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 49.
- Análisis de objetos gráficos y de patrones utilizados en Realidad Aumentada para el aprendizaje en la educación básica del Ecuador (C139). Wellington Remigio Villota Oyarvide [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 49.
- Análisis Histórico en la interacción de medios de Facebook (C140). Jessenia Guadalupe Chalen Ortega [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 49.
- Análisis historiográfico del surgimiento de la industria del cine de animación en el Ecuador (C199). Mario David Moncayo Romero [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Análisis Semiótico: Campaña "All you need is Ecuador" (C109). Santiago Pazmiño [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Ánimo lúdico y profesionalización en las Artes Escénicas (C200). Raúl Santiago Algán [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- Aplicação do conceitos do Design Universal a uma proposta de Loft para Terceira Idade com Acessibilidade (C166). Amilton Arruda [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Aprender a dibujar con tablets, métodos de estudio del arte y nuevos métodos de enseñanza (C159). Luis Lopez Jubin [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Aprender a diseñar en la actualidad: la integración de los aspectos creativo y técnico como metodología de abordaje proyectual para la construcción de un prototipo de diseño de indumentaria (C002). Eugenia Aryan [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Apresentação e Difusão do Design Gráfico sob a Ótica Universitária (C127). Alexandre Magalhães, Christian Monnerat y Ana Maria Rebello [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del Diseño (C167). Edgar Saavedra Torres [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Arqueología estética y de diseño de una imagen precolombina (C293). Jesús Alejandro Osorio Contreras [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Arte y territorio: una perspectiva desde la estética (C294). Mauricio Vera Sanchez [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Aspectos inquietantes de la subjetividad contemporánea: lo deseable y lo posible (C160). Daniela Di Bella [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.

- Audiovisual en el Diseño Gráfico, rompiendo el sistema (C128). Rodolfo Silvero Caballero [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Bioenergética y entrenamiento actoral (C189). María Pia Rillo y Ruth Rodríguez [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 56.
- Caminos a lo Absoluto. Hacia la Cuarta Dimensión (C015). Sandra Viviana Chasco y Duilio Alejandro Tapia [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Capacitación en emprendedorismo a alumnos de industrias creativas (C133). Diego Bresler [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Carnaval e Design. Laboratório de Design Solidário junto ao GRES Coroa Imperial (C168). Claudio Goya [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Cine digital en realidad aumentada (C161). Fernando Rolando [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Ciudad, narración, literatura y cine (C295). Nicolás Amoroso Boelcke [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Cientes reais no projeto final para aproximação do aluno com o mercado (C134). Raquel Godinho [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- Co-Diseño: espacios de investigación-participación social (C206). Michele Wilkomirsky [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 58.
- Co-laboratorio, diseño desde el museo del caribe dirigido a la primera infancia (C173). Tatiana Miranda [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Como ensinar o processo criativo empírico (C077). Janaina Moroni [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Cómo trabajar el análisis de los tres órdenes de la configuración significativa (lo icónico, lo indicial y lo simbólico) en el aula (C019). Lorena Steinberg [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Comunicación estratégica: un enfoque para la investigación en Diseño (C207). Diego Eduardo Apolo Buenaño [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Concepto, idea e insight: tres engranajes para la creatividad en el diseño (C208). Omar Muñoz Sánchez [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Concursos Universitarios. Aprender haciendo (C129). Raul Carlos Drelichman [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Conocimiento y práctica en el diseño y construcción de objetos (C078). Sebastián Ernesto Ackerman [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Contexto en la imagen del mural con estudiantes Mbya Guaraní (C264). Mónica Soledad Haydar [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- Convergencia de la investigación formativa y la investigación propiamente dicha (C209). Elizabeth Vejarano [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Corpo Tipografico, experiência de trabalho coletivo no ensino de design tipográfico (C003). Leonardo Araújo da Costa Buggy [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- Cuerpo/danza en la cultura digital (C201). Alejandra Ceriani [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- Cultura objetual contemporánea (C230). Daniel Wolf [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Dar clases como me hubiese gustado que me den (C079). Víctor Cittá Giordano [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- De cómo sortear la materia obstáculo (C069). Andrea Marдикian [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 39.
- De composición decorativa a la eclosión de los diseños (C006). Ana María Cravino [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- De Escuela de Artes Aplicadas a Escuela Universitaria (C016). Amalia Soledad Martínez [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral (C130). Alejandro Dantas, Marisa Navarro, Denise Gari Jonneret, Romina Tártara y Angel Joubin [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Del Registro Etnográfico de la cotidianidad Educativa, a la Creación plástica de los y las docentes de Arte y Diseño (C202). Isayra Colmenares [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- Deontologia do Design: refletindo sobre um futuro mais humano (C017). Ana Maria Rebello [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Derechos Humanos y Diseño industrial: experiencia en la Cátedra Ciencias Humanas (C174). Patricia Buguña y Adriana Ester Martín [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Desafios de la Formación Artística en tiempos de cambios y transformaciones (C203). Claudio Emilio Seijo [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- Desarrollo de habilidades creativas en estudiantes de Ingeniería en Diseño (C070). Gustavo Rojo [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Descubriendo el lenguaje oculto del diseño (C096). Osvaldo Muñoz Peralta [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 43.
- Design de interiores na televisão brasileira: metodologias para o ensino (C071). Frederico Braidá [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Design de Moda x Projetos sob medida: uma alternativa de atuação profissional (C296). Gisela Monteiro y Beatriz Moura [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- Design Gráfico Inclusivo: Percepção visual na dislexia e o estudo da tipografia (C183). Fernanda Henriques [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Design para a diversidade cultural na escola infantil (C169). Anderson Horta y Rita Aparecida da C Ribeiro [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 53.
- Design participativo: elaboração de projeto de um espaço recreativo comunitário (C236). Gabriel Fernandes dos Santos [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Design Social: responsabilidade, sustentabilidade e imaginação (C020). Alexandre Assunção [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Design thinking & Human Centered Design aplicado a la concepción de propuestas pedagógicas para la formación académica en disciplinas proyectuales (C072). Mariela D'Angelo [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Design, Proxemia e novas vivências nos percursos cotidianos (C210). Jorge Langone [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.

- Diagrama, Forma e Imagen. Tres niveles de interpretación histórica (C025). Duilio Alejandro Tapia Morandi y Patricia Vega [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Didáctica de la Enseñanza del Diseño en el Nivel Superior (C021). Vanina Cantuni y Silvia Mariel Leeuw [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Diseñando edificaciones basadas en materiales sustentables (C237). Miguel Isaac Sahagun Valenzuela [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Diseño de libros infantiles como una experiencia de inclusión educativa. Nivel Inicial / Universitario (C178). Carolina Menso [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Diseño de Material Didáctico para el desarrollo de Cultivos Orgánicos, basado en principios de DGS (Diseño Grafico Sustentable) (C231). Ana Laura Malavasi Ogas [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Diseño de Modelo Metodológico para Validación de Perfil de Egreso en Ing. en Diseño de Productos (C030). Mario Dorochesi y Ricardo Viveros [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Diseño de un sistema de Identidad Regional (C271). Flavio Burstein y Marcelo Fabián Molina [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Diseño Didáctico y Educación para la Comprensión: Una respuesta editorial para la demanda contemporánea (C162). Renato Echegaray [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Diseño e innovación de productos con base en materiales de desuso para el ITSPV. Teoría y práctica desde la gestión medioambiental (C238). Jimena Odetti [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Diseño editorial de bajo costo: El dibujo y las soluciones imaginarias proyectadas hacia espacios loft mediante ideas low tech (C145). Georgina Montoya Vargas [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Diseño iconográfico de la cultura Valdivia: patrones de ornamentación en dibujo y pintura (C273). Ana Lucia Murillo Villamar [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Diseño incluyente a partir del estudio de la comunicación objetual (C179). Juan Diego Moreno Arango [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Diseño para fortalecer tejidos sociales (C184). Diomar Elena Calderón Riaño [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Diseño textil y diseño de indumentaria : por una semiótica de las interacciones (C247). Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 64.
- Diseño y archivos (C213). Alvaro Ricardo Herrera Zarate [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59.
- Diseño y Gestión: experiencias de formación (C131). Cecilia Ramirez [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- Diseño, artesanía, innovación social e Identidad Local con Mirada Global (C299). Pablo Melzer, Luz Vargas, y Alejandro Palma [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Diseño, la respuesta a la sustentabilidad (C232). Ramiro Pérez [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Diseño, verbo-acción (C211). Liliana Lucia Orozco [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 59
- Dispositivos Móviles de Realidad Aumentada Como Plataforma de Innovación Disruptiva para la Creación de Valor de Marca (C163). Eduardo Orozco Coba [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 53.
- DO Diseño Originario: un abordaje multifacético sobre la sustentabilidad (C242). Natalia Pérez [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64
- Ejes temáticos imprescindibles para un currículo innovador. Estudio de caso: programa Tecnología en Diseño y Gestión de la Imagen (C031). Maria Patricia Lopera Calle [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- El ADN de las marcas de moda (C110). Gianfranco Castillo Lecca [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- El arte en la formación del docente de arte (C194). Débora Astrosky [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- El aula-taller como espacio transformador (C190). Eugenia Mosteiro [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 56.
- El cine como herramienta pedagógica del diseño gráfico (C073). Liliana Beatriz Martínez Dávila y Fabian Podrabinek [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- El consumo sostenible, megatendencia del mercado vs. el diseño sustentable (C233). Silvia Stivale [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- El contacto con clientes reales como elemento de definición del perfil profesional (C135). Gabriela Paganí [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- El discurso del miedo en las campañas gráficas de prevención de accidentes viales (C111). Rafael Clariana [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- El diseñador como promotor de participación en los procesos creativos. Una reflexión desde la perspectiva de los artesanos (C302). Lorena Alarcon [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- El diseñador del futuro (C141). Ramiro Pérez [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- El diseño como generador de nuevos contextos de pensamiento (C097). Paolo I.G. Bergomi y Cristina Amalia Lopez [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 43.
- El diseño de interfaz como investigación en arte-ciencia-tecnología (C142). Joaquin Zerené Harcha [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- El Diseño en Colombia: La apuesta desde la academia en un entorno hostil. (C098). Paola Harris Bonet [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 43.
- El diseño en la iconografía Mapuche, La Araucanía, Chile (C265). Eugenia Alvarez [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- El diseño en la trama intercultural (C180). Amalia Soledad Martínez [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- El Diseño Gráfico como estrategia de preservación de patrimonio (C300). Jose Maria Doldan [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- El diseño Gráfico en el espacio de Tutorías (C040). María Verónica Folgar [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- El diseño se aprende (C099). Carlos Caram [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- El diseño sonoro en la construcción del significado musical en el cine (C214). Rosa Chalkho [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.

- El Diseño Textil Tradicional en la actual Enseñanza - Aprendizaje (C274). Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- El diseño y el desarrollo local una apuesta desde la universidad (C136). Jose Eduardo Naranjo Castillo [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- El diseño y la construcción de significados: de la sociedad al aula (C175). Sebastián Caro [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- El docente de diseño y los nuevos desafíos de los ambientes con alta disposición tecnológica. ¿Cómo comprometerse con la buena enseñanza? (C081). Natalia Lescano [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- El documental como producto de investigación: Registro dinámico de la cultura material e inmaterial (C215). Juan Manuel España [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- El ingenio como vehículo de la identidad del diseño argentino (C266). Pablo Bianchi [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- El Inhouse universitario, una experiencia exitosa en la formación de nuevos profesionales (C132). Gabriel Bernal Garcia [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 48.
- El lenguaje de la arquitectura del vino y la identidad regional (C267). Laura Gilabert y Sandra Navarrete [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- El libro digital y las nuevas formas de acceso y consumo de contenidos (C164). Daniel Benchimol [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 53.
- El modelo Flipped Classroom: una propuesta de enseñanza digital (C165). Andrés Olaizola [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 53.
- El Objeto Sémico. Una Experiencia Proyectual construida por el estudiante (C041). Andrea Cristina Castresana, Mailen Vazquez y Facundo Rodriguez [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- El papel y la pantalla. Potencialidades y limitaciones de la cultura digital en las estrategias de enseñanza y aprendizaje (C146). Mariana Bavoleo [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- El patrimonio cultural se pone de moda entre los niños (C281). Susana Basto [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- El proceso de diseño en la enseñanza de la escenografía (C191). Hector Calmet [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 56.
- El proceso proyectual en el taller de diseño (C042). Eugenia Limeses [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- El proyecto de aula en la disciplina del Diseño (C011). Astrid Barrios Barraza y Aurora Moya Erbatt [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- El Rol del diseñador grafico en el proceso enseñanza-aprendizaje (C074). Juan Reyes [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- El trabajo interdisciplinario en las carreras de Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual (C050). Enrique Marini [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- El viaje y la etnografía: Una experiencia de aprendizaje fuera del aula (C216). Ossa Julián [4.1 (A) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Elementos conceptuales para la aplicación de la ergonomía en el proceso creativo (C143). Viviana Otálvaro [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- En la Era de las Redes Sociales, la vuelta a la enseñanza cara a cara (C075). Fiorella Silvina Zaccara [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 40.
- Enfoques sociales para la conceptualización del diseño, inclusión en el proceso de enseñanza - aprendizaje (C283). María del Consuelo Espinosa Hernández, María Gabriela Villar García y María del Pilar Alejandra Mora Cantellano [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Enseñanza del Diseño, fase dos "Producción y Financiamiento" (C137). Cristina Amalia Lopez y Paolo I.G. Bergomi [2.2 (B) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 49.
- Enseñanza en la universidad: entre la teoría y la práctica (C083). Karina Agadia y Silvia Meza [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Enseñanza innovadora de Diseño Industrial con tecnologías de fabricación digital (C151). David Torreblanca [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Enseñanza Sustentable y Tipologías Educativas (C225). Patricia Buguña [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 61.
- Enseñar Comunicación y Diseño Multimedial en Palermo: una experiencia diferente (C055). María Laura Spina [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Enseñar psicología en los profesorado de arte. Hacia una pedagogía funcional a la poética personal (C192). Florencia Cima [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Ensino de Animação em Design - Um caminho com três etapas (C152). André de F. Ramos [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Entornos gráficos en diseños de sistemas académicos (C082). Joffre Ruperto Paladines Rodriguez [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41.
- Epistemología del diseño; un entorno difuso en investigación de diseño (C217). Sergio Donoso [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Espacios de aprendizaje para la formación de diseñadores (C051). Marcelo Quezada [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Estrategia de Enseñanza-Aprendizaje-Evaluación en el Taller de Diseño (C102). Paola De la Sotta [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Estrategias cognitivas asociadas al razonamiento visual y creativo para estudiantes con NEE (C061). John Alfredo Arias Villamar [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Estrategias de revalorización y su vinculación con la sustentabilidad urbana (C234). Mariana Gonzalez Insua [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Estrategias didácticas para un espacio curricular transversal (C062). Mónica Osella y Patricia Alejandra Pieragostini [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Estructuración de la materia a través del concepto de cadena de valor (C063). Agustín Bramanti [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Estudio bioclimático, análisis y evaluación de tecnología sustentable, vivienda en merlo, San Luis (C243). Rosana

- Leonor Gonzalez, Gabriela Sanchez y Jose Manuel Ruiz [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- Estudio de trayectoria de construcción de marca gráfica en Guayaquil (C112). Antonio Moncayo [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 45.
- Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación (C012). Marisa Cuervo [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación (C004). Mercedes Massafra [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- ¡Eureka! o Cómo surge la creatividad (C080). Mónica Schvartzapel [1.2 (A) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 41
- Evaluación de Proyectos de Diseño con Realimentación de Actuaciones (C100). José Luis Santolaya [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Evolución de las formas de enseñanza de la fotografía en Latinoamérica (C024). Alejandra Niedermaier [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- Experiencias metodológicas en la enseñanza del diseño (C084). Miller Gallego [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Experiencias y Diseño en transformación de territorios (C285). Sandra Jaquelina Aguilar [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Expresión artística en la fotografía argentina de los '60 (C286). Carlos Alberto Fernández [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- F_P_E Taller de diseño 1 (Fantastic - Plastic - Elastic) (C008). Carlos Caicedo y Fabian Mena [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Fashion Systema; Propuesta de análisis teórico de la Moda, desde la crítica cultural (C259). Daniela Miranda y Carolina Nicoletti [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Formación Docente en el Ámbito de la Reglamentación del Ejercicio Profesional del Diseñador (C007). Jorge Humberto Ramos, Maria Alejandra Uribio y Myriam Rodriguez [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Formando en diseño incluyente: "Hacia la emancipación de la diversidad" (C185). Vaslak Rojas Torres [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Fotografía y artes visuales. Desde la teoría hacia la creatividad (C303). Mercedes Pombo [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Generación de números de parte para proyectos de Diseño Industrial (C085). Armando Martínez de la Torre [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Geração de tendências: Identificando e ativando novos cenários criativos na América Latina (C260). Gláucia Centeno [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Gestão de Design no Brasil - discurso e disciplina (C113). Luis Emiliano Costa Avendaño [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa (C046). Verónica Barzola [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa (C052). Marina Mendoza [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Gestión de la innovación y capacidad competitiva del sector confección (C114). Bibiana del Pilar Tinjacá Numpaque [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Gestión del diseño, una mirada integradora (C115). Analía Erica Villegas y Marcela Zakalik [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- Gestión sustentable en las universidades. "Las tecnologías y los edificios educativos en programas de Educación Sustentable" (C226). Rosana Leonor Gonzalez [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 61.
- Hacia un abordaje del diseño de juegos de mesa (C064). Silvia Torres Luyo [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Hibridação entre imagens: lapso do tempo (C246). Rogerio Gomes Zanetti [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 64.
- Historia del traje femenino en Santander: Una aproximación a la investigación en diseño desde una perspectiva histórica y pedagógica. (C248). Marelbis Velasquez [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Hotel Salam: relato sobre o desenvolvimento de um produto audiovisual para mídias digitais (C148). Tiago Lopes [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Identidad ciudadana y diseño gráfico (C276). Guido Olivares [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Identidad e Investigación en Diseño y Comunicación en la Universidad de Palermo (C287). Mara Steiner [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Identidad, Información y Complejidad (C277). Mercedes Mercado y Liliana Sosa [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Identidade em Ambientes e Serviços Comunitários - instrumental de ensino de Design (C181). Stella Hermida y Lucy Niemeyer [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Identidade Visual para Moda (C261). Natalia Junger y Gisela Monteiro [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Incidencia de la artesanía en procesos globalizantes de la moda colombiana (C304). Astrid Mora De la Cruz [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- Inclusión de la lateralidad humana en las redes de la investigación en el diseño (C182). Elsa Morales Castañeda y Arturo Santamaría Ortega [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 55.
- Inclusión de las comunidades dentro del proceso educativo, producción sustentable (C244). Santiago Osnaya [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- Ingresando a la cultura de la moda: los nuevos caminos de la identidad (C253). Edward Venero [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Innovaciones en modelos educativos por crisis en el paradigma tradicional (C018). Carlos Eduardo Burgos y Julio Enrique Putalláz [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Inspirar aprendizes de feiteiro (alunos de design) (C032). Paulo Maldonado [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Instrumentos de Análisis de La Composición Arquitectónica (C218). Edwin Quiroga Molano [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.

- Interfaces Educativas. Estrategias, Instrumentos y Espacios para Propuestas Didácticas Innovadoras (C086). María Georgina Bredanini Colombo, María Elena Tosello y Cecilia Verónica Zorzon [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Intersticios pedagógicos en el aprendizaje de la arquitectura. Visualización de información como instrumento en el proceso proyectual (C013). Andrea De Monte y Alfredo Stipech [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Intervención del Diseño Universal en la experiencia del usuario con discapacidad visual en productos de consumo masivo (C186). Yurbi Alvarez [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Intuición, acción, creación: Mil trucos para docentes atrevidos (C087). Patricia Claudia Barrios [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Investigación y Proyecto; revisión de casos para el diseño de vestuario (C219). Fausto Zuleta Montoya y Diana Carolina Zuleta Montoya [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- Kitsch y consumo simbólico: una mirada hacia la problemática del desecho de los envases en las grandes ciudades (C245). Washington da Silva Neves [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 64.
- La academia como gestor en la preservación de la identidad cultural (C278). María Cecilia Lopez Barrios y Juan Padilla [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- La acción formativa de diseñadores para proyectos integrales de diseño textil en pregrado y postgrado: contenidos y metodología (C022). Edward Venero [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- La artesanía patrimonial como recurso de diálogo intercultural (C297). María de los Ángeles Custoja Ripoll [6.3 (A) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 71.
- La Articulación Curricular y la formación de profesionales en Diseño (C009). Julio Mazzilli [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- La cara olvidada de la enseñanza del diseño una mirada desde el humanismo integral (C026). Rafael Fiscal [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- La corrección como proceso dinámico de aprendizaje (C103). Ezequiel Bluvstein [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- La creación, un lugar donde se pliegan las experiencias sensibles del arte y el diseño (C305). Sandra Johana Silva Cañaverall [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 72.
- La creatividad como herramienta didáctica en la licenciatura en diseño gráfico (C088). Mariela Zúñiga Luna [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- La creatividad del diseño en un producto objetual (C239). Marco Arango [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- La educación visual: una de las competencias en la enseñanza del diseño (C027). Luz del Carmen A. Vilchis Esquivel [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- La enseñanza de la Historia en diseño industrial. Consideraciones pedagógicas al respecto (C028). Alejandra Silvina Ochoa Saad y Fabiana Griselda Agosto [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- La enseñanza de las artes en primer lugar (C204). Paola Acosta Zambrano [3.4 (B) Estudios Artísticos y creativos] p. 58.
- La enseñanza del discurso audiovisual en la formación de grado (C023). Larisa Rivarola [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 33.
- La enseñanza del diseño desde la perspectiva de la complejidad (C034). Mercedes Mercado y Liliana Sosa [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- La enseñanza en la academia del Diseño Web incluyente. Interfaces gráficas para todos (C187). Jaime Enrique Cortés Fandiño [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- La especificidad disciplinar del diseño interior. Un modelo teórico para su auto-referencia y diferenciación (C035). Virginia Graciela Suarez [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- La estética como elemento transversal de toda práctica modificadora sobre el cuerpo (C262). Ana Esther García [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- La evaluación transversal como proyecto educativo (C104). Carolina Menso [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral (C119). Magdalena Jaime y Carlos Salas [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 46.
- La formación en investigación científica en diseño y el rol de los semilleros (C220). Luis Alberto Lesmes y Luz Dary Naranjo Colorado [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 60.
- La fotografía en la identidad latinoamericana (C268). Mónica Silvia Incorvaia [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 67.
- La iconografía ancestral del Inti Raymi como base gráfica en la construcción de su marca y como elemento visual (C275). Paulina Paula [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- La idea primaria, realidad en la enseñanza del diseño arquitectónico (C036). Zulma Buendía de Viana [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- La identidad de la moda en un país y su repercusión social (C249). Rocio Lecca [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- La industria de la Moda Ecuatoriana y el cambio de la Matriz Productiva: Nuevos Retos (C116). Ruth Estefanía García Villarreal [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- La investigación en diseño en universidades públicas (C221). Nidia Maidana [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- La Investigación Formativa, y la oportunidad de publicar como herramienta para su desarrollo (C222). Edward Zambrano [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- La recuperación del trabajo y experiencia directa con el cuerpo humano y sus proyecciones en el diseño de figurines e ilustración de moda (C250). Mariana Jasovich [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- La semiótica una herramienta epistemológica para el diseño (C033). Valeria Esposito [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- La sustentabilidad profesional de los egresados. Su inserción en el tejido productivo (C117). María Elena Onofre [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.

- La tipología para la educación sustentable (C235). Silvina Mocci [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 63.
- Las artes del espectáculo. El proceso creativo como desafío (C195). Alejandra Soto [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Las campanas de Ucuengá, preservando el conocimiento tradicional (C306). Roger Diaz Carreño [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 73.
- Las consejerías en el fenómeno de la deserción (C037). Judith Amparo Rodríguez Azar [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Las herramientas multimedia como refuerzo en el aprendizaje en las unidades educativas del milenio (C153). Paulina Paula [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Las nuevas tendencias del consumo y del diseño en el contexto de la enseñanza (C123). Patricia Iurcovich [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47
- Las Teorías del Procesamiento de Información Aplicadas en los Entornos Virtuales de Aprendizajes Utilizados en las Carreras de Diseño Gráfico (C154). Ingrid Fiallos [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- Lógicas proyectuales para el estímulo de experiencia estética en el diseño interior (C038). Jorge Eduardo Pokropek [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Los estilos de aprendizaje y su relación con las estrategias de autoregulación como parte de los procesos de enseñanza aprendizaje (C043). Sandra Forero [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Los estudiantes y la definición del problema retórico (C044). Andrés Olaizola [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Los procesos de impresión gráfica artesanales y su contribución al desarrollo del diseño artesanal (C307). Félix Jaramillo [6.3 (B) Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía] p. 73.
- Los Programas Académicos de la Facultad y su relación con la Política Editorial. Teoría y Proyecto (C223). Fabiola Knop [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- Los territorios del diseño y su incidencia en los modelos educativos (C149). David Jurado y Lukas Vargas Bonilla [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 51.
- Materiales en Diseño de Interiores: revelaciones y sorpresas en una asignatura aburridísima (C047). Marcelo Gorga [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Memoria cultural en torno al Hotel Refugio del Salto del Tequendama 1927-1937 (C288). Angela Liliana Dotor Robayo [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Memória Gráfica de Pelotas: um século de design - de 1890 a 1990 (C282). João Fernando Igansi Nunes [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Memórias em Festa: Uma cartografia das Congadas em Atibaia (C272). Ana Beatriz Pereira de Andrade y Mariana Targa Gonçalves [6.2 (A) Identidades Locales y Regionales] p. 68.
- Memórias traduzidas em Design Gráfico: experiência pedagógica interdisciplinar (C045). Rodrigo Cordeiro, Ana Beatriz Pereira de Andrade y Mariana Targa Gonçalves [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Metodología de diseño industrial en la academia colombiana (C048). Danilo Calvache Cabrera [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 36.
- Métodos de enseñanza sintetizados en Talleres de Industrial Industrial (C251). Angela Esther Aranda [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Métodos Innovadores de Enseñanza atravesando el AulaTaller (C089). Maria Fernanda Apestequia [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- Moda como expressão do comportamento feminino brasileiro na segunda metade do século XX (C254). Ana Paula Carvalho y Cristina Seixas [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Moda, cuerpo y sociedad (C255). Jorge Manuel Castro Falero [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Modelo Educativo IDEA y su adecuación a la enseñanza del diseño (C090). Vanessa Patiño [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- O design do espaço construído hospitalar e o design social (C227). Claudia Amaral [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 61.
- O Designer de Moda Abraça as Mulheres Mastectomizadas (C176). Priscila Andrade y Naira do Amaral [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- O ensino colaborativo de conceitos de fundamentos do design (C091). Vinicius da Costa [1.2 (B) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 42.
- O ensino de Comunicação Visual pioneiro em São Paulo (C005). Marcos Braga y Dora Souza Dias [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 30.
- O Hijab: Uma relação de Religião, liberdade e moda (C256). Giulia Munoz Gushikem [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Paisagens tipográficas pelotenses: percursos iniciais de um estudo exploratório sobre a tipografia no espaço urbano (C279). Daniela Brisolaro y Raquel Godinho [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- PAR: Integrando la empresa con la academia (C120). Sandra Lisseth Meléndez Martínez [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Parámetros de conceptualización de temáticas para el taller de Diseño (C056). Fernando Rosellini [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Pedagogía de la creatividad: Recursos metodológicos para la Generación Y (C053). Patricia Claudia Barrios [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Pensamiento proyectual y teoría del diseño. Un análisis de las prácticas docentes (C057). María Laura Badella y Estefanía Alicia Fantini [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Percepción del adulto mayor de Buenos aires, Argentina, frente a la comunicación visual de las etiquetas en los productos del mercado (C170). Martha L Arroyave Vargas [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Política educativa universitaria y necesidades de especialización de los diseñadores (C093). Daniela Larrea [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Proceso creativo y vivencial en el Taller de Moda I (C196). Andrea Cárdenas [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Programa de Tutorías en la UP: Estrategias específicas para la evaluación de proyectos en seis clases (C280). Eleonora Vallazza [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.

- Programa Educación Sustentable (ES) 2011-2014 (C228). Mariela Alejandra Marchisio [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Promoción y difusión endógena “Centro Ceremonial Mazahua” Intervención de diseño (C289). María de las Mercedes Portilla Lujá y Ana Maldonado [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Propuesta para la Sistematización de Procesos de Acreditación de Programas Académicos de Diseño (C105). Alejandro Higuera Zimbrón, Arturo Santamaría Ortega y Erika Rivera Gutiérrez [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Proyecto Diseño MX: estatus del diseño. (C121). Alejandra Marín [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Proyectos de creación en el programa de diseño industrial (C054). Judith Amparo Rodríguez Azar y Diego Andres Romero Cotrino [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Proyectos de Intervención social para el Fortalecimiento de la Autonomía (C094). Edgard David Rincón Quijano y Katherine Tapias [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Publicidad Social - Comunicación para la integración (C171). Rafael Mauricio París Restrepo [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- Puestas lumínicas dentro y fuera del aula (C155). Carolina Levy [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 51.
- ¿Qué enseñar cuando empiezan a aprender? (C010). Pilar Diez Urbicain [1.1 (A) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 31.
- Reconocimiento del Pensamiento Creativo (C058). Lina María Ortiz Quimbay [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Recursos 2.0. ¿Realidad o utopía en la educación actual? (C092). María Victoria Latosinski y Marina Portillo [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Reflexiones acerca de la complejidad de investigar en diseño: la experiencia del Doctorado (C188). Marina Matarrese [3.3 (B) Innovación Cultural] p. 56.
- Reflexiones sobre estrategias de enseñanza en Taller de Diseño III (C095). Gabriel Juani [1.2 (C) Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes] p. 43.
- Relación estética-receptor para el director de arte publicitario (C059). Claudia Inés Vélez Ochoa [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Relato de planeamiento da pedagogia do Design: planificação de projetos integradores e sua implementação didática (C014). Bianca Martins y Almir Mirabeau [1.1 (B) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 32.
- Relato historiográfico del diseño de indumentaria femenina del Ecuador: Período de 1530 a 1830 (C263). Tania Escobar [6.1 (B) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Rescate de la identidad Huarpe desde el Diseño local y territorial (C284). María Alejandra Ricciardi Moyano [6.2 (B) Identidades Locales y Regionales] p. 69.
- Resultados de la aplicación de metodologías de diseño basadas en una nueva epistemología proyectual (C290). Carlos Manuel Luna Maldonado [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Rosario Design. Un observatorio para la integración local y regional (C124). María Cecilia Ribecco [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Rudimentos del Modelado Tridimensional y Renderizado dentro del aula (C156). Edwin Alberto Moreno Jaimés [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Saberes del Diseño para la reconfiguración del espacio público (C224). Isabel Molinas [4.1 (B) Investigación y Metodología y Técnicas] p. 61.
- Se trabaja con la imagen; se negocia con la palabra (C122). Silvina Scheiner [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Sembrando vínculos entre Instituciones para el desarrollo de proyectos Sustentables (C240). Mariana Gonzalez Insua y Cristian Ruth Moyano [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Seminário Paulista do Ensino da História do Design (C029). Andréa Almeida, Marcos Braga, Yeda Gonçalves de Oliveira y Patricia Amorim [1.1 (C) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 34.
- Semiótica: las nuevas estéticas corpóreas en el universo moda (C252). José Antonio Cortés Núñez [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 65.
- Ser dramaturgo hoy: recursos y metodologías (C193). Pilar Ruiz [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Ser emprendedor universitario (C125). Wendy Hernandez [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Sobre la Enseñanza del Diseño de Indumentaria. El desafío creativo (C257). Patricia Doria [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Social Media y Universidad, mucho más que marketing online (C150). Nicolas Sorriveras [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 51.
- “Somos Todos Um” - Projeto teórico-fotográfico baseado em estudos em Natureza, Simplicidade e Espiritualidade, desenvolvido juntamente com crianças da Escola Viver (C172). Rodrigo Cordeiro e Débora Cristina Ferrari [3.3 (A) Innovación Cultural] p. 54.
- ¿Sufro de algún “TIC nervioso” en tiempos de Alfabetización Digital? (C144). Luis Fernando Téllez Jerez [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Surfeando las dificultades de la creatividad e innovación (C126). Carlos N. Papini [2.2 (A) Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos] p. 47.
- Talleres de publicidad: Una metodología para generar experiencias significativas (C065). Jaime José Pedreros Balta [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Teatro interactivo: funciones y alcances (C197). Ayelen Rubio [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.
- Techné: del arte al tejido (C066). Leticia Duarte [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Televisión educativa en Argentina: Perspectivas teóricas para abordar la problemática (C157). Matias Panaccio [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Tendencias Escénicas. Presente y futuro del espectáculo (C198). Andrea Pontoriero [3.4 (A) Estudios Artísticos y creativos] p. 57.

- Tipografía híbrida - caligrafía e letterpress em processos digitais (C158). Fernanda Henriques [3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales] p. 52.
- Tipografia urbana - a cidade como cenário de aprendizagem (C291). Bento Abreu [6.2 (C) Identidades Locales y Regionales] p. 70.
- Tipografía: de la gráfica a la web (C147). Rita Esperanza Luedueña [3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales] p. 50.
- Trascendencia de la escritura lectura en procesos de creación en diseño de modas, espacios y producción audiovisual (C258). Roger Diaz Carreño [6.1 (A) Observatorio de Tendencias] p. 66.
- Tri - dimensional: Diseño de contenido gráfico para espacios y objetos (C067). Alexander Ordoñez y Felipe Varela Garzon [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Um percurso semiótico para leitura e análise de peças gráficas (C039). Frederico Braidia y Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima [1.1 (D) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 35.
- Uma análise do percurso para a consolidação de um programa de pós-graduação em design (C049). Rita Aparecida da C Ribeiro [1.1 (E) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 37.
- Un enfoque holístico para la enseñanza del Diseño Sustentable y Ecología (C229). Nora Irma Souza [5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología] p. 62.
- Una experiencia de extensión para el abordaje de problemas complejos de diseño, aplicado a un caso de responsabilidad social (C068). Martín Miguel Bomrad y Silvia Torres Luyo [1.1 (G) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 39.
- Una propuesta de evaluación por competencias en diseño gráfico: un caso de México (C101). Mariela Zúñiga Luna [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 44.
- Utilizando literatura como briefing em projetos experimentais de design gráfico (C060). Ana Paula Margarites [1.1 (F) Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos] p. 38.
- Vivencias y predicamentos de un doctorado en diseño en México (C106). Diana Guzmán López [1.3 Calidad Educativa y Evaluación] p. 45.
- Vivo mi parque, proyecto educativo vivencial para la transformación social (C241). Susana Basto [5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje] p. 63.
- Ya terminé y ahora ¿qué estudiar?... La influencia de la publicidad gráfica (C118). Yvan Alexander Mendivez Espinoza [2.1 Mercado y Gestión del Diseño] p. 46.
- proyectual para la construcción de un prototipo de diseño de indumentaria. (C002). Eugenia Aryan, p. 30.
- Corpo Tipografico, experiência de trabalho coletivo no ensino de design tipográfico. (C003). Leonardo Araújo da Costa Buggy, p. 30.
- Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación. (C004). Mercedes Massafra, p. 30.
- O ensino de Comunicação Visual pioneiro em São Paulo. (C005). Marcos Braga y Dora Souza Dias, p. 30.
- De composición decorativa a la eclosión de los diseños. (C006). Ana María Cravino, p. 30
- Formación Docente en el Ámbito de la Reglamentación del Ejercicio Profesional del Diseñador. (C007). Jorge Humberto Ramos, Myriam Rodriguez y Maria Alejandra Uribio, p. 31.
- F_P_E Taller de diseño 1 (Fantastic - Plastic - Elastic). (C008). Carlos Caicedo y Fabian Mena, p. 31.
- La Articulación Curricular y la formación de profesionales en Diseño. (C009). Julio Mazzilli, p. 31.
- ¿Qué enseñar cuando empiezan a aprender? (C010). Pilar Diez Urbicain, p. 31.
- 1.1 [B] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos**
- El proyecto de aula en la disciplina del Diseño. (C011). Astrid Barrios Barraza y Aurora Moya Erbat, p. 31.
- Estudio exploratorio de las temáticas abordadas en los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación. (C012). Marisa Cuervo, p. 31.
- Intersticios pedagógicos en el aprendizaje de la arquitectura. Visualización de información como instrumento en el proceso proyectual. (C013). Andrea De Monte y Alfredo Stipech, p. 31.
- Relato de planejamento da pedagogia do Design: planificação de projetos integradores e sua implementação didática. (C014). Bianca Martins y Almir Mirabeau, p. 32.
- Caminos a lo Absoluto. Hacia la Cuarta Dimensión. (C015). Sandra Viviana Chasco y Duilio Alejandro Tapia Morandi, p. 32
- De Escuela de Artes Aplicadas a Escuela Universitaria. (C016). Amalia Soledad Martinez, p. 32
- Deontologia do Design: refletindo sobre um futuro mais humano. (C017). Ana Maria Rebello, p. 32
- Innovaciones en modelos educativos por crisis en el paradigma tradicional. (C018). Julio Enrique Putalláz, p. 32
- 1.1 [C] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos**
- Cómo trabajar el análisis de los tres órdenes de la configuración significativa (lo icónico, lo indicial y lo simbólico) en el aula. (C019). Lorena Steinberg, p. 32.
- Design Social: responsabilidade, sustentabilidade e imaginação. (C020). Alexandre Assunção, p. 32.
- Didáctica de la Enseñanza del Diseño en el Nivel Superior. (C021). Vanina Cantuni y Silvia Mariel Leeuw, p. 33.
- La acción formativa de diseñadores para proyectos integrales de diseño textil en pregrado y postgrado: contenidos y metodología. (C022). Edward Venero, p. 33.
- La enseñanza del discurso audiovisual en la formación de grado. (C023). Larisa Rivarola, p. 33.
- Evolución de las formas de enseñanza de la fotografía en Latinoamérica. (C024). Alejandra Niedermaier, p. 33.

c) Índice de Comisiones de la V edición del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño

1. Pedagogía del Diseño

1.1 [A] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos

- Abducción e inducción en el aprendizaje morfológico espacial. (C001). Antonio Tecchia, p. 30.
- Aprender a diseñar en la actualidad: la integración de los aspectos creativo y técnico como metodología de abordaje

Diagrama, Forma e Imagen. Tres niveles de interpretación histórica. (C025). Duilio Alejandro Tapia Morandi y Liliana Patricia Vega, p. 33.

La cara olvidada de la enseñanza del diseño una mirada desde el humanismo integral. (C026). Rafael Fiscal, p. 33.

La educación visual: una de las competencias en la enseñanza del diseño. (C027). Luz del Carmen A. Vilchis Esquivel, p. 33.

La enseñanza de la Historia en diseño industrial. Consideraciones pedagógicas al respecto. (C028). Alejandra Silvina Ochoa Saad y Fabiana Griselda Agosto, p. 34.

Seminário Paulista do Ensino da História do Design. (C029). Andréa Almeida, Patricia Amorim, Marcos Braga y Yeda Gonçalves de Oliveira, p. 34.

1.1 [D] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos

Diseño de Modelo Metodológico para Validación de Perfil de Egreso en Ing. en Diseño de Productos. (C030). Mario Dorochesi y Ricardo Viveros, p. 34.

Ejes temáticos imprescindibles para un currículo innovador. Estudio de caso: programa Tecnología en Diseño y Gestión de la Imagen. (C031). María Patricia Lopera Calle, p. 34.

Inspirar aprendizes de feiticeiro (alunos de design). (C032). Paulo Maldonado, p. 34.

La semiótica una herramienta epistemológica para el diseño. (C033). Valeria Esposito, p. 34.

La enseñanza del diseño desde la perspectiva de la complejidad. (C034). Mercedes Mercado y Liliana Sosa, p. 34.

La especificidad disciplinar del diseño interior. Un modelo teórico para su auto-referencia y diferenciación. (C035). Virginia Graciela Suarez, p. 35.

La idea primaria, realidad en la enseñanza del diseño arquitectónico. (C036). Zulma Buendía de Viana, p. 35.

Las consejerías en el fenómeno de la deserción. (C037). Judith Amparo Rodríguez Azar, p. 35.

Lógicas proyectuales para el estímulo de experiencia estética en el diseño interior. (C038). Jorge Eduardo Pokropek, p. 35.

Um percurso semiótico para leitura e análise de peças gráficas. (C039). Frederico Braida y Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima, p. 35.

1.1 [E] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos

El diseño Gráfico en el espacio de Tutorías. (C040). María Verónica Folgar, p. 35.

El Objeto Sémico. Una Experiencia Proyectual construida por el estudiante. (C041). Andrea Cristina Castresana, Facundo Rodriguez y Mailen Vazquez, p. 35.

El proceso proyectual en el taller de diseño. (C042). Eugenia Limeses, p. 36.

Los estilos de aprendizaje y su relación con las estrategias de autorregulación como parte de los procesos de enseñanza aprendizaje. (C043). Sandra Forero, p. 36.

Los estudiantes y la definición del problema retórico. (C044). Andrés Olaizola, p. 36.

Memórias traduzidas em Design Gráfico: experiência pedagógica interdisciplinar. (C045). Rodrigo Cordeiro, Ana Beatriz Pereira de Andrade y Mariana Targa Gonçalves, p. 36.

Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa. (C046). Verónica Barzola, p. 36.

Materiales en Diseño de Interiores: revelaciones y sorpresas en una asignatura aburridísima. (C047). Marcelo Gorga, p. 36.

Metodología de diseño industrial en la academia colombiana. (C048). Danilo Calvache Cabrera, p. 36.

Uma análise do percurso para a consolidação de um programa de pós-graduação em design. (C049). Rita Aparecida da C Ribeiro, p.

1.1 [F] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos

El trabajo interdisciplinario en las carreras de Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual. (C050). Enrique Marini, p. 37.

Espacios de aprendizaje para la formación de diseñadores. (C051). Marcelo Quezada, p. 37.

Gestión de contenidos: en busca de un estándar de calidad educativa. (C052). Marina Mendoza, p. 37.

Pedagogía de la creatividad: Recursos metodológicos para la Generación Y. (C053). Patricia Claudia Barrios, p. 37.

Proyectos de creación en el programa de diseño industrial. (C054). Judith Amparo Rodríguez Azar y Diego Andres Romero Cotrino, p. 37.

Enseñar Comunicación y Diseño Multimedial en Palermo: una experiencia diferente. (C055). María Laura Spina, p. 37.

Parámetros de conceptualización de temáticas para el taller de Diseño. (C056). Fernando Rosellini, p. 38.

Pensamiento proyectual y teoría del diseño. Un análisis de las prácticas docentes. (C057). María Laura Badella y Estefanía Alicia Fantini, p. 38.

Reconocimiento del Pensamiento Creativo. (C058). Lina María Ortiz Quimbay, p. 38.

Relación estética-receptor para el director de arte publicitario. (C059). Claudia Inés Vélez Ochoa, p. 38.

Utilizando literatura como briefing em projetos experimentais de design gráfico. (C060). Ana Paula Margarites, p. 38.

1.1 [G] Currícula, Estrategias Pedagógicas y Recursos Didácticos

Estrategias cognitivas asociadas al razonamiento visual y creativo para estudiantes con NEE. (C061). John Alfredo Arias Villamar, p. 38.

Estrategias didácticas para un espacio curricular transversal. (C062). Mónica Osella y Patricia Alejandra Pieragostini, p. 38.

Estructuración de la materia a través del concepto de cadena de valor. (C063). Agustín Bramanti, p. 39.

Hacia un abordaje del diseño de juegos de mesa. (C064). Silvia Torres Luyo, p. 39.

Talleres de publicidad: Una metodología para generar experiencias significativas. (C065). Jaime José Pedreros Balta, p. 39.

Techné: del arte al tejido. (C066). Leticia Duarte, p. 39.

Tri - dimensional: Diseño de contenido gráfico para espacios y objetos. (C067). Alexander Ordoñez y Diego Felipe Varela Garzon, p. 39.

Una experiencia de extensión para el abordaje de problemas complejos de diseño, aplicado a un caso de responsabilidad social. (C068). Martín Miguel Bomrad y Silvia Torres Luyo, p. 39.

1.2 [A] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes

De cómo sortear la materia obstáculo. (C069). Andrea Mardikian, p. 39.

- Desarrollo de habilidades creativas en estudiantes de Ingeniería en Diseño. (C070). Gustavo Rojo, p. 40.
- Design de interiores na televisão brasileira: metodologias para o ensino. (C071). Frederico Braida, p. 40.
- Design thinking & Human Centered Design aplicado a la concepción de propuestas pedagógicas para la formación académica en disciplinas proyectuales. (C072). Mariela D'Angelo, p. 40.
- El cine como herramienta pedagógica del diseño gráfico. (C073). Liliana Beatriz Martínez Dávila y Fabian Podrabinek, p. 40.
- El Rol del diseñador grafico en el proceso enseñanza-aprendizaje. (C074). Juan Reyes, p. 40.
- En la Era de las Redes Sociales, la vuelta a la enseñanza cara a cara. (C075). Fiorella Silvina Zaccara, p. 40.
- Algunas ideas para re-pensar la enseñanza en los cursos iniciales. (C076). Miriam Bessone, p. 40.
- Como ensinar o processo criativo empírico. (C077). Janaina Moroni, p. 40.
- Conocimiento y práctica en el diseño y construcción de objetos. (C078). Sebastián Ernesto Ackerman, p. 41.
- Dar clases como me hubiese gustado que me den. (C079). Víctor Cittá Giordano, p. 41.
- ¡Eureka! o Cómo surge la creatividad. (C080). Mónica Schvartzapel, p. 41.
- 1.2 [B] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes**
- El docente de diseño y los nuevos desafíos de los ambientes con alta disposición tecnológica. ¿Cómo comprometerse con la buena enseñanza?. (C081). Natalia Lescano, p. 41.
- Entornos gráficos en diseños de sistemas académicos. (C082). Joffre Ruperto Paladines Rodriguez, p. 41.
- Enseñanza en la universidad: entre la teoría y la práctica. (C083). Karina Agadia y Silvia Meza, p. 41.
- Experiencias metodológicas en la enseñanza del diseño. (C084). Miller Gallego, p. 42.
- Generación de números de parte para proyectos de Diseño Industrial. (C085). Armando Martínez de la Torre, p. 42.
- Interfaces Educativas. Estrategias, Instrumentos y Espacios para Propuestas Didácticas Innovadoras. (C086). Maria Georgina Bredanini Colombo, Maria Elena Tosello y Cecilia Verónica Zorzon, p. 42.
- Intuición, acción, creación: Mil trucos para docentes atrevidos. (C087). Patricia Claudia Barrios, p. 42.
- La creatividad como herramienta didáctica en la licenciatura en diseño gráfico. (C088). Mariela Zúñiga Luna, p. 42.
- Métodos Innovadores de Enseñanza atravesando el AulaTaller. (C089). Maria Fernanda Apesteigua, p. 42.
- Modelo Educativo IDEA y su adecuación a la enseñanza del diseño. (C090). Vanessa Patiño, p. 42.
- O ensino colaborativo de conceitos de fundamentos do design. (C091). Vinicius da Costa, p. 42.
- 1.2 [C] Formación Docente. Nuevas Metodologías Docentes**
- Recursos 2.0. ¿Realidad o utopía en la educación actual?. (C092). María Victoria Latosinski y Marina Portillo, p. 43.
- Política educativa universitaria y necesidades de especialización de los diseñadores. (C093). Daniela Larrea, p. 43.
- Proyectos de Intervención social para el Fortalecimiento de la Autonomía. (C094). Edgard David Rincón Quijano y Katherine Tapias, p. 43.
- Reflexiones sobre estrategias de enseñanza en Taller de Diseño III. (C095). Gabriel Juani, p. 43.
- 1.3 Calidad Educativa y Evaluación**
- Descubriendo el lenguaje oculto del diseño. (C096). Osvaldo Muñoz Peralta, p. 43.
- El diseño como generador de nuevos contextos de pensamiento. (C097). Paolo I.G. Bergomi yCristina Amalia Lopez, p. 43.
- El Diseño en Colombia: La apuesta desde la academia en un entorno hostil. (C098). Paola Harris Bonet, p. 43.
- El diseño se aprende. (C099). Carlos Caram, p. 44.
- Evaluación de Proyectos de Diseño con Realimentación de Actuaciones. (C100). José Luis Santolaya, p. 44.
- Una propuesta de evaluación por competencias en diseño gráfico: un caso de México. (C101). Mariela Zúñiga Luna, p. 44.
- Estrategia de Enseñanza-Aprendizaje-Evaluación en el Taller de Diseño. (C102). Paola De la Sotta, p. 44.
- La corrección como proceso dinámico de aprendizaje. (C103). Ezequiel Bluvstein, p. 44.
- La evaluación transversal como proyecto educativo. (C104). Carolina Menso, p. 44.
- Propuesta para la Sistematización de Procesos de Acreditación de Programas Académicos de Diseño. (C105). Alejandro Higuera Zimbrón, Erika Rivera Gutiérrez y Arturo Santamaría Ortega, p. 44.
- Vivencias y predicamentos de un doctorado en diseño en México. (C106). Diana Guzmán López, p. 45
- 2. Capacitación para Emprendimientos y Negocios**
- 2.1 Mercado y Gestión del Diseño**
- A questão da complexidade na constituição da percepção de valores no design. (C107). Rodrigo Antônio Queiroz Costa, p. 45.
- Análisis de las estrategias empresariales en los estudios de diseño de la ciudad de Buenos Aires. Estudio de casos, período 2001 - 2013. (C108). Diego Jordan, p. 45.
- Análisis Semiótico: Campaña "All you need is Ecuador". (C109). Santiago Pazmiño, p. 45.
- El ADN de las marcas de moda. (C110). Gianfranco Castillo Lecca, p. 45.
- El discurso del miedo en las campañas gráficas de prevención de accidentes viales. (C111). Rafael Clariana, p. 45.
- Estudio de trayectoria de construcción de marca gráfica en Guayaquil. (C112). Antonio Moncayo, p. 45.
- Gestão de Design no Brasil - discurso e disciplina. (C113). Luis Emiliano Costa Avendaño, p. 46.
- Gestión de la innovación y capacidad competitiva del sector confección. (C114). Bibiana del Pilar Tinjacá Numpaque, p. 46.
- Gestión del diseño, una mirada integradora. (C115). Analía Erica Villegas y Marcela Zakalik, p. 46.
- La industria de la Moda Ecuatoriana y el cambio de la Matriz Productiva: Nuevos Retos. (C116). Ruth Estefanía García Villarreal, p. 46.
- La sustentabilidad profesional de los egresados. Su inserción en el tejido productivo. (C117). María Elena Onofre, p. 46.
- Ya terminé y ahora ¿Qué Estudiar?... La influencia de la publicidad gráfica. (C118). Yvan Alexander Mendívez Espinoza, p. 46.

2.2 [A] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos

La formación de profesionales en el diseño gráfico. Estudio de las competencias y habilidades necesarias para el campo laboral. (C119). Magdalena Jaime y Carlos Salas, p. 46.
 PAR: Integrando la empresa con la academia. (C120). Sandra Lisseth Meléndez Martínez, p. 47.
 Proyecto Diseño MX: estatus del diseño. (C121). Alejandra Marín, p. 47.
 Se trabaja con la imagen; se negocia con la palabra. (C122). Silvina Scheiner, p. 47.
 Las Nuevas tendencias del consumo y del diseño en el contexto de la Enseñanza. (C123). Patricia Iurcovich, p. 47.
 Rosario Design. Un observatorio para la integración local y regional. (C124). María Cecilia Ribecco, p. 47.
 Ser emprendedor universitario. (C125). Wendy Hernandez, p. 47.
 Surfeando las dificultades de la creatividad e innovación. (C126). Carlos N. Papini, p. 47.

2.2 [B] Vinculación con Empresas, Profesionales y Emprendimientos

Apresentação e Difusão do Design Gráfico sob a Ótica Universitária. (C127). Alexandre Magalhães, Christian Monnerat y Ana Maria Rebello, p. 48.
 Audiovisual en el Diseño Gráfico, rompiendo el sistema. (C128). Rodolfo Silvero Caballero, p. 48.
 Concursos Universitarios. Aprender haciendo. (C129). Raul Carlos Drelichman, p. 48.
 De la inclusión a la superación. El diseño como estrategia de integración y reinserción social y laboral. (C130). Alejandro Dantas, Angel Joubin, Marisa Navarro, Romina Tártara y Denise Gari Jonneret, p. 48.
 Diseño y Gestión: experiencias de formación. (C131). Cecilia Ramirez, p. 48.
 El Inhouse universitario, una experiencia exitosa en la formación de nuevos profesionales. (C132). Gabriel Bernal Garcia, p. 48.
 Capacitación en emprendedorismo a alumnos de industrias creativas. (C133). Diego Bresler, p. 48.
 Clientes reais no projeto final para aproximação do aluno com o mercado. (C134). Raquel Godinho, p. 49.
 El contacto con clientes reales como elemento de definición del perfil profesional. (C135). Gabriela Pagani, p. 49.
 El diseño y el desarrollo local una apuesta desde la universidad. (C136). Jose Eduardo Naranjo Castillo, p. 49.
 Enseñanza del Diseño, fase dos "Producción y Financiamiento". (C137). Cristina Amalia Lopez y Paolo I.G. Bergomi, p. 49.

3. Formación para un Diseño Innovador y Creativo

3.1 Nuevas Carreras, Nuevos Campos Profesionales y Entornos Digitales

Análisis de las transformaciones que han registrado los videojuegos. (C138). Yamil Lambert, p. 49.
 Análisis de objetos gráficos y de patrones utilizados en Realidad Aumentada para el aprendizaje en la educación básica del Ecuador. (C139). Wellington Remigio Villota Oyarvide, p. 49.
 Análisis Histórico en la interacción de medios de Facebook. (C140). Jessenia Guadalupe Chalen Ortega, p. 49.

El diseñador del futuro. (C141). Ramiro Pérez, p. 50.
 El diseño de interfaz como investigación en arte-ciencia-tecnología. (C142). Joaquín Zerené Harcha, p. 50.
 Elementos conceptuales para la aplicación de la ergonomía en el proceso creativo. (C143). Viviana Otálvaro, p. 50.
 ¿Sufro de algún "TIC nervioso" en tiempos de Alfabetización Digital? (C144). Luis Fernando Téllez Jerez, p. 50.
 Diseño editorial de bajo costo: El dibujo y las soluciones imaginarias proyectadas hacia espacios loft mediante ideas low tech. (C145). Georgina Montoya Vargas, p. 50.
 El papel y la pantalla. Potencialidades y limitaciones de la cultura digital en las estrategias de enseñanza y aprendizaje. (C146). Mariana Bavoleo, p. 50.
 Tipografía: de la gráfica a la web. (C147). Rita Esperanza Ludueña, p. 50.
 Hotel Salam: relato sobre o desenvolvimento de um produto audiovisual para mídias digitais. (C148). Tiago Lopes, p. 50.
 Los territorios del diseño y su incidencia en los modelos educativos. (C149). David Jurado y Lukas Vargas Bonilla, p. 51.
 Social Media y Universidad, mucho más que marketing online. (C150). Nicolas Sorrivas, p. 51.

3.2 Nuevas formas de Producción, Tecnologías y Materiales

Enseñanza innovadora de Diseño Industrial con tecnologías de fabricación digital. (C151). David Torreblanca, p. 51.
 Ensino de Animação em Design - Um caminho com três etapas. (C152). André de F. Ramos, p. 51.
 Las herramientas multimedia como refuerzo en el aprendizaje en las unidades educativas del milenio. (C153). Paulina Paula, p. 51.
 Las Teorías del Procesamiento de Información Aplicadas en los Entornos Virtuales de Aprendizajes Utilizados en las Carreras de Diseño Gráfico. (C154). Ingrid Fiallos, p. 51.
 Puestas lumínicas dentro y fuera del aula. (C155). Carolina Levy, p. 51.
 Rudimentos del Modelado Tridimensional y Renderizado dentro del aula. (C156). Edwin Alberto Moreno Jaimes, p. 52.
 Televisión educativa en Argentina: Perspectivas teóricas para abordar la problemática. (C157). Matias Panaccio, p. 52.
 Tipografía híbrida - caligrafía e letterpress em processos digitais. (C158). Fernanda Henriques, p. 52.
 Aprender a dibujar con tablets, métodos de estudio del arte y nuevos métodos de enseñanza. (C159). Luis Lopez Jubin, p. 52.
 Aspectos inquietantes de la subjetividad contemporánea: lo deseable y lo posible. (C160). Daniela Di Bella, p. 52.
 Cine digital en realidad aumentada. (C161). Fernando Rolando, p. 52.
 Diseño Didáctico y Educación para la Comprensión: Una respuesta editorial para la demanda contemporánea. (C162). Renato Echegaray, p. 52.
 Dispositivos Móviles de Realidad Aumentada Como Plataforma de Innovación Disruptiva para la Creación de Valor de Marca. (C163). Eduardo Orozco Coba, p. 53.
 El libro digital y las nuevas formas de acceso y consumo de contenidos. (C164). Daniel Benchimol, p. 53.
 El modelo Flipped Classroom: una propuesta de enseñanza digital. (C165). Andrés Olaizola, p. 53.

3.3 [A] Innovación Cultural

- Aplicação do conceitos do Design Universal a uma proposta de Loft para Terceira Idade com Acessibilidade. (C166). Amilton Arruda, p. 53.
- Aproximación a los discursos en torno a la dimensión social del Diseño. (C167). Edgar Saavedra Torres, p. 53.
- Carnaval e Design. Laboratório de Design Solidário junto ao GRES Coroa Imperial. (C168). Claudio Goya, p. 53.
- Design para a diversidade cultural na escola infantil. (C169). Anderson Horta y Rita Aparecida da C Ribeiro, p. 53.
- Percepción del adulto mayor de Buenos aires, Argentina, frente a la comunicación visual de las etiquetas en los productos del mercado. (C170). Martha L Arroyave Vargas, p. 54.
- Publicidad Social - Comunicación para la integración. (C171). Rafael Mauricio París Restrepo, p. 54.
- “Somos Todos Um” - Projeto teórico-fotográfico baseado em estudos em Natureza, Simplicidade e Espiritualidade, desenvolvido juntamente com crianças da Escola Viver. (C172). Rodrigo Cordeiro y Débora Cristina Ferrari, p. 54.
- Co-laboratorio, diseño desde el museo del caribe dirigido a la primera infancia. (C173). Tatiana Miranda, p. 54.
- Derechos Humanos y Diseño industrial: experiencia en la Cátedra Ciencias Humanas. (C174). Patricia Buguña y Adriana Ester Martín, p. 54.
- El diseño y la construcción de significados: de la sociedad al aula. (C175). Sebastián Caro, p. 54.
- O Designer de Moda Abraça as Mulheres Mastectomizadas. (C176). Priscila Andrade y Naira do Amaral, p. 54.

3.3 [B] Innovación Cultural

- A voz da Capoeira: Design Social aplicada em jornal comunitário. (C177). Manoela Cazzoni Gonçalves, p. 55.
- Diseño de libros infantiles como una experiencia de inclusión educativa. Nivel Inicial / Universitario. (C178). Carolina Menso, p. 55.
- Diseño incluyente a partir del estudio de la comunicación objetual. (C179). Juan Diego Moreno Arango, p. 55.
- El diseño en la trama intercultural. (C180). Amalia Soledad Martínez, p. 55.
- Identidade em Ambientes e Serviços Comunitários - instrumental de ensino de Design. (C181). Stella Hermida y Lucy Niemeyer, p. 55.
- Inclusión de la lateralidad humana en las redes de la investigación en el diseño. (C182). Elsa Morales Castañeda y Arturo Santamaría Ortega, p. 55.
- Design Gráfico Inclusivo: Percepção visual na dislexia e o estudo da tipografia. (C183). Fernanda Henriques, p. 55.
- Diseño para fortalecer tejidos sociales. (C184). Diomar Elena Calderón Riaño, p. 56.
- Formando en diseño incluyente: “Hacia la emancipación de la diversidad”. (C185). Vaslak Rojas Torres, p. 56.
- Intervención del Diseño Universal en la experiencia del usuario con discapacidad visual en productos de consumo masivo. (C186). Yurbi Alvarez, p. 56.
- La enseñanza en la academia del Diseño Web incluyente. Interfaces gráficas para todos. (C187). Jaime Enrique Cortés Fandiño, p. 56.
- Reflexiones acerca de la complejidad de investigar en diseño: la experiencia del Doctorado. (C188). Marina Matarrese, p. 56.

3.4 [A] Estudios Artísticos y creativos

- Bioenergética y entrenamiento actoral. (C189). María Pia Rillo y Ruth Rodriguez, p. 56.
- El aula-taller como espacio transformador. (C190). Eugenia Mosteiro, p. 56.
- El proceso de diseño en la enseñanza de la escenografía. (C191). Hector Calmet, p. 56.
- Hacia una pedagogía funcional a la poética personal. (C192). Florencia Cima, p. 57.
- Ser dramaturgo hoy: recursos y metodologías. (C193). Pilar Ruiz, p. 57.
- El arte en la formación del docente de arte. (C194). Débora Astrosky, p. 57.
- Las artes del espectáculo. El proceso creativo como desafío. (C195). Alejandra Soto, p. 57.
- Proceso creativo y vivencial en el Taller de Moda I. (C196). Andrea Cárdenas, p. 57.
- Teatro interactivo: funciones y alcances. (C197). Ayelen Rubio, p. 57.
- Tendencias Escénicas. Presente y futuro del espectáculo. (C198). Andrea Pontoriero, p. 57.

3.4 [B] Estudios Artísticos y creativos

- Análisis historiográfico del surgimiento de la industria del cine de animación en el Ecuador. (C199). Mario David Moncayo Romero, p. 57.
- Animo ludico y profesionalización en las Artes Escenicas. (C200). Raúl Santiago Algán, p. 58.
- Cuerpo/danza en la cultura digital. (C201). Alejandra Cerriani, p. 58.
- Del Registro Etnografico de la cotidianidad Educativa, a la Creación plástica de los y las docentes de Arte y Diseño. (C202). Isayra Colmenares, p. 58.
- Desafíos de la Formación Artística en tiempos de cambios y transformaciones. (C203). Claudio Emilio Seijo, p. 58.
- La enseñanza de las artes en primer lugar. (C204). Paola Acosta Zambrano, p. 58.

4. Investigación y Política Editorial**4.1 [A] Investigación y Metodología y Técnicas**

- A análise de imagens como método de pesquisa e recurso didático. (C205). Ana Paola dos Reis, p. 58.
- Co-Diseño: espacios de investigación-participación social. (C206). Michele Wilkomirsky, p. 58.
- Comunicación estratégica: un enfoque para la investigación en Diseño. (C207). Diego Eduardo Apolo Buenaño, p. 59.
- Concepto, idea e insight: tres engranajes para la creatividad en el diseño. (C208). Omar Muñoz Sánchez, p. 59.
- Convergencia de la investigación formativa y la investigación propiamente dicha. (C209). Elizabeth Vejarano, p. 59.
- Design, Proxemia e novas vivências nos percursos cotidianos. (C210). Jorge Langone, p. 59.
- Diseño, Verbo-Acción. (C211). Liliana Lucia Orozco, p. 59.
- Agendas de investigación en los programas de Diseño Gráfico colombianos. (C212). Alexis Castellanos Escobar, p. 59.
- Diseño y archivos. (C213). Alvaro Ricardo Herrera Zarate, p. 59.
- El diseño sonoro en la construcción del significado musical en el cine. (C214). Rosa Chalkho, p. 60.

El documental como producto de investigación: Registro dinámico de la cultura material e inmaterial. (C215). Juan Manuel España, p. 60.

El viaje y la etnografía: Una experiencia de aprendizaje fuera del aula. (C216). Ossa Julián, p. 60.

4.1 [B] Investigación y Metodología y Técnicas

Epistemología del diseño; un entorno difuso en investigación de diseño. (C217). Sergio Donoso, p. 60.

Instrumentos de Análisis de La Composición Arquitectónica. (C218). Edwin Quiroga Molano, p. 60.

Investigación y Proyecto; revisión de casos para el diseño de vestuario. (C219). Fausto Zuleta Montoya y Diana Carolina Zuleta Montoya, p. 60.

La formación en investigación científica en diseño y el rol de los semilleros. (C220). Luis Alberto Lesmes y Luz Dary Naranjo Colorado, p. 60.

La investigación en diseño en universidades públicas. (C221). Nidia Maidana, p. 61.

La Investigación Formativa, y la oportunidad de publicar como herramienta para su desarrollo. (C222). Edward Zambrano, p. 61.

Los Programas Académicos de la Facultad y su relación con la Política Editorial. Teoría y Proyecto. (C223). Fabiola Knop, p. 61.

Saberes del Diseño para la reconfiguración del espacio público. (C224). Isabel Molinas, p. 61.

5. Sustentabilidad y Ecodiseño en la Enseñanza

5.1 Diseño, Medioambiente y Ecología

Enseñanza Sustentable y Tipologías Educativas. (C225). Patricia Bugaña, p. 61.

Gestión sustentable en las universidades. "Las tecnologías y los edificios educativos en programas de Educación Sustentable". (C226). Rosana Leonor Gonzalez, p. 61.

O design do espaço construído hospitalar e o design social. (C227). Claudia Amaral, p. 61.

Programa Educación Sustentable (ES) 2011-2014. (C228). Mariela Alejandra Marchisio, p. 62.

Un enfoque holístico para la enseñanza del Diseño Sustentable. (C229). Nora Irma Souza, p. 62.

Cultura objetual contemporánea. (C230). Daniel Wolf, p. 62.

Diseño de Material Didáctico para el desarrollo de Cultivos Orgánicos, basado en principios de DGS (Diseño Grafico Sustentable). (C231). Ana Laura Malavasi Ogas, p. 62.

Diseño, la respuesta a la sustentabilidad. (C232). Ramiro Pérez, p. 62.

El consumo sostenible, megatendencia del mercado vs. el diseño sustentable. (C233). Silvia Stivale, p. 62.

Estrategias de revalorización y su vinculación con la sustentabilidad urbana. (C234). Mariana Gonzalez Insua, p. 62.

La tipología para la educación sustentable. (C235). Silvina Mocci, p. 63.

5.2 Materiales, Tecnologías Sustentables y Reciclaje

Design participativo: elaboração de projeto de um espaço recreativo comunitário. (C236). Gabriel Fernandes dos Santos, p. 63.

Diseñando edificaciones basadas en materiales sustentables. (C237). Miguel Isaac Sahagun Valenzuela, p. 63.

Diseño e innovación de productos con base en materiales de desuso para el ITSPV. Teoría y práctica desde la gestión medioambiental. (C238). Jimena Odetti, p. 63.

La creatividad del diseño en un producto objetual. (C239). Marco Arango, p. 63.

Sembrando vínculos entre Instituciones para el desarrollo de proyectos Sustentables. (C240). Mariana Gonzalez Insua y Cristian Ruth Moyano, p. 63.

Vivo mi parque, proyecto educativo vivencial para la transformación social. (C241). Susana Basto, p. 63.

DO Diseño Originario: un abordaje multifacético sobre la sustentabilidad. (C242). Natalia Pérez, p. 64.

Estudio bioclimático, análisis y evaluación de tecnología sustentable, vivienda en merlo, San Luis. (C243). Rosana Leonor Gonzalez, Jose Manuel Ruiz y Gabriela Sanchez, p. 64.

Inclusión de las comunidades dentro del proceso educativo, producción sustentable. (C244). Santiago Osnaya, p. 64.

Kitsch y consumo simbólico: una mirada hacia la problemática del desecho de los envases en las grandes ciudades. (C245). Washington da Silva Neves, p. 64.

6. Identidad, Cultura y Tendencias en Diseño

6.1 [A] Observatorio de Tendencias

Hibridação entre imagens: lapso do tempo. (C246). Rogerio Gomes Zanetti, p. 64.

Diseño textil y diseño de indumentaria : por una semiótica de las interacciones. (C247). Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza, p. 64.

Historia del traje femenino en Santander: Una aproximación a la investigación en diseño desde una perspectiva histórica y pedagógica. (C248). Marelbis Velasquez, p. 65.

La identidad de la moda en un país y su repercusión social. (C249). Rocio Lecca, p. 65.

La recuperación del trabajo y experiencia directa con el cuerpo humano y sus proyecciones en el diseño de figurines e ilustración de moda. (C250). Mariana Jasovich, p. 65.

Métodos de enseñanza sintetizados en Talleres de Indumentaria Industrial. (C251). Angela Esther Aranda, p. 65.

Semiótica: las nuevas estéticas corpóreas en el universo moda. (C252). José Antonio Cortés Núñez, p. 65.

Ingresando a la cultura de la moda: los nuevos caminos de la identidad. (C253). Edward Venero, p. 65.

Moda como expressão do comportamento feminino brasileiro na segunda metade do século XX. (C254). Ana Paula Carvalho y Cristina Seixas, p. 65.

Moda, cuerpo y sociedad. (C255). Jorge Manuel Castro Falero, p. 65.

O Hijab: Uma relação de Religião, liberdade e moda. (C256). Giulia Munoz Gushikem, p. 66.

Sobre la Enseñanza del Diseño de Indumentaria. El desafío creativo. (C257). Patricia Doria, p. 66.

Trascendencia de la escritura lectura en procesos de creación en diseño de modas, espacios y producción audiovisual. (C258). Roger Diaz Carreño, p. 66.

6.1 [B] Observatorio de Tendencias

Fashion Systema; Propuesta de análisis teórico de la Moda, desde la crítica cultural. (C259). Daniela Miranda y Carolina Nicoletti, p. 66.

Geração de tendências: Identificando e ativando novos cenários criativos na América Latina. (C260). Gláucia Centeno, p. 66.

Identidade Visual para Moda. (C261). Natalia Junger y Gisela Monteiro, p. 66.

La estética como elemento transversal de toda práctica modificador sobre el cuerpo. (C262). Ana Esther García, p. 66.

Relato historiográfico del diseño de indumentaria femenina del Ecuador: Período de 1530 a 1830. (C263). Tania Escobar, p. 66.

6.2 [A] Identidades Locales y Regionales

Contexto en la imagen del mural con estudiantes Mbya Guaraní. (C264). Mónica Soledad Haydar, p. 67.

El diseño en la iconografía Mapuche, La Araucanía, Chile. (C265). Eugenia Alvarez, p. 67.

El ingenio como vehículo de la identidad del diseño argentino. (C266). Pablo Bianchi, p. 67.

El lenguaje de la arquitectura del vino y la identidad regional. (C267). Laura Gilabert y Sandra Navarrete, p. 67.

La fotografía en la identidad latinoamericana. (C268). Mónica Silvia Incorvaia, p. 67.

Acciones de diseño para la promoción de la participación ciudadana. (C269). Anabella E. Cislighi y Cristian Eduardo Vazquez, p. 67.

Aderência e visibilidade: uma proposta pedagógica. (C270). André de F. Ramos, p. 67.

Diseño de un sistema de Identidad Regional. (C271). Flavio Burstein y Marcelo Fabián Molina, p. 68.

Memórias em Festa: Uma cartografia das Congadas em Atibaia. (C272). Ana Beatriz Pereira de Andrade y Mariana Targa Gonçalves, p. 68.

Diseño iconográfico de la cultura Valdivia: patrones de ornamentación en dibujo y pintura. (C273). Ana Lucia Murillo Villamar, p. 68.

El Diseño Textil Tradicional en la actual Enseñanza - Aprendizaje. (C274). Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza, p. 68.

La iconografía ancestral del Inti Raymi como base gráfica en la construcción de su marca y como elemento visual. (C275). Paulina Paula, p. 68.

6.2 [B] Identidades Locales y Regionales

Identidad ciudadana y diseño gráfico. (C276). Guido Olivares, p. 68.

Identidad, Información y Complejidad. (C277). Mercedes Mercado y Liliana Sosa, p. 68.

La academia como gestor en la preservación de la identidad cultural. (C278). Maria Cecilia Lopez Barrios y Juan Padilla, p. 69.

Paisagens tipográficas pelotenses: percursos iniciais de um estudo exploratório sobre a tipografia no espaço urbano. (C279). Daniela Brisolara y Raquel Godinho, p. 69.

Programa de Tutorías en la UP: Estrategias específicas para la evaluación de proyectos en seis clases. (C280). Eleonora Vallazza, p. 69.

El patrimonio cultural se pone de moda entre los niños. (C281). Susana Basto, p. 69.

Memória Gráfica de Pelotas: um século de design - de 1890 a 1990. (C282). João Fernando Igansi Nunes, p. 69.

Enfoques sociales para la conceptualización del diseño, inclusión en el proceso de enseñanza- aprendizaje. (C283). María del Consuelo Espinosa Hernández, María del Pilar

Alejandra Mora Cantellano y María Gabriela Villar García, p. 69.

Rescate de la identidad Huarpe desde el Diseño local y territorial. (C284). María Alejandra Ricciardi Moyano, p. 69.

Experiencias y Diseño en transformación de territorios. (C285). Sandra Jaquelina Aguilar, p. 70.

6.2 [C] Identidades Locales y Regionales

Expresión artística en la fotografía argentina de los '60. (C286). Carlos Alberto Fernández, p. 70.

Identidad e Investigación en Diseño y Comunicación en la Universidad de Palermo. (C287). Mara Steiner, p. 70.

Memoria cultural en torno al Hotel Refugio del Salto del Tequendama 1927-1937. (C288). Angela Liliana Dotor Robayo, p. 70.

Promoción y difusión endógena "Centro Ceremonial Mazahua" Intervención de diseño. (C289). María de las Mercedes Portilla Luja y Ana Maldonado, p. 70.

Resultados de la aplicación de metodologías de diseño basadas en una nueva epistemología proyectual. (C290). Carlos Manuel Luna Maldonado, p. 70.

Tipografía urbana - a cidade como cenário de aprendizagem. (C291). Bento Abreu, p. 70.

6.3 [A] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía

A caligrafía no livro de Kells: legibilidade e informação. (C292). Leila Rangel, p. 71.

Arqueología estética y de diseño de una imagen precolombiana. (C293). Jesús Alejandro Osorio Contreras, p. 71.

Arte y territorio: una perspectiva desde la estética. (C294). Mauricio Vera Sanchez, p. 71.

Ciudad, narración, literatura y cine. (C295). Nicolás Amoroso Boelcke, p. 71.

Design de Moda x Projetos sob medida: uma alternativa de atuação profissional. (C296). Gisela Monteiro y Beatriz Moura, p. 71.

La artesanía patrimonial como recurso de diálogo intercultural. (C297). María de los Ángeles Custoja Ripoll, p. 71.

Acerca de los Paisajes Sagrados de Francene Keery. (C298). Albán Martínez Gueyraud, p. 71.

Diseño, artesanía, innovación social e Identidad Local con Mirada Global. (C299). Pablo Melzer, Alejandro Palma y Luz Vargas, p. 72.

El Diseño Gráfico como estrategia de preservación de patrimonio. (C300). Jose Maria Doldan, p. 72.

6.3 [B] Relaciones entre: Diseño, Arte y Artesanía

A alfaiataria e sua particular transmissão de ensino. (C301). Juliana Barbosa, p. 72.

El diseñador como promotor de participación en los procesos creativos. Una reflexión desde la perspectiva de los artesanos. (C302). Lorena Alarcon, p. 72.

Fotografía y artes visuales. Desde la teoría hacia la creatividad. (C303). Mercedes Pombo, p. 72.

Incidencia de la artesanía en procesos globalizantes de la moda colombiana. (C304). Astrid Mora De la Cruz, p. 72.

La creación, un lugar donde se pliegan las experiencias sensibles del arte y el diseño. (C305). Sandra Johana Silva Cañaverl, p. 72.

Las campanas de Ucuengá, preservando el conocimiento tradicional. (C306). Roger Diaz Carreño, p. 73.

Los procesos de impresión gráfica artesanales y su contribución al desarrollo del diseño artesanal. (C307). Félix Jaramillo, p. 73.

Abstract: The following writing is an approximation to the V Edition of the Latin-American Congress of Education of the Design, event organized by the Faculty of Design and Communication of the University of Palermo, as coordinator of the Forum of Schools of Design, which was carried out the 28, 29 y 30 of July, 2014 in Buenos Aires, Argentina, into the VIII Latin-American Meeting of Design.

The same one contains a brief introduction on the organization, dynamics and a description of the spaces of participation of this edition, there is a complete detailed Agenda of activities, and the same one includes the summaries of the conferences exposed in the Commissions by subject and the conclusions at which every commission reached. In addition it contains the list of the members of the Academic Committee and of the Team of Coordination of the Congress, and the complete list of the adherents to the Forum of Schools of Design. Finally, a selection of the communications is included and / or papers (articles) sent for the Third Congress. The articles are alphabetically reported by author

Key words: Teaching Congress - Latin America - Design - Pedagogic Reflection - Actualizing and investigation - Interchange of experi-

ences - Institutional entailment - Schools of Design - Academic-professional development - Postgraduates - Agreements - Inter institutional Projects.

Resumo: O seguinte escrito é uma aproximação à V Edição do Congresso Latino-americano de Ensino do Design, evento organizado pela Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo, como coordenadora do Foro de Escolas de Design, que se realizou em 28, 29 y 30 de julho de 2014 em Buenos Aires, Argentina, no âmbito do VIII Encontro Latino-americano de Design.

O mesmo contém uma breve introdução sobre a organização, dinâmica e uma descrição dos espaços de participação desta edição, detalha-se a Agenda cheia de atividades, a mesma inclui os resumos das conferências expostas nas Comissões por temática e as conclusões às que chegaram cada comissão. Ademais contém a listagem dos nomes dos membros do Comitê Acadêmico e da Equipe de Coordenação do Congresso, e a listagem completa dos aderentes do Foro de Escolas de Design. Finalmente, inclui-se uma seleção das comunicações e/ou papers (artigos) enviados especialmente para ser parte da publicação Atas do Desing 18. Os artigos são apresentados em ordem alfabética pelo autor.

Palavras Chave: Congresso de Ensino - América Latina - Design - Reflexão pedagógica - Atualização e Investigação - Troca de experiências - Vinculação institucional - Escolas de Design - Desenvolvimento Acadêmico-profissional - Pós-graduações - Acordos - Projetos interinstitucionais.

Carta de adhesión al Foro de Escuelas de Diseño

La institución abajo firmante en su deseo de contribuir al desarrollo y fortalecimiento de las relaciones culturales entre y la República Argentina, considerando los tratados de cooperación bilaterales adoptados entre ambos estados, acuerda firmar la presente Carta de Adhesión al Foro de Escuelas de Diseño en los siguientes términos:

PRIMERO: El Foro de Escuelas de Diseño es un espacio académico creado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, para estrechar vínculos entre las instituciones educativas latinoamericanas que actúan en el campo del Diseño.

SEGUNDO: El objetivo central del Foro es contribuir al acercamiento, desarrollo y fortalecimiento de las relaciones académicas entre las instituciones participantes.

TERCERO: El Foro se propone como una instancia formal de vinculación, entre instituciones educativas, autoridades académicas y docentes de América Latina interesadas en compartir experiencias pedagógicas, reflexionar y comunicarse entre pares para intercambiar opiniones, producciones y material académico, para generar proyectos comunes y para ampliar las perspectivas del Diseño como profesión y como disciplina.

CUARTO: Pueden participar como miembros del Foro todas las instituciones educativas que actúan en el campo del Diseño de América que adhieran formalmente al mismo.

QUINTO: Las instituciones firmantes pueden hacerlo en el/los niveles institucionales que deseen hacerlo (Universidad, Facultad, Carrera, Escuela, Instituto, Centro u otro). Se requiere la adhesión formal de/la máxima autoridad del nivel que adhiere. Las instituciones pueden tener más de un área o nivel institucional adheridos al Foro.

SEXTO: Cada institución y/o nivel institucional adherido al Foro designará un responsable del vínculo entre dicha institución y el Foro. La máxima autoridad del nivel institucional adherido puede autodesignarse. La institución puede cambiar esta designación las veces que considere necesario.

SÉPTIMO: La adhesión al Foro no obliga, compromete o condiciona a dinámicas concretas, a incurrir en gastos o en compromisos más allá de las acciones voluntarias que asume cada institución en el marco conceptual de creación del Foro.

OCTAVO: El Foro, en sus publicaciones gráficas y digitales incluirá la imagen y el nombre de las instituciones adheridas y cuando corresponda, el nombre y cargo del responsable de la misma. Cada institución podrá utilizar, si lo desea, la leyenda Miembro del Foro de Escuelas de Diseño.

NOVENO: La coordinación del Foro será responsabilidad de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo que asume, si las condiciones económicas y de producción lo permiten, la organización del Encuentro Latinoamericano de Diseño, la edición y la publicación de las Actas de Diseño, del newsletter digital y otras acciones de comunicación y gestión del mismo.

DÉCIMO: Los responsables de cada institución adherente constituyen el Plenario del Foro, podrán comunicarse entre sí y con la coordinación a efectos de proponer e impulsar acciones entre todos o algunos de los miembros respetando el marco conceptual de creación del Foro (punto 3º de este documento).

Ver Adherentes por países en pp. 122-133

Para consultas y adhesión al Foro de Escuelas de Diseño: foro@palermo.edu / www.palermo.edu/dyc

Foro de Escuelas de Diseño Adherentes por países

Foro de Escuelas de Diseño

Durante el Encuentro Latinoamericano de Diseño se creó el Foro de Escuelas de Diseño que reúne a instituciones educativas que actúan en este campo.

A continuación se detallan las instituciones que firmaron la carta de adhesión al foro hasta la actualidad.

Las instituciones interesadas en adherirse comunicarse a foro@palermo.edu

Instituciones Adheridas por países

Argentina

• Centro de Arte y Diseño Floral • CETIC Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la Confección • Colegio Universitario IES Siglo 21 • Escuela de Arte Xul Solar • Escuela de Diseño en el Hábitat • Escuela de Diseño y Moda Donato Delego • Escuela Provincial de Educación Técnica No. 2 EPET • Escuela Provincial de Artes Visuales nº 3031 "Gral. Manuel Belgrano" • Escuela Superior de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo • Escuela Superior de Diseño - Rosario • ESP Escuela Superior de Publicidad Comunicación y Artes Visuales • Fundación E. b. Anrique • Fundación Educativa Santísima Trinidad • Fundación Universitas / ISFU • GUTENBERG Instituto Argentino de Artes Gráficas • I.M.A.G.E. Instituto de Medios Avanzados, Gráficos y Electrónicos • ICES Instituto Católico de Enseñanza Superior • IDES Instituto de Estudios Superiores • Instituto Argentino de la Empresa • Instituto de Educación Superior Manuel Belgrano • Instituto de Estudios Superiores IES • Instituto Superior del Profesorado de Arte Tandil-IPAT • Instituto Nacional Superior del Profesorado Técnico - Universidad Tecnológica Nacional • Instituto Superior de Ciencias ISCI • Instituto Superior de Comunicación Visual / Fundación Rosario Diseño • Instituto Superior de Diseño Aguas de la Cañada - Córdoba • Instituto Superior de Diseño Palladio - Mar del Plata • Instituto Superior de la Bahía • Instituto Superior del Sudeste • Instituto Superior en Ciencias de la Comunicación Social • Instituto Superior Esteban Adrogué • Instituto Superior Mariano Moreno • Instituto Superior Nicolás Avellaneda • Instituto Superior Santo Domingo • Integral Instituto Superior de Diseño • La Metro. Escuela de Comunicación Audiovisual • UCSF Universidad Católica de Santa Fe • Universidad Argentina John F. Kennedy • Universidad Austral • Universidad Blas Pascal - Córdoba • Universidad CAECE • Universidad Católica de la Plata UCALP • Universidad Católica de Salta • Universidad Católica de Santiago del Estero • Universidad Champagnat • Universidad de Mendoza • Universidad del Aconcagua • Universidad del Cine • Universidad del Este • Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino • Universidad Maimónides • Universidad Nacional de Córdoba • Universidad Nacional de Jujuy • Universidad Nacional de Misiones • Universidad

Nacional de Río Negro • Universidad Nacional de San Juan • Universidad Nacional del Litoral • Universidad Popular de Resistencia • Università di Bologna • UNNE Universidad Nacional del Nordeste • USAL – Universidad del Salvador.

Bolivia

• Universidad Autónoma Gabriel René Moreno • Universidad Católica Boliviana San Pablo • Universidad Privada Boliviana UPB • Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra UPSA • Universidad Privada del Valle.

Brasil

• Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora • Centro Universitário de Belo Horizonte UniBH. • Centro Universitário Metodista IPA • Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM • Faculdade Católica do Ceará • Faculdade da Serra Gaúcha FSG • Faculdade de Tecnologia INAP • Faculdade dos Imigrantes FAI • Faculdade Montserrat • FURB - Universidade Regional de Blumenau • Instituto de Ensino Superior FUCAPI • Instituto Federal Fluminense • Instituto Europeo di Design, Sede Brasil • Instituto Zuzu Angel • Panamericana Escuela de Arte e Design • Pontificia Universidade Católica do Paraná • SENAI/CETIQT • Sociedade Dom Bosco de Educação e Cultura / Faculdade de Arte e Design • UCS Universidade de Caxias do Sul • UDESC Universidade do Estado de Santa Catarina • Universidade Estadual de Londrina • UNESP Universidade Estadual Paulista • UniRitter Centro Universitario Ritter dos Reis • Universidade Federal de Pernambuco • Universidade Federal do Rio de Janeiro • Universidade Católica de Santos • Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG • Universidade Estácio de Sá • Universidade Federal de Goiás • Universidade Federal de Minas Gerais UFMG • Universidade Federal de Pelotas • Universidade Federal de Santa Catarina • Universidade Federal Do Ceará • Universidade Federal do Rio Grande do Sul • Universidade Feevale • Universidade Positivo • Universidade Presbiteriana Mackenzie • Universidade Tecnológica Federal do Paraná UTFPR • Universidade Veiga de Almeida • USP Universidade de São Paulo.

Chile

• DuocUC - Fundación Duoc de la Pontificia Universidad Católica de Chile • Instituto Profesional ALPES - Escuela de Comunicaciones • Instituto Profesional Arcos • Instituto Profesional de Chile • Instituto Profesional Esucomex • Instituto Profesional Virginio Gómez • Universidad de La Serena • Universidad de Los Lagos • Universidad de Playa Ancha, Valparaíso • Universidad de Valparaíso • Universidad del Bio-Bio • Universidad del Pacífico • Universidad Diego Portales • Universidad Mayor • Universidad San Sebastián • Universidad Santo Tomás • Universidad Santo Tomás, Sede Antofagasta •

Universidad Técnica Federico Santa María • Universidad Tecnológica de Chile-INACAP • Universidad Tecnológica Metropolitana • Universidad UNIACC • Universidad Viña del Mar.

Colombia

• Asociación Colombiana Red Académica de Diseño • Centro de Estudios Interdisciplinarios para el Desarrollo • CESDE Formación Técnica • Colegio Mayor del Cauca • Corporación Academia Superior de Artes • Corporación de Educación Superior CE-ART • Corporación Educativa ITAE / Universidad Manuela Beltrán • Corporación Educativa Taller Cinco Centro de Diseño • Corporación Escuela de Artes y Letras • Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo Uniciencia • Corporación Universitaria Minuto de Dios • Corporación Universitaria UNITEC • ECCI - Escuela Colombiana de Carreras Industriales • Escuela Colombiana de Diseño de interior y Artes decorativas ESDIART • Escuela de Diseño & Mercadeo de Moda Arturo Tejada Cano • ESDITEC Escuela de Diseño • Fundación Academia de Dibujo Profesional • Fundación de Educación Superior San José • Fundación Escuela Colombiana de Mercadotecnia ESCOLME • Fundación Universidad Central • Fundación Universitaria Bellas Artes • Fundación Universitaria Comfenalco Santander UNC • Fundación Universitaria del Área Andina • Fundación Universitaria del Área Andina | Seccional Pereira • Fundación Universitaria Luis Amigó- Funlam • Fundación Universitaria Panamericana Comfenalco Valle • IDEARTES • Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquía • Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano - Institución Universitaria • Pontificia Universidad Javeriana • Tecnológico Pascual Bravo - Institución Universitaria • Instituto Tecnológico Metropolitano • Universidad Autónoma de Colombia • Universidad Autónoma de Occidente • Universidad Autónoma del Caribe • Universidad Católica de Pereira • Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano • Universidad de Caldas • Universidad de los Andes • Universidad de Medellín • Universidad de Nariño • Universidad de Pamplona • Universidad de San Buenaventura • Universidad de San Buenaventura (Cali) • Universidad del Cauca • Universidad del Norte • Universidad ICESI • Universidad Nacional de Colombia • Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia • Universidad Pontificia Bolivariana • Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI • Universitaria Virtual Internacional

Costa Rica

• Universidad Americana UAM • Universidad Veritas.

Ecuador

• Instituto Superior Tecnológico de Cine y Actuación • Instituto Tecnológico Sudamericano • Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales • Instituto Tecnológico Superior Metropolitano de Diseño • Pontificia Universidad Católica del Ecuador • Tecnológico Espíritu Santo • Tecnológico Sudamericano • Universidad Alfredo Pérez Guerrero • Universidad del Azuay • Universidad Interamericana del Ecuador • Universidad Internacional del Ecuador • Universidad Metropolitana • Universidad Técnica de Ambato • Universidad Técnica del Norte •

Universidad Técnica Particular de Loja • Universidad Tecnológica Equinoccial • Universidad Tecnológica Equinoccial, Campus Arturo Ruiz Mora-Santo Domingo • Universidad Tecnológica Indoamérica • Universidad Tecnológica Israel • Universidad Tecnológica San Antonio de Machala • UTC Universidad Técnica de Cotopaxi.

El Salvador

• Universidad Don Bosco • Universidad Dr. José Matías Delgado • Universidad Francisco Gavidia.

España

• BAU Escola Superior de Disseny • BLAU Escuela de Diseño - Mallorca • Centro Universitario de Mérida - Universidad de Extremadura • CICE Escuela Profesional de Nuevas Tecnologías • EASD Escola D'art I Superior de Disseny de València • Elisava Escola Superior de Disseny I Enginyeria de Barcelona • Escuela Superior de Arte del Principado de Asturias • Escuela Técnica de Joyería del Atlántico • Grisart – Escola Superior de Fotografía • Instituto de Artes Visuales • Istituto Europeo di Design • Universidad Camilo José Cela • Universidad de Castilla - La Mancha • Universidad de Málaga • Universidad de Zaragoza • Universidad Politécnica de Valencia.

Guatemala

• Universidad del ISTMO.

Honduras

• Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC) de UNITEC.

México

• Benemérita Universidad Autónoma de Puebla • Centro de Estudios Gestalt • CETYS Universidad • Centro Universitario de Educación Contemporánea • Instituto Tecnológico de Sonora • ITESM Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey • Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta • UANL Universidad Autónoma de Nuevo León • UNICA Universidad de Comunicación Avanzada • Universidad Anáhuac - México Norte • Universidad Autónoma de Aguascalientes • Universidad Autónoma de Baja California • Universidad Autónoma de Ciudad Juárez • Universidad Autónoma de Guerrero • Universidad Autónoma de Tamaulipas • Universidad Autónoma de Zacatecas • Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco • Universidad Autónoma Metropolitana - Cuajimalpa • Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco • Universidad Autónoma del Estado de México • Universidad Cristóbal Colón • Universidad de Colima • Universidad de Guanajuato • Universidad de la Salle Bajío • Universidad de Montemorelos • Universidad de Monterrey UDEM • Universidad Gestalt de Diseño • Universidad del Sol • Universidad La Concordia • Universidad La Salle • Universidad Latina de América (UNLA) • Universidad Mexicana del Golfo • Universidad Motolinia del Pedregal • Universidad Vasco de Quiroga.

Nicaragua

• Universidad Americana • Universidad del Valle.

Panamá

- Universidad del Arte Ganexa.

Paraguay

- Universidad Autónoma de Asunción • Universidad Columbia del Paraguay • Universidad Comunera • Universidad del Pacífico Privada • Universidad Iberoamericana • Universidad Nacional de Asunción • Universidad Politécnica y Artística del Paraguay - UPAP.

Perú

- DIM Diseño + Imagen + Moda • Escuela de Diseño Geraldine • Escuela de Moda & Diseño MAD • Instituto de Profesiones Empresariales INTECI • Instituto Internacional de Diseño de Modas Chio Lecca • Instituto Peruano de Arte y Diseño - IPAD • ISIL • Instituto Superior Tecnológico Continental • Instituto Toulouse Lautrec • Pontificia Universidad Católica del Perú • Universidad Católica de Santa María • Universidad César Vallejo • Universidad Científica del Sur • Universidad de Lima • Universidad de San Martín de Porres • Universidad Nacional Mayor de San Marcos • Universidad Peruana de Arte ORVAL • Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas • Universidad Ricardo Palma • Universidad San Ignacio de Loyola • Universidad Señor de Sipán.

Portugal

- Universidade do Algarve.

Puerto Rico

- EDP University of Puerto Rico • Universidad del Turabo • Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.

República Dominicana

- Universidad Iberoamericana UNIBE • Instituto Tecnológico de las Américas ITLA.

Uruguay

- Instituto de Enseñanza del Uruguay • Escuela Arte y Diseño • Instituto Universitario Bios • Peter Hamers Design School • UDE Universidad de la Empresa • Universidad Católica del Uruguay • Universidad de la República • Universidad Ort - Uruguay.

Venezuela

- Instituto de Diseño Ambiental y Moda (Brivil) • Instituto de Diseño Centro Grafico de Tecnología • Instituto de Diseño Darías • ProDiseño Escuela de Comunicación Visual y Diseño • Universidad del Zulia • Universidad José María Vargas.

Autoridades Académicas Firmantes (representantes de instituciones) por países

Argentina

- Sebastián Javier Aguirre. Coordinador de Diseño Institucional, Colegio Universitario IES Siglo 21.
- Elisa Anrique. Presidenta de la Fundación E. B. Anrique.
- Dardo Arbide. Docente de la Tecnicatura Superior en Diseño de Interiores, Instituto Superior de Ciencias ISCI.

- Arturo R. Arroquy. Rector, IDES Instituto de Estudios Superiores.
- Roxana Cristina Becerra. Directora, Instituto Argentino de la Empresa.
- María Isabel Bergmann. Jefa de Tecnicatura en Diseño y Producción Indumentaria, Escuela Provincial de Educación Técnica No. 2 EPET.
- Miriam Bessone. Coordinadora Ciclo Básico y de Taller Introductorio, Universidad Nacional del Litoral.
- Flavio Bevilacqua. Coordinador de la Carrera Diseño de Interiores y Mobiliario, Universidad Nacional de Río Negro.
- María Inés Boffi. Coordinadora y docente de la Tecnicatura en Diseño de Interiores, Instituto Superior de Ciencias ISCI.
- Marcelo Andrés Brunet. Coordinador de la Carrera de Comunicación Social, Universidad Católica de Santiago del Estero.
- María Cecilia Bondone. Jefa de Carrera Diseñador Gráfico, ICES Instituto Católico de Enseñanza Superior.
- Osvaldo Caballero. Rector. Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas, Universidad del Aconcagua.
- Gustavo Orlando Caceres. Decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, UNNE Universidad Nacional del Nordeste.
- Roberto Candiano. Rector. Carrera de Diseño Gráfico - Comunicación Visual, Gutenberg Instituto Argentino de Artes Gráficas.
- Horacio Ángel Casal. Director de Diseño de Interiores y Mobiliario, Universidad Nacional de Río Negro.
- Mirta Trinidad Caviglia. Directora. Instituto Superior del Profesorado de Arte de Tandil-IPAT.
- Juan Pedro Colombo Speroni. Decano Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Católica de Salta.
- Olga Edit Corna. Directora, Escuela Superior de Diseño de Rosario.
- Verónica Conti. Directora Académica, ESP Escuela Superior de Publicidad Comunicación y Artes Visuales.
- Juan Manuel Cozzi. Rector, Instituto de Estudios Superiores IES.
- Flavia Delego. Directora General, Escuela de Diseño y Moda Donato.
- Aníbal Manoel de Menezes Neto. Rector, I.M.A.G.E. Instituto de Medios Avanzados, Gráficos y Electrónicos.
- Carla de Stefano. Coordinadora Académica, Instituto Superior de Diseño Palladio - Mar del Plata.
- Patricia Ruth Dillon. Coordinadora de la Carrera de Diseño de Indumentaria, Instituto de Educación Superior Manuel Belgrano.
- Raúl Drelichman. Coordinador Educativo, Escuela de Comunicación y Diseño Multimedial, Universidad de Maimónides.
- Susana Dueñas. Directora Carrera de Diseño Asistido. Facultad de Informática y Diseño, Universidad Champagnat.
- Claudio Ariel Enríquez. Docente, Instituto Superior del Sudeste.
- Jorge Renato Echegaray. Coordinador de Carrera de Diseño Web, Instituto Superior Santo Domingo.
- Atilio Ramón Fanti. Presidente Consejo Directivo, Universidad Popular de Resistencia.

- Jorge Filippis. Director de Carrera de Diseño Gráfico, USAL Universidad del Salvador.
- María de las Mercedes Filpe. Vicedecana Departamento de Diseño, Universidad Argentina John F. Kennedy.
- Cristian Fonseca. Relaciones Públicas, Extensión y Servicios. Área de Diseño, Instituto Superior Mariano Moreno.
- Roberto Fonseca. Jefe del Departamento de Diseño. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad Nacional de San Juan.
- Anibal Fornaro. Vicedecano de la Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad del Este.
- Mónica Diana Gárate. Presidenta, Instituto Superior de Comunicación Visual / Fundación Rosario Diseño
- Daniel Marcelo Santos Gelardi. Director Nivel Superior, Instituto Superior Nicolás Avellaneda.
- Andrea Gergich. Directora, Gutenberg Instituto Argentino de Artes Gráficas.
- María Elena Gnecco. Coordinadora del Área Diseño de Interiores, Instituto Superior de Ciencias ISCI.
- Héctor René González. Director, Instituto Nacional Superior del Profesorado Técnico / Universidad Tecnológica Nacional.
- Marina González. Coordinadora de la Carrera de Diseño Gráfico, Gutenberg Instituto Argentino de Artes Gráficas.
- Marcelo Oscar Gorga. Director / Fundador, Instituto Superior de Diseño Palladio - Mar del Plata.
- María Rosana Guardia. Directora. Área Diseño Gráfico, Escuela de Arte Xul Solar.
- Guillermo J. Hudson. Director de la Escuela de Diseño, Instituto Superior Esteban Adrogué.
- Miguel Irigoyen. Decano, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad Nacional del Litoral.
- Carlos Kunz. Director, Carrera de Periodismo, Instituto Superior en Ciencias de la Comunicación Social.
- Carlos Kunz. Representante Legal, Instituto Superior de la Bahía.
- Gisela Mariel Leguizamón Martínez. Coordinadora de Carrera, Área Comunicación, Universidad Católica de Santiago del Estero.
- Claudia Micaela López. Encargada del área de Prensa Secretaria de Extensión. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad Nacional de Córdoba.
- Angelo Manaresi. Director, Representación en Buenos Aires, Università di Bologna.
- María Alejandra Marchisio. Secretaria Académica, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad Nacional de Córdoba.
- Alejandra Marinero. Directora de la Escuela de Comunicación y Diseño Multimedial, Universidad Maimónides.
- Amalia Soledad Martínez. Vicerrectora, Escuela Superior de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo.
- Eugenia Cristina Martínez. Directora Académica, Fundación Educativa Santísima Trinidad.
- Raúl Martínez. Secretario de Educación. Diseño de Modas, CETIC Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la Confección.
- Claudio Raul Martini. Director, Instituto Superior de la Bahía.
- Alejandra Massimino. Directora de la Diseño de Modas, CETIC Centro de Estudios Técnicos para la Industria de la Confección.
- Roberto Mattio. Director de la Carrera de Ingeniería Industrial. Facultad de Ingeniería, Universidad Austral.
- Raúl Horacio Meda. Decano de la Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Católica de la Plata UCALP.
- Daniela Mendoza. Coordinadora de la Carrera de Diseño Gráfico y Visual, Instituto de Estudios Superiores IES.
- Marcelo Andrés Moreno. Coordinador de Carrera de Diseño Interactivo, La Metro. Escuela de Comunicación Audiovisual.
- Sandra Navarrete. Directora de la Carrera de Diseño. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad de Mendoza.
- Julio Ochoa. Director General y Fundador, Instituto Superior de Diseño Aguas de la Cañada - Córdoba.
- Laura Ochoa. Directora Académica, Instituto Superior de Diseño Aguas de la Cañada - Córdoba.
- María Inés Palazzi. Directora de la Carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico Facultad de Humanidades, Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino.
- Lucas Passeggi. Director Carreras de la Comunicación, Diseño de Imagen y Sonido. Facultad de Humanidades, UCSF Universidad Católica de Santa Fe.
- Julio Putallaz. Docente e Investigador, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, UNNE Universidad Nacional del Nordeste.
- Eduardo Gabriel Pepe. Coordinador de la Carrera de Diseño Gráfico y Publicitario, Instituto de Educación Superior Manuel Belgrano.
- Graciela Inés Pérez Pombo. Profesora de la Carrera de Diseño Gráfico, Instituto Superior del Profesorado de Arte de Tandil - IPAT.
- Jorge Porcellana. Director de Estudios, I.M.A.G.E. Instituto de Medios Avanzados, Gráficos y Electrónicos.
- Pablo Quintela. Director Académico, ESP Escuela Superior de Publicidad Comunicación y Artes Visuales.
- Cecilia Ribecco. Jefa de Área Diseño de la Carrera de Técnico en Diseño Gráfico y Comunicación, Escuela Provincial de Artes Visuales n° 3031 "Gral. Manuel Belgrano".
- Sergio Andrés Ricupero. Profesor de la Carrera de Diseño Gráfico, Instituto Superior del Profesorado de Arte de Tandil- IPAT.
- María Graciela Rodríguez. Docente, Fundación E. B. Anrique.
- Mónica Graciela Rodríguez. Directora, Centro de Artes y Diseño Floral.
- Rocío Evangelina Rodríguez. Encargada del Departamento de Extensión y Comunicación Institucional, La Metro. Escuela de Comunicación Audiovisual.
- Liliana Salvo de Mendoza. Coordinadora Institucional, Escuela de Diseño en el Hábitat.
- José Lucas Sánchez Mera. Decano de la Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Jujuy.
- Mauricio Santinelli. Jefe de Área de la Carrera de Diseño Industrial, Instituto Superior de Comunicación Visual / Fundación Rosario Diseño.
- Mario Santos. Vice-rector, Universidad del Cine.
- Yanina Santucho Bonetto. Directora de la carrera de Diseño Gráfico, Colegio Universitario IES Siglo 21.
- Jorge Seen. Decano Facultad de Artes, Universidad Nacional de Misiones.

- Victoria Solís. Directora de la Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad Blas Pascal - Córdoba.
- Mónica Sturzenegger. Rectora / Directora Académica, Fundación Universitarias / ISFU.
- Mariana Lia Taverna. Coordinadora Carrera Diseño de Indumentaria, Integral Taller de Arquitectura.
- Delia Raquel Tejerina. Jefa del Departamento Industria de la Indumentaria, Escuela Provincial de Educación Técnica No. 2 EPET.
- María Lucila Testi. Coordinadora de la Carrera de Diseño de Indumentaria, Instituto de Estudios Superiores IES.
- María Marcela Vicente. Coordinadora Académica de la Licenciatura en Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual, Universidad CAECE.
- María Carolina Villanueva. Coordinadora del Área Diseño Institucional, UCSF Universidad Católica de Santa Fe.
- Claudia Cecilia Willemoës. Jefa de la Carrera Diseño de Interiores, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Católica de Salta.

Bolivia

- Gonzalo Ruiz Martínez. Rector. Facultad de Tecnología y Arquitectura, Universidad Privada del Valle.
- Alberto Sanjinés Unzueta. Vicerrector Académico, Universidad Privada Boliviana UPB.
- Guillermo A. Sierra Gimenez. Docente de la Carrera Diseño Integral, Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.
- Ingrid Steinbach. Decana Facultad Humanidades y Comunicación, Universidad Privada de Santa Cruz de La Sierra UPSA.
- Hans van den Berg. Rector Nacional. Diseño Gráfico y Comunicación Visual, Universidad Católica Boliviana San Pablo.
- Marcia Zamora Muñoz. Jefe de Carrera Diseño Integral, Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.

Brasil

- Lucia Acar. Coordinadora da Pós-Graduação em Artes Visuais. Design Gráfico e Design de Moda, Universidade Estácio de Sá.
- Ana Magda Alencar Correia. Coordinadora del Curso de Licenciatura en Diseño. Centro Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco.
- Mohamed Amal. Coordinador de Relações Internacionais, FURB - Universidade Regional de Blumenau.
- Everton Amaral Da Silva. Coordinador del Curso de Diseño. Design / ICET, Universidade Feevale.
- Marcos Andruchak. Chefia do Departamento de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- Regina Alvares Dias. Profesor efectivo, Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais - VEMG.
- José Elcio Batista. Asesor de Relaciones Institucionales e Internacionales, Faculdade Católica do Ceará.
- Re-nato Antonio Bertão. Coordinador Curso de Diseño Industrial, Universidade Positivo.
- Eliane Betazzi Bizerril Seleme. Chefe Departamento Académico de Dibujo Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná UTFPR.

- Carolina Bustos. Directora del Curso de Design, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM.
- Júlio César Caetano da Silva. Coordenador Curso de Bacharelato em Design. Faculdade de Design, UniRitter Centro Universitario Ritter dos Reis.
- Carlos Eduardo Cantarelli. Rector, Universidade Tecnológica Federal do Paraná UTFPR.
- Airton Márcio Cruz. Professor de Design Gráfico, Faculdade de Tecnologia INAP.
- Aline De Barros Pimenta. Professor, Design de Interiores, Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.
- Celina de Farias. Vicepresidente Instituto Zuzu Angel.
- André de Freitas Ramos. Docente Departamento Comunicação Visual, Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Danielle De Marchi Tozatti. Chefe do Departamento de Design, Universidade Estadual de Londrina.
- Anselmo Fábio de Moraes. Rector, UDESC Universidade do Estado de Santa Catarina.
- Mauren Leni De Roque. Coordinadora Pedagógica, Facultad de Comunicación social, Universidade Católica de Santos.
- Maria do Céu Diel de Oliveira. Professora Associada, Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais.
- Syomara do Santos Duarte Pinto. Professora Assistente Curso de Estilismo e Moda. Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará.
- Marizilda dos Santos Menezes. Coordinadora do Programa de Pós-graduação em Design. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP Universidade Estadual Paulista.
- Antonio Martiniano Fontoura. Coordenador do Curso do Programação Visual, Escola do Arquitetura e Design, Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
- Cynthia Freitas de Oliveira Enoque. Coordinadora de Curso Design, Centro Universitário de Belo Horizonte, UniBH.
- Mariane Garcia Unanue. Coordenador de Curso, Design de Interiores, Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.
- Nilson Ghirardello. Director de Unidade, Facultad de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP Universidade Estadual Paulista.
- Luiz Cláudio Gonçalves Gomes. Docente, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense.
- Cristiane Aparecida Gontijo Victor. Coordinadora de Curso, Sociedade Dom Bosco de Educação e Cultura/ Faculdade de Arte e Design.
- Walkiria Guedes de Souza. Professora Assistente Curso de Estilismo e Moda. Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará.
- Haenz Gutierrez Quintana. Coordinador del Núcleo de Diseño Social. Departamento de Expressão Gráfica, Universidade Federal de Santa Catarina.
- Alex Enrique Lipszyc. Director General, Panamericana Escuela de Arte e Design.
- Wilson Kindlein Júnior. Coordinador do Programa de Pós-graduação em Design. "Design & Tecnologia", Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Evandro José Lemos Da Cunha. Diretor Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais UFMG.

- Cristiane Linhares de Souza. Coordenador do Curso Design Gráfico, Faculdade de Tecnologia INAP.
 - Marco Lorenzi. Director, Istituto Europeo di Design, Sede Brasil.
 - Gelça Regina Lusa Prestes. Diretor Geral. Curso de Design de Interiores, Faculdade Montserrat.
 - Maria de Lourdes Luz. Diretoria Acadêmica Escola de Design, Universidade Veiga de Almeida.
 - Nara Sílvia Marcondes Martins. Coordenadora do Curso de Design. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Presbiteriana Mackenzie.
 - Lauer Alves Nunes dos Santos. Diretor do Instituto de Artes e Design. Curso de Artes Visuais - Habilitação em Design Gráfico, Universidade Federal de Pelotas.
 - Carlos Henrique Oliveira e Silva Paixão. Reitor, Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.
 - Carlos Ramiro Padilha Fensterseifer. Coordenador do curso de Design de Moda. Design de Moda bacharelado, Centro Universitário Metodista IPA.
 - Maria da Conceição Pereira Bicalho. Professora Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais UFMG.
 - Ana Beatriz Pereira de Andrade. Docente Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP Universidade Estadual Paulista.
 - Celso Pereira Guimarães. Professor / Chefe do Departamento de Comunicação Visual, Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
 - José Augusto Petrillo de Lacerda. Professor, Design de Interiores, Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.
 - Rodrigo Pissetti. Coordenador do Curso de Design, Faculdade da Serra Gaúcha FSG.
 - Rodrigo Antonio Queiroz Costa. Professor Curso Design, Centro Universitário de Belo Horizonte, UniBH.
 - Rodrigo Antonio Queiroz Costa. Professor de Design Gráfico, Faculdade de Tecnologia INAP.
 - Leila Maria Reinert do Nascimento. Docente Curso Desenho Industrial, Universidade Presbiteriana Mackenzie.
 - Jacqueline Ávila Ribeiro Mota, Vice-diretora Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG.
 - Hugo Reis Rocha. Coordenador do Curso Superior de Tecnologia Em Design Gráfico, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense.
 - Marcio Rocha. Docente Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás.
 - José Guilherme Santa-Rosa. Docente Del Departamento de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
 - Maria Paula Serrano Gómez. Docente Investigador, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, Universidad del Norte.
 - Reginaldo Schiavini. Coordinador Graduação em Design Gráfico e de Produto, UCS Universidade de Caxias do Sul.
 - Zuleica Schincariol. Docente Curso Desenho Industrial, Universidade Presbiteriana Mackenzie.
 - Marcelo Silva Pinto. Docente, Departamento de Tecnologia da Arquitetura e do Urbanismo, Universidade Federal de Minas Gerais.
 - Narle Silva Teixeira. Coordinador de Design de Interface Digital, Instituto de Ensino Superior FUCAPI.
 - Sérgio Luís Sudsilowsky. Coordenador Académico, SENAI / CETIQT.
 - Cyntia Tavares Marques de Queiroz. Coordenadora do Curso de Estilismo e Moda. Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará.
 - Mauro Trojan. Presidente da Associação Mantenedora. Curso de Bacharelado em Design, Faculdade dos Imigrantes FAI.
 - Amilton Jose Vieira Arruda. Chefe de departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco.
 - Carlos Roberto Zibel Costa. Coordenador do Curso de Design, USP Universidade de São Paulo.
- Chile**
- Gino Álvarez Castillo. Director Escuela de Diseño Gráfico, Universidad del Bio-Bio.
 - Alejandra Amenábar Álamos. Coordinadora Área Gráfica y Editorial, Escuela de Diseño, Universidad Diego Portales.
 - Gonzalo Antonio Aranda Toro. Director Escuela de Diseño, Universidad Santo Tomás.
 - Santiago Aránguiz Sánchez. Decano Facultad de Diseño, Universidad del Pacifico.
 - Ricardo Baeza Correa. Director Escuela de Diseño, Universidad de la Serena.
 - Daniela Paz Caro Krebs. Docente Departamento de Arquitectura y Diseño, Universidad de los Lagos.
 - Carmen Raquel Corvalán Iribarra. Asesora de evaluación de la UTED Unidad Técnica Educativa, DuocUC - Fundación Duoc de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
 - Carlos René De la Vega Riffo. Director de Carreras de Diseño Gráfico y Diseño y Producción Gráfica Digital, Instituto Profesional Alpes - Escuela de Comunicaciones.
 - María Soledad Espinosa Oyarzún. Directora Escuela de Diseño Gráfico, Universidad del Pacifico.
 - Germán Espinoza Valdés. Director de la Escuela de Diseño, Universidad Mayor.
 - Juan Luís Fernández. Coordinador Académico Escuela de Diseño, Universidad UNIACC.
 - Herman Fuentealba. Director de Carrera, Escuela de Decoración y Dibujo, Instituto Profesional ESUCOMEX.
 - Verónica de las Mercedes Henríquez Acuña. Jefe de Carrera de Diseño Gráfico Profesional del Instituto Profesional Santo Tomás, Universidad Santo Tomás.
 - Álvaro Nicolás Huirimilla Thiznau. Coordinador Centro de Estudios de los Nuevos Medios de la Escuela de Diseño, Universidad de Valparaíso.
 - José Korn Bruzzone. Asesor Ingeniería y Diseño, INACAP / Universidad Tecnológica de Chile.
 - Luis López Toledo. Coordinador Académico Carrera Diseño y Empresa, Escuela de Diseño y Empresa, Universidad San Sebastián.
 - Julio Enrique Martínez Valdés. Director, Departamento de Diseño, Universidad Tecnológica Metropolitana.
 - Adriana Celia Mercado. Coordinadora Académica Escuela de Diseño de Vestuario y Textiles, Universidad del Pacifico.
 - Claudia Miguieles. Jefe de Carrera de Diseño Gráfico, Universidad de Concepción / Instituto Profesional Virginio Gómez.
 - María Angélica Miño Campos. Directora Carrera de Diseño, Instituto Profesional de Chile.
 - Carolina Montt. Directora Escuela Diseño de Interiores, Universidad del Pacifico.

- Rodrigo Muñoz Leiva. Director de Carrera Diseño, Instituto Profesional Virginio Gómez.
 - Luz Eugenia Núñez Loyola. Docente de la Escuela de Diseño, Universidad de Valparaíso.
 - Catalina Petric Araos. Directora del Área de Diseño y Comunicación, INACAP / Universidad Tecnológica De Chile.
 - Jaime Prieto Gaete. Director del Departamento de Diseño y Tecnología de la Facultad de Arte, Universidad de Playa Ancha, Valparaíso.
 - Exequiel Ramírez Tapia. Rector Escuela de Diseño, Universidad Santo Tomás - Antofagasta.
 - Oscar Rivadeneira Herrera. Director de Carrera, INACAP / Universidad Tecnológica de Chile.
 - José Rodríguez. Rector, Universidad Técnica Federico Santa María.
 - José Salvador Sanfuentes Palma. Rector, Instituto Profesional Arcos.
 - Oscar Sanhueza Muñoz. Jefe de Carrera de Diseño, Universidad Viña del Mar.
 - Guillermo Silva Fuentes. Director Escuela de Diseño Industrial, Universidad del Bío-Bío.
 - Patricia Zúñiga. Jefe Carrera Diseño, Universidad de los Lagos.
- Colombia**
- Daniel Durán Barrera. Secretario General, Corporación de Educación Superior CE-ART.
 - Jairo Enrique Althahona Quijano. Coordinador Diseño de Interiores, Corporación Educativa ITAE / Universidad Manuela Beltrán.
 - Mirtha Jeannethe Althahona Quijano. Directora del Programa Diseño de Modas, Corporación Educativa ITAE / Universidad Manuela Beltrán.
 - Fernando Alberto Álvarez Romero. Profesor Asociado Programa de Diseño Industrial, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
 - Hernando Ángel Madrid. Director de Programa Diseño Gráfico, Facultad de Comunicación, Artes y Diseño, Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI.
 - Ricardo Ávila Gómez. Director Fundador, Escuela Colombiana de Diseño Interior y Artes Decorativas ESDIART.
 - Ricardo Barragán González. Director, Departamento de Diseño, Pontificia Universidad Javeriana.
 - Astrid Isidora Barrios Barraza. Docente de tiempo completo, Programa de Diseño de Modas, Universidad Autónoma del Caribe.
 - Jeanette Bergsneider Serrano. Directora Diseño de Interiores, Corporación Educativa ITAE / Universidad Manuela Beltrán.
 - Gabriel Bernal García. Director del Programa Académico Profesional de Publicidad y Marketing Creativo, Corporación Escuela de Artes y Letras.
 - Felipe Bernal Henao. Decano Facultad de Diseño, Universidad Pontificia Bolivariana.
 - Juan Carlos Cadavid Botero. Rector, Escuela de Ingeniería, Fundación Escuela Colombiana de Mercadotecnia ESCOLME.
 - Danilo Sebastián Calvache Cabrera, Docente, Departamento de Diseño- Facultad de Artes, Universidad de Nariño.
 - María Isabel Cárdenas. Directora Diseño de Modas, Fundación de Educación Superior San José.
 - Félix Augusto Cardona Olaya. Docente Programa de Diseño Industrial, Universidad Católica de Pereira.
 - Jorge del Castillo Delgado. Director de Especialización en Gerencia de Diseño, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
 - Oscar Augusto Fiallo Soto. Docente Facultad de Ingenierías y Arquitectura, Universidad de Pamplona.
 - Diana Libeth Florez. Docente e Investigadora, Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI.
 - Andrés Santiago Forero Lloreda. Director Programa Diseño Industrial, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
 - María Gladys Galindo Lugo. Rectora, Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo UNICIENCIA.
 - Francisco Gallego Restrepo. Rector, CESDE Formación Técnica.
 - Henry Enrique Garcia Solano. Director Programa de Diseño Industrial, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
 - Egda Ruby García Valencia. Decana Facultad de Artes Visuales, Fundación Universitaria Bellas Artes.
 - María Fernanda Giraldo Maya. Rectora Comfenalco Valle Unipanamericana, Fundación Universitaria Panamericana Comfenalco Valle.
 - Gonzalo Gómez. Profesor de planta Facultad de Arquitectura y Diseño, Pontificia Universidad Javeriana.
 - Yaffa Nahir I. Gómez Barrera. Docente del Programa de Diseño Industrial, Universidad Católica de Pereira.
 - Rocío Piedad Gómez Castillo. Directora del Programa Profesional en Diseño Gráfico, Fundación Universitaria del Área Andina.
 - Wilson Orlando Gomez Gomez. Coordinador de la Unidad Académica de Ciencias de la Comunicación, Corporación Universitaria Minuto de Dios.
 - Wilson Alejandro González Cárdenas. Coordinador Área de Investigación Programa Tecnología en Comunicación Gráfica, Corporación Universitaria Minuto de Dios.
 - Carlos Mario González Osorio. Director Diseño de Espacios y Mercadeo Visual, Arturo Tejada Cano.
 - María de los Ángeles González Pérez. Profesora Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad de los Andes.
 - Juan Carlos González Tobón. Director Diseño Gráfico, Fundación Universitaria del Área Andina | Seccional Pereira.
 - María del Pilar Granados Castro. Docente del Departamento de Diseño, Universidad del Cauca.
 - Edgar Eduardo Gualteros Rincón. Director de Movilidad Estudiantil Internacional, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.
 - Paola Harris Bonet. Coordinadora del Programa de Diseño Industrial, Universidad del Norte.
 - Juan G. Herrera Soto. Director Programa de Diseño Gráfico, Escuela de Arquitectura, Universidad Pontificia Bolivariana.
 - Néstor Hincapié Vargas. Rector. Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín.
 - Martha Inés Jaramillo Leiva. Rectora, Fundación Academia de Dibujo Profesional.
 - Roberto Efraín Jurado Jurado. Rector, Universitaria Virtual Internacional.

- Luís Alberto Lesmes. Director del grupo de investigación Polisemia Digital, Universidad Autónoma de Colombia.
 - Felipe César Londoño López. Director del Doctorado en Diseño y Creación, Universidad de Caldas.
 - Carlos Manuel Luna Maldonado. Presidente, Asociación Colombiana Red Académica de Diseño.
 - Claudia Cecilia Medina Torres. Docente Escuela de Diseño Industrial, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
 - María Elena Mejía Mejía. Rectora, Corporación Academia Superior de Artes.
 - Luis Mejía Puig. Director del Programa de Diseño Industrial, Universidad ICESI.
 - Henry Montealegre Murcia. Decano Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño, Universidad Autónoma del Caribe.
 - Edgar Andrés Moreno Villamizar. Docente del pregrado de Diseño Industrial, Universidad del Norte.
 - Juan Diego Moreno Arango. Docente, Facultad de Artes y Humanidades, Instituto Tecnológico Metropolitano.
 - José Eduardo Naranjo Castillo. Director Programa ACUNAR de la Escuela de Diseño Industrial, Universidad Nacional de Colombia.
 - Julián Antonio Ossa Castaño. Director del Programa de Diseño industrial, Universidad Pontificia Bolivariana.
 - Alejandro Otalora Castillo. Director departamento Diseño Industrial, Universidad Autónoma de Colombia.
 - Juan Carlos Pacheco Contreras. Profesor de planta Facultad de Arquitectura y Diseño, Pontificia Universidad Javeriana.
 - Leonardo Páez Vanegas. Director de Departamento Académico de Diseño y Artes, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.
 - Guillermo Páramo Rocha. Representante Legal - Rector, Fundación Universidad Central.
 - Esperanza Paredes de Estéves. Rectora, Universidad de Pamplona.
 - María Rosalba Pareja de Montoya. Rectora, IDEARTES
 - Paula Andrea Patiño Zapata. Directora Programa Diseño Industrial, Universidad de San Buenaventura.
 - Carmen Adriana Pérez Cardona. Directora Programa de Diseño Industrial, Universidad Católica de Pereira.
 - Guillermo Andrés Pérez Rodríguez. Profesor de planta Facultad de Arquitectura y Diseño, Pontificia Universidad Javeriana.
 - Carlos Alberto Pinilla. Director Carrera de Diseño Gráfico, Corporación Educativa Taller Cinco Centro de Diseño.
 - Carlos Alberto Pinto Santa. Decano Facultad de Artes Integradas, Universidad de San Buenaventura.
 - Dolly Viviana Polo Florez. Profesora Asociada, Programa de Diseño de Vestuario, Universidad de San Buenaventura (Cali).
 - Boris Quintana Guerrero. Director, Área de Investigaciones, Centro de Estudios Interdisciplinarios para el Desarrollo.
 - Vaslak Rojas Torres. Docente Tiempo Completo de Carrera Auxiliar, Instituto Tecnológico Metropolitano.
 - Cielo Quiñones Aguilar. Directora de la Especialización en Diseño y Gerencia de producto para la Exportación, Programa de Posgrado, Pontificia Universidad Javeriana.
 - Miryam del Carmen Restrepo Escobar. Jefe Programa Diseño de Modas, ESDITEC Escuela de Diseño.
 - Miguel Ángel Ruiz. Profesor Programa Diseño Industrial, Universidad del Norte.
 - Edgar Saavedra Torres. Docente-Investigador, Escuela de Diseño Industrial, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
 - Luz Mercedes Sáenz Zapata. Docente del Programa de Diseño Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana.
 - Laura Judith Sandoval Sarmiento. Jefe del Programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Artes, Universidad del Cauca.
 - Martha Helena Saravia Pinilla. Docente del Departamento de Diseño, Pontificia Universidad Javeriana.
 - Fernando Soler. Rector, ECCI - Escuela Colombiana de Carreras Industriales.
 - Carlos Roberto Soto Mancipe. Jefe de Programa de Diseño y Producción Gráfica, Corporación Universitaria UNITEC.
 - Luís Arturo Tejada Tejada. Director General de la Escuela de Diseño, Escuela de Diseño & Mercadeo de Moda Arturo Tejada Cano.
 - Luis Fernando Téllez Jerez. Coordinador del Programa Tecnología en Diseño de Comunicación Visual, Fundación Universitaria Comfenalco Santander UNC.
 - Mario Fernando Uribe O. Jefe Departamento de Publicidad y Diseño, Universidad Autónoma de Occidente.
 - Amparo Velásquez López. Directora de Diseño de Vestuario, Universidad Pontificia Bolivariana.
 - Amparo Velásquez López. Miembro del Consejo Directivo y Asamblea, Asociación Colombiana Red Académica de Diseño.
 - Emilia Sofia Velásquez Velasco. Directora del Programa de Diseño de Modas, Universidad Autónoma del Caribe.
 - Luis Rodrigo Viana Ruiz. Jefe del programa de Comunicación Gráfica Publicitaria, Universidad de Medellín.
 - Juan Carlos Villamizar. Asistente Departamento de Publicaciones, Corporación Educativa Taller Cinco Centro de Diseño.
 - María Cecilia Vivas de Velasco. Rectora. Facultad de Arte y Diseño, Colegio Mayor del Cauca.
 - Fabio León Yepes Londoño. Encargado del Programa de Diseño Gráfico, Fundación Universitaria Luis Amigó-Funlam.
 - Edward Zambrano Lozano. Director del Sistema de Investigaciones Escuela de Artes y Letras SIDEAL, Corporación Escuela de Artes y Letras- Institución Universitaria.
 - Clara Mónica Zapata. Decana Facultad de Producción y Diseño, Institución Universitaria Pascual Bravo.
 - Lina María Zapata Pérez. Profesora Programa de Comunicación Gráfica Publicitaria, Universidad de Medellín.
 - Freddy Zapata Vanegas. Director del Departamento de Diseño, Universidad de los Andes.
 - Gloria Inés Zuleta Roa. Docente, Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquía.
- Costa Rica**
- Adrián Gutiérrez Varela. Director Académico de la Facultad de Comunicación, Universidad Americana.
 - Gabriela Villalobos de la Peña. Directora Escuela de Diseño Publicitario, Universidad Veritas.

Ecuador

- Damian Almeida Bucheli. Docente, Facultad de Diseño, Universidad Técnica del Norte.
- Hugo Carrera Ríos. Rector, Instituto Metropolitano De Diseño.
- Luis Coloma Gaibor. Rector de la Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Interamericana del Ecuador.
- Diego Córdova Gómez. Coordinador Diseño Grafico Publicitario, Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Daniel Dávila León. Coordinador de Asuntos Exteriores y Relaciones de Posgrado, Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes, Universidad Técnica de Ambato.
- Jorge Dousdebés Boada. Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Taña Elisabeth Escobar. Docente investigadora, Universidad Técnica de Ambato.
- Juan Carlos Endara Chimborazo. Coordinador de Carrera de Diseño Digital y Multimedia, Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Alex David Espinoza Cordero. Subdirector de Diseño Gráfico, Universidad Metropolitana.
- Ruth Estefanía García Villareal. Directora de Área de la Carrera de Diseño de Modas, Tecnológico Sudamericano.
- Milton Herrera. Director de Investigación de la Carrera de Diseño Gráfico, UTC Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Camilo Luzuriaga. Rector, Instituto Superior Tecnológico de Cine y Actuación.
- Aldo Maino Isaias. Director Ejecutivo, Facultad de Comunicación Social, Universidad Internacional del Ecuador.
- Silvia Elena Malo de Mancino. Directora Escuela de Investigación de Arte y Diseño, Universidad Técnica Particular de Loja.
- Ana Elizabeth Moscoso Parra, Directora Encargada Escuela de Diseño, Universidad Tecnológica San Antonio de Machala.
- Cecilia Naranjo Álava. Decana Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes, Universidad Técnica de Ambato.
- Vilma Lucía Naranjo Huera. Coordinadora de Investigación de la Carrera de Diseño Gráfico, UTC Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Patricia Núñez de Solórzano. Directora de la Carrera de Diseño Gráfico Multimedia, Tecnológico Espíritu Santo.
- Paúl Pulla A. Director de Carrera de Diseño, Instituto Tecnológico Sudamericano.
- Ana Cristina Realpe Castillo. Coordinadora Académica Carrera Diseño Digital y Multimedia, Universidad Alfredo Pérez Guerrero.
- Eladio Rivadulla. Decano Facultad de Diseño, Universidad Tecnológica Israel.
- Eduardo José Rodríguez Meliá. Docente, Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales.
- Carlos Leonardo Ronquillo Bolaños. Coordinador de Carrera de Diseño Gráfico Publicitario, Universidad Tecnológica Equinoccial UTE.
- Ángel Marcel Souto Ravelo. Vicerrector Académico, Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales.
- Carlos Torres de la Torre. Docente y Miembro del Comité de Carrera de Diseño de la Facultad de Arquitectura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Esteban Torres Díaz. Profesor Facultad de Diseño, Universidad del Azuay.
- Javier Villacrés Manzano. Director Académico, Tecnológico Sudamericano.

El Salvador

- Jeannette Lartategui. Directora Escuela de Diseño Gráfico. Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad Don Bosco.
- Sandra Lisseth Meléndez Martínez. Coordinadora General de la Escuela de Diseño “Rosemarie Vásquez Lievano de Ángel”, Universidad Dr. José Matías Delgado.
- Mario Antonio Ruiz Ramírez. Rector. Humanismo, Tecnología y Calidad, Universidad Francisco Gaviña.

España

- Carlos Albarrán Liso. Coordinador de Diseño Industrial, Centro Universitario de Mérida / Universidad de Extremadura.
- Enrique Ballester Sarrias. Director de la ETSID Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño, Universidad Politécnica de Valencia.
- Luís Berges Muro. Director Departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación, Universidad de Zaragoza.
- Antonio Corral Fernández. Director, GRISART Escola Superior de Fotografía.
- Cayetano José Cruz García. Docente de Ingeniería Técnica de Diseño Industrial, Centro Universitario de Mérida / Universidad de Extremadura.
- Marco Antonio Fernández Doldán. Director de la Dirección de Estudios de Diseño y Producción Audiovisual, CICE Escuela Profesional de Nuevas Tecnologías.
- Sebastián García Garrido. Coordinador responsable del título de Diseño, Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Málaga.
- Christian Giribets Lefevre. Responsable Departamento de Marketing y Comunicación, BAU Escola Superior de Disseny.
- Salvador Haro González. Decano, Facultad de Bellas Artes, Universidad de Málaga.
- Joaquín Ivars, Docente, Universidad de Málaga.
- Riccardo Marzullo. Director, Istituto Europeo di Design.
- Ana María Navarrete Tudela. Decana de la Facultad de Bellas Artes, Universidad de Castilla - La Mancha.
- Isabel Nóvoa Martín. Gestión y Comunicación, Instituto de Artes Visuales.
- Pedro Ochando. Profesor Departamento Proyectos Diseño de Productos, EASD Escola D'Art I Superior de Disseny de València.
- José Pastor Gimeno. Director Escuela Politécnica Superior de Gandía, Universidad Politécnica de Valencia.
- Juan Carlos Peguero Chamizo. Director del Centro. Ingeniería Técnica de Diseño Industrial, Centro Universitario de Mérida / Universidad de Extremadura.
- Carlos Pereira Calviño. Director, Escuela Técnica de Joyería del Atlántico.
- Cristina Pertñez. Representante en Argentina, Elisava Escola Superior de Disseny I Enginyeria de Barcelona.
- José Manuel Santa Cruz Chao. Director Instituto de Innovación y Cultura Arquitectónica, Universidad Camilo José Cela.

- Bartolomé Seguí Miró. Director Escuela de Diseño, BLAU Escuela de Diseño / Mallorca.
- Carlos Suárez Fernández. Jefe de Estudios, Escuela Superior de Arte del Principado de Asturias.
- Tomás Miguel Vega Roucher. Docente de Diseño Industrial, Centro Universitario de Mérida / Universidad de Extremadura.

Guatemala

- María Virginia Luna Sagastume. Directora Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad, Universidad del Istmo.

Honduras

- Mario Leonel Castillo Amaya. Jefe Académico de la Escuela de Diseño Gráfico UNITEC/ CEUTEC.

México

- Miguel Ángel Aguayo López. Rector. Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad de Colima.
- Gonzalo Javier Alarcón Vital. Docente Licenciatura en Diseño, Universidad Autónoma Metropolitana - Cuajimalpa.
- Mario Andrade Cervantes. Decano Ciencias del Diseño y la Construcción, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Eduardo Arvizu Sánchez. Director Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Kart Ayala Ruiz. Rector, Universidad del Sol.
- Carmen Dolores Barroso García. Docente División de Arquitectura, Arte y Diseño, Universidad de Guanajuato.
- Fabián Bautista Saucedo. Director de la Escuela de Ingeniería, CETYS Universidad.
- Jaime Bonilla Tovar. Rector, UMAG Universidad Mexicoamericana del Golfo.
- Felipe Cárdenas García. Coordinador Académico, UNICA Universidad de Comunicación Avanzada.
- Alejandra Castellanos Rodríguez. Vicerrectora Académica y de Formación, Universidad Motolinía del Pedregal.
- Norma Elena Castrezana Guerrero. Secretaria Académica, Facultad de Arquitectura, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Arnaud Chevallier. Director de Posgrado, Universidad de Monterrey UDEM.
- Rafael Cid Mora. Director General, Facultad de Arquitectura, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Carmina Crespo Hernández. Directora de la Licenciatura en Diseño Gráfico, Centro de Estudios Gestalt.
- Aaron Roman Delgadillo Alaniz. Coordinación de Artes y Diseño, Universidad la Concordia.
- Rafael Fiscal Flores. Director de Planeación y Calidad Educativa, UMAG Universidad Mexicoamericana del Golfo.
- Luis Roberto González Gutiérrez. Director General, Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta.
- Marla Estrada Hernández. Rectora, UNICA Universidad de Comunicación Avanzada.
- Wendy Adriana Hernández Arellano. Coordinadora de la Licenciatura en Diseño Industrial, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma de Baja California (campus Mexicali).

- Alejandro Higuera. Profesor Investigador, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martha Isabel Flores Avalos. Coordinadora Licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.
- María Magdalena Flores Castro. Coordinadora Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad Cristóbal Colón.
- Claudia Cecilia Flores Pérez. Secretaria Académica y Docente - Investigadora, Universidad Autónoma de Zacatecas.
- Olivia Fragoso Susunaga. Docente - Investigadora de la Escuela Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación (EMADYC), Universidad La Salle.
- María Enriqueta García Abraham. Docente Escuela de Diseño Gráfico, Universidad Vasco de Quiroga.
- Guadalupe Gaytán Aguirre. Docente Departamento de Diseño, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- José Antonio González Muñoz. Rector, Universidad la Concordia.
- Sara Margarita Guadarrama Luyando. Directora Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, Universidad Latina de América (UNLA).
- Adriana Guerrero Castro. Directora de la Escuela de Diseño, Universidad de La Salle Bajío.
- Víctor Guijosa Fragoso. Coordinador Académico Área de Gestión y Administración, Universidad ANÁHUAC - México Norte.
- Diana Guzmán López. Coordinador del Área Diseño, Tecnología y Educación. Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.
- Víctor Hugo Hermosillo Gómez. Docente Escuela de Diseño, Universidad de La Salle Bajío.
- Jorge Manuel Iturbe Bermejo. Director de la Escuela Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación (EMADYC), Universidad La Salle.
- Hildelisa Karina Landeros Lorenzana. Coordinadora de la Carrera de Diseño Gráfico, Centro de Ingeniería y Tecnología, Universidad de Baja California.
- Jesús Antonio Ley Guing. Director de la Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma de Baja California (campus Mexicali).
- Rebeca Isadora Lozano Castro. Coordinadora de la Carrera de Diseño Gráfico, Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Marco Antonio Luna Pichardo. Director, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Oswaldo Madrid Moreno. Docente - Investigador Programa educativo de Licenciado en diseño grafico, Instituto Tecnológico de Sonora.
- Darío Malpica Basurto. Rector, Centro Universitario de Educación Contemporanea.
- Luis Roberto Mantilla Sahagún. Rector, Universidad Latina de América (UNLA).
- Mario Alberto Méndez Ramírez. Director, Facultad de Artes Visuales, Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Thelma Belén Mirolo. Directora de la Escuela de Artes y Comunicación, Universidad de Morelos.
- Martha Elena Núñez López. Directora de la Carrera de Diseño Industrial, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, ITESM, Sede Puebla.

- Erika Rivera Gutiérrez. Docente Investigadora, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Joel Olivares Ruiz. Rector, Universidad Gestalt de Diseño.
- Ernesto Pesci Gaitán. Unidad Académica de Docencia Superior, Universidad Autónoma de Zacatecas.
- Jorge Pirsch Mier. Director Administrativo, UNICA Universidad de Comunicación Avanzada.
- Julio César Portillo Osorio. Director de Identidad e Imagen, Unidad Académica de Diseño y Arquitectura, Universidad Autónoma de Guerrero.
- Alejandro Rodríguez. Director de la Carrera de Diseño Industrial Sede Monterrey, ITESM Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.
- Luis Rodríguez Morales. Jefe Departamento de Teoría y Procesos del Diseño, Universidad Autónoma Metropolitana - Cuajimalpa.
- María Eugenia Sánchez Ramos. Docente de la escuela de Diseño, Universidad de Guanajuato.
- Luis Jorge Soto Walls. Coordinador General de Desarrollo Académico, Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco.
- Israel Tapia Zavala. Docente de la Licenciatura en Diseño Gráfico, UANL Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Celso Valdez Vargas. Coordinador del Colectivo de Docencia Teoría e Historia, Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco.
- Mariana Vaquero Martínez. Coordinadora del Colegio de Diseño Gráfico, Universidad regional Tehuacan, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Omar Vázquez Gloria. Jefe del Departamento de Representación y Coordinador de la Carrera de Diseño Gráfico, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Jorge Zambrano Garza. Director Académico, UNICA Universidad de Comunicación Avanzada.

Nicaragua

- María Fabiola Espinosa Morazán. Decana, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad Americana.
- Kathia Sehtman Tiomno. Vicerrectora General, Universidad del Valle.

Panamá

- Ricaurte Antonio Martínez Robles. Presidente Junta Administrativa, Universidad del Arte Ganexa.
- Luz Eliana Tabares Peláez. Rectora, Universidad del Arte Ganexa.

Paraguay

- Eduardo Ramón Barreto. Docente de Diseño Gráfico, Universidad Nacional de Asunción.
- Sergio Arturo Colman Meixner. Director de la Carrera de Cinematografía, Universidad Columbia del Paraguay.
- Miguel Del Puerto Pompa. Vicedirector Carrera de Diseño Gráfico, Universidad Columbia del Paraguay.
- Jimena Mariana García Ascolani. Coordinadora del laboratorio de Diseño e Investigación, Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Columbia de Paraguay.
- Gustavo Glavinich. Docente de la Carrera de Diseño Gráfico, Universidad Columbia del Paraguay.

- Alban Martínez Gueyraud. Director de La Caja, Universidad Columbia del Paraguay.
- Carlos Sebastián Ibarrola. Director de la Carrera de Diseño Gráfico, Universidad Columbia del Paraguay.
- Viviana Beatriz Lima Pereira. Directora de la Carrera de Diseño de Indumentaria y Textil.
- Enrique Marini. Director de Carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Audiovisual, Universidad del Pacífico Privada.
- Marien Peggy Martínez Stark. Decana, Facultad de Ciencias Humanísticas y de Comunicación, Universidad Autónoma de Asunción.
- Sanie Amparo Romero de Velazquez. Vicerrectora, Universidad Iberoamericana.
- Verónica Viedma Paoli. Coordinadora Académica Facultad de Arte y Tecnología, Universidad Politécnica y Artística del Paraguay - UPAP.

Perú

- José Felipe Barrios Ipenza. Director Gerente. Escuela de Diseño y Comunicación, Instituto Superior Tecnológico Continental.
- Mercedes Berdejo Alvarado. Directora de la Dirección de Artes Gráficas Publicitarias, Universidad Peruana de Arte ORVAL.
- Jenny Canales Peña. Directora de la Facultad de Comunicación y Publicidad, Universidad Científica del Sur.
- Ariana Gabriela Cánepa Hirakawa. Directora de la Carrera de Diseño Gráfico, Instituto San Ignacio de Loyola.
- Luís Alberto Cumpa González. Docente Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Mariella Dextre de Herrera. Directora General, Instituto de Profesiones Empresariales INTECI.
- Mariella Dextre de Herrera. Directora General de Diseño de Modas, Escuela de Moda & Diseño MAD.
- Carmen García Rotger. Jefa del Departamento de Diseño Gráfico, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Silvana García Varela. Gerente General / Directora Académica, DIM Diseño + Imagen + Moda.
- Marcelo Daniel Ghio. Decano, Facultad de Diseño y Comunicación, ISIL.
- Víctor Oscar Guevara Flores. Director general, Instituto Peruano de Arte y Diseño - IPAD.
- Olger Gutiérrez Aguilar. Director del Programa Profesional de Publicidad y Multimedia, Universidad Católica de Santa María.
- Clara Huarniz Castillo. Coordinadora Académica. Instituto Toulouse Loutrec.
- Rocío Lecca. Presidenta, Instituto Internacional de Diseño de Modas Chio Lecca.
- Johan Leuridan Huys. Decano Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y de Psicología, Universidad de San Martín de Porres.
- Yván Alexander Mendívez Espinoza. Director de la Escuela de Artes y Diseño Gráfico Empresarial, Universidad Señor de Sipán.
- Rosa Mercedes Vertiz Reategui. Docente, Escuela de Diseño Geraldine.
- Ana Iris, Moreno Salvatierra. Coordinadora académica, Instituto Toulouse Lautrec.

- **Ciro Palacios Garces.** Docente de la Facultad de Comunicación, Universidad de Lima.
- **Julio Ernesto Paredes Núñez.** Rector, Universidad Católica de Santa María.
- **Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza.** Directora de Investigación del Departamento de Arte, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- **Juan José Tanta Restrepo.** Coordinador de Investigación, Escuela Académico Profesional de Arte y Diseño Gráfico Empresarial.
- **Irma Roxana Velásquez del Aguila.** Docente, Escuela de Diseño Geraldine.
- **Oswaldo Velásquez Hidalgo.** Decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Ricardo Palma.
- **Rita Vidal Chavarri.** Directora Carrera de Arte y Diseño Empresarial, Universidad San Ignacio de Loyola.
- **Rafael Vivanco.** Coordinador Académico Carrera de Arte y Diseño Empresarial, Universidad San Ignacio de Loyola.
- **Rodrigo Vivar Farfan.** Director de la Carrera de Diseño Profesional Gráfico, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Portugal

- **António Lacerda.** Asistente Curso de Design-Comunicação, Universidade do Algarve.
- **Joana Lessa.** Docente Design de Comunicação, Universidade do Algarve.

Puerto Rico

- **Ilia López Jiménez.** Directora Departamento de Comunicación Empresarial, Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.
- **Aurorisa Mateo Rodríguez.** Decana Escuela Internacional de Diseño, Universidad del Turabo.

República Dominicana

- **Margaret R. Díaz Muñoz.** Directora Escuelas de Diseño San Juan School, EDP University of Puerto Rico.
- **Sandra Milena Cadavid Gómez.** Encargada del Centro de Excelencia en Multimedia, Instituto Tecnológico de las Américas ITLA.
- **Sandra Virginia Gómez Mañón.** Coordinadora Escuela Diseño y Decoración Arquitectónica, Universidad Iberoamericana UNIBE.
- **Denisse Morales Billini.** Directora - Docente Académica, Universidad Iberoamericana UNIBE.

Uruguay

- **Mónica Arzuaga Williams.** Docente Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Católica del Uruguay.
- **Fernando de Sierra.** Director Instituto de Diseño, Universidad de la República.
- **Peter Hamers.** Director, Peter Hamers Design School.
- **Eduardo Hipogrosso.** Decano Facultad de Comunicación y Diseño, Universidad ORT - Uruguay.
- **Sally Machado Rodríguez.** Directora General, Escuela Arte y Diseño.
- **Paola Papa.** Coordinadora de Postgrados, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Católica del Uruguay.
- **Nelly Peniza.** Jefe Programa de Comunicación Visual, Universidad de la República.
- **Franca Rosi.** Decana Facultad de Diseño y Comunicación, UDE Universidad de la Empresa.
- **Andrés Rubilar.** Director Académico de la Licenciatura en Diseño Gráfico y Rector, Instituto Universitario Bios.
- **Florencia Varela Gadea.** Profesor de Alta Dedicación, Facultad de Comunicación, Universidad Católica del Uruguay.
- **Gustavo Wojciechowski.** Catedrático asociado Escuela de Diseño de la Facultad de Comunicación y Diseño, Universidad ORT.

Venezuela

- **Carolyn Aldana.** Dirección Académica, Instituto de Diseño Centro Grafico de Tecnología.
- **Juan Carlos Darías.** Director Académico, Instituto de Diseño Darías.
- **Elvira Elena De Parés.** Directora General, Instituto de Diseño Ambiental y Moda.
- **Amarilis Elías.** Profesora Escuela de Diseño Gráfico, Universidad del Zulia.
- **Miguel Ángel González Rojas.** Presidente Consejo Directivo, Instituto de Diseño Centro Grafico de Tecnología.
- **María Hortensia Pérez Machado.** Decana Facultad de Arquitectura y Artes Plásticas, Universidad José María Vargas.
- **Ignacio Urbina Polo.** Director General Comunicación Visual, PRODISEÑO Escuela de Comunicación Visual y Diseño.
- **Domingo Villalba.** Coordinador, Instituto de Diseño Darías.

Agenda completa del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño

Actas de Diseño (2014, marzo),
Vol. 18, pp. 135-176. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: septiembre 2014
Fecha de aceptación: octubre 2014
Versión final: noviembre 2014

Resumen: El siguiente texto resume la organización, las actividades y los espacios de participación de la IX Edición del Encuentro Latinoamericano de Diseño, desarrollada entre el 28 de julio y el 1 de agosto de 2014 por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina.

Palabras clave: Diseño - Latinoamérica - Tecnología - Emprendedorismo - Tendencias - Creatividad - Conferencias - Talleres - Concursos - Feria - Negocios.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 176]

Introducción

“Diseño en Palermo” Encuentro Latinoamericano de Diseño es un evento anual, de carácter libre y gratuito, de capacitación, actualización y vinculación sobre todos los campos del diseño, organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina.

El Encuentro está dirigido a profesionales, académicos, estudiantes, empresas del campo del diseño y a público en general.

La IX Edición del Encuentro se realizó del 28 de julio al 1 de agosto de 2014, y contó con más de 300 actividades y la asistencia de más de 5000 estudiantes, profesionales y académicos de más de 25 países de América y Europa, que destacaron la heterogeneidad en el contenido de las actividades propuestas y dictadas por expositores llegados de toda América Latina. En esta edición, las principales temáticas fueron: Tecnología, multimedia, sustentabilidad, Marketing, emprendedorismo, negocios y gestión, nuevos formatos y entornos digitales, tendencias, creatividad y Diseño.

Organización y Dinámica del Encuentro

El IX Encuentro Latinoamericano de Diseño tuvo como eje central, el desarrollo de diversas actividades en las modalidades de conferencias y talleres, además contó con otros espacios de participación como: Nuestra Feria de Diseño, Diseño sin Fronteras, Croma Latino, Pósters, Stands de editoriales y revistas especializadas, Concursos, el V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño y el Programa “El mejor diseño está en Palermo”. El evento fue realizado en las diferentes sedes de la Universidad de Palermo.

A continuación se detalla las actividades que se desarrollaron en la Agenda de esta edición.

Agenda de actividades del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño:

[Publicada en el boletín informativo: *Hoja de Diseño en Palermo* (2014, Julio). Buenos Aires: Facultad de Diseño

y Comunicación de la Universidad de Palermo, Vol. 16, pp. 3-37]

1. Conferencias (ver p. 135)
Talleres (ver p. 136)
Croma Latino (ver p. 136)
Actividades de Invitados de Honor (ver p. 136)
2. Nuestra Feria de Diseño (ver p. 164)
3. Pósters y muestras (ver pp. 164-165)
4. Stands (ver p. 165)
5. Concursos (ver pp. 165-166)
6. V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño / Foro de Escuelas de Diseño (ver p. 166)
7. Programa “El mejor diseño está en Palermo” (ver p. 166)
8. Diseño Sin Fronteras (ver p. 166)
9. Croma Latino (ver p. 166)
10. Índices del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño (ver pp. 167-176):
 - a) Expositores que dictaron Conferencias (ver pp. 167-171)
 - b) Actividades presentadas (ver pp. 171-176)

En el IX Encuentro Latinoamericano de Diseño se realizaron más de 300 conferencias (20 actividades simultáneas en cada franja horaria) durante dos días intensivos de presentaciones (el miércoles 30 y jueves 31 de julio). El Primer día del Encuentro (martes 29 de julio) se realizó la apertura del evento con una Jornada completa de Conferencias Magistrales de los Invitados de Honor del Encuentro, y el cuarto día (viernes 1 de agosto) se realizó el cierre del Encuentro con la Mesa de los Invitados de Honor.

El espacio de actividades fue organizado en: Conferencias, Talleres, Croma Latino y Conferencias de Invitados de Honor.

1. Conferencias

Dentro de este espacio se realizaron 198 conferencias con una duración de una hora y quince minutos cada una, en las sedes de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: Mario Bravo y Jean Jaurès. Las Conferencias fueron dictadas por profesionales de

las diferentes áreas del Diseño y la Comunicación de toda América.

Talleres

Dentro de este espacio se realizaron 36 talleres con una duración de dos horas y treinta minutos cada uno, en las sedes de Cabrera y Mario Bravo. Los talleres se diferenciaron de las conferencias porque tuvieron contenido teórico práctico, y su desarrollo estuvo planteado para que el asistente tenga una participación activa. Al igual que las conferencias fueron dictados por profesionales de las diferentes áreas (gráfico, indumentaria, industrial, packaging, editorial, ilustración, fotografía, textil, audiovisual, etc.).

Croma Latino

Dentro de este espacio se realizaron 37 talleres con una duración de tres horas cada uno, en la sede Cabrera. Los talleres de este espacio se caracterizaron por desarrollar temáticas de arte y diseño emergente como graffiti, carácter design y stencil, entre otras.

Actividades de Invitados de Honor

Dentro de este espacio se realizaron 16 actividades con una duración de una hora y treinta minutos cada una, en las siguientes sedes: Jean Jaurès, Mario Bravo y Jerónimo Salguero (Palais Rouge). Esta edición contó con la presencia de: Norberto Chaves (Argentina), Gustavo Koniszczzer (Argentina), Gaspar Libedinsky (Argentina), Jaime Serra Palou (España), Felipe Taborda (Brasil), Laura Varsky (Argentina), como Invitados de Honor del Encuentro, quienes además de exponer las conferencias tradicionales, dictaron Conferencias Magistrales y finalizaron el evento con una Mesa de Cierre.

Actividades presentadas

[En cada actividad se especifica el título, el tipo de actividad, los expositores y las empresas o instituciones a las que pertenecen. Se incluye una breve síntesis de los contenidos de cada actividad redactado por sus expositores.]

E001. Los diseñadores y el mercado (Invitado de Honor). Norberto Chaves [Argentina]
Una mirada crítica sobre la formación profesional para el mercado laboral.

E002. Obra como arquitecto (siendo artista y curador) (Invitado de Honor). Gaspar Libedinsky [Argentina]
La experiencia como arquitecto del también artista plástico y curador que ha estudiado en Londres y ha diseñado con el mismo rigor obras mínimas de la escala de un par de pantuflas o monumentales como el obelisco porteño y el Parque High Line de Nueva York. Su obra opera en el espacio público y privado mediando entre la escala urbana y la intimidad del cuerpo.

E003. Sin más distorsión que la perspectiva (Invitado de Honor). Jaime Serra Palou [España]

Una mirada, con la perspectiva que el tiempo concede, al estrecho territorio de la infografía en la que Serra se ha movido en los últimos veinticinco años. Desde los criterios seguidos para convertir la infografía científica en poderosa herramienta periodística al trabajo personal más reciente en el que aplica criterios propios del periodismo de precisión a temáticas pertenecientes al modo de pensar o de sentir, ya sea desde su publicación en importantes medios de comunicación o en exposiciones en espacios propios de manifestaciones artísticas.

E004. Procesos de branding con alcance nacional en Latinoamérica (Invitado de Honor). Gustavo Koniszczzer [Argentina]

El desarrollo de casos de branding llevados a cabo en nuestra región recientemente por FutureBrand, con impacto nacional por la importancia de las entidades que las marcas representan.

E005. Recorridos (Invitado de Honor). Laura Varsky [Argentina]

Del concepto a la materialización. Del diseño a la ilustración. Del cliente a la autogestión.

E006. ¿Arte? ¿Para dónde estamos caminando? (Invitado de Honor). Felipe Taborda [Brasil]

Una investigación sobre lo cotidiano que está a nuestro alrededor y lo que se determina como arte contemporáneo.

E007. Cómo despertar al genio creativo bajo presión (Taller). Ariana Canga [100% Vos Mismo - Argentina]

Trabajar sobre el proceso creativo y sus fluctuaciones, frente a la exigencia de lograr un producto original y diferente, a partir de una demanda específica y con la presión de una fecha límite. Analizar las diferencias entre la creatividad libre y la "obligación" de volverse creativo frente a un pedido específico. Trabajar sobre el flujo y los bloqueos del proceso, los "nudos" que se generan y los dispositivos disponibles para activar una fluidez rica y productiva.

E008. Diseñar indumentaria con materiales no textiles (Taller). Eugenia Aryan [Universidad de Palermo - Argentina]

Activación de los sentidos para el diseño en vivo. Intervención de los materiales y revalorización de la técnica constructiva para definir el aspecto formal de un diseño planteado alrededor del cuerpo. Se propone introducir herramientas destinadas a ampliar las capacidades creativas del estudiante de diseño de indumentaria que surjan del reconocimiento y la participación del papel y otros materiales no textiles intervenidos para la propuesta y la confección de un diseño de objeto indumento en tres dimensiones.

E009. El figurín como herramienta proyectual (Taller). Darío Duarte [Instituto de Tecnología ORT - Argentina]

El figurín es la principal percha comunicacional en el diseño de indumentaria. La función de esta herramienta es darle cuerpo a los diseños, para poder visualizar el sentido conceptual del indumento. Se relevarán las diferentes tipologías de figurines y estilizaciones de dise-

ñadores latinoamericanos, con el objetivo de desarrollar una mirada analítica y reflexiva que proporcione herramientas para desarrollar la introducción al desarrollo de un figurín adecuado a cada proyecto.

E010. El lenguaje de la textura en el diseño textil (Taller). Pablo Emanuel Insaurraldi y Bárbara Arcioni [Argentina]

La textura es un elemento configurador del diseño. En el textil intuitivamente se lo relaciona con las experiencias sensoriales táctiles que interpelan a los usuarios. Pero esas experiencias guardan información en las vivencias siguientes de los individuos, tornándose parte de la percepción visual y sensorial del mundo. Como tal, entendemos que las texturas son mucho más que experiencias del tacto, sino que se transforman en parte del universo simbólico de la cosmovisión de los consumidores.

E011. Ilustración experimental (Taller). Camila Paz [domus artis - Argentina]

A partir de consignas concretas podremos ir soltando la mano y dejando que fluyan nuevas imágenes e ir experimentando con ellas nuevos lenguajes.

E012. Intervención textil experimental para alta costura (Taller). Aurora Moya Ebratt y Marjorie Caballero [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]

La creatividad como concepto general lleva al diseñador de modas a generar ideas con valores únicos y responsables. Cuando se asocian la investigación, la estética, la técnica, entre otros, la pieza creada por este, adquiere una trascendencia y significado que evoca la imaginación, estimula los sentidos y genera emociones en consumidor volviéndola una experiencia única e irrepetible. La intervención textil a través de técnicas experimentales y artesanales es un recurso inapreciable del que dispone un diseñador de modas para darle un valor agregado y particular a un textil, convirtiéndose este en el mejor aliado para expresar su creatividad.

E013. Introducción al Ecodiseño (Taller). Maximiliano Zito [Universidad de Palermo / INTI Diseño Industrial - Argentina]

Adquirir el conocimiento de la problemática ambiental y de las soluciones que actualmente se utilizan para reducir los impactos ambientales de un producto. Pueta en práctica de los conocimientos adquiridos a través del análisis de un producto.

E014. Retrato. Cómo dibujar rostros (Taller). Carla Pandolfo y Oscar Bernst [Universidad de Buenos Aires - Argentina]

Brindar la mayor cantidad de herramientas para abordar la lectura y representación de rostros a través del dibujo.

E015. Herramientas lúdicas para la interacción entre la Ilustración, el diseño, y la palabra (Conferencia). Diego Bianki [pequeño editor - Argentina]

Convengamos primero que ambos lenguajes pueden narrar. No solo el texto está capacitado para el relato. Una ilustración refiriéndose o no a un texto también está narrando, comunicando un sentido, una historia, una idea. El diseño interviene y juntos en un libro arman un

sistema que puede funcionar de diversas maneras. En el caso de los libros álbum (aquellos libros donde hay grandes ilustraciones, acompañadas de breves textos) donde hay mayor interrelación entre texto e imágenes, el sistema se ve mucho más claro. La relación entre un lenguaje y otro, están ligados por el cruce de conceptos y el complemento que se da entre ambos.

E016. Bocetaje de automóviles con proporciones de rueda (Taller). Armando Martínez de la Torre [Universidad Autónoma de Ciudad Juárez - México]

Aprender –mediante la observación– una serie de técnicas para bocetar automóviles con tamaños de rueda (lo que define la proporción en cada una de sus partes del vehículo a bocetar, si este es un Turismo de 2 o 4 puertas, hasta su variante tipo caravan); y con la misma plataforma anterior en proporciones de rueda generaremos las versiones 3 y 5 puertas de vehículos tipo Hatch Back. Los asistentes tendrán la habilidad de bocetar sus propios conceptos creativos de vehículos, de forma práctica, rápida y sin desproporciones.

E017. Crin, diseño y color (Taller). Claudia Paz Silva Alzamora y Simón Fuentes [Chile]

La cestería en crin (pelo de caballo) tradición que se realiza en la localidad cordillerana de la séptima región en Chile, esta en peligro de extinción. El pequeño poblado de Rari, se ha hecho conocido por el colorido de sus pequeñas creaciones hechas en crin entre las que destacan animales, damas, y flores. Estos últimos años gracias a la incorporación del diseño esta artesanía ha cobrado gran importancia en la joyería contemporánea en Chile.

E018. Design Manual (Taller). Michelle Rojo Campos [Michelle Campos - Brasil]

Desligar os computadores e produzir campanhas criativas e ricas visualmente através de técnicas manuais de criação e materiais como tintas, lápis de cor, tecidos, colagens, reciclados e outros. Desafiar a criarem, a partir de materiais diversos e técnicas diferenciadas, projetos de Design Gráfico tendo um briefing simples como ponto de partida.

E019. Diseño & humor (o el que ríe, diseña mejor) (Taller). Gonzalo Esquivel [K I Z I O - Chile]

Hablaremos de la importancia del humor en la vida. ¿Qué entienden por humor? ¿Qué les divierte del diseño? Grandes cómicos del diseño. Estudiaremos a genios como Mariscal y Warhol, pasando por el Bosco, Dalí, Miro, etc. Descubriremos la “técnica del chiste” de Freud (el humor desde el lenguaje); hacer humor con diseño es más que saber trucos en el compu, es hablar, leer, estudiar y entender. LA RISA DISEÑADA DE HOY Vistazo a como unos simpáticos deditos animados y humanizados nos invitan a viajar por el mundo, el hilarante Proyecto Cartele, los peores errores y las 12 frases que podrían matar a un diseñador.

E020. El lector no existe (Invitado de Honor). Jaime Serra Palou [España]

En los últimos tres años Serra publica regularmente un inclasificable artículo de opinión en diversas publicacio-

nes periodísticas de masas. El autor realizará una representación de una selección de estos trabajos mediante una lectura con apoyo audiovisual y reflexionará sobre la singularidad temática, las influencias y los métodos de trabajo seguidos para la elaboración de un formato, sin referentes ni precedentes en otros medios, que se sirve del diseño, el dibujo, la fotografía, el texto y, de manera destacada, la infografía para tratar temas que se encuentran fuera de la agenda periodística.

E021. Forma e estética compositiva: posibilidades ritmadas (Taller). Andrea Macadar [Centro Universitário IPA Metodista - Brasil]

Trabalhar na prática a criatividade aplicada aos conceitos de composição da forma e estética abordando as proposições e conceitos da Teoria da Gestalt das partes, mas pela totalidade.

E022. La pantalla: del cine al teléfono móvil (Taller). Israel Vázquez Márquez [Universidad Técnica Particular de Loja - España]

Ofrecer una visión general sobre la evolución de la pantalla a lo largo de la historia y los diferentes usos, funcionalidades, diseños y estéticas que ha ido adquiriendo con el paso del tiempo, desde la pantalla cinematográfica o “gran pantalla” hasta la pantalla del teléfono móvil.

E023. Moldería básica de bombachas (ropa interior) (Taller). Ximena Diez [Escuela Antonio Schettino (Adultos) - Argentina]

Materiales que se utilizan para la confección y tipo de textiles que se utilizan en ropa interior. Cómo tomar medidas, y por qué tenemos en cuenta la elasticidad del textil. Tabla de Medidas. Molde Base de Bombacha, transformación a vedettina, bombacha tiro bajo, culotte, cola lees, tanga y tanga less.

E024. Sistemas de color: un proceso creativo (Taller). Irene Zuzek y Mónica Dal Maso [Taller Lavalle - Argentina]

Las paletas de colores son importantes variables dentro del lenguaje visual de la pieza de diseño. Desde un enfoque plástico se abordará la teoría del color de Itten, experimentando con pigmentos para llegar de una forma análoga a una paleta personal, pensada a priori de la gráfica que conformará el proyecto de diseño.

E025. Tendencias: Dubai. Moda con tendencias árabes (Taller). Eleonora Contino [Universidad de Palermo - Argentina]

Tendencias y estilos de Dubai. Cómo diseñar una mega colección de modas con tendencias árabes. ¿Qué es una Colección? ¿Qué comprende el Diseño de una Línea, partiendo de un Concepto/Idea? ¿Cómo se conforma una vestimenta autóctona o local en Emiratos Árabes y Arabia Saudita? Veremos las Tendencias y Estilos en Dubai. Se mostrarán imágenes de las mas prestigiosas marcas en el Dubai Mall y Emirates Mall.

E026. Teñido de reserva (Taller). Carla Ferrari [Instituto Universitario Nacional de Arte - Argentina]

Técnicas tradicionales de los textiles andinos. Incorporar una técnica milenaria de gran versatilidad e ilimitada ca-

pacidad de expresión. Desarrollada a través de la destreza manual, la habilidad de anudar, amarrar, prensar etc., logrando un resultado inesperado al descubrir el registro, sobre la superficie textil, lo que siempre constituye un motivo de asombro.

E027. Una buena impresión: estampación por sellos (Taller). Andrea Perrotat [ISFA Manuel Belgrano - Argentina]

Instruir a los participantes en la técnica de la estampa y principios del grabado. Confección de papel de regalo, tarjetería y furoshiki mediante la técnica de estampación con sellos en 1, 2 ó 3 colores.

E028. Cambio de paradigma: El diseñador como líder de proyectos (Conferencia). Juan Emilio Henriquez [SEVEN7 - Chile]

El fin del rol secundario del diseñador en los equipos de trabajo. El diseñador como líder de equipos y proyectos multidisciplinarios. Estudio de casos reales.

E029. Consejos para una Colección exitosa de indumentaria (Conferencia). Lorena Rodríguez Lain [Universidad de la Empresa (UDE) - Uruguay]

Si estás pensando en hacer una colección o desarrollar un producto hay una serie de pasos que deberíamos dar para tener mayores oportunidades de éxito y no depender exclusivamente de un instante de inspiración divina.

E030. Diseñando en un nuevo mundo... Digital (Conferencia). Agustín Gomez Vega [Noblink TV S.A. - Argentina]

Un acercamiento a los principales factores invisibles que modifican el diseño para generar un producto exitoso. Cuatro nuevos aspectos del diseño digital vistos desde la óptica de los medios. Y como los medios, se transforman en productos y los productos se transforman en medios que compiten día a día en nuevos espacios que nunca imaginamos. Ejemplos prácticos con las mejores prácticas sobre casos de éxito reales de las cadenas más grandes de cable.

E031. Diseñando tu emprendimiento: de las ideas a la acción (Conferencia). Alejandro Lang y Guido Olomdzski [Filous - Argentina]

De la creatividad a la innovación: El tránsito de la incertidumbre al riesgo medible. Estudio del modelo incertidumbre - riesgo. La detección de una oportunidad medible y objetiva, el desarrollo de un prototipo, el equipo y la venta de la idea para validar e implementar nuestras ideas.

E032. El Rol de Consultor en Comunicaciones Internas (Conferencia). Marco Arru [COMUNIX - Argentina]

Presentar las posibilidades de crecer como consultor de comunicaciones internas y su orientación para el logro de los objetivos organizacionales. El rol del CI debe estar orientado a tender puentes entre las partes involucradas en la organización, a compartir, poner en común, y orientar los esfuerzos al logro de los objetivos organizacionales.

E033. Importancia del color en el diseño (Conferencia). In-dira Velasquez [Centro Gráfico de Tecnología - Venezuela]

La importancia del color como un acelerador y parte fundamental en el diseño. El color como elemento expre-

sivo que debe ser utilizado por diseñadores, tomando en cuenta tres diferentes aplicaciones: El color denotativo, el color connotativo y el color esquemático.

E034. Observar con ojos tipográficos (Conferencia). Carolina Giovagnoli [Huerta Tipográfica - Argentina]

Se expondrá la problemática del diseño de una tipografía que aborda las particularidades de un idioma específico. El desafío que planteo es observar/estudiar una gramática con ojos tipográfico. ¿Cuál es el aporte que la gramática hace al tipógrafo? Si la gramática contiene las reglas de construcción de un idioma, encontraré allí las pautas para diseñar una fuente que optimice la lectura en esa lengua? El relato se apoya en la descripción del proceso de diseño de Andada ht, una cara amigable a un recorrido que parecía aburrido.

E035. ¿Trabajar para grandes marcas? No siempre es lo mas divertido (Conferencia). Daniel Selser [2menarmy.com - Argentina]

Desde el momento que empezamos a estudiar diseño soñamos trabajar para grandes marcas, pero la experiencia nos demuestra que no siempre es la opción correcta. El trabajar para una marca pequeña o que recién está dando sus primeros pasos nos puede abrir un mundo de posibilidades y experiencia que seguramente no vamos a lograr si lo hacemos para una marca ya reconocida.

E036. Clasifique, organice y retoque 100 fotos en minutos (Conferencia). Luis Lopez Jubin [Hastaller Comunicación Visual - Uruguay]

Muchas veces nos sentimos abrumados por la falta de tiempo para terminar un catálogo, página web o simplemente para subir nuestras mejores fotos a Facebook, por suerte existen técnicas que nos hacen ganar en eficacia y eficiencia. Con el uso inteligente de las herramientas Adobe Bridge, Camara Raw y Photoshop podemos retocar cientos de fotos en muy poco tiempo. En esta conferencia se mostrará como realizar retoques, en pocos pasos, a un gran número de fotos en apenas unos minutos.

E037. Cómo presupuestar diseño. (Conferencia). Jorge Piazza [redargenta - Argentina]

Requerimos imperiosamente de un método para poder adjudicarle un precio a los servicios que ofrecen las estructuras de diseño. Somos parte de un mercado donde el único accionar orientado a nivelar precios esta constituido por tarifarios, no siendo estos más que una referencia surgida a partir de encuestas realizadas a diseñadores. Lo que la charla busca aportar es justamente un método que nos permita deducir precios con una base lógica, e interpretar el por qué de las innumerables variables que esos precios pueden tener en el mercado, que no están regidas por la intangibilidad propia de la palabra creatividad, sino por diversas situaciones mucho más concretas y palpables, las cuales deben ser gobernadas en forma consciente.

E038. Cómo redactar mejores posteos y tweets (Conferencia). Ricardo Palmieri [Consultora Redacción: Palmieri - Argentina]

Cómo redactar de un modo distinto al publicitario, al organizacional y al periodístico, para generar empatía y emociones en las redes sociales.

E039. Creación de portfolios con Adobe Muse e InDesign (Conferencia). Silvia Lifman [La Teacher - Argentina]

Cómo a partir de activos generados en programas como Photoshop, Illustrator y Edge Animate, podemos desarrollar portfolios aptos para la web tanto como para la distribución digital en otros formatos utilizando Adobe Muse e Indesign.

E040. Diseñando para Ecommerce en un mundo multipantalla (Conferencia). José Abuchaem [Tienda Nube - Argentina]

Diseñar una tienda en Internet, con foco en el comercio electrónico y la generación de ventas presenta desafíos adicionales a un sitio web tradicional. Más aun, el vertiginoso crecimiento de los dispositivos móviles, los cuales ya representan aproximadamente el 10% del tráfico de Internet en Latinoamérica, nos obliga a adaptar nuestros diseños para este nuevo mundo multipantalla.

E041. Diseño de modelos gráficos de managment (Conferencia). Luis Alberto Sorgentini [Universidad Nacional de La Plata - Argentina]

Como resultado de la convergencia tecnológica y el teletrabajo, los profesionales del diseño participamos de prácticas interdisciplinarias de diseño colaborativo en redes profesionales. Tales colectivos exigen el cumplimiento de normas internacionales para, por ejemplo, producir prototipos en máquinas herramientas remotas. Las normas suelen resultar restrictivas de la creatividad. Las cinco disciplinas del coaching por escenarios establecen una tensión entre Normas ISO y autogestión preservando espacios de creación libre dentro de la rigidez de las normas.

E042. Ilustración infantil en editoriales (Conferencia). Andrés Oliva [Duoc UC - Chile]

Cómo se desarrollan ilustraciones infantiles tanto para editoriales, como para series de televisión, publicidad, material educativo y empresas y el trabajo en equipo con editores, directores de arte y diseñadores.

E043. La imagen, el texto y el lector en el libro álbum (Conferencia). Marcelo Emilio Bianchi Bustos y Miriam Estrella Persiani de Santamarina [CIE de Pilar / Universidad de Palermo - Argentina]

Se trabajará a partir de la noción del libro álbum, sus potencialidades y sus maneras de leer. La aparición de este nuevo tipo de libro en el mercado editorial, en bibliotecas y librerías es un significativo aporte a la literatura universal pero con un cambio significativo en lo referente a la relación entre texto e imagen.

E044. La moda ilustrada, he ahí la cuestión (Conferencia). Eduardo José Rodríguez Meliá [IAVQ (Instituto de Artes Visuales de Quito) - Cuba]

Se trata de presentar no sólo los nuevos estilos de ilustración relacionadas con el universo Moda, sino mostrar las diferentes potencialidades del dibujo, la importancia del

trazo como parte de la identidad del diseñador, el proceso visceral desde el boceto hasta la representación a través de diferentes técnicas como el lápiz, técnicas mixtas o Corel Draw: simple mimesis o interpretación consciente de nuestra cotidianidad dependerá de la intencionalidad de quien nos ilustre, al mejor estilo de “ser o no ser”.

E045. Lo real de lo virtual, la discusión eterna (Conferencia). Julieta Alba Orliacq [Residencia Geriátrica Dr. Luis Patiño Jaeger - Argentina]

En estos días es común asociar lo virtual a lo falso, pensar en la virtualidad como una gran ilusión que engaña a los sentidos. Se recorrerá el proceso que debe atravesar un objeto del mundo físico para convertirse en virtual, con el objetivo de hallar esas pequeñas pistas que permitan afirmar lo contrario.

E046. Marketing de contenidos: la mente decide con la emoción (Conferencia). Victoria Cravino y Esteban Firbeda [Argentina]

El arte de entender exactamente qué necesita el público el momento justo y a la persona indicada. Se trata de manifestar contenido relevante y preciso. Descripción de los distintos tipos de contenido y momentos oportunos, Beneficios, diferencias con la estrategia de contenido y ejemplos prácticos de empresas exitosas.

E047. Pensar con imágenes, creatividad para pensar (Conferencia). Gustavo Martin [Argentina]

La estimulación del pensamiento creativo para generar más y mejores ideas que den como resultado imágenes que logren sobresalir en los medios de comunicación o en el espacio público.

E048. Vendo luego existo (Conferencia). Germán Roldan (Sonny Roger) [Street Motion - Argentina]

La venta como proceso primario de cualquier emprendimiento (sea servicio o producto) es de vital importancia para la subsistencia del mismo. Qué, cómo y a quién le vendemos. Charla para emprendedores que deseen vender más y quieran comprender el mágico proceso de la venta. Marketing y mercado. Cómo conseguir mas clientes.

E049. ¿Desde dónde vienen las ideas? (Invitado de Honor). Felipe Taborda [Brasil]

Nuevos ejemplos de trabajos donde se muestra el origen de los pensamientos y conceptos.

E050. 한글 Hangeul. Forma y expresión de la escritura coreana (Taller Croma). Andrea Arosa [FADU - UBA - Argentina]

En la actualidad, a raíz de la creciente influencia del Hallyu (Ola Coreana) aumenta el interés en el hangeul como recurso cultural, tanto en Corea como en el mundo. En Oriente existe la expresión “La escritura es la persona misma”. El alfabeto coreano 한글, reconocido mundialmente y registrado en la Memoria del Mundo de la UNESCO, no está limitado al dominio de los lingüistas. Permite ahondar en el conocimiento sobre Corea y su identidad, así como plantea una fuente de investigación que lo convierte en tema en áreas como el diseño, la moda, la arquitectura, el cine y la danza. Por ello nos

proponemos recorrer su estructura lógica y científica y explorar la riqueza formal.

E051. Arte en hilos (Taller Croma). Amparo Villarreal [Argentina]

El universo de los hilos permite infinitas posibilidades a la hora de crear e inventar siluetas. Este taller está dirigido a aquellos con ganas de desarrollar habilidades en el campo del dibujo bordando con hilo y aguja una imagen de manera libre. Compartir la experiencia del bordado en grupo y así explorar la creatividad desarrollando distintas técnicas o incluso personales que rompan los esquemas de las técnicas tradicionales de bordado.

E052. Creación de Personaje (Taller Croma). Juan Devoto [Argentina]

Utilizando “el juego” como disparador creativo, trabajaremos en la elaboración de múltiples personajes combinando diversas consignas, formas y herramientas. Para luego seleccionar y profundizar el trabajo hasta llegar a un personaje amigo final. Enriqueciendo, así, las posibilidades expresivas, facilitando la creación, y ayudando a la búsqueda de un estilo personal.

E053. Figuraciones abstractas (Taller Croma). Francisco Miranda [Argentina]

Se propone ahondar en la búsqueda de un lenguaje y estilo personal dentro del campo de la ilustración, trabajando con grillas como elementos compositivos y estructurales. Se propone el ejercicio como una técnica de desbloqueo y una manera de perder el miedo ante la hoja en blanco. El objetivo es encontrarnos con el paisaje, con la abstracción. Partiendo de un trazo inicial y espontáneo alinearemos la forma, levantaremos su estructura, la volveremos consciente, estudiada, medida, abstracta; hasta que nos devuelva su significado. La abstracción se trabajará en un proceso inconsciente-consciente-inconsciente. Buscando la estructuración de las formas de la naturaleza, nos encontraremos con nuestras propias figuraciones abstractas.

E054. Ilustración con stencil (Taller Croma). Claudiana Cordeiro y Montenegro Marildo [Brasil]

El stencil es una técnica utilizada para implementar un diseño que puede representar un número, letra, ilustración o cualquier otra forma o imagen figurativa o abstracta a través de la aplicación de la pintura, aerosol, entre otros, por el corte o perforación en el papel o acetato. Éste también es una forma muy popular de graffiti por su aplicación rápida y sencilla. En dicho taller vamos a utilizar los materiales del hogar que encontramos en la calle, cocina y cuarto de baño de nuestras casas consiguiendo así apoyo para las propias ilustraciones.

E055. Kawaiization. Personajes japoneses no tradicionales (Taller Croma). César Zanardi [Freelance - Argentina]

Durante los últimos años, la palabra Kawaii, pasó de ser un simple adjetivo del idioma japonés a transformarse en un término global que representa una línea estética e incluso un estilo de vida. Pasando por distintas áreas del diseño y la comunicación visual japonesa, se hace un recorrido visual por diversas épocas y estilos hasta

llegar a la actualidad y sus múltiples aplicaciones. Diseño japonés de personajes y mascotas para uso comercial.

E056. La licuadora (Taller Croma). Florencia Grinszpan y Verónica Gatti [Argentina]

La Licuadora es un taller que propone un viaje por la propia persona para conocernos y a partir del registro de lo que somos encarar la creación.

E057. Lettering Stencil (Taller Croma). Juan Reyes [Duoc UC - Chile]

Confección de un stencil utilizando el lettering como el mensaje. Se ejercitará la creatividad, la habilidad de composición con un medio de comunicación alternativo y con técnicas de impresión casera.

E058. Taller de Caricaturas (Taller Croma). Andrea Toledo [Che contenidos - Argentina]

Estudio de anatomía del rostro, rasgos, exageración, proporciones. Dibujo y boceto con formas geométricas. Luces y sombras. Se verán técnicas como el grafito, acuarelas, acrílicos, lápices, tintas.

E059. Tu biografía en formato de fanzine (Taller Croma). Federico Lamas [Argentina]

Taller para pensar, maquetar y diseñar una pequeña publicación, que contenga una biografía del mismo autor. Objetivos Con este ejercicio atravesaremos conceptos básicos de cualquier publicación como son: el diseño, la diagramación, la redacción, el estilo: cómo construir una poética propia y cómo darle valor, entre otras cosas.

E060. Behavioral Brand: un nuevo abordaje para el branding (Conferencia). Jonathan Tessaro [Alice Behavioral Brands - Brasil]

Una reflexión sobre los cambios del mundo, de las personas y de la sociedad y sobre el hecho de muchas marcas no acompañaren y reaccionaren a estos cambios, presentando un nuevo abordaje para el branding a partir del concepto de marca comportamental. En un contexto en el que los consumidores han cambiado y tienen muchas informaciones que les dan poder, surge un descrédito generalizado en los mensajes de las marcas y un deseo de interferir en la realidad. Existe una participación activa de las personas en la construcción de la imagen de las marcas y las expectativas de los consumidores son ilimitadas, deseando cada vez más la verdad y experiencias memorables.

E061. Cómo transformar mi profesión en un emprendimiento (Conferencia). Melisa Castro [Emprender Mejor - Argentina]

Brindar herramientas teórico-prácticas para que estudiantes y graduados de diseño puedan profesionalizar sus actividades profesionalizando sus aptitudes y acciones. ¿Querés vivir de tu hobby o profesión en forma independiente? Aprendé cómo aumentar tu potencial y transformar tu nombre en una marca con valor.

E062. Dimensiones comunicativas del profesional hoy (Conferencia). Andrés Barrios Rubio [Colombia]

El de hoy es un entorno en el que todos los días los medios sufren cambios estructurales y funcionales que los

obligan a replantear su accionar y a reinventar sus usos y esquemas; se puede decir que se está inmerso en un mundo en el que se pasó de una cultura de imprenta a una cultura de la pantalla donde surgen nuevas prácticas sociales que crean dispositivos a la medida de cada uno, elementos en los que conjugan el texto, el audio y el video configurando nuevos medios en los que se generan nuevas formas de interacción.

E063. Diseño social: inteligencia aplicada a mejorar la vida de las personas (Conferencia). María Itatí Cabral [Fundación Sagrada Familia - Argentina]

La interrelación entre diseño, sustentabilidad y hábitat desde la experiencia del programa Sume Materiales, de Fundación Sagrada Familia. Elementos de la cadena de valor, procesos y presupuestación. Variables de éxito en la articulación de los actores de la cadena de valor. Cómo detectar el scrap reutilizable. Cómo se calculan los costos al recuperar material preexistente. Qué tener en cuenta al pensar el diseño en contextos habitacionales precarios. Cómo se incorpora la visión del usuario en el diseño del producto.

E064. El Diseño gráfico + Preimpresión - Preprensa. Los nuevos procedimientos previos para generar impresos. (Conferencia). Hugo Máximo Santarsiero [Estudio Santarsiero - Argentina]

Proveer todas las nuevas herramientas de trabajo para facilitar el desarrollo y tratamiento de artes digitales generados por los diseñadores gráficos. Cómo hacerlos para poder emplearlos en las nuevas tecnologías disponibles. ¿Conocen las agencias de publicidad y estudios de diseño todo el poder de producción y amplia tecnología para la preimpresión/preprensa, disponibles? ¿Cómo hacer que llegue esa tan importante información a éstas áreas, cómo implementar programas de difusión?. Lograr que se tome conciencia del poder de desarrollo en ésta área de la gráfica y diseñen sin inconvenientes y con toda la creatividad.

E065. El diseño web, un lienzo en blanco digital (Conferencia). Francisca Romero [Universidad Santo Tomás / Instituto Profesional AIEP - Chile]

El Diseño Web es una disciplina poco explorada desde el punto de vista de la profesión del Diseño. En su poco más de veinte años siempre fue materia de estudio su parte operativa y de funcionamiento o *Back-end*, por tanto el diseño de la interfaz o *Front-end* estuvo por mucho tiempo en segundo plano no fue hasta la aparición de Flash que los diseñadores lograron mayor participación en este ámbito. Hoy en día la interfaz de un sitio web es muy importante, más con la interacción con los distintos dispositivos móviles existentes, sin embargo aún falta que el diseño como profesión se dedique ampliamente a su discusión y aplicación de sus criterios dada su potencialidad.

E066. Elegí colores propios: corrección cromática en RAW (Conferencia). Ignacio Steinsleger [ISEC - Argentina]

El lenguaje del color se volvió una parte primordial dentro de la estética que buscamos en nuestro proceso creativo y profesional. Observamos cómo las herramien-

tas gráficas cada vez más impulsan la alteración de los mismos en búsqueda de climas específicos, como el simple hecho de emular un virado analógico. El detalle fino de nuestras fotografías se define a través de decisiones específicas. La propuesta que presento está basada en que pueda incorporarse conocimiento teórico-práctico del proceso de edición de la imagen digital (tanto fija como en movimiento) a fin de obtener resultados de calidad óptima.

E067. Gestión efectiva del tiempo para diseñadores (Conferencia). Sindy Jakelinne Rodríguez Perilla [Industrias Donsson - Colombia]

Determinar la manera adecuada de administrar el tiempo para facilitar la realización de actividades que logren excelentes resultados invirtiendo tiempo de calidad. Identificar el tiempo como recurso, para entender su importancia en la consecución de resultados creativos, diferenciar lo importante de lo urgente. Describir los hábitos y dificultades que impiden el manejo efectivo del tiempo para aplicarlos de acuerdo al entorno de cada persona. Diferenciar las herramientas actuales para administrar el tiempo y así reconocer cuales son más aplicables de acuerdo al entorno personal. Aplicar a través de un ejemplo una simulación de situación laboral y personal real para cumplir con un proyecto creativo.

E068. La representación visual de los Héroes latinoamericanos (Conferencia). María Belén Garcés [Da Tinta Studio - Ecuador]

A partir de los Bicentenarios de independencia en toda Latinoamérica, comienza un “boom” heroico en donde los héroes precursores de la libertad empiezan a bajar de los altares. Pasan de esa construcción del héroe todopoderoso y padre del estado-nación a un héroe más humano, más accesible a la gente, en donde a través de su humanización se dignifica. La industria cultural ha tenido mucho que ver en ello, ya que se han creado nuevos héroes y se han modificado los héroes nacionales y tradicionalmente históricos, utilizando nuevos formatos.

E069. Movie Marketing. Técnicas infalibles para marcas protagonistas (Conferencia). Santiago Pulecio [Pulecio DSC*, Knock Out, L.A Different - Colombia]

Las claves del lenguaje cinematográfico aplicadas al marketing. Cómo convertir al consumidor en un espectador feliz. La construcción de íconos inolvidables. El impacto cultural del mercadeo basado en historias. Domina las 10 técnicas y te convertirás en un artista.

E070. 10 claves para el organizador de eventos corporativos (Conferencia). Silvina Cardoso Souza [Sociedad Secreta Eventos - Argentina]

El rol del líder en el diseño y planificación de un evento como factor fundamental para lograr un resultado memorable. Una fórmula en 10 claves, que transita las oportunidades, la relación con los clientes y proveedores estratégicos, para crear, diseñar y comunicar eventos corporativos diferenciadores y multiplicadores.

E071. Diseñando objetos con la corriente Funcionalista (Conferencia). Jimena Patiño Navas [Colombia]

Se busca identificar teóricamente los postulados funcionalistas e incorporarlos de manera práctica en la metodología proyectual para el diseño de productos industriales. Serán presentados los ejemplos actuales de la aplicación y evolución de la tendencia. Cómo fueron aplicadas las matemáticas por la corriente Funcionalista, en especial la geometría en el diseño de los electrodomésticos de la marca Braun. Se mostrarán algunos productos diseñados por Fritz Eichler y Dieter Rams, para vislumbrar la construcción geométrica a partir de formas simples y elementales como son el rectángulo, el círculo y el cuadrado, además de las reglas de proporciones utilizadas.

E072. El Método Empático (Conferencia). Miguel Carruego [PepsiCo - Argentina]

El Método Empático es una metodología de diseño centrado en el usuario. La propuesta consiste en utilizar la empatía como método para tomar decisiones de diseño, siendo que la completa ejecución de procesos (planificar, investigar, diseñar, construir, medir) no siempre es aplicable en el mundo real.

E073. La nueva arquitectura del vestido (Conferencia). Andrea Piraquive [Colombia]

Desde hace un par de décadas se han presentado cambios en las tendencias de la moda y el diseño en general. Esta innovación se ha establecido en mayor medida a través de la desestructuración. Se analizará la influencia que ha ejercido la deconstrucción en el diseño de indumentaria por medio de su relación ya establecida con la arquitectura, logrando un método innovador en la producción de prendas de vestir a través de las experimentaciones estructurales, morfológicas y estéticas que traen consigo una nueva técnica denominada moltería experimental.

E074. Prototipagem Rápida e desenvolvimento de ecoprodutos (Conferencia). Leonardo Oliveira Gomes [Escola de Arquitetura e Design UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais - Brasil]

A Prototipagem Rápida representa o novo paradigma de desenvolvimento de produto. Sua tecnologia e desdobramentos como a construção rápida de ferramentas e a produção rápida impactam de sobremaneira a atual forma de criar produtos. Focando em três áreas de criação (design, arquitetura e engenharias) este artigo traça o atual cenário tecnológico, no qual sistemas digitais de auxílio ao desenvolvimento se relacionam com sistemas de avaliação de impacto ambiental, com sistemas de modelagem de informação de construção e com sistemas de simulação, gerando o primeiro cenário real (mesmo que virtual) consistente e ideal para o desenvolvimento de produtos eco-orientados e sustentáveis.

E075. Valor textil de la fibra de lana en el diseño sudamericano (Conferencia). Pablo Emanuel Insaurraldi [Argentina]

En nuestra región la industria Lanera fue desarrollada desde mediados del siglo XIX, y en la última década Argentina y Uruguay se alternan año a año el tercer lugar en el podio de los principales países exportadores de lana del mundo, pero en su mayoría solo como un commodity agropecuario, ya que más del 80% de dicha exportación

se hace como lana sucia o en productos intermedios (lana lavada o top de lana). Desde este marco teórico, creemos la necesidad de plantear este debate desde el diseño. La Necesidad de generar productos y aplicaciones de esta fibra, para poder desarrollar el valor agregado de origen, con un desarrollo sustentable y sostenible, buscando estos mercados como futuros consumidores de productos textiles latinoamericanos, y no solo de nuestras materias primas.

E076. Vestigios del Plan de Publicidad en una campaña publicitaria (Conferencia). Luis Fernando Téllez Jerez [Fundación Universitaria Comfenalco Santander UNC - Colombia]

En la planificación de una campaña publicitaria se tienen en cuenta elementos para la construcción de marca. Gracias a ellos podremos definir la caracterización del producto a mostrar a nuestro grupo objetivo en la campaña. Para construir marca debemos tener en cuenta dos variables: El análisis como marca y el análisis como empresa; a cada variable se le anexan características que le dan vida; esta conferencia mostrará su aplicación correcta y instruirá al asistente en redacción publicitaria, semántica y conceptos creativos para construir correctamente estos elementos.

E077. Diseño de transición: transición social del diseño-led hacia un futuro más sostenible (Conferencia). Terry Irwin [Estados Unidos]

Terry Irwin, Directora de la School of Design al Carnegie Mellon University discutirá cómo la Facultad y los investigadores en el CMU están explorando nuevos caminos del pensamiento sobre el diseño y su rol en el Siglo XXI. Discutirá sobre la necesidad de una mayor colaboración entre lo académico y lo práctico y elevará una invitación a los diseñadores y educadores en Sudamérica a reunirse e involucrarse en el concepto de Diseño de Transición. El Diseño de Transición es un marco para la práctica, el estudio y la investigación del diseño que llama al cambio en el diseño-led social. Se focaliza en la re-concepción de los estilos de vida que son ubicados tanto en lo regional como en lo global, en la conciencia y el intercambio de información y tecnología, del localismo cosmopolita.

E078. Gestión y autogestión en la ilustración (Invitado de Honor). Laura Varsky [Argentina]

El manejo profesional de la actividad: presupuestos, contratos y pagos. La autogestión: sus razones, modos de realización y ejemplos personales.

E079. Branding en la moda (Conferencia). Silvana Demone [Vibra diseño - Argentina]

¿Qué es el Branding?, ¿Cómo se construye una marca de diseño?, ¿Para qué sirve diseñar una buena imagen corporativa? Sus componentes, cómo comunicar nuestra marca, relación con su target, utilización óptima de redes sociales, eventos. Aplicación al campo de la moda, desde el branding sensorial hasta el estilismo de la marca.

E080. Comunicación y marketing para diseñadores (Conferencia). María Victoria Matozo Martínez [Argentina]

¿Cómo proyectar un negocio propio o trabajar de manera freelance? ¿Cómo presentarse? ¿Cómo actuar frente a la

competencia? ¿Cómo realizar una exitosa reunión con clientes? Serán algunas de las preguntas que resolveremos. Aprenderemos a detectar Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, analizándonos a nosotros mismos como Marca. Conceptos teóricos que nos permitirán realizar un diagnóstico de nuestra estrategia de marketing actual para plantear una estrategia exitosa a futuro.

E081. Cook Design. Recetas de diseño (Conferencia). Patricia Claudia Barrios [Patricia Barrios - Argentina]

“Es posible que los demás olviden lo que usted les ha dicho, pero no cómo los ha hecho sentir”. Este es el secreto de la verdadera “cocina del diseño”. ¿Qué ingredientes y condimentos son los mejores para lograr un producto de autor? Una guía con las mejores herramientas y excelentes consejos que le permitirán comunicarse de forma más eficaz, donde el estudiante o profesional llegará a ser más efectivo en su trabajo y en la vida. Además se presentarán sofisticados procesos de trabajo con secretos revelados para lograr sabores únicos.

E082. Crowdfunding. Cómo aplicarlo para financiar proyectos creativos (Conferencia). María Jimena Cárdenas Zamora [VFB Consultores - Argentina]

El poder del crowdfunding: de qué se trata, un poco de historia, elementos básicos. Tipos de crowdfunding. El mercado mundial y las plataformas de financiamiento online más conocidas. El diseño del proyecto de crowdfunding: revisando el proyecto creativo. Cómo elegir la plataforma de financiamiento on-line. Elaborando las recompensas: categorías, costos, logística. Presupuesto y costos. Cómo generar la campaña de crowdfunding desde cero. Difusión y comunicación en redes sociales.

E083. Cuando el color no es evidente (Conferencia). Soledad González [Concepto Imagen - Argentina]

El color es protagonista fundamental de las percepciones y sensaciones. Recrea nuestra realidad y da un contexto a muchos incentivos, no es solamente un complemento determina fenómenos psicológicos y fisiológicos que nos influyen y modifican constantemente. Debemos conocer sus significados, su historia y los estímulos que genera. Se desarrollarán los elementos básicos de la teoría del color, el color y las sensaciones, su la psicología y fisiología.

E084. Diez puntos esenciales para mejorar tus fotografías (Conferencia). Mariano Molinari [MolinariPixel - Argentina]

Una guía práctica para que tus fotografías para impresión y web sean mejores. Preproducción. Postproducción: ¿Lightroom o Photoshop? Uso de lentes. Calibración de monitor Dirección de modelos. Control numérico de archivos. Protección de datos. Transformar tu mirada.

E085. Diseñar el emprendimiento desde una ciudad creativa (Conferencia). Oscar Acuña [Universidad de Viña del Mar - Chile]

El emprendimiento es un camino para el diseño, más aún para aquellos diseñadores insertos en ciudades creativas en Latinoamérica. Es sin duda una competencia del diseñador, una manera de enfrentar al caos actuando: Para ello el entorno es fundamental como fuente de ob-

servación, inspiración y aceleración de la creatividad. En Chile, estudios sobre las industrias creativas hablan del 40% de los diseñadores por el camino del emprendimiento, la realidad es similar en otros países de Sudamérica. Se pondrán en discusión elementos favorables para crear un entorno de emprendimiento conducido por el diseño.

E086. El diseño en la construcción de marca (Conferencia). Maicol Jiménez [Realismo Mágico - Colombia]

Un panorama de la importancia en la integración interdisciplinaria entre consumidores, diseño, publicidad, marketing y gerencia en la administración de marcas. También presentará un conjunto de herramientas que permiten comunicarse y destacar frente al público objetivo, aspecto clave en un momento donde la presencia de marcas se amplía en forma geométrica.

E087. El precio del diseño (Conferencia). María Alejandra Cristofani [Universidad de Palermo - Argentina]

La dificultad que representa para los diseñadores la fijación de un precio para el producto o servicio que ofrecen. La evaluación del “valor agregado” que representa el diseño para los productos y su transformación en una “ventaja competitiva” son las claves para la conversión del mismo en un negocio rentable.

E088. La noticia hecha gráfico (Conferencia). Juan Carlos Escobar [Diario La Capital - Argentina]

Un recorrido por la historia de la infografía periodística impresa, desde sus orígenes hasta nuestros días. El paso a paso para desarrollar un gráfico y las distintas posibilidades de representar una noticia por este medio.

E089. Ley de modelos y diseños industriales en Argentina (Conferencia). Liberto Pardillos [Instituto Nacional de la Propiedad Industrial - Argentina]

Los avances tecnológicos superaron los alcances de la actual legislación que rige el registro de Modelos y Diseños Industriales en nuestro país. Es por ello que desde el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial se propone una reforma que permita que diseñadores y potenciales usuarios puedan acceder al mismo de una manera más amigable. Se abordarán los principales ejes del sistema de registro: la definición de lo que constituye un Modelo y Diseño Industrial, sus diferencias con las Marcas, Patentes y Derecho de Autor. Asimismo, divulgación destructora de la novedad, renovación, dibujos y descripciones, entre otros temas.

E090. Nuevas prácticas de difusión y distribución de contenidos musicales (Conferencia). Guillermo Weibchen [Camuflaje - Argentina]

El vínculo entre el diseño, la comunicación y la distribución y difusión del contenido está cambiando. Desde hace más de una década la industria del contenido, puntualmente musical, ha entrado en un colapso provocado por los avances tecnológicos (entre ellos Internet) y el cambio en las prácticas sociales de los consumidores. Esto plantea a futuro la desaparición de soportes y roles que los diseñadores y comunicadores desarrollan desde hace varias décadas. Pero los nuevos medios y prácticas de los consumidores y productores de contenido, abren

nuevas puertas y roles que los comunicadores deben aprovechar.

E091. Bases biológicas de la observación en el proceso de diseño (Conferencia). José Araya y María José Araya Leon [Universidad de Santiago de Chile - Chile]

Un planteamiento de fundamento biológico para explicar el operar del ser humano en el lenguaje y su implicancia hacia la configuración de procesos creativos, en la observación de situaciones de actividad humana y descubrir en ellas oportunidades de inducir nuevas y mejores prácticas, mediante el diseño e introducción de artefactos o mecanismos de coordinación, facilitadores de las actividades comprendidas.

E092. Diseñando una nueva forma. Rediseño de Galicia Office (Conferencia). Natali Salazar Paredes [Perú]

Actualmente, todavía existen muchas empresas de sistemas, que consideran al diseño como un simple *Look and feel*. Es a través de las distintas etapas del proceso de rediseño del sistema de transacciones online del banco Galicia, Galicia Office, donde queda en evidencia el rol fundamental e indispensable del Diseño. El diseño no es incluido como mero decorado durante y/o al finalizar el proyecto. El diseño es un eje multifuncional en la construcción de una comunicación eficaz.

E093. El poder de la imagen (Tu imagen comunica) (Conferencia). María Belén Mujica [Belén Joyas - Argentina]

Tu imagen comunica. A veces nos preguntamos. ¿Por qué no me seleccionan en el ambiente laboral? ¿Por qué no ven mis aptitudes y cualidades? ¿Por qué los demás me ven de forma equivocada? Aquí te brindaremos las herramientas para que puedas ser una persona de éxito y puedas proyectar todo tu potencial a través de tu imagen y gestos.

E094. Imagens vivas (Conferencia). Gleidson Gouvea da Silva e Mario Nigro [Brasil]

Estimular a mente criativa fazendo ele imaginar e criar mundos, cenas e situações jamais possíveis de vivenciar. Assim trabalhando não apenas a ferramenta, mas sim sua criatividade, levando o aluno a pensar em todos processos criativos e referenciais antes de criar seu projeto, desde a concepção no papel até chegar ao digital e do digital chegar as mídias específicas.

E095. La icografía en la camiseta. Un asomo a la unión de la imagen y la prenda (Conferencia). Fredy Higuera [Universidad de Santander UDES - Colombia]

Los conceptos de moda y consumo que parecieran haber ido siempre de la mano, se han encontrado hasta hace poco dentro de nuestra sociedad mediática que rápidamente ha impulsado a percibir las imágenes como arquetipos a seguir. La camiseta, hace parte de los productos que atienden a una necesidad básica del ser humano que estaría relacionada con el cobijo, pero decir eso estaría dejando a un lado características humanas con respecto a los objetos como, los deseos, los mitos y los segundos significados que rodean los objetos de consumo.

E096. Más allá de los test A/B, UX orientado a la conversión (Conferencia). Rafael Buitrago [VivaReal Inc. - Colombia]

Un análisis a las pruebas de optimización (Test AB) como herramientas para enriquecer la experiencia del usuario, comprender su comportamiento, mejorar el ROI (Retorno de la inversión), y potenciar el desempeño de los equipos de UX.

E097. Pensar moda para o Hemisfério Sul (Conferencia). Patrícia Sant'Anna e Layla Mendes [Instituto Europeo de Design (IED-SP) - Brasil]

A Europa é o continente-berço da moda, suas referências são indiscutivelmente relevantes. Através da internet, tempo e espaço tomam outra conotação, sendo possível chegar aos lugares mais remotos do globo. Pensando a moda hoje como lifestyle, a rede expõe outros modos de vida anteriormente inacessíveis. Analisando o Hemisfério Sul, notamos uma grande semelhança de lifestyles. Os elementos físicos e geográficos dialogam entre si. Há similaridades em suas formações culturais. Boa parte está em desenvolvimento econômico. Para sanar este novo desejo de consumo, tão necessitado de valores locais, é que se faz sentido pensar em moda para o Hemisfério Sul.

E098. Tipografía histórica ferroviaria (Conferencia). Fabio Eduardo Ares y Octavio Osoros [Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires - Argentina]

Los usos tipográficos históricos de las compañías ferroviarias argentinas. Recuperar y poner en valor la letra histórica ferroviaria como parte sustancial del patrimonio tipográfico argentino. La tipografía ferroviaria es un área prácticamente inexplorada y un tema fundamental para el estudio y la revalorización del patrimonio tipográfico argentino.

E099. Creación de personajes de yeso (Taller Croma). Pablo Saporiti [Adentro Comunicación - Argentina]

En el taller se realizará el bocetado y diseño de un personaje partiendo de muñeco genérico creado en yeso de aprox. 10 cm. de ancho por 15 cm. de alto. No se requieren conocimientos previos, solo un poco de imaginación y experimentación.

E100. Del character al paper toy (Taller Croma). Damián Conci [Argentina]

Clase introductoria de los aspectos generales a tener en cuenta al momento de crear o diseñar personajes ¿qué preguntas debo hacerme? Cómo nace el proyecto “Bola de Nieve”. Realizaremos y trabajaremos en el armado, tuneado y personalizado de un “Bola de Nieve” Paper Toy.

E101. Diseño y customización de tablas de Skate (Taller Croma). Agustín Matías Arguello [Argentina]

Utilizaremos la imaginación y la creatividad para aplicar diseños propios en tablas de skate. Daremos pautas básicas, observaremos y emplearemos diferentes técnicas para pintar una tabla de skate para su uso diario en la calle o como pieza de exposición.

E102. Editorial fanzine (Taller Croma). Santiago Rutter [Argentina]

La idea del taller es desarrollar una pieza editorial fanzine, utilizando dos técnicas el collage y la ilustración. Consiste en poder plasmar una expresión social, política, actualidad, lúdica, bizarra, abstracta, irónica, humorística, etc. Se proyectará a los que participen un bagaje de ideas estéticas que servirán como base y/o introducción inspiradora de diversos géneros gráficos (punk, trash, naif, hipster, pop) que se irán proyectando en la pizarra a modo de inspiración. Luego de una introducción explicativa de diversas piezas y un buen ataque visual estético proyectado, los participantes se pondrán a elaborar su propio editorial fanzine.

E103. Figura humana y movimiento en el Comic (Taller Croma). Cecylia Vivanco [Instituto Cultural Chileno Japonés y Editoriales varias - Chile]

Mostrar la estructura y proporción de la figura humana real y en Comics. Musculatura, manos y pies, además de escorzos con figura en perspectiva, para finalmente poner en movimiento los personajes dibujados.

E104. Fusión entre ilustración, foto y materialidad (Taller Croma). Adri Godoy [Argentina]

El taller tiene como objetivo la experimentación y re-interpretación de materiales. Explotar la creatividad desde diferentes puntos de partida y disparadores para captar un instante único mediante la fotografía. Los alumnos ilustraran improvisando con objetos que tengan. Se charlara sobre la utilización de distintos materiales, colores etc. Una vez realizada las ilustraciones se hablara sobre el clima en la fotografía y sus distintos puntos de vista para la realización final de la obra terminada. Los trabajos finales de las ilustraciones serán editadas por la fotógrafa Adri Godis y se armará un álbum en Facebook, donde los alumnos podrán etiquetarse y compartir su experiencia.

E105. Historietas (dibujar lo que imagino) (Taller Croma). Juan Facundo Saint Pierre [Argentina]

Vamos a intentar hacer nuestros propios comics, dejar que la imaginación fluya, soltar la mano y ponerse a dibujar el comic como medio para mezclar el mundo que nos rodea y nuestro universo interior. Juegos para destrabar la creatividad. Crear personajes e historias, mas juegos. Experimentar con distintos formatos y géneros. Del fanzine al web-comic. Exprimir la cabeza para que salgan ideas, llevar un cuaderno, encontrar inspiración.

E106. Ilustración experimental: Señora Veneno (Taller Croma). Mónica Aguilera y Julián Camilo Cruz [Independiente - Colombia]

Experimentar con técnicas de ilustración y materiales no convencionales, y reflejarlos en piezas, que conceptualmente los ubiquen en un entorno personal, donde lo que nunca es mostrado verá la luz. Veneno se propone como un proyecto en el que cada ilustrador se permita generar personajes e ilustraciones sin la imposición característica de otro tipo de ilustración. El Veneno está descrito como la necesidad de mostrar lo que nadie quiere ver, o lo que siempre se quiere ocultar. Parte de las intenciones, de una mezcla de escritura e ilustración, que permiten desarrollar una propuesta gráfica muy personal.

E107. Introducción al scratch (Taller Croma). Sebastián Rodríguez [Colombia]

Este taller propone un acercamiento al scratch, técnica de ilustración en donde se raya la pintura con una punta de metal fina, después de haber cubierto la pintura (o caseína) con tinta china. Se revisarán diferentes maneras de llevar a cabo dicha técnica, además de varios referentes e imágenes. Después de esta parte a modo de charla, se realizarán una o varias ilustraciones experimentando con la técnica. Se mostrará desde cómo preparar el soporte, hasta la manera de intervenirlo y se propondrán algunos ejercicios como la creación de texturas a partir de tramas. La idea es que el participante juegue con los distintos utensilios y herramientas desde el principio hasta el final del proceso, de esta forma podrá elaborar una pieza gráfica de carácter propio e irrepetible. No se requieren conocimientos previos, sólo buena disposición.

E108. Lettering de graffiti (Taller Croma). Lucas Dominiguez [Argentina]

Este taller propone una vista desde adentro sobre el amplio mundo del graffiti. En esta ocasión, se enseñará a desarrollar y comprender los letrados (lettering) que se ve a diario en las diferentes superficies de la ciudad. Se darán a conocer algunos secretos y trucos para un mejor manejo de los materiales que se utilizan, normalmente, para pintar. De la mano de anécdotas e historias sobre graffiti, aquellos inscriptos en el taller, se verán cada vez más involucrados; De manera tal, que deberán generar su propio estilo de letras y hasta una nueva identidad (Tag o Sobrenombre). La intención del taller es dar un puntapié inicial para aquellos que quieren generar bastos conocimientos sobre esta área, para así comenzar a pintar o vivir más de cerca el sketching de graffiti.

E109. ¿Para qué sirve la teoría? (Invitado de Honor). Norberto Chaves [Argentina]

El papel de las disciplinas teóricas en el aprendizaje del diseño.

E110. Diseñar diariamente (Conferencia). Mercedes Brousson [Argentina]

Una introducción al diseño de diarios y revistas. Cómo surge y cómo se vive actualmente, siguiendo por la estructura actual de un diario. Ejemplos de diarios y revistas del mundo entero. Nos permitirá conocer y conversar sobre este gran oficio que se mantiene durante siglos como una importantísima herramienta de comunicación.

E111. Diseño de iniciativas virales para plataformas digitales: Aspectos Psicológicos y Tecnológicos (Conferencia). Erick Terranova [IMEDIA Social Media Marketing (KAIPUR S.A.) - Ecuador]

Los aspectos más importantes que influyen para que una iniciativa se viralice en plataformas digitales, tanto aspectos psicológicos como tecnológicos, analizando casos de estudios y determinando los parámetros que influyen en el diseño de estas iniciativas (Pueden ser juegos, aplicaciones, etc), de esta manera comprender porque el gran éxito de juegos aparentemente sencillos como Candy Crush o Flappy Birds y en base a este enten-

dimiento poder diseñar iniciativas propias con elementos que faciliten su viralización.

E112. Diseño de packaging, qué hay detrás de un envase (Conferencia). Gustavo Grobe [Chamán Pack - Argentina]

Detrás de un bello envase, existe un mundo de procesos y personas. El diseñador no sólo aporta valor estético. Contener, conservar, proteger son sólo algunas de las muchas funciones del packaging de un producto. Cómo se comienza, y cómo se termina el proceso de diseño de packaging. Cómo detectar puntos críticos en las fases iniciales de un proyecto. Un abordaje práctico a los problemas y contratiempos que se presentan durante el proceso de diseño. Minimizar el impacto en los proveedores y en los procesos de envasado es una parte importante de esta disciplina.

E113. Diseño gráfico en Shanghai: el diálogo China - Occidente (Conferencia). Andrea Pappier [Universidad Nacional de La Plata - Argentina]

El diseño en general y en especial el diseño gráfico en China tiene tanto en su historia como en la actualidad interesantes cruces con las vanguardias de occidente. Analizaremos su origen y características en una metrópolis internacional y cosmopolita como fue y es Shanghai. Analizaremos ejemplos de piezas gráficas y su contexto. Finalmente, veremos algunos ejemplos contemporáneos en los cuales se continúa manifestando en el diseño de Shanghai los cruces con occidente y su diálogo intercultural.

E114. Diseño independiente y emprendedurismo (Conferencia). Bárbara Guerschman y María Eugenia Correa [Universidad de Buenos Aires - Argentina]

Reflexionar acerca del fenómeno del diseño independiente tanto de indumentaria como de objetos, altamente desarrollado en los últimos años en la cultura local. Articular las miradas surgidas de las propias investigaciones provenientes del campo sociológico y antropológico, con las reflexiones, ideas y experiencias emergentes del público participante. Estas ideas serán retomadas y contrastadas con los resultados de las investigaciones de las expositoras.

E115. El modelo de liderazgo de marca y el branding (Conferencia). Ana Paula Schmiedel [Balmash Strategy Group - Brasil]

Antes de diseñar una marca gráfica en el contexto de la identidad corporativa de una empresa o producto, el diseñador debe comprender cómo se construye una marca, que no solamente proyecte una imagen positiva, sino que se vuelva un activo importante para la organización.

E116. El sentido de anticiparse: trends & future (Conferencia). Beatriz Donayre [Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú]

El concepto de tendencia sale a luz para explorar y hallar ideas, caminos y propuestas validadas en la innovación como pilar importante. El adelantarse y presagiar qué es lo que puede gustar o funcionar en mercados futuros es hoy una posibilidad estratégica capaz de ser ejecutada en diferentes ámbitos y formas de consumo. Si bien es el rubro de la moda donde más se explora el tema de

tendencias, esta vertiente ha sabido expandirse a otros ámbitos para hacer posible experiencias de vida transformadoras donde serán los usuarios quienes materialicen las propuestas de innovación a través de sus usos, adquisiciones, recomendaciones y viralizaciones.

E117. Financiamiento y difusión en la era de las redes (Conferencia). Patricio Sabatini [Panal de ideas - Argentina]

La revolución de las redes sociales ha generado un nuevo mundo para la comunicación, interacción y desarrollo para proyectos de todo tipo. Dejamos de ser consumidores pasivos, para pasar a ser Prosumidores. De estas tecnologías, aparece el financiamiento colectivo o *crowdfunding*. Esta herramienta se ha convertido en el nuevo paradigma de producción y gestión cultural mundial.

E118. Gestión de la Propiedad Intelectual para áreas de diseño (Conferencia). Guillermo Navarro [Argentina]

El Derecho de Autor: el concepto, el alcance de la protección, la ley 11723 y los requisitos administrativos para la protección. El Copyright, Copyleft, Creative Commons y nuevas formas de protección on line de obras. Las marcas: el concepto, el alcance de la protección de las marcas y los Modelos y Diseños Industriales: el concepto, el alcance de la protección, su diferencia con otros derechos y las protecciones acumulativas de estos derechos. Problemáticas diarias en el mundo del diseño. Cómo proteger los bocetos, cómo gestionar correctamente las cesiones de derechos de propiedad intelectual y el uso de los trabajos. Cómo abordar los nuevos conflictos legales por el uso de tecnologías.

E119. Grandes marcas de moda: relato de una experiencia europea (Conferencia). Eleonora Contino [Universidad de Palermo - Argentina]

Relato de experiencia profesional en marcas, estudios y diseñadores Europeos en Italia, la cuna del arte, la moda y la confección (Moschino, Jean Paul Gautier, otros). Cómo se presenta un portfolio de un diseñador de Indumentaria o textil. Crear una forma de presentación y un discurso adecuado para el logro de una asunción exitosa en la empresa o venta freelance de sus diseños.

E120. Historias ilustradas en DPS (Digital Publishing Suite) (Conferencia). Fabián Facundo Sieres y Mariana Moreno [Symbar - Argentina]

Maquetar y bocetar un libro Infantil interactivo. Creación de los personajes. Cómo contar una historia animada. Los diferentes programas para bocetar en un Ipad, los distintos efectos, y los mejores programas para crear la ilustración más adecuada al entorno digital. La creatividad, en relación a las herramientas de Adobe InDesign® CC.

E121. Redacción de libretos y guiones para televisión y radio (Conferencia). Luis Buero [Universidad de Morón - Argentina]

Las bases de los medios electrónicos: contenidos, tecnología, recursos (rating/publicidad), contexto social, el guión audiovisual y el guión radial, formatos ficcionales y no ficcionales, diferencias entre el lenguaje literario y el lenguaje dramático.

E122. ¿Cómo diseñar mejor? (Conferencia). Ricardo Castillo [Uruguay]

Brindar herramientas para que cada uno de los participantes pueda potenciar su talento y capacidades logrando reflexionar y ampliar su espectro a la hora de diseñar.

E123. De la sinestesia al diseño. Una propuesta de creatividad experiencial intersensorial. (Conferencia). Omar Muñoz Sánchez y Claudia Inés Vélez Ochoa [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

La sola construcción de marca ya no es suficiente, va más allá, los profesionales del diseño, la publicidad y la comunicación están comprendiendo que la marca tiene una dimensión social y como tal debe estar integrada a la genética corporativa. Es en este proceso donde creatividad ayuda a construir una experiencia verdaderamente memorable entre la marca y el usuario o consumidor. Nuestra propuesta de investigación se desarrolla en la relación entre sinestesia, creatividad y diseño. La sinestesia implica la mezcla de sentidos. Pero cuando esa mezcla de sentidos se presenta al servicio del diseño, surge la oportunidad de abrir nuevos horizontes para la creatividad individual y grupal.

E124. Dispositivos móviles como herramienta para relevamiento y sincronización de información (Conferencia). Maximiliano Costantini [suonper - Argentina]

La época actual en la cual vivimos, vertiginosa y cambiante, nos obliga a buscar nuevos mecanismos de optimización de nuestros tiempos para el conocimiento y procesamiento de las opiniones de la población. El uso de las nuevas tecnologías conjuntamente con el desarrollo de herramientas digitales, nos permite, además, obtener resultados inmediatos para el análisis de mercados, satisfacción del cliente, opiniones y demás. Esta posibilidad nos permite desarrollar estrategias de comunicación, marketing y asesoramiento cuidando las necesidades particulares de cada caso con acciones anticipadas.

E125. Distintas formas de trabajo de una joyera contemporánea (Conferencia). María Solórzano [María Solórzano diseño de joyería contemporánea - México]

Se trata de mostrar un panorama del trabajo real en joyería contemporánea en Latinoamérica, los distintos campos en los que se puede trabajar como independiente, esto es joyería contemporánea refiriéndose a piezas únicas para venta en galerías de arte o museos, piezas sobre pedido y piezas o colecciones diseñadas para repetirse industrialmente que se pueden vender en tiendas de diseño principalmente.

E126. El diseño en el plan de comunicación online (Conferencia). Rosali Majluf y Roxana Garay [Presentes Online - Argentina]

La importancia del diseño gráfico en el plan de comunicación de medios online. Lo que hay que tener en cuenta sobre el diseño como parte del plan de comunicación de una empresa o profesional. Importancia de la adaptación del mismo a los diferentes canales. Diferencia de estética general con campañas específicas. Aplicación del diseño en los diferentes canales virtuales. Avisos online. Atracción del público objetivo. Motivación para el feedback y

la viralización de la pieza gráfica. Tips a tener en cuenta según la red social. Evolución de la importancia del diseño en los medios virtuales.

E127. El ropero de Tom: del cuero a las fibras sintéticas, diseño fetish (Conferencia). Cristian Almirón [FAECC - Roberto Piazza - Armada Argentina - Argentina]

Para un gran número de personas las prácticas sexuales no dependen del acto de desvestirse, sino, todo lo contrario, su goce depende de la vestimenta que se porta en ese momento. Del material, de la silueta o de ambos al mismo tiempo. Es de esta manera que en la cultura Leather FETISH / Leather BDSM, la indumentaria adquiere un conjunto de significados que definen las prácticas, los gustos, y los roles de las relaciones interindividuales. Resulta llamativo como la cultura FETISH a hecho del gusto de una minoría sexual una industria de diseño sustentable que no detiene su crecimiento, y que innova el la introducción de nuevos materiales para su expansión.

E128. Fashion Systema: revisión socio-cultural sobre moda y diseño (Conferencia). Daniela Miranda y Carolina Nicoletti [Chile]

Suponer que la moda solo entrega contenido banales o peor aún que carece de contenidos, es hacer un juicio inocente sobre el entramado que sujeta a unos de los sistemas más influyentes en la escena social de este siglo. Fashion Systema, es una disección al Sistema de la Moda y los mecanismos que ejecuta para instalar discursos hegemónicos de clase, género, tiempo de consumo y cultura. Se analizan los conceptos de Sistema de la Moda, Industria de la moda y Fashion Systema, concretamente, se revisan los principales agentes de la Moda, sus influencias y alcances en la escena psico-socio-cultural.

E129. Introducción al neuromarketing (Conferencia).

Brigitte Giraud [Brigitte Giraud Pret Couture - México] Realmente sabemos qué quiere nuestro consumidor? Nos está diciendo lo que verdaderamente quiere? Lo que sobra en el mundo del marketing es data, ¿estamos llenos de información! Aun así el sector del marketing es el rubro que más se equivoca, hay algo que no estamos entendiendo. Es tiempo de que el marketing y la publicidad se vuelvan más científicos.

E130. La musica en el cine. Una visión artística (Conferencia). Lucas Haedo y Ricardo Braun [Polaris OST - Argentina]

¿Qué es lo que escuchamos cuando vemos un Film? ¿Porqué una misma escena puede dispararnos diferentes emociones dependiendo de la música que suene en ella? ¿Cómo es nuestra visión artística aplicada a la composición de música para medios audiovisuales?

E131. Cómo llevar adelante una editorial en la era digital (Conferencia). Daniel Wolkowicz [Wolkowicz Editores - Argentina]

Cómo desarrollar la tarea de editor en este universo complejo y cambiante que afronta el libro como hecho cultural. Analizar el estado del arte de la problemática editorial en la era digital, como mantener las ediciones

impresas frente al avance del universo multimedial. Convivencias y desencuentros. Los lectores del siglo XXI.

E132. Comunicación para emprendedores (Conferencia). Laura Vaillard [Medialo Consulting - Argentina]

Cuando comenzamos un emprendimiento, dudamos si debemos invertir en comunicación o esperar a que tome forma el proyecto. Hablaremos de cuándo conviene invertir, y cuándo esperar. Mitos sobre comunicación y relaciones públicas. Evaluación de casos reales: errores y aciertos.

E133. Desarrollo de Sistema de señalética de Delta-Terra [Mesa redonda] (Conferencia). Sergio Smirnoff [e-moebius - Argentina]

Desarrollo de programa de comunicación, diseño y ejecución de diseño de DeltaTerra, Reserva Natural en el Delta de Tigre. La implementación abarca desde el diseño del logotipo, manual de estilos, múltiples aplicaciones, piezas institucionales y de marketing, sitio web, sistema iconográfico y de señalética del lugar.

E134. Diseño Gráfico en 28 palabras (Conferencia). Patricia Claudia Barrios [Patricia Barrios - Argentina]

28 consejos de diseño gráfico, con palabras de la A a la Z, en una exposición sensible con una breve fórmula de claves y prácticas metodológicas, para generar piezas gráficas, pensando en el rol del diseñador/comunicador frente al desafío de la construcción de un mensaje potente, con la posibilidad humana maravillosa de crear escenarios únicos; y espacios de contemplación y cuestionamiento.

E135. El Ojo de Iberoamérica 2013. La mejor creatividad de la Región (Conferencia). Ana Degiuseppe [LatinSpots - Argentina]

El Ojo de Iberoamérica es el primer festival internacional con una mirada latina de la publicidad, la comunicación y el entretenimiento, que congrega el talento para integrarlo al mundo. Los pilares, que le dieron origen son la capacitación, la inspiración, el reconocimiento a los mejores trabajos, profesionales y empresas que los crean y, el estímulo para que la industria crezca. En estos 17 años, el festival reúne conferencistas que comparten sus experiencias, como también, muestras, premios y eventos culturales, en la cosmopolita Buenos Aires. Reviví los mejores momentos de El Ojo 2013.

E136. Entender Google y cómo tener un buen posicionamiento web (Conferencia). Andrea Ramirez y Remy Morisot [Doki Doki diseño + comunicación - Ecuador]

Sensibilización sobre los elementos a tener en cuenta para lograr presencia orgánica en los buscadores, a través de una estrategia bien planteada, objetivos y control de los resultados.

E137. Financiando diseño: El espacio creativo pide paso (Conferencia). Cristina Amalia Lopez y Paolo I. G. Bergomi [Asociación Argentina de la Moda / CONPANAC / Modelba / ALADI - Argentina]

El buen diseñador cree en lo que hace. El buen diseñador sabe lo que hace. Para crear y saber se necesita un territorio económico que confluya ambos componentes,

para un resultado productivo y rentable, con beneficio de inserción en los mercados. A estos objetivos debe concurrir el universo de apoyos y facilidades, fundamentalmente desde un sector público con capacidad de valorar el desarrollo productivo y las competencias generadoras de proyectos innovadores y tecnológicos. En este sentido los lineamientos desarrollados por ALADI con el Foro de Ciencia y Tecnología dan al espacio creativo la oportunidad de ser parte del programa "Financiando diseño".

E138. Marketing, neurociencias y diseño (Conferencia). Hernán Diego Serrano [Altos Estudios en Gestión - Argentina]

A partir de la Neurociencias y el estudio del cerebro humano, el Marketing y el Diseño, disciplinas tan importantes para la rentabilidad de una empresa, han encontrado respuestas científicas sobre las decisiones de consumo, los gustos y las preferencias de clientes y consumidores. Las técnicas y tecnologías aplicadas a la Neurociencia, hoy nos permiten entender que sucede en el subconsciente de nuestros cerebros ante una marca, un logo, un producto o una publicidad.

E139. Me recibí, ¡soy interiorista! y ahora qué... (Conferencia). Mariela Carbone y Sandra Domínguez [Interiorismo - diseño de interiores - Argentina]

El camino a recorrer desde la salida de la universidad hasta la puesta en marcha del propio estudio de diseño parece intransitable. Intuimos que varias cosas tienen que confluir al mismo tiempo y en el mismo lugar. Sabemos que es posible, nuestra propia experiencia lo acredita; a pesar de todas las dificultades se puede, con empeño y un poco de coraje bien vale el esfuerzo de hacer lo que nos gusta. Valentía, curiosidad y cautela... ¡no mucho más! Invertir tiempo y algunos dinerillos, ser pacientes, seguir de cerca los objetivos, cumplir etapas, entender las señales y las derrotas, ser perseverantes, estar siempre alerta y aprendiendo, caminar sin prisa pero sin pausa son recursos que siempre nos conducen a un buen puerto. Ir por una ilusión sigue siendo nuestro norte... sumate, ¡te esperamos!

E140. Nuevos conceptos para el diseño de Restaurantes, bares y cafés (Conferencia). Shirley Encarnacion Guido [Diseny Sac - Perú]

El desarrollo del sector gastronómico en los últimos años nos obliga a dar una mirada y replantear nuestros conceptos tradicionales en el diseño para mantenernos vigentes. El cliente cada vez más exigente ahora es un "invitado" y va a nuestro local no solo a comprar comida sino a vivir una "experiencia gastronómica". Como diseñar este servicio de tal forma que la experiencia de nuestros invitados sea "memorable". ¿Hacia dónde van las nuevas tendencias?

E141. Una máquina de producir ideas (Conferencia). Soledad González [Concepto Imagen - Argentina]

A veces parece que nos quedamos sin ideas, pero solo parece. Nuestros cerebros están permanentemente analizando, procesando y proponiendo, solo que por momentos lo hacen por lo bajo. Pero es factible dejar este modo silencioso para lograr ser más creativos; desde comer

bien, pasando por la cantidad y la calidad de sueño, hasta los ejercicios a los que nuestros cerebros son sometidos logran la magia de la creatividad. Por esto es importante aprender a ejercitar el cerebro.

E142. Vivir de la fotografía, mucho más que el día del shooting. De fotógrafo a empresario. (Conferencia). Catalina Hoyos Jaramillo [8A photo - Argentina]

Un panorama general y las herramientas específicas para la gestión y el trabajo como fotógrafo. Análisis de la estructuración y de la puesta en marcha de un estudio de Fotografía de Moda. Se busca puntualizar en la estrategia, a partir de los aportes que pueden brindar el marketing y la administración empresarial, de manera que se le permita al fotógrafo reconocer herramientas específicas para la organización de su actividad como un negocio rentable.

E143. Claves para ganar clientes (Conferencia). Fernando Manuel Vecchio y Evangelina Di Benedetto [VEAL Mecánica Industrial - Argentina]

Incorporar los principios fundamentales para fidelizar clientes como también ideas y estrategias para la conquista de nuevos y potenciales clientes. Desde la creación de confianza (aspecto fundamental para el buen relacionarnos), hasta las principales técnicas para fidelizar y asegurar la permanencia de los buenos clientes.

E144. De la A a la Z, creación y desarrollo de apps móviles (Conferencia). Giseli Bueno [Elemento Design - Brasil]

El mercado de interfaz para aplicaciones móviles (web apps y aplicaciones nativas para smartphones y tablets), con enfoque en iOS apps, que sean atractivos, funcionales, con arquitectura de navegación fácil e intuitiva. Brainstorm, planificación (flujograma), estructuración (wireframe) y design (layout estándar o personalizado, UI Guidelines, design patterns iOS y Android), serán algunos de los temas abordados durante la conferencia. Para ilustrar el contenido, se presentarán casos prácticos, con ejemplos de sitios móviles y aplicativos ya publicados, sus etapas de desarrollo, lanzamiento, aceptación y correcciones, además de actualizaciones de acuerdo a la respuesta de los usuarios.

E145. El indumento comunicador simbólico e icónico de entornos (Conferencia). Lidia Esperanza Alvira Gomez [Corporación unificada Nacional de Educación Superior CUN - Colombia]

El atuendo como símbolo representativo de la historia nacional. La historia de un país puede llegar a ser contada a través de la comunicación simbólica e icónica de los trajes, es por eso que hace tan importante estudiar y analizar la evolución y representatividad en la historia colombiana, no solo porque a través de estos indumentos se pueden determinar espacios temporales de relevancia en la historia nacional, sino porque los atuendos transmiten historias que puntualizan los contextos en que se gestaron.

E146. O papel da Intuição em projetos de Design para Experiência (Conferencia). Leandro Tonetto [Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) - Brasil]

Nas ciências cognitivas, intuição é uma maneira de processar informações e decidir que é baseada em respostas automáticas e afetivas, além de padrões pessoais. O Design para Experiências se ocupa de projetar para despertar ou evitar experiências desejadas nos usuários pelo designer ou pela empresa. Projetar para uma experiência pode ser um processo perigoso, quando é baseado unicamente nos julgamentos do designer, já que as experiências têm base individual. Na conferência, as bases da psicologia cognitiva e do design para experiências são discutidas, a fim de auxiliar os profissionais e estudantes na compreensão de as particularidades de tais projetos.

E147. Obra como artista (siendo arquitecto y curador) (Invitado de Honor). Gaspar Libedinsky [Argentina]

La experiencia como artista plástico del también arquitecto y curador que ha estudiando en Londres y ha diseñado con el mismo rigor obras mínimas de la escala de un par de pantuflas o monumentales como el obelisco porteño y el Parque High Line de Nueva York. Su obra opera en el espacio público y privado mediando entre la escala urbana y la intimidad del cuerpo.

E148. Tendencias del diseño actual en Euroshop 2014 (Conferencia). Alejandro Blitstein y Cristina Palles [Dodecaedro S.A - Argentina]

EuroShop es la feria líder mundial en diseño de tiendas y marketing visual, en la que se dan cita desde líderes del mercado global hasta jóvenes empresas emergentes. Reseña sobre los stands más destacados de la muestra desde la óptica de la materialidad y la innovación conceptual. Utilización de la madera, metal y plásticos, como expresión ensamblada del elemento unitario y de su sistematización. Rol de la iluminación y la tecnología en la definición del espacio y la presencia de la naturaleza en el conjunto y la interioridad de los objetos. Reflexión y pensamiento del espacio arquitectónico efímero y del objetivo de la comunicación.

E149. ¿Hiciste el click? Creando conciencia ambiental y social en el Diseño (Conferencia). Tania Malréchauffé y Florencia D'Ottone [Uruguay]

¿Diseño sustentable, ecodiseño o diseño social? ¿Querés ser más amigable con el medio ambiente y no sabés por dónde empezar? ¡Es tu día de suerte! Queremos ayudarte. Te presentaremos una útil e inspiradora herramienta que podrás utilizar a la hora de enfrentarte a un ejercicio o proyecto de Diseño que intente contemplar los aspectos ambientales y sociales. Nota: Esta no es una charla más de tendencia "green".

E150. Diseño Industrial Emprendedor (Taller). Wendy Hernandez [Universidad Autónoma de Baja California - México]

El sueño de muchos estudiantes es ser su propio jefe. El tener un producto posicionado en el mercado altamente comercializable es el sueño de muchos diseñadores del mundo. Impulsar el espíritu emprendedor no es tarea fácil, la inserción de diseñadores industriales en el mercado laboral es cada vez más competitiva. La convicción, innovación, enfocarse la independencia, son algunas de las características de un espíritu emprendedor. Las

nuevas dinámicas laborales y la creación de nuevas redes de mercadeo virtual indican una tendencia hacia el Ser Emprendedor, actividad en la que todo diseñador debe incursionar en algún momento de su carrera profesional.

E151. El dibujo de las telas. Los 7 pliegues básicos. (Taller). Juan Domingo Herrera [IUNA Departamento de Artes Visuales - Argentina]

El dibujo de las telas desde el dibujo clásico. Se verán los 7 pliegues del drapeado y su morfología. La morfología de la tela y el principio del claroscuro para la representación del volumen tridimensional. Se mostrarán y explicarán los recursos plásticos para su representación.

E152. Ilustración de figurín (Taller). Gabriela Piserchia [Argentina]

Manejar las distintas técnicas del dibujo de figurín. Desde las proporciones, poses y actitud de la figura, a la correcta caída de las prendas y su posterior adaptación al cuerpo. Representación de prendas, detalles y calces. Introducción al color y representación de texturas básicas.

E153. La Joyería: del oficio al objeto de diseño. (Taller). Pamela Alejandra Fuentes Aedo [Duoc UC - Chile]

Adentrarse dentro de un oficio tan milenario y riguroso como la Joyería. Esta disciplina rica en contenido ofrece una gama de posibilidades de desarrollo y se transforma en un escenario ideal para que los amantes de lo nuevo vuelquen aquí toda su creatividad, proponiéndoles como fuente de inspiración la vinculación del oficio con el desarrollo de productos.

E154. Sacar a pasear una línea (Taller). Víctor Cittá Giordano [Cittá Giordano Arquitectura y Diseño - Argentina]

Sacar a pasear una línea es una hermosa metáfora que utilizó Paul Klee para sintetizar lo que es el dibujo. Veremos otras maneras auténticas, fieles y posibles de encarar y desarrollar el proceso de pensamiento proyectual, genuino, con más pertenencia a cada uno, tratando de desaparecer de las referencias o de modelos influyentes aprendidos, apoyándonos en el dibujo a mano alzada, en el uso del hemisferio cerebral derecho, y en la observación como herramientas principales.

E155. Stencil. Cuando las paredes hablan (Taller). Sergio Mendoza [Escuela de Negocios Universidad Católica de Salta - Argentina]

Antecedentes históricos. Filosofía del arte urbano. Concepto visual. Técnica. Aplicaciones (Estampados, decoración, publicidad, diseño gráfico). Como cierre los alumnos crearán sus "plantillas" que serán estampadas en un soporte provisto por el capacitador.

E156. Sublimación gran formato, 3D, strass y vinilo (Taller). Marcos Berkowicz [MARGRAF - Argentina]

Sistema vacuum 3d para carcazas de celulares y iPOD. Cómo se realiza una remera con impresora inkjet y vinilo. Usos del strass. Se mostrará una calandra industrial. Sublimación gran formato. Máquinas y equipos. Uso del pantógrafo láser.

E157. Visual merchandising: teoría y práctica (Taller). Priscilla Parente e Belisa Moreira Martins [Brasil]

Como o visual merchandising é aplicado no varejo através de uma conexão emocional, gerando identificação do consumidor com a marca e aumentando o valor percebido de seu produto.

E158. Negocios online: ¿futuro del diseño? Plenario de la Red Digital (Conferencia)

El II Plenario de la Red Digital de Diseño convoca a pensar y debatir en torno a la consigna "Negocios on line: futuro del diseño" a partir de la fuerza que ha tomado la el e-commerce en el mundo y su impacto en el mercado local. En un contexto de hiperconectividad y auge de las redes sociales, ganar visibilidad e impacto es la clave para un posicionamiento destacado que favorezca la competencia y asegure mayor rentabilidad. Por ello la Universidad de Palermo abre este espacio a representantes de la Red Digital para que compartan experiencias e intercambien saberes y estrategias que se traduzcan en nuevas oportunidades para los negocios. Así mismo, este II Plenario tiene como objetivo fortalecer el vínculo entre los miembros de la Red Digital de Diseño, proponer nuevas instancias de actualización y capacitación y abrir canales de discusión y debate.

E159. Cómo hacer un guión breve en 150 minutos (Taller). René Almada [Agencia Mango - Argentina]

Realizaremos entre todos los concurrentes un guión breve. El objetivo es brindarle al participante las más elementales normas para la creación literaria audiovisual, experimentando el trabajo colectivo y descubriendo la magia de la creación de historias audiovisuales.

E160. Diálogo con la forma abstracta. Una experiencia de dibujo (Taller). Sandra Viviana Chasco y Duilio Alejandro Tapia Morandi [FAUD-UNSJ] - Argentina

El dibujo es la herramienta de diálogo con la forma: A partir de una pieza abstracta buscaremos su opuesto complementario en una forma de la naturaleza. El dibujo explora las disyunciones: El diálogo incorpora el contexto de producción de la forma. Buscamos disyunciones contraponiendo lo que los artistas dicen que debemos ver en sus obras (enunciados) y lo que se hizo (visibilidades). Intervención urbana: siguiendo la voluntad pública del Constructivismo, el conocimiento construido mediante el dibujo es la base para la producción de un stencil que invitamos a reproducir en la calle.

E161. El Tocado, un arte de la cultura Latinoamericana (Taller). Marjorie Caballero y Aurora Moya Ebratt [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]

En la cultura latinoamericana el carnaval es un espacio donde se exponen diversas culturas, costumbres y mitos a través de danzas, agrupaciones musicales y del diseño de Disfraces y Tocados de fantasía. El tocado que a través de la historia ha sido el complemento perfecto de la indumentaria de los participantes en una danza o grupo de baile dentro de estas festividades, es una pieza exquisita y su diseño y elaboración no es solo un quehacer de los artesanos, es además un Arte Cultural bien remunerado.

E162. Estrategias cognitivas asociadas a la creatividad (Taller). John Alfredo Arias Villamar [FACSO de la Universidad de Guayaquil - Ecuador]

Demostrar la verdadera función de los diseñadores gráficos en la sociedad, ya que esta presenta necesidades y el diseñador observa, analiza e interpreta dichas demandas para crear conocimiento que se convierta en una solución funcional y existencial dentro de la población que lo rodea. Las estrategias se aplicarán de forma práctica para experimentar de manera constructiva, el efecto que estas producen al momento de exponerse a problemas cognitivos.

E163. Modelando Moda Praia, a técnica das três linhas (Taller). Carlos Roberto Oliveira de Araujo [CROA Modelagem - Brasil]

Ajudar as pessoas que gostam da arte da modelagem, podendo operar com traçados mais simples sem a necessidade de usar bases construídas na modelagem bidimensional ou tridimensional. Com a técnica e o método apresentado pode-se prescindir da necessidade de um manequim industrial usando diretamente um corpo de prova (modelo vivo). Através da técnica das três linhas será reproduzida a própria forma do corpo, obtendo diferentes efeitos estéticos, ao mesmo tempo em que se mantém a consistência da sua base.

E164. Patrones mentales y prototipos: cómo potenciar la creatividad e innovación (Taller). Alejandro Lang y Guido Olomudzski [Filous - Argentina]

Identificar patrones obsoletos de pensamiento y conducta. Implementar ideas novedosas y útiles mediante el proceso de innovación: la difusión y venta de ideas, las etapas de cambio que atraviesan los grupos y organizaciones al aplicar la creatividad.

E165. Pintar es ver (Taller). Alejandra Moreno y Moreno [freelance - Argentina]

Lograr una expresión propia en la pintura. Cada uno tiene una visión personal de todo. Muy pocas personas pueden reconocer esto, pero realmente es sencillo, solo hay que saberlo.

E166. Redacción de moda para medios digitales (Taller). Betsabe Saul [Segui la moda - Argentina]

Aprender los básicos de la redacción 2.0 adaptada para blogs, redes sociales, sitios web y revistas digitales. Introducción a los géneros periodísticos, técnicas de redacción y modos de titular efectivamente para la web.

E167. Teñido con cochinilla (Taller). Luciana Marrone [Aires Naturales - Argentina]

La cochinilla es un tinte natural característico de Sud y Centro América, y originario de México, el cual fue utilizado desde la época prehispánica por diversas culturas como los Aztecas y los Incas. Es un tinte natural con una gran versatilidad, nos permite obtener tonos rojas, fucsias, violetas, bordo, negros, rosas, etc con excelentes solididades. Durante el taller experimentaremos con diferentes mordientes y modificadores del color para lograr diversos colores, además se verá toda la parte teórica del proceso de teñido de lana con tintes naturales.

E168. Adobe CC y la creación colaborativa (Conferencia). Juan Manuel Altamirano [Argentina]

Los contenidos (digitales, gráficos, visuales, audiovisuales, sonoro, etc.) han dejado de ser cerrados, exclusivos y propietarios, para convertirse en contenidos globales; se los debe considerar como activos intangibles afectados por múltiples ecosistemas que lo atraviesan. Para poder afrontar estos cambios cada uno de los elementos que integran la cadena de producción deben poder ser escalables y flexibles. Adobe está muy interesado en desarrollar el mercado educativo. Varios motivos han empujado esta decisión. Principalmente el concepto de colaboración.

E169. Design Thinking: Conjetura, controversias e incumbencias (Conferencia). Manuel Torres [Round Feather Innovation Consultancy + FADU - UNL - Argentina]

Se proporcionan aclaraciones pertinentes sobre la disciplina, sus actores, su forma de pensar y actuar, y el conjunto de herramientas proyectuales de las que disponen los 'Design Thinkers'. Abordar las controversias que conlleva, sobretodo en el ámbito académico-profesional donde áreas creativas (design thinkers) y administrativas (business thinkers) tienden a abordar temáticas comunes. Finalmente, a partir de experiencia local e internacional, se revelarán las incumbencias del Design Thinking en el ámbito de la innovación.

E170. Diseño web ¿el nuevo diseño gráfico? (Conferencia). Javier Herrera [Adbox Publicidad - Colombia]

En la actualidad se habla de redes sociales, estrategias de viralización, campañas digitales y más. Pero ¿estamos los diseñadores gráficos capacitados para poder hacer parte de éstas acciones con nuestros conocimientos básicos de diseño? Quizás la respuesta sea no, por tal motivo, esta charla está enfocada para entender, desde el punto de vista del diseñador, cómo el Diseño Web hace parte innata de nuestra profesión y porqué debemos estar preparados para afrontar esta labor de una forma muy profesional logrando así ampliar nuestra brecha de salida laboral.

E171. El Cine y los dispositivos móviles (Conferencia). Cristian Valussi [Universidad de Palermo - Argentina]

La tecnología invade nuestras vidas y particularmente el mundo del cine ha experimentado una profunda transformación resultado de esta explosión tecnológica. Cómo la tecnología conduce al cine a una nueva dimensión cambiando la forma tradicional de producir películas.

E172. Experimentación + juego = Proceso (Conferencia). Mario Castillo [Honduras]

Para llevar a cabo una solución honesta y efectiva necesariamente deberá pasar a través de cierta clase de procesos mentales. De manera consciente o no, el diseñador analiza, interpreta, traslada, improvisa nuevas técnicas y... combinaciones. Coordina e integra su material debiendo replantear su problema en términos de ideas, imágenes y formas. Unifica, simplifica eliminando superficialidades. Simboliza, extracta del material por asociación y analogía. Intensifica y refuerza su símbolo con accesorios apropiados que ejecuta con claridad e interés.

E173. Había una vez un ilustrador (Conferencia). Carlos Higuera [Pixelboy - Colombia]

Una invitación a inspeccionar la profesión del creativo desde orígenes particulares. Propongo un ejercicio de auto evaluación constante partiendo de unas sencillas interrogantes: ¿Quién soy? ¿Por qué dibujo? ¿Qué es la creatividad? y ¿Cómo vivir de la ilustración?. De esta manera podemos comprender objetivamente nuestra labor desde varios puntos de vista. Compartiré mi experiencia de lo que ha sido trabajar en el campo profesional de la ilustración y el diseño.

E174. Introducción al derecho de autor para artistas y diseñadores (Conferencia). Nicolás Quinteros [Costhansoup! - Argentina]

Identificar las principales características del Derecho de Autor, las obras que pueden ser protegidas y los derechos de los autores. Se presentarán las diversas formas de transmisión de estos derechos y las herramientas con las que cuentan los autores en caso de que los mismos sean vulnerados.

E175. Liderazgo, comunicación y asertividad (Conferencia). Evangelina Di Benedetto y Fernando Manuel Vecchio [DGCyE Provincia de Buenos Aires - Argentina]

Adquirir herramientas asertivas que favorezcan una buena comunicación en nuestras relaciones y fortalezcan un liderazgo altamente efectivo. Seguir creciendo como líderes que marquen la diferencia e influyan positivamente a las personas.

E176. Marketing de moda (Conferencia). Anabella Weber [La Perla - Argentina]

Brindar herramientas para entender el ABC del marketing de moda, desafíos y oportunidades. Adquirir herramientas que te permitan vender el producto más importante que existe: tu y tus diseños. Desarrollar un plan de acciones para posicionar una marca de moda.

E177. Packaging con cuerpo y alma (Conferencia). Flavio Mammini [Grafikar - Argentina]

Los procesos de diseño y de producción del arte discográfico. Un recorrido por los casos emblemáticos de los packagings más creativos e innovadores de los diseñadores argentinos.

E178. Si querés, sé freelance (Conferencia). David Pacheco [Independiente / Freelance - Colombia]

Aspectos a tener en cuenta cuando se trabaja de forma independiente en el campo del diseño. Algunos hábitos a seguir y otros a evitar en la cotidianidad del autoempleado. Cómo y cuánto cobrar. Varios de los aspectos administrativos que hay que tener en cuenta cuando se está iniciando vuelo, o se quiere mantener.

E179. Transmedia on Marketing. La mejor historia triunfará (Conferencia). Santiago Pulecio [Pulecio DSC*, Knock Out, L.A Different - Colombia]

Transmedia es una máquina de persuasión más sincera. Te ayudará a construir una audiencia sostenible alrededor de tu marca. Transmedia es un objeto tridimensional para fragmentar en partes y penetrar emocionalmente.

Dile adiós al slogan, llegó el storytelling. “Cuento que no se cuenta no cuenta”. Aprende cómo crear una historia transmediática. Conoce la estructura de un equipo Transmedia. Crea fan fictions, fan art y fan theatre Serás un nuevo documentalista. Cientos de millones de personas toman fotos, así empiezan las historias. Transmedia se construye en twitter, wikipedia, youtube, facebook, en la calle, en tu piel...

E180. Cálculo de costos y precios en época de inflación (Conferencia). Karina Riesgo [Administración Creativa - Argentina]

Poder calcular los costos y precios en épocas de inflación. Se propone un espacio en el que los participantes puedan armar una estructura básica de costos de sus productos o servicios para poder fijar precios de venta adecuados.

E181. Cómo crear tu marca de indumentaria (Conferencia). Eleonora Pandolfelli [Profesional Independiente - Argentina]

Brindar herramientas útiles y prácticas para poder pensar y proponer un proyecto exitoso. Cómo definir y desarrollar la fórmula comercial, la oferta, el proceso productivo y la gestión.

E182. Diseño como soporte de la comunicación corporativa (Conferencia). Claudia Aguirre [Independiente - Chile]

En el ámbito de la comunicación estratégica de las organizaciones, cualquiera de ellas es parte hoy de un mundo intoxicado de información, sobretodo en el área digital, aparejado de una saturación de estímulos visuales y particularmente de una interminable lista de tareas diarias y contingentes a cumplir. Ante este escenario el diseño, en particular algunas de sus especialidades, se proyecta como una herramienta fundamental para conseguir que los públicos de una organización perciban y comprendan rápidamente los contenidos que se le quieren transmitir y actúen conforme a ello.

E183. Fotografía: un viaje entre el B/N, el color, lo digital y lo análogo (Conferencia). Alvaro Ricardo Herrera Zarate [Fundación Universitaria del Área Andina, Seccional Pereira - Colombia]

Se propone un viaje a través de las posibilidades estéticas, conceptuales y técnicas, de la fotografía artística contemporánea. Ese itinerario principalmente visual contempla una ruta que viene del blanco y negro, llega a lo digital y regresa al laboratorio químico. Se espera que el discurso y la imagen se conviertan en un dispositivo motivador de nuevas miradas, y que en el diálogo con los asistentes, se complete el panorama diverso de lo que hoy puede ser la fotografía creativa.

E184. Gestión y autogestión en la ilustración (Invitado de Honor). Laura Varsky [Argentina]

El manejo profesional de la actividad: presupuestos, contratos y pagos. La autogestión: sus razones, modos de realización y ejemplos personales.

E185. La toma de decisiones en un proceso creativo (Conferencia). Federico Bietti [Argentina]

El proceso de toma de decisiones dentro del ámbito creativo, pareciera arrastrar el mito de la inspiración, de un creador vivido por fuerzas exóticas que se le imponen para dar vida a lo inerte. Al mismo tiempo pareciera ser un proceso imposible de ser conceptualizado y menos modelizado. Producto de una serie de trabajos etnográficos y de observación, nuestra intención es desmitificar la acción creativa, contextualizándola como otra acción social capaz de ser comprendida y explicada.

E186. La vidriera como comunicación e interpretación de tendencias (Conferencia). Ana María Gianella [Argentina]

Las vidrieras comerciales utilizan un lenguaje analógico y metafórico, propio de las artes plásticas contemporáneas, para llamar la atención sobre sus propuestas y productos en exposición. Los escaparates de las grandes tiendas por departamento y los de las marcas de moda más famosas, interpretan en estas puestas en escena situaciones que remiten a las macro tendencias sociales. Tendencias, arte y diseño se asocian para vender, incrementando las compras por impulso pero también enriqueciendo visualmente las zonas comerciales donde se desarrollan.

E187. Las tres patas de la comunicación impresa gubernamental (Conferencia). Sandro David Jaurena [Oriente, comunicación eficiente - Argentina]

Más allá de la importancia de la comunicación digital, existen productos de comunicación visual de campo que son determinantes para la comunicación global gubernamental. En esto, la cartelería de obra, señalización de sedes y la gráfica vehicular son los tres soportes del éxito de la comunicación impresa (no digital) en gobiernos municipales, provinciales y nacionales. Es muy común que la identificación visual se implemente de forma ineficiente, improvisada y sobre todo con costo muy superior al que se hubiera utilizado si esta acción se planificaba correctamente. Se debe desarrollar una planificación en la que la gráfica vehicular, la señalización de sedes y la cartelería de obras sean los frentes de impacto más importantes en entorno cotidiano de los ciudadanos.

E188. Leyendas del Caribe: diseñando desde lo intangible (Conferencia). Stephanie Amarís y Carlos Miguel Cepeda Danies [Bololó Lab - Colombia]

Haremos un recorrido por mitos y leyendas que son parte fundamental de la cosmovisión de nuestros pueblos, veremos cómo nuestras historias caribeñas tienen su equivalente en otras latitudes del continente, formando parte del ADN latinoamericano. Exploraremos el poder del diseño para construir nuevas realidades, haciendo hincapié en cómo este nos permite crear a través de procesos de investigación y conceptualización, nuevas interpretaciones de la oralidad tradicional del Caribe y la cultural Latinoamericana, con el fin de generar nuevos productos y contenidos para la actualidad.

E189. Morfología, diagramación y adaptación de una pieza gráfica (Conferencia). Ramiro Pérez [pérezdiseño - Argentina]

Aplicando la morfología, la diagramación y adaptando todo para estar en el canal de comunicación. Entender cómo se transita y distribuye la idea aprobada. Las herra-

mientas necesarias para poder detectar dentro del diseño, los elementos a tener en cuenta en la adaptación de la estructura madre a los diferentes formatos.

E190. Pensando con el corazón. Creatividad aplicada al bien público (Conferencia). Mariano Leguizamón [Salommon Ideas en Acción - Argentina]

Aprenderemos a pensar ideas buscando unir un objetivo social con una solución creativa e innovadora, utilizando el diseño, la creatividad, la innovación, el arte y la cultura. Un mix de ideas que pueden desarrollarse en distintos lugares (empresas, entidades públicas, ONGs) y toda aquella persona que quiera ayudar activamente desde su actividad diaria. Es una muy buena manera de mejorar el mundo donde vivimos mediante el uso de buenas ideas al servicio del bien común.

E191. Si el mundo terminará siendo sostenible, sepamos cómo liderarlo (Conferencia). Fernando Solari [solariscope - Argentina]

No hay dudas respecto de que el mundo terminará siendo sostenible pero si hay una profunda confusión respecto de cómo ocurrirá eso; qué es lo que hay que hacer y qué papel juega lo que se conoce como RSE con todas sus variantes. Basados en una investigación que abarcó a 16 países pudimos detectar las tendencias relacionadas las cuales, cruzadas con las teorías más avanzadas y las prácticas sobresalientes por su innovación, nos permiten contar con pistas que no se limitan a reconocer la forma en que el mundo será finalmente sostenible sino en la información y el manejo de herramientas que nos permitirá liderar ese cambio y lograr lo que será beneficioso para todos.

E192. Presentación para interesados en estudiar Carreras Creativas en Palermo (Conferencia)

Si estás interesado en cursar una carrera de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo ¡no te pierdas esta charla que te ayudará a conocer tus posibilidades de elección entre muchas opciones!

E193. Humor Gráfico (Taller Croma). Adelaido Brunancio [Argentina]

Un taller en el que vamos a ver tips para estimular la imaginación en momentos que no sale nada, la creación de personajes e historias para plasmar en cómics, todo esto en sólo 5 fáciles pasos.

E194. Cámaras fotográficas caseras (Taller Croma). Gisela Cukier [Argentina]

Se pueden construir cámaras de distintos formatos según la necesidad de un proyecto propio, lo cual habilita infinitos caminos en relación a la búsqueda personal, la experimentación y la construcción de una mirada única. El proceso de creación comienza con la confección de la herramienta, a través del ejercicio de prueba-error. Lo inesperado, el misterio, posibilitan una metodología de trabajo de búsqueda y permeabilidad. Se propone un espacio para experimentar, explorar y construir con la imagen fotográfica como forma de expresión y de comunicación.

E195. Escenas cotidianas (Taller Croma). Natalia Ariana Virgili [Independiente - Argentina]

La ilustración es un cuento, un relato; es el desarrollo de una pequeña historia, una anécdota. Es una instantánea de lo cotidiano en la que los personajes realizan una acción y en la que se detiene una determinada escena. En este taller, tomaremos como punto de partida una pequeña situación de lo cotidiano, algo que haya sucedido en los días previos, o algún recuerdo, para trabajarlo a partir de este pequeño registro y lograr condensarlo en una escena, donde se vea la interacción de los personajes a través del dibujo.

E196. Estampando Ideas (Taller Croma). Fernando Rodríguez Palavecino [Argentina]

En este taller nos proponemos dar un giro en la stampa, yendo hacia técnicas más artesanales y artísticas, con diseños de morfologías complejas a objetos simples, combinando técnicas con vinilo termotransferible sobre textil. ¡Te invitamos a planchar tu diseño en tu remera!

E197. In pixels (Taller Croma). Marcos Morales [Marcos Morales - Argentina]

El objetivo principal es que cada persona que asista aprenda a utilizar herramientas digitales para la producción de collages. Se ayudará a cada asistente a desarrollar una pieza guiándolo en el uso de las herramientas para poder potenciar sus capacidades creativas.

E198. Letras Robustas. Taller de lettering pictórico (Taller Croma). Natalia Elichirigoity [Nathaus - Argentina]

Explorar técnicas que sensibilicen la mirada (y la mano) y dejen fluir rasgos personales. Comenzando con lineamientos básicos para dibujar correctas piezas de lettering, apuntamos nuestro sentido creativo al uso de capas de color para lograr una pieza donde la palabra salte del papel y cree cierto volumen. El objetivo es alejarse un poco del lettering digital para dar rienda suelta a la intuición del pincel en la mano.

E199. Lobos y Caperucitas. Creatividad & ilustración (Taller Croma). Leonardo Frino [Leo Frino - Argentina]

Transformar el vacío en algo más, no enfocarse en las respuestas sino más bien en las preguntas, para luego poder experimentar. Para esto, plantea la dinámica y la creatividad para contrarrestar bloqueos o los llamados "miedos a la hoja en blanco". Una vez resuelto esto, como ejercicio final y utilizando el cuento Caperucita Roja, se bocetarán los personajes con ciertas modificaciones, con la idea de obtener un bosquejo de proyecto editorial.

E200. Papercutt!! (Taller Croma). Sabrina Saucedo [Argentina]

El taller se encuentra dirigido a jóvenes y adultos dentro del campo de las artes visuales y el diseño, que estén interesados en incursionar sobre las diversas formas de trabajo con papel como recurso plástico y soporte; sea que posean conocimientos o no sobre las distintas posibilidades que existen a la hora de trabajar con éste. En dicho taller el rol del papel será central, determinado como: material único/soporte. Al final de la cursada el alumno/a tendrá en su haber un bagaje de conceptos

y técnicas sobre esta faceta inexplorada para emplear/relacionar en su propia obra.

E201. Radiografía de un personaje (Taller Croma). Gabriela Alejandra Castro y Naida Jazmín Ochoa [Rapshadg - Argentina]

En este taller vas a poder experimentar el proceso básico de creación de un personaje que tenga características particulares a desarrollar por cada participante.

E202. Más allá del show (Invitado de Honor). Norberto Chaves [Argentina]

La conciencia cultural después de la posmodernidad.

E203. Nuestra Feria de Diseño (Nuestra Feria de Diseño)

Estudiantes y egresados de la UP expondrán, promocionarán y venderán sus productos de diseño, presentando sus emprendimientos profesionales, en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño, el jueves 31 de julio y viernes 1 de agosto de 15 a 21 hs. Acceso libre y gratuito.

E204. Cine. En cámara lenta. (Conferencia). María Victoria Basile [Facultad de Bellas Artes - UNLP - Argentina]

Por el solo hecho de ralentizar la imagen, además del encuadre, la iluminación, la música, la cámara lenta en el cine ha brindado escenas de films de variada emotividad y dramatismo. El buen uso de esta técnica, dependiendo de la historia y de la imaginación de su director, brinda múltiples significados. El poder narrativo, visual y emocional de ese movimiento, fijó en el espectador escenas del cine inolvidables. Revivir el aporte estético, poético y literario que emana la elección de esta técnica. Analizar, debatir y disfrutar de su sentido para comprender el porque de su utilización. Un encuentro en cámara lenta para intercambiar puntos de vista y conceptos propios del lenguaje audiovisual.

E205. Como ser diseñador sin perder el alma, una ética del diseño (Conferencia). Rina Melconian [Estudio Grafikk - Argentina]

Se intenta tirar la primera piedra hacia cuestionamientos y críticas no hechas dentro del mundo del diseño y que tienen que ver con la ética del diseño. Somos responsables como diseñadores? Sabemos tomar decisiones basadas en buenas prácticas profesionales, según una ética y moral establecida en nuestra cultura?. La invitación es conocer el infinito mundo de la ética aplicada al diseño y generar pensamiento crítico frente a nuestro quehacer como diseñadores.

E206. Comunicar moda. Entre el diseñador y consumidor: La marca. (Conferencia). Constanza Cubas [Escuela de diseño y comunicación La Metro - Argentina]

La comunicación de la imagen, valores y sentidos asociadas a las empresas de moda, se presentan hoy como un elemento determinante a la hora de definir ventas, aún mucho más que el propio producto. Actualmente se prioriza la comunicación de los aspectos simbólicos de las marcas, que inciden sobre la percepción y valoración que los consumidores tienen sobre esta. Las empresas de moda, a la hora de establecer un dialogo con sus poten-

ciales clientes, centran la construcción del mensaje en lo intangible o aspectos abstractos: "la marca". Lo que se le propone al consumidor no es que solamente adquiera una remera sino, un estilo de vida, una experiencia y ciertos valores.

E207. Creación de Picture Books digitales interactivos desde Indesign (Conferencia). Robert Javier Aráuz Palma [Medios Ediasa - Ecuador]

Indesign ha ido mucho más allá de las publicaciones impresas y ha entrado en el campo de la interactividad con el usuario y para ello se basa en estándares internacionales para publicar contenidos swf y html. Creación de libros digitales y portafolios sin utilizar códigos de programación de una manera sencilla y creativa utilizando medios alternativos como InDesign aplicando estilos gráficos personalizados, ahorrando gran cantidad de tiempo dejando de programar.

E208. El perfil del diseñador y su incapacidad para el negocio. (Conferencia). Jorge Piazza [redargenta - Argentina]

Por qué nos cuesta convertir al diseño en un negocio. La capacitación del diseñador gráfico hoy en día tiene una importante falencia producto de desconocer cual es la salida laboral más usual. El 95% de los estudiantes de diseño se proyecta como profesional independiente, eso significa que van a tener que conformar una empresa (aunque más no sea unipersonal), y por consiguiente no solo deben saber diseñar, sino también, llevar a cabo la gestión de su propio estudio.

E209. Llevar al cliente hacia la decisión correcta: vender nuestra idea (Conferencia). Claudia Gonzalez [Incanta S.A. - Paraguay]

La relación entre el cliente y el publicista, ya sea del área gráfica, comercial, audiovisual, de una agencia grande o siendo profesional independiente, siempre ha sido complicada, por venir de mundos diferentes. Buscamos facilitar el entendimiento, forjar una relación de mucha confianza, para lograr que lo que nosotros proponemos, sea aceptado.

E210. Marco legal para tu emprendimiento de diseño (Conferencia). María Florencia Carpena [UCSE/UMSA - Argentina]

Todo lo que se debe saber sobre la organización formal de un proyecto: sociedades, aspectos del derecho laboral, contratos, registros de marcas y derechos de autor.

E211. Pasajes del paisajismo fotográfico (Conferencia). Iván Castro [Ivan Castro Guatemala - Guatemala]

Empuja nuestras ganas de salir y lograr imágenes espectaculares con herramientas de ultima, que cambian tu vida y la forma de ver la fotografía y el paisaje. Todo un mapa para que puedas desarrollarte como fotógrafo paisajista. Aquí el egoísmo se quedó en casa y nos quedamos cortos si te decimos que no vas a parar de reírte.

E212. Procesos proyectuales en estrategias de diseño no-lineales (Conferencia). Santiago Miret [Argentina]

El enorme avance que representó el descubrimiento de ecuaciones diferenciales, sentó las bases definitivas de

la ciencia clásica. Luego, la ciencia daría con el hecho de que el universo es un tejido complejo de estructuras no-lineales. El término no-lineal refiere a sistemas en donde la información de entrada, no tiene un correlato de causa y efecto con la de salida. Los sistemas no-lineales tienden a ser indeterminados. La aplicación de este concepto al diseño, apoyado por el actual avance en materia de software paramétrico, parece ser el modo más indicado para abordar el actual paradigma de la complejidad.

E213. Producción de imágenes de síntesis partiendo de un modelo teórico (Conferencia). Diana Guzmán López y Jorge Castillo Morquecho [Universidad Autónoma Metropolitana Xochmilco - México]

Se trabajarán imágenes de síntesis (digitales), a partir de un modelo teórico generativo y analítico. Tres son los puntos de partida relevantes: el cerebro humano, el DNA y la biología de la diferenciación que sirvieron de base. Las imágenes resultantes de éste proceso, no son imágenes sin sentido ya que el modelo abarca reflexión acerca del contexto y de los procesos relevantes, a la vez que se cuida la calidad. Se puede partir de fotografías o de una pantalla en blanco e ir haciendo transformaciones y cambios que le den otro sentido a las imágenes resultantes.

E214. Análisis del entorno y propuesta de diseño para la ciudad creativa digital (Conferencia). Alejandro Briseño Vilches y Juan Ernesto Alejandro Olivares Gallo [México]

Este proyecto está centrado en una investigación aplicada, la primera etapa consiste de un análisis de sitio y propuesta gráfica e industrial incorporando las nuevas tecnologías creando un sistema de información inteligente para transitar con una mayor facilidad en una zona del centro de la ciudad de Guadalajara Jalisco, México denominada Ciudad Creativa Digital.

E215. Cuestión de piel: texturas en la arquitectura y la moda (Conferencia). Gerardo Martín Pérez Gutiérrez y Virginia Del Pino [Mutate - Uruguay]

La arquitectura y la moda presentan paralelismos que generan nuevas herramientas de estudio y análisis. Ambas disciplinas se nutren mutuamente y expanden nuestro campo de ideas. Nos enfocamos en las texturas de la indumentaria y de las edificaciones contemporáneas. Se presentan ejemplos de arquitectos y diseñadores que utilizan la superficie como forma de expresión y comunicación de conceptos como Herzog & De Meuron en la Arquitectura o Paco Rabanne en la Moda.

E216. MARCAS SEE: Seguidoras, Evolucionadas, Estratégicas (Conferencia). Gabriel Bernal Garcia [Escuela de Artes y Letras Institución Universitaria - Colombia]

Los conceptos de gestión, identidad e imagen de marca, se aplican en la industria del diseño, la publicidad, la comunicación y el mercadeo. Los expertos en el tema direccionan las estrategias para obtener el mejor posicionamiento de cada producto en los grupos objetivos. A través de estrategias online y medios digitales, el SEO y SEM miden el posicionamiento en el mundo digital; en mercados especializados e inteligentes como los actuales, es importante determinar cuál marca brinda mayor

garantía de posicionamiento, cuál genera mayor valor agregado y comercialmente mayor valor empresarial. El estratega y la empresa deciden la ruta marcaría.

E217. Primero pienso, luego consumo (Conferencia). Lucía López y Soledad Naya [Alter estudio - Uruguay]

La responsabilidad ética y productiva del diseñador consumidor. La concepción del diseño como tal y los sistemas de producción y consumo están en plena etapa de transformación. Esta transformación que ha comenzado a acelerarse en la década de los 80, nos posiciona hoy como diseñadores en un lugar clave para difundir los nuevos paradigmas del diseño, paradigmas que presentan a los modelos sustentables como los nuevos modelos de acción. Pero ¿estas tendencias proyectuales son coherentes con nuestros comportamientos de consumo?

E218. Sustentabilidade e joalheria: inovação e diferenciação (Conferencia). Silvia Rosa Blumberg [Arte Coletiva - Brasil]

O designer contemporâneo tem o desafio de apresentar trabalhos que levem em consideração a situação de escassez material do planeta. Profissionais de todas as áreas devem entender e interpretar as possibilidades de desenvolver ideias e produtos que correspondam a ética da sustentabilidade. Apresentar linhas gerais das práticas sustentáveis que um designer necessita conhecer e aplicar em suas atividades cotidianas pessoais e profissionais. Facilitar a visitação e identificação de materiais e formas inusitadas que facilitam o desenvolvimento de projetos inovadores e despertam curiosidade e desejo no novo consumidor.

E219. Una prenda. Una palabra (Conferencia). María Cecilia Guarás [Nacha Management - Argentina]

Uno de los principales actores en la escena en que el cuerpo se viste o se desviste, es el espejo. El espejo es la mirada que quizás tenemos sobre los demás pero reflejada en uno mismo, para ensayar entonces una hipótesis sobre cómo el 'otro' podría vernos, o qué podría llegar a causar nuestra presencia con todos nuestros signos, en un "momento" social. El espejo son nuestros ojos, no necesariamente sobre nosotros mismos, sino también sobre los otros, puesto que los miramos con la misma mirada, la misma carga conceptual y cultural. La impresión que tenemos de 'otro', a veces no es más que nuestra propia mirada.

E220. Vistiéndonos con tecnología a través del DIY (Conferencia). Sebastián González [DisMod Ltda. - Chile]

El uso casi indispensable de aparatos tecnológicos para comunicarnos, expresarnos, trabajar o estudiar, plantea una nueva forma de portarlos. Por eso el vestuario y la tecnología se unen por primera vez, nace un nuevo concepto en el mundo llamado *wearable technology* o tecnología vestible, y que busca satisfacer esa necesidad y/o deseo en las personas. Se expondrá esta tendencia mundial de la tecnología vestible, y como comenzar un proyecto con la práctica del DIY (*Do It Yourself*) o "Hágalo usted mismo", con software y hardware libre disponible para todos.

E221. Obra como curador (siendo arquitecto y artista) (Invitado de Honor). Gaspar Libedinsky [Argentina]

La experiencia como curador del también arquitecto y artista plástico que ha estudiando en Londres y ha diseñado con el mismo rigor obras mínimas de la escala de un par de pantuflas o monumentales como el obelisco porteño y el Parque High Line de Nueva York. Su obra opera en el espacio público y privado mediando entre la escala urbana y la intimidad del cuerpo.

E222. Diseño sin Fronteras. Panel de apertura (Laboratorio de Experimentación)

Diseño sin Fronteras es un espacio de difusión, vinculación e inspiración para emprendedores de industrias creativas. Conectamos a emprendedores y proyectos de alto impacto con aceleradoras, incubadoras, pares y potenciales socios estratégicos. En el Panel de apertura expondrán: ENDEAVOR, Ma. Julia Bearzi + WAYRA, Lorena Suárez + NXTPLabs, Maca Lara Dillon + BA Emprende y Mariano Mayer.

E223. Aspectos formales básicos para iniciar un emprendimiento (Conferencia). Alicia Fabiana Rosa [Intertexto Consultora Cultural - Argentina]

¿Debo inscribirme ante los organismos de control, a pesar de no tener demasiados ingresos? ¿Es conveniente? ¿Ante qué organismos debo inscribirme? Voy a realizar mi emprendimiento con un socio, ¿debemos inscribirnos los dos? ¿Conformamos una sociedad o lo hacemos en forma independiente? Nuestro emprendimiento tiene una veta social y comunitaria, ¿podemos obtener exenciones por eso? Y si contrato a alguien que me ayude en mi emprendimiento, ¿debo inscribirlo en algún organismo? ¿cuáles son los costos de su inscripción? Todos estos temas, y muchos más, para que sepas cómo formalizar tu emprendimiento.

E224. Cómo identificar y leer una tendencia (Conferencia). Clarisa Ana Físicaro [Argentina]

En la actualidad las tendencias constituyen una parte fundamental del panorama psicológico, físico y emocional de cada uno de nosotros. Identificándolas o utilizándolas para anticipar lo nuevo y lo próximo empezaremos a entender aquello que mueve y motiva a los consumidores. Esto puede marcar la diferencia entre un producto o diseño que se vende y otro que languidece en la estantería. Desarrollar la habilidad para entender y seguir la trayectoria de las tendencias, así como para utilizarlas a la hora de sustentar una investigación, un diseño o el desarrollo de un producto.

E225. Difundir creatividad en el contexto de los nuevos medios: el caso muyricotodo* (Conferencia). Ariel Ireneo Chavez y Luisa Tomatti [Ariel Ireneo Chavez - Argentina]

Analizar algunas estrategias desde las cuales abordar la difusión de los hechos artístico-culturales autogestionados, con el fin de comprender en qué medida los nuevos medios pueden ser herramientas cómplices de un nuevo comportamiento de consumo visual. Se desarrollará el caso muyricotodo*, un proyecto cultural online formado por artistas y profesionales de la comunicación cuyo objetivo es difundir conocimientos y novedades sobre

el campo artístico y gráfico, principalmente proyectos autogestionados y sustentables.

E226. La gestión comercial del diseñador gráfico (Conferencia). Carlos Andreatta [Argentina]

Todo diseñador gráfico es un emprendedor y los comienzos no suelen ser fáciles, fundamentalmente para comenzar a desarrollar una actividad tan compleja. Hoy el mercado del diseño comienza a ampliarse y brinda muchas oportunidades en este campo, pero ¿Cómo introducirse? ¿Cómo hacerme conocer? ¿Cuánto debo cobrar un trabajo? ¿Cómo hago cuando para cobrar un trabajo? ¿Qué debo hacer cuando no me pagan?

E227. Observar y mirar, nada que ver (Conferencia). Víctor Cittá Giordano [Cittá Giordano Arquitectura y Diseño - Argentina]

Intentemos descubrir aquella cualidad de observadores y dibujantes natos que tenemos y que, por diferentes causas, a lo largo de la vida, dejamos de desarrollar y la mayoría finalmente abandona. La observación como herramienta de descubrimiento y de estudio a través del dibujo.

E228. Pintura y diseño gráfico, paralelismos y entrecruzamientos (Conferencia). Nicolás Amoroso Boelcke [Universidad Autónoma Metropolitana - Argentina]

El proceso de diseño gráfico que se desarrolla en el plano encuentra algunos aspectos similares con los presupuestos en los que concurre la pintura, pero se aleja de ella en tanto presenta una configuración distinta por la diversidad de los elementos intervinientes. Cada uno de ellos tiene su propio sistema de existencia. En primer lugar, la tipografía que es la portadora del mensaje y muestra un sentido abstracto en lo formal, ligado a lo geométrico. Convive con la ilustración que puede tener diversas técnicas pero que en lo general está ligada a lo figurativo. Cada uno reclama su propio sistema signico ubicando su contexto espacial que puede resultar contrapuesto al otro. Complementando a esos dos momentos fundamentales del intento comunicacional por medios gráficos existe un conjunto de elementos que intervienen en la espacialidad tanto desde lo decorativo como desde lo conceptual. Una propuesta de articulación que encuentra su sustento en la idea a transmitir al conseguir organizar y dar coherencia a cuestiones que tienden a la dispersión

E229. Tejiendo redes: claves para desarrollar una red de contactos efectiva (Conferencia). Alejandra Bello [mundo bello | comunicación + desarrollo creativo de proyectos - Argentina]

Las relaciones que establecemos profesionalmente y la confianza que generamos integran nuestro capital social. En esta red de contactos se encuentran muchas de las oportunidades de desarrollo para nuestro proyecto o emprendimiento. Por esta razón, cultivar y expandir nuestra red de contactos es un aspecto fundamental en la comunicación y venta de servicios. Las claves y los criterios para tejer tu red de contactos de manera efectiva y las bases para el diseño de una estrategia de Networking que potencie el desarrollo profesional y las oportunidades laborales de los participantes.

E230. Impacto e sustentabilidade ambiental no habitat humano (Conferencia). Glaucus Cianciardi [Centro Universitário Belas Artes - Brasil]

O impacto e a sustentabilidade ambiental ao longo de 20.000 anos da historicidade do habitat humano nas questões que tangem a produção arquitetônica e dos seus interiores; e a forma pela qual o desacoplamento humano da natureza propiciou uma vantagem competitiva deste sobre os demais animais de seu ecossistema.

E231. Contar lo mejor de uno sin abrir la boca (Conferencia). Eugenia Aryan [Universidad de Palermo - Argentina]

En el mundo de la moda, las primeras impresiones cuentan de verdad. Es vital identificar las principales características que debe cumplir el portfolio de un diseñador de indumentaria para seducir a un potencial empleador en una entrevista laboral. ¿Cómo diseñar una carpeta de trabajos que describa al profesional en sus fortalezas, demostrando las habilidades y conocimientos que ha construido, identificando sus aptitudes y proponiendo un recorrido por los campos que ha explorado en su carrera universitaria? Un recorrido por diversas propuestas para el planteo de la carta de presentación en lenguaje visual.

E232. Diseño industrial hacia nuevos conceptos para sistemas de eficiencia energética (Conferencia). Marcelo Alexis Cifuentes Villagran [Chile]

El problema de la generación de energía y sus consumo, es hoy uno de los ítems más complejos, importantes y transversales de la humanidad, y hoy golpea como realidad directamente a la industria y a la urbe. En el marco de este tema contingente, el Taller Profesional de Diseño Industrial del último año de la escuela de Diseño de DUOC UC, Sede San Andrés, Concepción, Chile, planteo el desafío de establecer y proponer nuevos conceptos de eficiencia energética, orientados a procesos industriales, pero que tengan valor y variantes de posicionamiento también en lo urbano y/o doméstico, todo dentro del marco del “1er concurso nacional de innovación en eficiencia energética orientada a la industria”.

E233. Diseño sin Fronteras. Presentación de proyectos seleccionados. Tu idea en 7 minutos (Laboratorio de Experimentación)

Se presentarán ideas, proyectos, productos, propuestas o negocios innovadores en 7 minutos con el objetivo de vincularse con posibles socios, proveedores o clientes para los proyectos. El objetivo de este espacio es dinamizar la participación activa, la vinculación y el networking de estudiantes, profesionales independientes, estudios de diseño y agencias creativas de América Latina.

E234. Gráfica engañosa: análisis de propuestas gráficas como soporte de proyectos (Conferencia). Pablo Gustavo Pérez y Gerardo Abel Castro [Argentina]

Para la presentación de un proyecto de diseño industrial es necesario elaborar propuestas gráficas a modo de comunicación visual. Es necesaria una reflexión acerca de la pertinencia y fidelidad de los recursos empleados para la gráfica y los límites éticos elementales que se tienen que considerar en nuestra intención de persuadir a los

destinatarios de las mismas. Incorporar conceptos que permitan identificar desajustes de comunicación que pudieran ser considerados poco éticos, enmarcándose dentro de lo que denominamos como “gráfica engañosa”. Se reflexionará a cerca de representaciones gráficas de proyectos de diseño.

E235. La moda, el cuerpo y el pensamiento contemporáneo (Conferencia). Claudia Patricia Zuluaga Garcia [Corporación Unificada de Educación superior CUN - Colombia]

Los sesenta y su influencia en el siglo XXI. Una búsqueda en los comportamientos de una juventud que revolucionó el mundo con sus pensamientos, actitudes, expresiones y moda como parte de su filosofía. Visto desde la Psicología, la sociología, la publicidad y la semiótica, ciencias que se emplean como instrumentos para catalogar el porque de esas estéticas se ven de nuevo en el siglo XXI. Porque las macro tendencias globales vienen utilizando las denominaciones de new chic, new hippie, y otras como artesanía, ancestro que se ligan a una postura y pensamiento muy de la contracultura hippie.

E236. Los materiales como punto de partida (Conferencia). Gabriel Pires Mateus [GRUBA - Argentina]

Reflexionar sobre la posibilidad de proyectar con bajo impacto ambiental, utilizando tecnologías existentes en la región, planteando la elección de materiales como punto de partida y el estudio de sus propiedades para entender la tecnología más pertinente a cada caso.

E237. Somos creativos, ¿Cómo mejoramos? (Conferencia). Fernando Luis Asencio Candia [Televisión Nacional de Chile / Universidad Tecnológica de Chile Inacap - Chile]

Dentro de lo instantáneo de nuestros tiempos y la rapidez de los medios, se nos olvidó lo que es la creatividad, todo es copia. Creatividad es generar un producto nuevo con la combinación de diversas variantes. Existen personas más creativas que otras y no es que sean mágicas si no que manejan muy bien el cerebro y su entorno, es aquí donde vamos a tratar de resolver todas las dudas con respecto a este tema con ejercicios de percepción y aventura.

E238. 3D Puzzle (Taller Cromo). Franco Basualdo [Argentina]

En este taller se explica de forma introductoria el proceso de creación de figuras en 3 dimensiones desarrolladas con papel (papercraft), mediante la creación de modelos virtuales en 3D y su posterior reproducción mediante la unión de piezas en 2 dimensiones. Tendrá un breve recorrido sobre el mundo del desarrollo de modelos 3d y sus conceptos básicos (polígonos, texturas, proyecciones planares), para la creación de los mismos, seguido de la proyección de este sobre una superficie, el armado de piezas para ensamblar y tips de montaje sobre el objeto real. El taller propone el aprendizaje de 2 técnicas o caminos para llegar al resultado final. Los tips en la elección de materiales y el correcto uso de cada una de las herramientas integrantes del proceso. Los asistentes al taller terminarán el mismo desarrollando un objeto 3d de papel utilizando las técnicas aprendidas en el taller.

E239. Cómic autobiográfico (Taller Croma). Juan Pablo Díaz [Argentina]

A través del cómic autobiográfico el artista representa un suceso ocurrido en su día, centrándose a veces en momentos importantes y otras veces en los cotidianos. Un diario ilustrado donde expresa lo que siente y vive. En este taller serás el protagonista de tu propia historietita. El punto de partida será recordar algo que te haya sucedido en el día, alguna anécdota o recuerdo. Trabajaremos sobre la escena que hayas elegido utilizando el lenguaje del cómic.

E240. Creación de personajes Kawaii (Taller Croma). Carlos Higuera [Pixelboy - Colombia]

Realizaremos un taller de creación de personajes donde aprenderemos los procesos creativos formales y estéticos para ilustrar y aplicar los diseños al objeto. En el taller hablaremos del contexto histórico y los orígenes de esta corriente visual, pasando a la evolución de la ilustración kawaii a la práctica en el medio editorial y multimedia.

E241. Ctrl+C / Ctrl+V (Taller Croma). Catalina Schliebener [Chile]

Se propone introducir y acercar a los participantes a la historia y práctica del Collage, analizando las obras de sus principales exponentes históricos y contemporáneos y su relación con operaciones afines en otras disciplinas como la literatura, el cine o la música (cut-up por ejemplo). A partir de este análisis se propondrá a los talleristas ejercicios específicos de composición en donde cada uno desarrollará un proyecto particular ligado a sus intereses y procesos.

E242. Dibujo y diseño para tattoo (Taller Croma). Belén Paineñil [Argentina]

Aprender a componer un diseño tomando como estructura y lienzo el cuerpo humano. Anatomía general. Entender como es la estructura geométrica del cuerpo para lograr que el diseño sea adecuado para la zona a trabajar y decorar. Como componer un diseño. Boceto, estructura, reglas de composición, ejes, luces, sombras, figura y fondo. Entrenamiento de la observación. Color. Reglas de composición del color y tipos de colores para diversos tonos de piel.

E243. Muñecos con sello propio (Taller Croma). Juan Manuel Gorjon [Argentina]

Finalidad: en este taller se abordarán técnicas estimulantes para la creatividad. Brindaremos diferentes herramientas y un abanico de posibilidades para que cada uno pueda diseñar y fabricar su propio muñeco. Contenidos: del garabato a la idea, bocetado a mano. Juegos disparadores de la imaginación. Detección de la idea viable, diseño y confección de muñecos. Presentaremos diferentes materiales para rellenar, que se adecuan a diferentes resultados.

E244. Serigrafía sobre tela (Taller Croma). Silvana Casuccio y Agustina Rozenwasser [Argentina]

Este taller teórico y práctico de la milenaria técnica gráfica, introduce a la impresión sobre tela y papel. Comenzando por la historia de la serigrafía, ir conociendo los distintos usos y aplicaciones. El taller propone a partir

del desarrollo y explicación de los distintas instancias necesarias para llevar a cabo éste proceso. Desde la confección del boceto, insolado, y estampado. El objetivo del taller es fundamentalmente la experimentación del estampado en distintas telas y tintas.

E245. Typos corpóreos: Hacer letras con papel de descarte. (Taller Croma). Mariela Monsalve, Eugenia Santa Coloma y Lucía Soto [Argentina]

Explorar lúdicamente los límites de la creación de letras en el espacio a partir de un material de descarte tan noble, corriente y querido por todos nosotros como lo es el papel. Proponemos generar propuestas nuevas sin reglas preestablecidas y corremos de los academicismos que en general envuelven al diseño tipográfico.

E246. Libre pensar y cambio de ideas (Invitado de Honor). Felipe Taborda [Brasil]

Una charla relajada sobre todo: el Mundial, las comidas, smarphone, facebook, amor, etc. Nuevos ejemplos de trabajos donde se muestra el origen de los pensamientos y conceptos.

E247. Cómo alcanzar la excelencia en la atención al cliente (Conferencia). Jorgeluis Cantero [Argentina]

La importancia de realizar un buen análisis de necesidades para conocer lo que realmente necesita el cliente. A partir de dicho Análisis, el producto/servicio se presentará conforme a esas necesidades expuestas. Qué pautas debemos saber para determinar si el cliente está satisfecho, contento, con la compra y la atención recibida. Qué herramientas debemos conocer para orientar al cliente y ayudarlo a tomar una buena decisión.

E248. Composición, el orden de los objetos en la fotografía (Conferencia). Irene Robert [Fotógrafa y artista digital - Independiente - Argentina]

La composición es la forma en la que se ordenan los objetos dentro del espacio. Esto es sumamente importante a la hora de transmitir sensaciones y significados en cualquier forma de expresión. Desde una mirada fotográfica se ampliarán conceptos compositivos a las demás áreas artísticas (cine, arquitectura, arte, ilustración, etc.).

E249. Comunicar sin palabras: éxito de la negociación (Conferencia). María Teresa Bedoya Quintero [Corporación Universitaria Minuto de Dios - Colombia]

¿Sabes que el 70% de lo que comunicas, es expresión no verbal?. Conseguir que tus ideas sean concebidas como la mejor opción depende de tu calidad como profesional, pero si a eso le agregas la fuerza que te dan las técnicas de la expresión no verbal y de la negociación, tus ideas se convertirán en la única opción.

E250. Diseño de mensajes visuales de microempresas coworking en Redes Sociales (Conferencia). Paulina Mora Aldama [Universidad Autónoma Metropolitana - México]

Con esta investigación se estudia la importancia del diseño dentro de la comunicación entre microempresas coworking y los usuarios de las Redes Sociales a partir del análisis de mensajes visuales publicados en Facebook. El análisis se hace a partir de las categorías visuales como

Cantidad, Tamaño, Posición y Aspecto de los mensajes visuales y los elementos gráficos que los componen. Los resultados del análisis permiten identificar lineamientos de diseño para la construcción de mensajes visuales que faciliten la comunicación entre el coworking y el usuario de las redes sociales.

E251. El Diseño de Iluminación en los diferentes géneros artísticos (Conferencia). Paula Fraga [Universidad de Buenos Aires y Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires - Argentina]

Es de suma importancia al momento de pensar un diseño de iluminación tener en cuenta el género con el que se va a trabajar, ya que cada expresión artística posee determinadas características que son propias y requieren de un tratamiento lumínico específico.

E252. El Diseño de un Centro de Interpretación para Geoparque [Mesa redonda] (Conferencia). Daniel Vega Yaguel [Universidad de Los Lagos - Chile]

El diseño, desarrollo y montaje de un Centro de Interpretación Ambiental para el primer Geoparque en Chile. El contexto, el concepto, la interpretación gráfica, la producción y el montaje de una muestra que invita al visitante a despertar su curiosidad para estimularlo a que descubra el patrimonio natural, cultural y geológico que un Geoparque propone.

E253. El diseño gráfico sustentado por paradigmas epistemológicos (Conferencia). Liliana Beatriz Martínez Dávila y Fabián Podrabinek [Facultad de Filosofía, Humanidades y artes - Argentina]

En el Diseño Gráfico se han producido cambios de enfoques teóricos al interior de la disciplina y por el desarrollo tecnológico. El diseño como disciplina aplicada no ha podido definir sus parámetros de extensión y/o de inserción en la sociedad; más bien, necesita abrirse a disciplinas conexas. Actualmente se habla de una apertura hacia las ciencias sociales. Desde la Epistemología de las Ciencias Sociales se plantea la necesidad de analizar los paradigmas epistemológicos actuales para comprender la naturaleza de los objetos del diseño gráfico debido a que estamos ante la necesidad de comprender los fenómenos sociales que estos expresan.

E254. El tan lejos tan cerca, de una sociedad en digital (Conferencia). Sergio Miranda Reyes [UST - Chile]

Nuestras formas y costumbres de comunicarnos han experimentado un cambio profundo. Hacer la diferencia entre los mundos del ONLINE vs OFFLINE es una decisión cada vez más compleja. La interacción con más de una persona a la vez, es un modelo bastante cómodo, para las generaciones más nuevas y un desafío adaptativo, para las no tan recientes. ¿Qué cambios genera esto en la sociedad? Y ¿Cómo estos nuevos formatos nos simplifican nuestra interacción del día a día? El escenario es cambiante y nuestra labor, es seleccionar el que se adecue a nuestra personalidad.

E255. Ilustración, música para los ojos. Armonía de imágenes y conceptos (Conferencia). Víctor Sanjinez [Diario El Comercio - Perú]

Entender la ilustración como un lenguaje que relate sentimientos, produzca seducción y genere emociones. Para esto, entender primero cómo se compone una pieza musical luego llevarlo al terreno gráfico, hallando un paralelo entre ambos.

E256. Implementación de señalización en el Aeropuerto Internacional de Brasilia [Mesa redonda] (Conferencia). Martín Álvarez Bognar [Argentina]

Implementación del programa de señalización en el Aeropuerto Internacional de Brasilia. Se expondrán todas las etapas del proyecto, desde el relevamiento inicial, mostrando los problemas que presentaba la señalización antes de la intervención, legibilidad, niveles de lectura, problemas cromáticos. Repasando las características que hacen al nuevo proyecto pero sobre todo en la experiencia práctica de la puesta en funcionamiento. Análisis de planos, selección de proveedor, seguimiento de la producción y de los requerimientos que va planteando la obra y la coordinación con las distintas áreas de este proyecto.

E257. Producción Gráfica. Cómo cruzar el abismo entre diseño y producción (Conferencia). Hugo Máximo Santarsiero [Estudio Santarsiero - Argentina]

Un repaso muy completo por la industria gráfica, con todas sus novedades técnicas disponibles para implementar por los diseñadores gráficos. Explicar mis experiencias en el tema con las empresas, que utilizan estas nuevas tecnologías, competitividad, beneficios, proyección. Es decir, trazar un punto de vista y analizar las posibilidades locales e internacionales de producción gráfica. Competitividad comercial, ventajas tecnológicas que son muy beneficiosas para los diseñadores gráficos.

E258. ¿Cómo contestar o hacer reclamos de propiedad intelectual? (Conferencia). Guillermo Navarro [Argentina]

Cinco formas de contestar reclamos o hacer los reclamos sobre derechos de propiedad intelectual. ¿Cómo mandar un mail de reclamo? ¿Cómo hacer una carta documento? ¿Cómo reclamar a Facebook, Twitter, y demás redes sociales por vulneraciones a derechos de propiedad intelectual? ¿Cuándo debo realizar una medida prejudicial o judicial? Todas las respuestas y formas de poder acceder de manera eficiente a un reclamo de derechos de propiedad intelectual con destino a terceras personas o empresas que vulneren nuestros contenidos y también como poder abordar estos reclamos de una manera rápida.

E259. Buses urbanos: del diseño al vehículo en la calle (Conferencia). Sebastián Salas [Argentina]

Argentina es un país con amplia tradición y cultura industrial y en el ámbito carrocerero ha llegado a ser la más importante de la región. Pese a las asimetrías dimensionales con el vecino Brasil, conservamos un sólido prestigio forjado en años de cultura carrocerera de la que se ha desprendido el famoso colectivo, Bondi, o como se lo quiera llamar. Sin embargo, un bus es un producto donde convergen muchas variables entre las que está el diseño que es sin lugar a dudas la variable que articula todas. En el diseñador recae la tarea de conocer cada una de las tecnologías y reglamentaciones necesarias para materializar el proyecto.

E260. Cómo hacer negocios en el mundo de la moda (Conferencia). Rocio Lecca [Chio Lecca Fashion School - Perú]
La fuerte competitividad que se ha dado en el sector de la moda y la confección hacen que el diseñador se consolide cada vez más como la parte fundamental del proceso del diseño y de la confección. El crecimiento de las exportaciones a distintos mercados. El valor fundamental de tener una marca sólida como medio de ventaja competitiva

E261. Design emocional: ambientes prazerosos podem gerar valor na criação de produtos Inteligentes (Conferencia). Amilton Arruda y Rodrigo Balestra Ferreira de Paiva [Universidad Federal de Pernambuco - Brasil]
A relação homem, ambiente e objetos do cotidiano para compreender os produtos prazerosos e amigáveis, e como designers podem atuar numa relação simbiótica entre os mesmos. Neste sentido, avaliar as diversas correntes que colocam a emoção como um componente necessário na vida humana é fundamental para entender como o ser humano comporta-se em relação a este sistema, e estabelecer parâmetros sobre como atuar na criação de produtos mais atraentes. Conceitos como Affordance, Emotional Design, serão abordados para discutir os aspectos emocionais e tecnológicos que dificultam e minimizam os níveis de satisfação com produtos e ambientes.

E262. Locales comerciales: identidad, marca, marketing (Conferencia). Marcela López [Facultad de Artes - Argentina]

Para crear locales comerciales los diseñadores tenemos un proceso de análisis previo que realizaremos para no morir en el intento. Este proceso parte primero del análisis de mercado, este análisis nos permite saber si el producto o servicio que se desea vender es viable en el mercado o sector que se va a desarrollar. También nos da características de las necesidades de nuestros futuros clientes, sus deseos, sus expectativas.

E263. O design como ferramenta de identidade e comunicação empresarial (Conferencia). Miriam Dias [Universidade Federal de Juiz de Fora - Brasil]

Embora ainda se relacione design com estilo, os conceitos por trás do termo “design” vão mais adiante. O design é entendido como a capacidade humana de moldar nossos ambientes, satisfazer nossas necessidades e dar sentido às nossas vidas. Quando usamos a palavra design, estamos nos referindo à solução. O design ajuda a garantir a unidade do discurso de uma empresa, configurando sua filosofia, crenças e valores, materializando estrategicamente os principais conceitos de comunicação empresarial, seja no design da marca, no design de um folder, embalagem ou produto, num esforço criativo de concepção e configuração de uma marca e uma identidade.

E264. Proceso e importancia del Escalado industrial manual (Conferencia). Martha Flores [Chio Lecca - Perú]
El diseñador plasma su creatividad, en su colección, inspiración que llevara a su público, los cuales tienen estándares de medidas. A estas medidas, llamamos tallas industriales. Estas tallas, las podemos identificar por medio del escalado industrial, el cual nos permite aumentar medidas al molde base, con el objetivo de identificar las

siguientes tallas. ¿Como obtener las tallas? Es una de las preguntas más frecuentes. El escalado un método práctico de realizar, guiados por los cuadros de medidas y adaptaciones, de los respectivos moldes. Aunque estemos en la era digital, es imprescindible, conocer el proceso para desarrollar un escalado manual.

E265. Un convidado de piedra en el diseño: el daltonismo (Conferencia). Gustavo Castro [Argentina]

El color es un componente básico en todos los aspectos de la comunicación visual. Frente a un estímulo de color, y aún dentro de cierto rango de dispersión, existe una visión considerada normal. Sin embargo, un apreciable porcentaje de personas ve y percibe algo muy distinto, por lo que en su rol de usuarios y consumidores, no interpretarán las imágenes y objetos basados en el impacto cromático tal como fueron concebidos. ¿Será posible aplicar recursos de diseño para facilitar la comunicación?

E266. Una fiesta habla de vos (Conferencia). Diana González [Mientras tanto Deco - Argentina]

Cada evento es tiempo y dedicación, se planifica detalle por detalle, se diseña íntegramente el espacio con un pensamiento de privilegios en espacios y ambientaciones. Cada momento marca una etapa importante en la vida de una persona y hay que acompañarla pensando en nuevas ideas y en satisfacer siempre al cliente y en agasajar especialmente a los invitados que recordarán por siempre el evento.

E267. ¿Cómo producir un documental y no morir en el intento? (Conferencia). Yaclyn Marcano [Venezuela]

Como avocarse en la producción documental y musical en situaciones de riesgo, así como con el tema carcelario. A partir del desarrollo del tema, la intervención de las instituciones involucradas, los reos y el arte. Se habla de no morir en el intento desde el punto de vista de la perseverancia y hacer que tu equipo de trabajo sea capaz de ser “todero” y trabajar en cualquier oficio dentro de la producción con el fin de hacer arte, música y cine.

E268. Diseño sin Fronteras - Panel de cierre (Laboratorio de Experimentación)

Finalización de la actividad Diseño sin Fronteras, en la que emprendedores de América Latina difundieron sus proyectos. El panel estará conformado por Laura Salles | Subsecretaría de Economía Creativa - Buenos Aires Ciudad y representantes de la Escuela de Emprendedores Creativos DC.

E269. Cómo hacer que Google nos encuentre, incluso desde el celular (Conferencia). Wenceslao Zavala [WiZar - Argentina]

SEO, SEM, CPC. Palabras claves; herramientas de selección. Cambios en SEO por Google Panda, Google Penguin Hummerbird. Comportamiento de los usuarios. Mobile First, Web Semántica. Métricas.

E270. Comunicar identidad: estrategia integral de comunicación para profesionales creativos (Conferencia). Alejandra Bello [mundo bello | comunicación + desarrollo creativo de proyectos - Argentina]

Un componente fundamental en el desarrollo e implementación de proyectos y emprendimientos creativos es diseñar una estrategia integral de comunicación que comunique claramente la identidad del emprendimiento y que sea posible de implementar en función de los recursos disponibles. Explorar, desde un abordaje innovador y participativo, algunas de las claves para desarrollar una estrategia de comunicación íntegra, consistente y efectiva para el posicionamiento de profesionales y emprendedores creativos.

E271. Datos y verdades (Invitado de Honor). Jaime Serra Palou [España]

Una detenida mirada a los trabajos que forman las más recientes exposiciones de Serra en espacios de arte. Propuestas nacidas para el papel impreso que se desarrollan mediante el video, la obra original o gráfica en la sala de exposiciones o que nacidas para formatos expositivos encuentran un espacio en el papel. Historia contada mediante diagramas y datos que forman parte de la más absoluta subjetividad del autor.

E272. Del diseño tradicional al diseño complejo contemporáneo (Conferencia). Ana Angélica Lopez Ulloa [Universidad Técnica de Ambato - Ecuador]

Con el Movimiento Moderno, al objeto de diseño se lo redujo a la forma, función y estilo. El trabajo del diseñador se centró en un proceso de diseño racional y mecánico, con un lenguaje en el que primaba lo visual, la tipificación, uniformidad y universalidad. Trabajaron bajo esta directriz escuelas alemanas, como la Bauhaus y Hochschule für Gestaltung y las primeras escuelas de diseño, latinoamericanas. Actualmente gracias a la nueva revolución social, cultural, ideológica, técnica, y tecnológica, en la que nos encontramos esta postura se agotó, hoy para abordar el diseño, se torna importante tener presente procesos de diseño complejos.

E273. Diseño estratégico de Marca: de la identidad como diferenciador a la gestión creativa (Conferencia). Lina María Ortiz Quimbay [Colegiatura Colombiana - Colombia]

La construcción de una marca exitosa, exige la capacidad creativa del diseñador de diferenciarse y posicionarse en el mercado desde la identidad, como manera de sentir, expresar y transformar su mundo. Existe entonces la necesidad de formar a los futuros diseñadores para que entiendan la diferencia como estrategia, y en cómo la identidad de una marca se construye de la apuesta estratégica, ética y estética del diseñador frente a las necesidades y deseos de un consumidor, generando una exploración personal sensible como un factor determinante del éxito, articulando su estilo, su comunicación y distribución, permitiendo expresar un lenguaje coherente con las necesidades de un contexto.

E274. El registro de marcas (Conferencia). María Florencia Carpena [UCSE/ UMSA - Argentina]

Todo lo que se necesita saber acerca del registro de las marcas a nivel nacional e internacional. Se responderán los interrogantes más frecuentes que surgen al momento de realizar un registro. Ejemplos de registros de diseñadores nacionales e internacionales.

E275. Fashion it. Producción de moda (Conferencia). Christian Dubay [buenos aires fashion house - Argentina]

Qué pasos de creación y realización se deben seguir para comunicar y producir una nueva estética a comercializar en una marca de moda. Desde el concepto hasta el resultado final comunicado por los medios. Un recorrido simple sobre el paso a paso que dará un orden sobre el proceso creativo además de reconocer la importancia de cada segmento según la identidad del cliente.

E276. Herramientas online para gestión de proyectos de diseño (Conferencia). Esteban Mulki [A: BRA - Argentina]

La correcta gestión de un proyecto de diseño determinará en gran parte su éxito o fracaso: la comunicación fluida con el cliente y entre los miembros del equipo son determinantes para el desarrollo de una solución que cumpla con las expectativas de todas las partes involucradas y con los tiempos de entrega pautados. Descubra cómo un sistema online de gestión de proyectos puede ayudarlo de manera sustancial y determinante a conseguir estos objetivos de manera satisfactoria.

E277. La integración de los softwares gráficos de Adobe (Conferencia). Mario Nigro y Gleidson Gouvea da Silva [Brasil]

¿Cómo hacer la integración entre los softwares para la impresión gráfica de Adobe? El dibujo en Adobe Illustrator, la edición y el procesamiento de imágenes en Adobe Photoshop y diagramación de la página impresa en Adobe InDesign.

E278. La Minipymer: Claves para una vida emprendedora feliz (Conferencia). Paula Rossi, María Florencia Angelico, Rina Di Maggio, Leticia Carolina López, Marina Maiztegui y Verónica Mariani [Argentina]

Cómo organizar las finanzas y planificar las actividades de tu proyecto. Cómo crear la identidad de tu marca y planificar una comunicación efectiva. Cómo proteger tu emprendimiento en la web con todas las de la Ley. Se brindarán los conocimientos legales básicos que es necesario tener para comercializar y promocionar productos o servicios a través de Internet, en plataformas de e-commerce y/o redes sociales.

E279. Libros y revistas digitales para tablets y smartphones (Conferencia). Daniel Benchimol [Proyecto451 - Argentina]

Recorrido y análisis sobre las principales tendencias y desarrollos en materia de producción y distribución de libros y revistas digitales, especialmente para tablets y smartphones. Se mostrarán nuevas tecnologías, plataformas, softwares, herramientas y dispositivos. Se pondrá el foco especialmente en los aspectos visuales que distinguen a las obras digitales de vanguardia, y los nuevos flujos de producción editorial.

E280. Redes Sociales para moda (Conferencia). Romina Delichotti [Argentina]

Contenido estratégico para cada una de las redes (Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter). Diferencias conceptuales y ventajas competitivas. Mediciones y estadísticas. Publicidad. Casos de éxito nacionales e internacionales.

E281. ¿Y a vos...qué te inspira? (Conferencia). Adriana Canga [100% Vos Mismo - Argentina]

Trabajar sobre aquellas situaciones o elementos que pueden funcionar como fuentes de inspiración, disparadores válidos para todo proceso creativo. Ejercitar la disposición mental y actitudinal para obtener el máximo beneficio de todas aquellas experiencias que encienden la creatividad, aportando originalidad, emoción y profundidad al acto creativo. Para lograrlo, trabajaremos sobre las situaciones, cosas, actividades, que pueden resultar inspiradoras, en una búsqueda por salirse del molde, del típico sentarse a pensar y quedarse mirando la hoja en blanco. Nos moveremos a través de recursos provenientes del arte, la naturaleza y el juego.

E282. 13 consejos para armar mi estudio de diseño. (Conferencia). Jorge Piazza [redargenta - Argentina]

El fracaso termina siendo el destino por excelencia de los estudios de diseño. Desde luego que hay –y muchos– ejemplos de éxito, pero proporcionalmente son los menos. ¿Es una profesión signada por la frustración? Pareciese ser que ese el destino inevitable de muchos Estudios y profesionales. Destino lógico pero no inevitable. Lógico porque cometemos sistemáticamente lo mismos errores como si fuesen una marca en el ADN del diseñador. Evitable, porque con sólo corregir unos cuantos errores, se traza rápidamente el camino al éxito. Trece piedras, si las evitamos, gran parte del camino será mucho más placentero, y la pasión que tanto sentimos por nuestra profesión podrá crecer en vez de convertirse en frustración.

E283. A história e a prática do stencil graffiti (Conferencia). Emely Jensen [Universidade Feevale - Brasil]

O stencil é uma técnica onde através de um molde vazado, aplica-se tinta e transfere-se um determinado desenho para outra superfície. A história do stencil porém, é tão rica e extensa que não pode ser reduzida de maneira tão simples. Das primitivas inscrições nas cavernas à atual cena de arte urbana, o stencil se consagrou como uma poderosa ferramenta de expressão visual. Cobrirá-se sobretudo a chegada do aerosol e suas influências sobre o stencil; da simplicidade e beleza dos traços de Nemo aos complexos cortes de Logan Hicks, existe um universo de artistas e possibilidades a ser explorado. Não conhece esses nomes? Prepare-se para conhecê-los, assim como aprender mais sobre como funciona essa técnica. Veremos de onde o stencil surgiu, como ele anda e discutiremos sobre onde ele está indo afinal.

E284. Aplicação de tendências no processo criativo de moda (Conferencia). Layla Mendes e Patricia Sant'Anna [Tendere - Brasil]

A mente humana produz ideias criativas e as aprimora conforme o passar do tempo. Mas é imprescindível saber que a criatividade pode (e deve) ser exercitada, e que existem várias técnicas para esse fim. A pesquisa de tendências de consumo é hoje amplamente aplicada à moda. Analisando economicamente mercados, ou através de Coolhunting, a observação e interpretação dos signos busca identificar informações estratégicas para quem a observa, a partir de raciocínio crítico e capacidade criativa previamente trabalhadas. Identificar tendências,

desenvolver produtos, comunicá-los e comercializá-los; todos esses fatores dependem de um denominador comum: exercícios de criatividade e aplicação das ideias.

E285. Cómo ilustrar y diseñar en un iPad. Arte en vivo (Conferencia). Florencia Raffa [Polos Opuestos - Argentina]

Las nuevas tecnologías están superando los límites, creando nuevas herramientas tanto para los diseñadores como para los artistas. Gracias a las Tablets podemos generar piezas de arte y diseño, sin la necesidad de usar una computadora. Hoy una pieza de arte se puede realizar, desde la producción, el retoque hasta la viralización en blogs y redes sociales desde una Tablet. En esta charla veremos cómo se realiza un dibujo, desde su inicio hasta su viralización. Cuáles son las herramientas de dibujo, de retoque, y que canales de viralización pueden utilizar.

E286. El color en la imagen de moda: pasado, presente y futuro (Conferencia). Eugenia Verónica Negreira [Universidad de Palermo - Argentina]

La imagen de Moda y el color son dos factores íntimamente relacionados en la evolución pictórico-tecnológico. La visión del color adquirió un papel esencial desde los comienzos del acontecer del hombre, no sólo en el arte, el diseño y la arquitectura. Su relevancia en la producción de “sentido” posee fuertes implicancias culturales y psicológicas, dando cuenta de su importancia como motor para su desarrollo y su expresión en correlación con la comunicación. Daremos una mirada reflexiva que incluye la exploración del color pictórico y las variadas formas que la tecnología actual ofrece para representarlo. Enfoques íntimamente relacionados en la evolución de la imagen expresiva que conjuntamente amplían el campo de lo expresivo-visual en relación a la Imagen de Moda.

E287. El diseño en Museos y espacios de exhibición de Patrimonio (Conferencia). Alejandro Cácharo [Argentina]

La comunicación de un Museo o de un Centro de Interpretación del Patrimonio tiene necesidades, características y códigos propios. Desde un abordaje encuadrado en la disciplina conocida como “Interpretación del patrimonio”, el “relato” o guión y el mensaje que se pretende dar toman valor por encima de la colección de objetos. Es allí donde el “cómo” se exhibe es más importante que los objetos o bienes que se exhiben. En este escenario, el diseño se transforma en una herramienta comunicacional clave y enfrenta al diseñador con cuestiones inéditas en relación a otros contextos, otros soportes y otras instancias profesionales. El rol del diseñador se complejiza y deviene en un enorme y maravilloso desafío, que requiere a la vez capacidades de gestión y de trabajo interdisciplinario, y de renovación o adaptación de lo aprendido.

E288. El Distrito de Diseño y Centro Metropolitano de Diseño. Actividades para el sector (Conferencia). Laura Salles [CMD - Argentina]

Herramientas que impulsan y desarrollan el sector del diseño en la Ciudad de Buenos Aires. El Distrito de Diseño desde lo territorial, la Ciudad de Moda, Programa de Incorporación de Diseño, capacitaciones a empresas, Festival de Diseño, Escuelas de Oficios, entre otras.

E289. Producción de videos para web (Conferencia). Omar Sarmiento [Lexfe Studios - Argentina]

Conocer las bases para producir videos profesionales para Internet. Cómo armar un equipo de trabajo con diseñadores, ilustradores y técnicos de las distintas áreas. Producir desde la idea, el guión, pasando por el rodaje, la edición, hasta la distribución del video en las redes sociales y como aplicar el marketing de videos en la web. Temas a tratar en la conferencia: preproducción, producción, postproducción y distribución en la web. Claves para producir un video desde la perspectiva del usuario 3.0.

E290. Sumando una mirada de negocios a tu proyecto (Conferencia). Alicia Verna [AV Consultores Pymes - Argentina]

¿Te ocurrió alguna vez en tu emprendimiento o pyme, que se alcanzan los objetivos de ventas fijados, pero, sin embargo, no se ven reflejados en la rentabilidad? Hay una pregunta que tiende a repetirse en los empresarios de pymes y emprendedores: ¿dónde está ese dinero?. En algunos casos se reinvertió, pero en la mayoría, el dinero esperado no llegó nunca, ya que la mayor venta no impactó en una mayor rentabilidad, ni porcentual ni en monto. Entonces uno se pregunta: ¿de qué sirvió todo el esfuerzo y el hecho de haber facturado tanto, si al final no quedó nada?. Te propongo cambiar la mirada de la gestión comercial de tu empresa o proyecto, para dejar de definir objetivos “desde arriba”, desde la línea de ventas del estado de resultados; para hacerlo “desde abajo”, a partir de la rentabilidad esperada y necesitada, para sostenerse en el tiempo.

E291. Mesa de cierre del IX Encuentro conformada por los Invitados de Honor (Invitado de Honor). Felipe Taborda, Norberto Chaves, Gaspar Libedinsky, Jaime Serra Palou y Laura Varsky [Brasil]

Laura Varsky, Norberto Chaves, Gaspar Libedinsky, Gustavo Konizscoz, Jaime Serra y Felipe Taborda disertarán sobre la actualidad del diseño latinoamericano en el cierre del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño.

E292. Reconocimiento como Maestro del Diseño para Edgardo Giménez (Invitado de Honor)

Edgardo Giménez es un destacado artista visual argentino que adquirió notoriedad durante el movimiento pop y su paso por el Instituto Di Tella de Buenos Aires incursionando en el campo de la arquitectura y también del diseño gráfico, de interiores, objetos e indumentaria.

E293. Nuestra Feria de Diseño (Nuestra Feria de Diseño)

Estudiantes y egresados de la UP expondrán, promocionarán y venderán sus productos de diseño, presentando sus emprendimientos profesionales, en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño, el jueves 31 de julio y viernes 1 de agosto de 15 a 21 hs. Acceso libre y gratuito.

E294. Jornada del Encuentro Latinoamericano de Diseño en el CMD (Conferencia). Laura Salles [CMD - Argentina]

Visita guiada por el edificio del Centro Metropolitano de Diseño para los participantes que asistan al encuentro. Workshop en el CMDlab (laboratorio de fabricación digi-

tal) con presentación del espacio y sus servicios. Charla especializada en gestión de negocios de diseño, orientada a emprendedores con presentación de casos exitosos de diferentes programas del Gobierno de la Ciudad (Incuba, Baitec), Bs. As. Emprende como referentes de la utilidad de las herramientas que se brindan en el CMD.

2. Nuestra Feria de Diseño

Con la asistencia de más de 800 personas, en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño, se realizó con éxito la octava edición de Nuestra Feria de Diseño, espacio en donde estudiantes y egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo expusieron, promocionaron y vendieron sus productos de diseño, los días jueves 31 de julio y viernes 1 de agosto en la sede Ecuador. Nuestra Feria es un proyecto realizado en conjunto entre el Encuentro y Generación DC (red social de estudiantes y egresados de la Facultad).

El acceso fue totalmente libre y gratuito y la recaudación por venta de productos fue íntegramente para los estudiantes y egresados. Participaron 50 marcas: Açai Accesorios, Artepad, Bati Patisserie & Catering, Civilian, Coco Blas Mato, Cocó Savach, Decoraciones, EM Type Market, Eugenia Frontini Accesorios de autor, Eureka, Fernanda Bevilacqua, Fiumine, Fly Design, Greendisseny, Guaá Lorita, Hanneli, Kaiser, La mona viste de seda, Lamino Muebles, Les couturiers, Lila, Locura Propia, Lyiu, Mary and Me, MEB, Midori Akamine, Miusta, MRN Diseños, Natalí Zarankin, Neu prouns, OmniPresentes, Paper Dreams, Patricia Iñiguez Aguilera, Paula Ruben, Pepita, Pinche poroto, Plié, Plusultra, Pura porquería, Santo Pecado, TATOARTS, Tepuy, Tialupe, Titto's by Memi, Tiza Tizuela, TK Diseños, Tropa de Culto, Vualá, Wara y YTV.

3. Pósters y muestras

El Encuentro contó con un espacio en donde profesionales, estudios de diseño, consultoras, empresas e instituciones educativas estuvieron presentes dentro de los espacios comunes del Encuentro en la sede Jean Jaurès, a través de la exhibición de pósters y muestras. Los Pósters exhibidos en esta edición fueron:

- Título: Instrumentos de análisis de la composición arquitectónica. Universidad Piloto de Colombia, Bogotá - Colombia. Edwin Quiroga Molano, Nina Álvarez, Nataly Solorza, Hugo Martínez, Sebastián Ramírez, Ángela Salinas, Plutarco Rojas y Cesar Pedraza.
- Título: O lado obscuro dos contos de fadas. A apropriação dos signos oscuros. Universidade Veiga de Almeida, Rio de Janeiro - Brasil. Mayra Cristini de Oliveira y Jussilene Santana.
- Título: A Mobilidade Urbana, o resultado de um processo histórico. Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design e Ergonomia - Escola de Design/UEMG, Belo Horizonte - Brasil. Mariana Matias Rocha de Souza y Róber Dias Botelho.

Las muestras exhibidas en esta edición fueron:

- La Guelagueta, Tokyo Designers Week 2013

Coordinadora: Giselle Gutiérrez. Autores: Julio Cazarez, Alicia Herrera, Andrea Iñiguez, Isabel Contreras y Jessica Tzintzun. Centro Integral de Moda y Estilo - México.

CIME participó en la Edición 2013 de Tokyo Designers Week, "Festivales", con el tema de La Guelagueta. Para dicha temática se creó una colección de outfits que representan las áreas del estado de Oaxaca donde se celebra esta fiesta mexicana (Itzmo, Costa Chica, La Mixteca, Sierra Sur, Papaloapan. Se desarrollaron también una serie de ilustraciones que narran las leyendas detrás de la festividad: el mundo de los dioses, de los demonios, el de los hombres y el árbol de la vida.

- Animalia o la mujer mecánica. Del grafito y otros monstruos.

Autor: Eduardo José Rodríguez Meliá - Ecuador.

Se pretende mostrar a través del trazo, ese viaje necesario desde el lápiz hasta el vector, a través de dibujos e ilustraciones que se pasean por diferentes estados creativos, mezclados con técnicas y conceptos diversos. Animalia o la mujer mecánica es la proyección de la mujer como esencia y centro de la creación no divina, de sí misma; intentando reinventarse en animal diverso que coquetea simbólicamente con culturas, etnias, estilos estéticos y de moda; rompiendo siempre el molde establecido por la sociedad; instatisfecha, hambrienta, desafiante y ecléctica. La muestra es una recopilación de ese viaje que se ha realizado durante años, como parte de la búsqueda constante.

- Mística y creatividad... Más allá del Diseño

La muestra fotográfica titulada "mística y creatividad... Más allá del Diseño" tiene como conceptualización de las propuestas de diseño de los vestidos de novia algunas de las iglesias emblemáticas de la ciudad de Barranquilla, donde la arquitectura, la mística, la devoción, tradición y policulturalidad son los elementos claves que recrean el diseño del vestuario escénico de novias que dignifican a la mujer como símbolo de creación, de fertilidad y dignidad. En la ciudad de Barranquilla, florecieron estilos a fines del siglo XIX, los cuales otorgaron a la ciudad un ambiente cosmopolita y sui géneris. Ese esplendor arquitectónico se le atribuye a su estratégica ubicación, al ser una ciudad portuaria y punto de entrada al país, de inmigrantes de Norteamérica, Europa, Medio Oriente y Asia.

Líder de Investigación: Emilia Velásquez Velasco. Investigadores-Asesores: Astrid Isidora Barrios Barraza, Marjorie Caballero Méndez, María Cecilia López, Astrid Mora de La Cruz, Aurora Moya Ebratt, Juan Francisco Padilla y Claudia Quintero Reales. Autores: Alison Andrade Vargas, María Fernanda Avendaño, Karla Fernanda Marulanda, Laura Manotas, Carolina Gómez, Silvia Solano, Rita Perdomo, Kelly Ortiz, Melana Fontalvo, Adriana Duque, Angélica Hernández, Teodora Rosa Osorio, Ana María Parodi, Andrea Caballero, Andrea Marimón, Ana Margarita Cuao, Melissa Andrea Acosta, Ángela Jaramillo, Marcela Gutiérrez, Kiara Mangonez, Geidis Herrera, María José Arrollo, María Clara Lopera, María Andrea Villegas, Andrea Navarro, Katriliz Hernández, Whallys

Ibáñez y Diana Zarate. Grupo de Investigación Ecode-sarrollo / Programa de Diseño de Modas / Universidad Autónoma del Caribe - Colombia.

4. Stands

El Encuentro contó con un espacio en la sede Jean Jaurès, en donde distintas editoriales y revistas especializadas en diseño expusieron sus productos, algunos de los cuales estuvieron a la venta o fueron distribuidos en forma gratuita.

Estuvieron presentes en esta edición con un stand las siguientes 17 marcas: Nobuko SA | CP67, SBS Librería Internacional, Revista 90+10, Pequeño Editor, Crann, RedArgenta, Wolkowicz Editores, Libros del Zorro Rojo, Producción gráfica, Revista Dadá Mini, Chikismiqui Magazine, Editora Moebius, La Papelera de Reciclaje, Editorial Área Paidós, Labor, Troupe Comunicación y Ultrabrit.

5. Concursos

Durante el transcurso del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño se realizaron los siguientes certámenes: Premio a la ilustración latinoamericana - UP [Cuarta edición] y La Nueva Generación del Diseño (Categorías: Estudiantes, Cátedras e Instituciones) entre los cuales se reunieron más de 4500 trabajos de autores de toda América Latina (estudiantes y profesionales).

Los ganadores fueron anunciados el viernes 1 de agosto en el cierre del IX Encuentro.

A continuación se detallan los nombres de los ganadores de los certámenes:

Premio a la Ilustración latinoamericana (Cuarta edición)

- "El tiempo de los árboles", de Fernando Falcone (Argentina), Primer premio compartido.
- "Nana linda nana honda (canción de cuna)" de Mariana Chiesa (Argentina), Primer premio compartido.

La Nueva Generación del Diseño: Reconocimiento a las cátedras destacadas del diseño

- "Problemática de la Identidad", de Luis Paredes Sinche, Universidad del Azuay, Ecuador. Docente: Diana Vázquez Moreno.
- "Detector y proyector de venas no invasivo, por luz infrarroja", de Vanessa Zuin y Lucía Capello, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Docente: Daniel Capeletti.
- "Hot Rats, la carrera", de Paola Capandeguy, UCRONO Diseño Industrial, Argentina. Docente: Esteban Curcio y Sebastián Seguini.
- "Paseo Interactivo Virtual", de Andrés Alal, Universidad de Palermo, Argentina. Docente: Fernando Rolando.
- "Biblioteca Municipal Roberto Cavanagh" de Vanesa Busso, Universidad Católica de La Plata, Argentina. Docente: Virginia Graciela Suarez.

Reconocimiento Proyectos líderes del diseño. "El impacto de las instituciones en sus contextos"

- "Lukids" de Diego Morales Luna, Universidad de Nariño, Colombia. Docente: Danilo Calvache Cabrera.

- “Marulanda una marca región con innovación social” de Daniela Sánchez, Universidad Autónoma de Manizales, Programa Diseño de Modas, Colombia. Docente: Gloria Inés Duque.
- “TAXIMAROA” de Juan Ramón Ponce Márquez, Universidad Autónoma de Aguascalientes, México. Docente: Javier Ortiz.
- “La Ruta del Chivo” de Blanca Merida Coral Moro Ortiz Benemerita, Universidad Autónoma de Puebla, México. Docente: Mariana Vaquero Martínez.
- “Quizá” de Victoria Paredes y Carolina Bravo. Universidad de Nariño, Colombia. Docente: Danilo Calvache Cabrera.

6. V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño / Foro de Escuelas de Diseño

En el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño se realizó el V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, en forma conjunta con el VIII Plenario del Foro de Escuelas de Diseño, integrado por más de 300 instituciones educativas de diseño de América y Europa, el 28, 29 y 30 de julio. [La información completa del Congreso se encuentra publicada en esta edición en pp. 21-120]

7. Programa “El mejor diseño está en Palermo”

El Programa “El mejor diseño está en Palermo” vincula comunicacionalmente a la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, y sus públicos, con destacados profesionales, locales, marcas y empresas de diseño. Dentro del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño se ofreció un recorrido por más de 50 locales que participan del Programa.

El Programa consiste en un mapa promocional donde se ubican los adherentes y que sirve como guía para conocer, recorrer y visitar los locales sobresalientes de Palermo (y zonas cercanas), a su vez las marcas adheridas ofrecen descuentos a los inscriptos al Encuentro.

8. Diseño Sin Fronteras

Diseño sin Fronteras es un espacio de vinculación y presentación de proyectos, startups e ideas emprendedoras de base para las industrias creativas. Este impulsa proyectos innovadores con alto potencial de crecimiento y estimula el intercambio de experiencias y conocimientos que nutren al ecosistema emprendedor de América Latina. La dinámica se realizó el jueves 31 de julio y más de 42 emprendedores presentaron sus proyectos, ideas, productos o negocios al público en 7 minutos, con un máximo de 14 imágenes o en un video de 3 minutos.

Los proyectos se presentaron ante pares emprendedores, potenciales clientes, posibles socios estratégicos, proveedores, inversores y público en general.

9. Croma Latino

Croma Latino se suma al Encuentro Latinoamericano de Diseño para abrir un nuevo abanico de propuestas y posibilidades donde tienen lugar los innovadores, artistas, performers y todos aquellos que están emergiendo dentro y fuera de los límites del campo de la creación y la cultura. Con la premisa de que el arte enriquece al diseño, se lanzó este espacio de experimentación a través diferentes talleres prácticos con temáticas diversas tales como serigrafía, street art, ilustración, graffiti, historieta, art toys, tipografía, collage, edición y estampas, entre otras.

10. Índices del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño

En esta sección se presenta la información básica de las actividades y sus expositores en índices que facilitan su acceso.

Los índices de a) Expositores y b) Actividades se organizan alfabéticamente por el apellido y título de la presentación, respectivamente (identificando el número del resumen de la misma para su fácil localización en esta edición de Actas de Diseño).

a) Expositores que dictaron actividades en la IX edición del Encuentro Latinoamericano de Diseño 2014

- Abdala, Horacio. Fusión entre ilustración, foto y materialidad [E104] (p. 145).
- Abuchaem, José. Diseñando para Ecommerce en un mundo multipantalla [E040] (p. 139)
- Acuña, Oscar. Diseñar el emprendimiento desde una ciudad creativa [E085] (p. 143)
- Aguilera, Mónica. Ilustración experimental: Señora Veneno [E106] (p. 145)
- Aguirre, Claudia. Diseño como soporte de la comunicación corporativa [E182] (p. 153)
- Almada, René. Cómo hacer un guión breve en 150 minutos [E159] (p. 151)
- Almirón, Cristian. El ropero de Tom: del cuero a las fibras sintéticas, diseño fetish [E127] (p. 148)
- Altamirano, Juan Manuel. Adobe CC y la creación colaborativa [E168] (p. 152)
- Alvarez Bognar, Martín. Implementación de señalización en el Aeropuerto Internacional de Brasilia [Mesa redonda] [E256] (p. 160)
- Alvira Gomez, Lidia Esperanza. El indumento comunicador simbólico e icónico de entornos [E145] (p. 149)
- Amarís, Stephanie. Leyendas del Caribe: diseñando desde lo intangible [E188] (p. 153)
- Amoroso Boelcke, Nicolás. Pintura y diseño gráfico, paralelismos y entrecruzamientos [E228] (p. 157)
- Andreatta, Carlos. La gestión comercial del diseñador gráfico [E226] (p. 157)
- Angelico, Maria Florencia. La Minipymer: claves para una vida emprendedora feliz [E278] (p. 162)
- Aráuz Palma, Robert Javier. Creación de Picture Books digitales interactivos desde Indesign [E207] (p. 155)
- Araya, José. Bases biológicas de la observación en el proceso de diseño [E091] (p. 144)

- Araya Leon, Maria Jose. Bases biológicas de la observación en el proceso de diseño [E091] (p. 144)
- Arcioni, Barbara. El lenguaje de la textura en el diseño textil [E010] (p. 137)
- Ares, Fabio Eduardo. Tipografía histórica ferroviaria [E098] (p. 145)
- Arguello, Agustin Matias. Diseño y customización de tablas de Skate [E101] (p.145)
- Arias Villamar, John Alfredo. Estrategias cognitivas asociadas a la creatividad [E162] (p.151)
- Arosa, Andrea. 한글 Hangeul. Forma y expresión de la escritura coreana [E050] (p. 140)
- Arru, Marco. El Rol de Consultor en Comunicaciones Internas [E032] (p. 138)
- Arruda, Amilton. Design emocional: ambientes prazerosos podem gerar valor na criação de produtos Inteligentes [E261] (p. 161)
- Aryan, Eugenia. Contar lo mejor de uno sin abrir la boca [E231] (p. 158)
- Aryan, Eugenia. Diseñar indumentaria con materiales no textiles [E008] (p. 136)
- Asencio Candia, Fernando Luis. Somos creativos, ¿Cómo mejoramos? [E237] (p. 158)
- Balestra Ferreira De Paiva, Rodrigo. Design emocional: ambientes prazerosos podem gerar valor na criação de produtos Inteligentes [E261] (p. 161)
- Barrios, Patricia Claudia. Diseño Gráfico en 28 palabras [E134] (p. 148)
- Barrios, Patricia Claudia. Cook Design. Recetas de diseño [E081] (p. 143)
- Barrios Rubio, Andrés. Dimensiones comunicativas del profesional hoy [E062] (p. 141)
- Basile, María Victoria. Cine. En cámara lenta. [E204] (p. 155)
- Basualdo, Franco. 3D Puzzle [E238] (p. 158)
- Bedoya Quintero, María Teresa. Comunicar sin palabras: éxito de la negociación [E249] (p. 159)
- Bello, Alejandra. Comunicar identidad: estrategia integral de comunicación para profesionales creativos [E270] (p. 161)
- Bello, Alejandra. Tejiendo redes: claves para desarrollar una red de contactos efectiva [E229] (p. 157)
- Benchimol, Daniel. Libros y revistas digitales para tablets y smartphones [E279] (p. 162)
- Bergomi, Paolo I. G. Financiando diseño: El espacio creativo pide paso [E137] (p. 148)
- Berkowicz, Marcos. Sublimación gran formato, 3D, strass y vinilo [E156] (p. 150)
- Bernal Garcia, Gabriel. MARCAS SEE: Seguidoras, Evolucionadas, Estratégicas [E216] (p. 156)
- Bernst, Oscar. Retrato. Cómo dibujar rostros [E014] (p. 137)
- Bianchi Bustos, Marcelo Emilio. La imagen, el texto y el lector en el libro álbum [E043] (p. 139)
- Bianki, Diego. Herramientas lúdicas para la interacción entre la Ilustración, el diseño, y la palabra [E015] (p. 137)
- Bietti, Federico. La toma de decisiones en un proceso creativo [E185] (p. 153)
- Blitstein, Alejandro. Tendencias del diseño actual en Euroshop 2014 [E148] (p. 150)
- Blumberg, Silvia Rosa. Sustentabilidade e Joalheria: Inovação e diferenciação [E218] (p. 156)
- Braun, Ricardo. La música en el cine. Una visión artística [E130] (p. 148)
- Briseño Vilches, Alejandro. Análisis del entorno y propuesta de diseño para la ciudad creativa digital [E214] (p. 156)
- Brousson, Mercedes. Diseñar diariamente [E110] (p. 146)
- Brunancio, Adelaido. Humor Gráfico [E193] (p. 154)
- Bueno, Giseli. De la A a la Z, creación y desarrollo de apps móviles [E144] (p. 149)
- Buero, Luis. Redacción de libretos y guiones para televisión y radio [E121] (p. 147)
- Buitrago, Rafael. Más allá de los test A/B, UX orientado a la conversión [E096] (p. 145)
- Caballero, Marjorie. El Tocado, un arte de la cultura Latinoamericana [E161] (p. 151)
- Caballero, Marjorie. Intervención textil experimental para alta costura [E012] (p. 137)
- Cabral, María Itatí. Diseño social: inteligencia aplicada a mejorar la vida de las personas [E063] (p. 141)
- Cácharo, Alejandro. El diseño en museos y espacios de exhibición de patrimonio [E287] (p. 163)
- Canga, Adriana. Cómo despertar al genio creativo bajo presión [E007] (p. 136)
- Canga, Adriana. ¿Y a vos... qué te inspira? [E281] (p. 163)
- Cantero, Jorge Luis. Cómo alcanzar la excelencia en la atención al cliente [E247] (p. 159)
- Carbone, Mariela. Me recibí, soy interiorista!! y ahora qué... [E139] (p. 149)
- Cárdenas Zamora, María Jimena. Crowdfunding. Cómo aplicarlo para financiar proyectos creativos [E082] (p. 143)
- Cardoso Souza, Silvina. 10 claves para el organizador de eventos corporativos [E070] (p. 142)
- Carpenter, María Florencia. Marco legal para tu emprendimiento de diseño [E210] (p. 155)
- Carpenter, María Florencia. El registro de marcas [E274] (p. 162)
- Carruego, Miguel. El Método Empático [E072] (p. 142)
- Castillo, Mario. Experimentación + juego = Proceso [E172] (p. 152)
- Castillo, Ricardo. ¿Cómo diseñar mejor? [E122] (p. 147)
- Castillo Morquecho, Jorge. Producción de imágenes de síntesis partiendo de un modelo teórico [E213] (p. 156)
- Castro, Iván. Pasajes del paisajismo fotográfico [E211] (p. 155)
- Castro, Gustavo. Un convidado de piedra en el diseño: el daltonismo [E265] (p. 161)
- Castro, Melisa. Cómo transformar mi profesión en un emprendimiento [E061] (p. 141)
- Castro, Gabriela Alejandra. Radiografía de un personaje [E201] (p. 155)
- Castro, Gerardo Abel. Gráfica engañosa: análisis de propuestas gráficas como soporte de proyectos [E234] (p. 158)
- Casuccio, Silvana. Serigrafía sobre tela [E244] (p. 159)
- Cepeda Danies, Carlos Miguel. Leyendas del Caribe: diseñando desde lo intangible [E188] (p. 153)
- Chasco, Sandra Viviana. Diálogo con la forma abstracta. Una experiencia de dibujo [E160] (p. 151)
- Chaves, Norberto. Más allá del show [E202] (p. 155)
- Chaves, Norberto. Los diseñadores y el mercado [E001] (p. 136)
- Chaves, Norberto. Mesa de cierre del IX Encuentro conformada por los Invitados de Honor [E291] (p. 164)
- Chaves, Norberto. ¿Para qué sirve la teoría? [E109] (p. 146)
- Chavez, Ariel Ireneo. Difundir creatividad en el contexto de los nuevos medios: el caso muyricotodo* [E225] (p. 157)
- Cianciardi, Glaucus. Impacto e sustentabilidade ambiental no habitat humano [E230] (p. 158)

- Cifuentes Villagran, Marcelo Alexis. Diseño industrial hacia nuevos conceptos para sistemas de eficiencia energética [E232] (p. 158)
- Cittá Giordano, Víctor. Observar y mirar, nada que ver [E227] (p. 157)
- Cittá Giordano, Víctor. Sacar a pasear una línea [E154] (p. 150)
- Conci, Damián. Del character al paper toy [E100] (p. 145)
- Contino, Eleonora. Tendencias: Dubai - Moda con tendencias árabes [E025] (p. 138)
- Contino, Eleonora. Grandes marcas de moda: relato de una experiencia europea [E119] (p. 147)
- Cordeiro, Claudiana. Ilustración con stencil [E054] (p. 140)
- Correa, María Eugenia. Diseño independiente y emprendedurismo [E114] (p. 146)
- Costantinis, Maximiliano. Dispositivos móviles como herramienta para relevamiento y sincronización de información [E124] (p. 147)
- Cravino, Victoria. Marketing de contenidos: la mente decide con la emoción [E046] (p. 140)
- Cristofani, María Alejandra. El precio del diseño [E087] (p. 144)
- Cruz, Julián Camilo. Ilustración experimental: Señora Veneno [E106] (p. 145)
- Cubas, Constanza. Comunicar moda. Entre el diseñador y consumidor: La marca. [E206] (p. 155)
- Cukier, Gisela. Cámaras fotográficas caseras [E194] (p. 154)
- Dal Maso, Monica. Sistemas de color: un proceso creativo [E024] (p. 138)
- Degiuseppe, Ana. El Ojo de Iberoamérica 2013. La mejor creatividad de la Región [E135] (p. 148)
- Del Pino, Virginia. Cuestión de piel: texturas en la arquitectura y la moda [E215] (p. 156)
- Delichotti, Romina. Redes Sociales para moda [E280] (p. 162)
- Demone, Silvana. Branding en la moda [E079] (p. 143)
- Devoto, Juan. Creación de personaje [E052] (p. 140)
- Di Benedetto, Evangelina. Liderazgo, comunicación y asertividad [E175] (p. 152)
- Di Benedetto, Evangelina. Claves para ganar clientes [E143] (p. 149)
- Di Maggio, Rina. La Minipymer: claves para una vida emprendedora feliz [E278] (p. 162)
- Dias, Miriam. O design como ferramenta de identidade e comunicacao empresarial [E263] (p. 161)
- Diaz, Juan Pablo. Cómic autobiográfico [E239] (p. 159)
- Diez, Ximena. Moldería básica de bombachas (ropa interior) [E023] (p. 138)
- Dominguez, Lucas. Lettering de graffiti [E108] (p. 146)
- Domínguez, Sandra. Me recibí, ¡soy interiorista! y ahora qué... [E139] (p. 149)
- Donayre, Beatriz. El sentido de anticiparse: trends & future [E116] (p. 146)
- D'ottone, Florencia. ¿Hiciste el click? Creando conciencia ambiental y social en el Diseño [E149] (p. 150)
- Duarte, Dario. El figurín como herramienta proyectual [E009] (p. 136)
- Dubay, Christian. Fashion it. Producción de moda [E275] (p. 162)
- Elichirigoity, Natalia. Letras Robustas. Taller de lettering pictórico [E198] (p. 154)
- Encarnacion Guido, Shirley. Nuevos conceptos para el diseño de Restaurantes, bares y cafés [E140] (p. 149)
- Escobar, Juan Carlos. La noticia hecha gráfico [E088] (p. 144)
- Esquivel, Gonzalo. Diseño & humor (o el que ríe, diseña mejor) [E019] (p. 137)
- Ferrari, Carla. Teñido de reserva [E026] (p. 138)
- Firbeda, Esteban. Marketing de contenidos: la mente decide con la emoción [E046] (p. 140)
- Fisicaro, Clarisa Ana. Cómo identificar y leer una tendencia [E224] (p. 157)
- Flores, Martha. Proceso e importancia del Escalado industrial manual [E264] (p. 161)
- Fraga, Paula. El diseño de iluminación en los diferentes géneros artísticos [E251] (p. 160)
- Frino, Leonardo. Lobos y Caperucitas. Creatividad & ilustración [E199] (p. 154)
- Fuentes, Simon. Crin, diseño y color [E017] (p. 137)
- Fuentes Aedo, Pamela Alejandra. La joyería: del oficio al objeto de diseño. [E153] (p. 150)
- Garay, Roxana. El diseño en el plan de comunicación online [E126] (p. 147)
- Garcés, María Belén. La representación visual de los Héroes latinoamericanos [E068] (p. 142)
- Gatti, Verónica. La licuadora [E056] (p. 141)
- Gianella, Ana María. La vidriera como comunicación e interpretación de tendencias [E186] (p. 153)
- Giovagnoli, Carolina. Observar con ojos tipográficos [E034] (p. 139)
- Giraud, Brigitte. Introducción al neuromarketing [E129] (p. 148)
- Godoy, Adri. Fusión entre ilustración, foto y materialidad [E104] (p. 145)
- Gomes, Leonardo Oliveira. Prototipagem rápida e desenvolvimento de ecoprodutos [E074] (p. 142)
- Gomez Vega, Agustin. Diseñando en un nuevo mundo... Digital [E030] (p. 138)
- Gonzalez, Claudia. Llevar al cliente hacia la decisión correcta: Vender nuestra idea [E209] (p. 155)
- González, Diana. Una fiesta habla de vos [E266] (p. 161)
- González, Soledad. Cuando el color no es evidente [E083] (p. 143)
- González, Soledad. Una máquina de producir ideas [E141] (p. 149)
- González, Sebastián. Vistiéndonos con tecnología a través del DIY [E220] (p. 156)
- Gorjon, Juan Manuel. Muñecos con sello propio [E243] (p. 159)
- Gouvea Da Silva, Gleidson. Imagens vivas [E094] (p. 144)
- Gouvea Da Silva, Gleidson. La integración de los softwares gráficos de Adobe [E277] (p. 162)
- Grinszpan, Florencia. La licuadora [E056] (p. 141)
- Grobe, Gustavo. Diseño de packaging, qué hay detrás de un envase [E112] (p. 146)
- Guarás, María Cecilia. Una prenda. Una palabra [E219] (p. 156)
- Guerschman, Bárbara. Diseño independiente y emprendedurismo [E114] (p. 146)
- Guzmán López, Diana. Producción de imágenes de síntesis partiendo de un modelo teórico [E213] (p. 156)
- Haedo, Lucas. La música en el cine. Una visión artística [E130] (p. 148)
- Henriquez, Juanemilio. Cambio de paradigma: El diseñador como líder de proyectos [E028] (p. 138)
- Hernandez, Wendy. Diseño Industrial Emprendedor [E150] (p. 150)
- Herrera, Javier. Diseño web ¿el nuevo diseño gráfico? [E170] (p. 152)

- Herrera, Juan Domingo. El Dibujo de las Telas. Los 7 pliegues básicos. [E151] (p. 150)
- Herrera Zarate, Alvaro Ricardo. Fotografía: un viaje entre el B/N, el color, lo digital y lo análogo [E183] (p. 153)
- Higuera, Carlos. Creación de personajes Kawaii [E240] (p. 159)
- Higuera, Carlos. Había una vez un ilustrador [E173] (p. 152)
- Higuera, Fredy. La icografía en la camiseta. Un asomo a la unión de la imagen y la prenda [E095] (p. 144)
- Hoyos Jaramillo, Catalina. Vivir de la fotografía, mucho más que el día del shooting. De fotógrafo a empresario. [E142] (p. 149)
- Insaurraldi, Pablo Emanuel. Valor textil de la fibra de lana en el diseño sudamericano [E075] (p. 142)
- Insaurraldi, Pablo Emanuel. El lenguaje de la textura en el diseño textil [E010] (p. 137)
- Irwin, Terry. Diseño de transición: transición social del diseño-led hacia un futuro más sostenible [E077] (p. 143)
- Jaurena, Sandro David. Las tres patas de la comunicación impresa gubernamental [E187] (p. 153)
- Jensen, Emely. A história e a prática do stencil graffiti [E283] (p. 163)
- Jiménez, Maicol. El diseño en la construcción de marca [E086] (p. 144)
- Koniszczewski, Gustavo. Procesos de branding con alcance nacional en Latinoamérica [E004] (p. 136)
- Lamas, Federico. Tu biografía en formato de fanzine [E059] (p. 141)
- Lang, Alejandro. Diseñando tu emprendimiento: de las ideas a la acción [E031] (p. 138)
- Lang, Alejandro. Patrones mentales y prototipos: cómo potenciar la creatividad e innovación [E164] (p. 151)
- Lecca, Rocio. Cómo hacer negocios en el mundo de la moda [E260] (p. 161)
- Leguizamón, Mariano. Pensando con el corazón. Creatividad aplicada al bien público [E190] (p. 154)
- Libedinsky, Gaspar. Obra como arquitecto (siendo artista y curador) [E002] (p. 136)
- Libedinsky, Gaspar. Obra como artista (siendo arquitecto y curador) [E147] (p. 150)
- Libedinsky, Gaspar. Obra como curador (siendo arquitecto y artista) [E221] (p. 157)
- Libedinsky, Gaspar. Mesa de cierre del IX Encuentro conformada por los Invitados de Honor [E291] (p. 164)
- Lifman, Silvia. Creación de portfolios con Adobe Muse e InDesign [E039] (p. 139)
- Lopez, Lucia. Primero pienso, luego consumo [E217] (p. 156)
- Lopez, Marcela. Locales comerciales: identidad, marca, marketing [E262] (p. 161)
- Lopez, Cristina Amalia. Financiado diseño: El espacio creativo pide paso [E137] (p. 148)
- Lopez, Leticia Carolina. La Minipyper: claves para una vida emprendedora feliz [E278] (p. 162)
- Lopez Jubin, Luis. Clasifique, organice y retoque 100 fotos en minutos [E036] (p. 139)
- Lopez Ulloa, Ana Angelica. Del diseño tradicional al diseño complejo contemporáneo [E272] (p. 162)
- Macadar, Andrea. Forma e estética compositiva: posibilidades ritmadas [E021] (p. 138)
- Maiztegui, Marina. La Minipyper: claves para una vida emprendedora feliz [E278] (p. 162)
- Majluf, Rosali. El diseño en el plan de comunicación online [E126] (p. 147)
- Malréchauffé, Tania. ¿Hiciste el click? Creando conciencia ambiental y social en el Diseño [E149] (p. 150)
- Mammì, Flavio. Packaging con cuerpo y alma [E177] (p. 152)
- Marcano, Yaclyn. ¿Cómo producir un documental y no morir en el intento? [E267] (p. 161)
- Mariani, Verónica. La Minipyper: claves para una vida emprendedora feliz [E278] (p. 162)
- Marildo, Montenegro. Ilustración con stencil [E054] (p. 140)
- Marrone, Luciana. Teñido con cochinilla [E167] (p. 151)
- Martin, Gustavo. Pensar con imágenes, creatividad para pensar [E047] (p. 140)
- Martínez Dávila, Liliana Beatriz. El diseño gráfico sustentado por paradigmas epistemológicos [E253] (p. 160)
- Martínez De La Torre, Armando. Bocetaje de automóviles con proporciones de rueda [E016] (p. 137)
- Matozo Martínez, María Victoria. Comunicación y marketing para diseñadores [E080] (p. 143)
- Melconian, Rina. Como ser diseñador sin perder el alma, una ética del diseño [E205] (p. 155)
- Mendes, Layla. Aplicação de tendências no processo criativo de moda [E284] (p. 163)
- Mendes, Layla. Pensar moda para o Hemisfério Sul [E097] (p. 145)
- Mendoza, Sergio. Stencil. Cuando las paredes hablan [E155] (p. 150)
- Miranda, Daniela. Fashion Systema: revisión socio-cultural sobre moda y diseño [E128] (p. 148)
- Miranda, Francisco. Figuraciones abstractas [E053] (p. 140)
- Miranda Reyes, Sergio. El tan lejos tan cerca, de una sociedad en digital [E254] (p. 160)
- Míret, Santiago. Procesos proyectuales en estrategias de diseño no-lineales [E212] (p. 155)
- Molinari, Mariano. Diez puntos esenciales para mejorar tus fotografías [E084] (p. 143)
- Monsalve, Mariela. Typos corpóreos: Hacer letras con papel de descarte. [E245] (p. 159)
- Mora Aldama, Paulina. Diseño de mensajes visuales de microempresas coworking en Redes Sociales [E250] (p. 159)
- Morales, Marcos. In pixels [E197] (p. 154)
- Moreira Martins, Belisa. Visual merchandising: teoría y práctica [E157] (p. 151)
- Moreno, Marianela. Historias ilustradas en DPS (Digital Publishing Suite) [E120] (p. 147)
- Moreno y Moreno, Alejandra. Pintar es ver [E165] (p. 151)
- Morisot, Remy. Entender Google y cómo tener un buen posicionamiento web [E136] (p. 148)
- Moya Ebratt, Aurora. Intervención textil experimental para alta costura [E012] (p. 137)
- Moya Ebratt, Aurora. El Tocado, un arte de la cultura Latinoamericana [E161] (p. 151)
- Mujica, María Belén. El poder de la imagen (tu imagen comunica) [E093] (p. 144)
- Mulki, Esteban. Herramientas online para gestión de proyectos de diseño [E276] (p. 162)
- Muñoz Sánchez, Omar. De la sinestesia al diseño. Una propuesta de creatividad experiencial intersensorial. [E123] (p. 147)
- Navarro, Guillermo. ¿Cómo contestar o hacer reclamos de propiedad intelectual? [E258] (p. 160)
- Navarro, Guillermo. Gestión de la Propiedad Intelectual para áreas de diseño [E118] (p. 147)
- Naya, Soledad. Primero pienso, luego consumo [E217] (p. 156)

- Negreira, Eugenia Verónica. El color en la imagen de moda: pasado, presente y futuro [E286] (p. 163)
- Nicoletti, Carolina. Fashion Systema: revisión socio-cultural sobre moda y diseño [E128] (p. 148)
- Nigro, Mario. La integración de los softwares gráficos de Adobe [E277] (p. 162)
- Nigro, Mario. Imagens vivas [E094] (p. 144)
- Ochoa, Naida Jazmín. Radiografía de un personaje [E201] (p. 155)
- Oliva, Andrés. Ilustración infantil en editoriales [E042] (p. 139)
- Olivares Gallo, Juan Ernesto Alejandro. Análisis del entorno y propuesta de diseño para la ciudad creativa digital [E214] (p. 156)
- Oliveira De Araujo, Carlos Roberto. Modelando Moda Praia - a técnica das três linhas [E163] (p. 151)
- Olomudzski, Guido. Diseñando tu emprendimiento: de las ideas a la acción [E031] (p. 138)
- Olomudzski, Guido. Patrones mentales y prototipos: cómo potenciar la creatividad e innovación [E164] (p. 151)
- Orliacq, Julieta Alba. Lo real de lo virtual, la discusión eterna [E045] (p. 140)
- Ortiz Quimbay, Lina María. Diseño estratégico de marca: de la identidad como diferenciador a la gestión creativa [E273] (p. 162)
- Osores, Octavio. Tipografía histórica ferroviaria [E098] (p. 145)
- Pacheco, David. Si querés, sé freelance [E178] (p. 152)
- Painefil, Belen. Dibujo y diseño para tattoo [E242] (p. 159)
- Palles, Cristina. Tendencias del diseño actual en Euroshop 2014 [E148] (p. 150)
- Palmieri, Ricardo. Cómo redactar mejores posteos y tweets [E038] (p. 139)
- Pandolfelli, Eleonora. Cómo crear tu marca de indumentaria [E181] (p. 153)
- Pandolfo, Carla. Retrato. Cómo dibujar rostros [E014] (p. 137)
- Pappier, Andrea. Diseño gráfico en Shanghai: el diálogo China - Occidente [E113] (p. 146)
- Pardillos, Liberto. Ley de modelos y diseños industriales en Argentina [E089] (p. 144)
- Parente, Priscilla. Visual merchandising: teoría y práctica [E157] (p. 151)
- Patiño Navas, Jimena. Diseñando objetos con la corriente Funcionalista [E071] (p. 142)
- Paz, Camila. Ilustración experimental [E011] (p. 137)
- Pérez, Ramiro. Morfología, diagramación y adaptación de una pieza gráfica [E189] (p. 153)
- Pérez, Pablo Gustavo. Gráfica engañosa: análisis de propuestas gráficas como soporte de proyectos [E234] (p. 158)
- Pérez Gutiérrez, Gerardo Martín. Cuestión de piel: texturas en la arquitectura y la moda [E215] (p. 156)
- Perrotat, Andrea. Una buena impresión: estampación por sellos [E027] (p. 138)
- Persiani De Santamarina, Míriam Estrella. La imagen, el texto y el lector en el libro álbum [E043] (p. 139)
- Piazza, Jorge. El perfil del diseñador y su incapacidad para el negocio. [E208] (p. 155)
- Piazza, Jorge. Cómo presupuestar diseño. [E037] (p. 139)
- Piazza, Jorge. 13 consejos para armar mi estudio de diseño. [E282] (p. 163)
- Piraquive, Andrea. La nueva arquitectura del vestido [E073] (p. 142)
- Pires Mateus, Gabriel. Los materiales como punto de partida [E236] (p. 158)
- Piserechia, Gabriela. Ilustración de figurín [E152] (p. 150)
- Podrabinek, Fabian. El diseño gráfico sustentado por paradigmas epistemológicos [E253] (p. 160)
- Pulecio, Santiago. Transmedia on Marketing. La mejor historia triunfará [E179] (p. 152)
- Pulecio, Santiago. Movie Marketing. Técnicas infalibles para marcas protagonistas [E069] (p. 142)
- Quinteros, Nicolás. Introducción al derecho de autor para artistas y diseñadores [E174] (p. 152)
- Raffa, Florencia. Cómo ilustrar y diseñar en un iPad. Arte en vivo [E285] (p. 163)
- Ramirez, Andrea. Entender Google y cómo tener un buen posicionamiento web [E136] (p. 148)
- Reyes, Juan. Lettering Stencil [E057] (p. 141)
- Riesgo, Karina. Cálculo de costos y precios en época de inflación [E180] (p. 153)
- Robert, Irene. Composición, el orden de los objetos en la fotografía [E248] (p. 159)
- Rodriguez, Sebastian. Introducción al scratch [E107] (p. 146)
- Rodríguez Lain, Lorena. Consejos para una colección exitosa de indumentaria [E029] (p. 138)
- Rodríguez Meliá, Eduardo José. La moda ilustrada, he ahí la cuestión [E044] (p. 139)
- Rodríguez Palavecino, Fernando. Estampando Ideas [E196] (p. 154)
- Rodríguez Perilla, Sindy Jakelinne. Gestión efectiva del tiempo para diseñadores [E067] (p. 142)
- Rojo Campos, Michelle. Design Manual [E018] (p. 137)
- Roldan (Sonny Roger), Germán. Vendo luego existo [E048] (p. 140)
- Romero, Francisca. El diseño web, un lienzo en blanco digital [E065] (p. 141)
- Rosa, Alicia Fabiana. Aspectos formales básicos para iniciar un emprendimiento [E223] (p. 157)
- Rossi, Paula. La Minipyper: claves para una vida emprendedora feliz [E278] (p. 162)
- Rozenwasser, Agustina. Serigrafía sobre tela [E244] (p. 159)
- Rutter, Santiago. Editorial fanzine [E102] (p. 145)
- Sabatini, Patricio. Financiamiento y difusión en la era de las redes [E117] (p. 147)
- Saint Pierre. Juan Facundo. Historietas (dibujar lo que imagino) [E105] (p. 145)
- Salas, Sebastián. Buses urbanos: del diseño al vehículo en la calle [E259] (p. 160)
- Salazar Paredes, Natali. Diseñando una nueva forma. Rediseño de Galicia Office [E092] (p. 144)
- Salles, Laura. Jornada del Encuentro Latinoamericano de Diseño en el CMD [E294] (p. 164)
- Salles, Laura. El Distrito de Diseño y Centro Metropolitano de Diseño. Actividades para el sector [E288] (p. 163)
- Sanjinez, Victor. Ilustración, música para los ojos. Armonía de imágenes y conceptos [E255] (p. 160)
- Santa Coloma, Eugenia. Typos corpóreos: Hacer letras con papel de descarte. [E245] (p. 159)
- Sant'anna, Patricia. Pensar moda para o Hemisfério Sul [E097] (p. 145)
- Sant'anna, Patricia. Aplicação de tendências no processo criativo de moda [E] (p.)
- Santarsiero, Hugo Máximo. Producción Gráfica. Cómo cruzar el abismo entre diseño y producción [E257] (p. 160)

- Santarsiero, Hugo Máximo. El Diseño gráfico + Preimpresión - Preprensa. Los nuevos procedimientos previos para generar impresos. [E064] (p. 141)
- Saporiti, Pablo. Creación de personajes de yeso [E099] (p. 145)
- Sarmiento, Omar. Producción de videos para web [E289] (p. 164)
- Saucedo, Sabrina. Papercutt!! [E200] (p. 154)
- Saul, Betsabe. Redacción de moda para medios digitales [E166] (p. 151)
- Schliebener, Catalina. Ctrl+C / Ctrl+V [E241] (p. 159)
- Schmiedel, Ana Paula. El modelo de liderazgo de marca y el branding [E115] (p. 146)
- Selser, Daniel. ¿Trabajar para grandes marcas? no siempre es lo mas divertido [E035] (p. 139)
- Serra Palou, Jaime. Sin más distorsión que la perspectiva [E003] (p. 136)
- Serra Palou, Jaime. El lector no existe [E020] (p. 137)
- Serra Palou, Jaime. Datos y verdades [E271] (p. 162)
- Serra Palou, Jaime. Mesa de cierre del IX Encuentro conformada por los Invitados de Honor [E291] (p. 164)
- Serrano, Hernán Diego. Marketing, neurociencias y diseño [E138] (p. 149)
- Siare, Fabián Facundo. Historias ilustradas en DPS (Digital Publishing Suite) [E120] (p. 147)
- Silva Alzamora, Claudia Paz. Crin, diseño y color [E017] (p. 137)
- Smirnoff, Sergio. Desarrollo de sistema de señalética de DeltaTerra [Mesa redonda] [E133] (p. 148)
- Solari, Fernando. Si el mundo terminará siendo sostenible, sepamos cómo liderarlo [E191] (p. 154)
- Solórzano, Maria. Distintas formas de trabajo de una joyera contemporánea [E125] (p. 147)
- Sorgentini, Luis Alberto. Diseño de modelos gráficos de management [E041] (p. 139)
- Soto, Lucía. Typos corpóreos: Hacer letras con papel de descarte. [E245] (p. 159)
- Steinsleger, Ignacio. Elegí colores propios: corrección cromática en RAW. [E066] (p. 141)
- Taborda, Felipe. ¿Arte? ¿Para dónde estamos caminando? [E006] (p. 136)
- Taborda, Felipe. ¿Desde dónde vienen las ideas? [E049] (p. 140)
- Taborda, Felipe. Libre pensar y cambio de ideas [E246] (p. 159)
- Taborda, Felipe. Mesa de cierre del IX Encuentro conformada por los Invitados de Honor [E291] (p. 164)
- Tapia Morandi, Duilio Alejandro. Diálogo con la forma abstracta. Una experiencia de dibujo [E160] (p. 151)
- Téllez Jerez, Luis Fernando. Vestigios del Plan de Publicidad en una campaña publicitaria [E076] (p. 143)
- Terranova, Erick. Diseño de iniciativas virales para plataformas digitales: Aspectos Psicológicos y Tecnológicos [E111] (p. 146)
- Tessaro, Jonathan. Behavioral Brand: un nuevo abordaje para el branding [E060] (p. 141)
- Toledo, Andrea. Taller de Caricaturas [E058] (p. 141)
- Tomatti, Luisa. Difundir creatividad en el contexto de los nuevos medios: el caso muyricotodo* [E225] (p. 157)
- Tonetto, Leandro. O papel da intuição em projetos de Design para Experiência [E146] (p. 149)
- Torres, Manuel. Design Thinking: conjetura, controversias e incumbencias [E169] (p. 152)
- Vaillard, Laura. Comunicación para emprendedores [E132] (p. 148)
- Valussi, Cristian. El cine y los dispositivos móviles [E171] (p. 152)
- Varsky, Laura. Recorridos [E005] (p. 136)
- Varsky, Laura. Gestión y autogestión en la ilustración [E078] (p. 143)
- Varsky, Laura. Gestión y autogestión en la ilustración [E184] (p. 153)
- Varsky, Laura. Mesa de cierre del IX Encuentro conformada por los Invitados de Honor [E291] (p. 164)
- Vázquez Márquez, Israel. La pantalla: del cine al teléfono móvil [E022] (p. 138)
- Vecchio, Fernando Manuel. Claves para ganar clientes [E143] (p. 149)
- Vecchio, Fernando Manuel. Liderazgo, comunicación y asertividad [E175] (p. 152)
- Vega Yaguel, Daniel. El Diseño de un Centro de Interpretación para Geoparque [Mesa redonda] [E252] (p. 160)
- Velasquez, Indira. Importancia del color en el diseño [E033] (p. 138)
- Vélez Ochoa, Claudia Inés. De la sinestesia al diseño. Una propuesta de creatividad experiencial intersensorial. [E123] (p. 147)
- Verna, Alicia. Sumando una mirada de negocios a tu proyecto [E290] (p. 164)
- Villarreal, Amparo. Arte en hilos [E051] (p. 140)
- Virgili, Natalia Ariana. Escenas cotidianas [E195] (p. 154)
- Vivanco, Cecylia. Figura humana y movimiento en el Comic [E103] (p. 145)
- Weber, Anabella. Marketing de moda [E176] (p. 152)
- Weibchen, Guillermo. Nuevas prácticas de difusión y distribución de contenidos musicales [E090] (p. 144)
- Wolkowicz, Daniel. Cómo llevar adelante una editorial en la era digital [E131] (p. 148)
- Zanardi, César. Kawaiization. Personajes japoneses no tradicionales [E055] (p. 140)
- Zavala, Wenceslao. Cómo hacer que Google nos encuentre, incluso desde el celular [E269] (p. 161)
- Zito, Maximiliano. Introducción al Ecodiseño [E013] (p. 137)
- Zuluaga Garcia, Claudia Patricia. La moda, el cuerpo y el pensamiento contemporáneo [E235] (p. 158)
- Zuzek, Irene. Sistemas de color: un proceso creativo [E024] (p. 138)

b) Actividades presentadas en la IX edición del Encuentro Latinoamericano de Diseño 2014

- A história e a prática do stencil graffiti [E283]. Jensen, Emely (p. 163)
- Adobe CC y la creación colaborativa [E168]. Altamirano, Juan Manuel (p. 152)
- Análisis del entorno y propuesta de diseño para la ciudad creativa digital [E214]. Briseño Vilches, Alejandro y Olivares Gallo, Juan Ernesto Alejandro (p. 156)
- Aplicação de tendências no processo criativo de moda [E284]. Mendes, Layla y Sant'Anna, Patricia (p. 163)
- Arte en hilos [E051]. Villarreal, Amparo (p. 140)
- ¿Arte? ¿Para dónde estamos caminando? [E006] Taborda, Felipe (p. 136)
- Aspectos formales básicos para iniciar un emprendimiento [E223]. Rosa, Alicia Fabiana (p. 157)

- Bases biológicas de la observación en el proceso de diseño [E091]. Araya, José y Araya Leon, Maria Jose (p. 144)
- Behavioral Brand: un nuevo abordaje para el branding [E060]. Tessaro, Jonathan (p. 141)
- Bocetaje de automóviles con proporciones de rueda [E016]. Martínez de la Torre, Armando (p. 137)
- Branding en la moda [E079]. Demone, Silvana (p. 143)
- Buses urbanos: del diseño al vehículo en la calle [E259]. Salas, Sebastián (p. 160)
- Cálculo de costos y precios en época de inflación [E180]. Riesgo, Karina (p. 153)
- Cámaras fotográficas caseras [E194]. Cukier, Gisela (p. 154)
- Cambio de paradigma: El diseñador como líder de proyectos [E028]. Henríquez, Juan Emilio (p. 138)
- Cine. En cámara lenta [E204]. Basile, María Victoria (p. 155)
- Clasifique, organice y retoque 100 fotos en minutos [E036]. Lopez Jubin, Luis (p. 139)
- Claves para ganar clientes [E143]. Di Benedetto, Evangelina y Vecchio, Fernando Manuel (p. 149)
- Cómic autobiográfico [E239]. Diaz, Juan Pablo (p. 159)
- Cómo alcanzar la excelencia en la atención al cliente [E247]. Cantero, Jorge Luis (p. 159)
- ¿Cómo contestar o hacer reclamos de propiedad intelectual? [E258] Navarro, Guillermo (p. 160)
- Cómo crear tu marca de indumentaria [E181]. Pandolfelli, Eleonora (p. 153)
- Cómo despertar al genio creativo bajo presión [E007]. Canga, Adriana (p. 136)
- ¿Cómo diseñar mejor? [E122] Castillo, Ricardo (p. 147)
- Cómo hacer negocios en el mundo de la moda [E260]. Lecca, Rocio (p. 161)
- Cómo hacer que Google nos encuentre, incluso desde el celular [E269]. Zavala, Wenceslao (p. 161)
- Cómo hacer un guión breve en 150 minutos [E159]. Almada, René (p. 151)
- Cómo identificar y leer una tendencia [E224]. Fisicaro, Clarisa Ana (p. 157)
- Cómo ilustrar y diseñar en un iPad. Arte en vivo [E285]. Raffa, Florencia (p. 163)
- Cómo llevar adelante una editorial en la era digital [E131]. Wolkowicz, Daniel (p. 148)
- Cómo presupuestar diseño [E037]. Piazza, Jorge (p. 139)
- ¿Cómo producir un documental y no morir en el intento? [E267] Marcano, Yaclyn (p. 161)
- Cómo redactar mejores posteos y tweets [E038]. Palmieri, Ricardo (p. 139)
- Como ser diseñador sin perder el alma, una ética del diseño [E205]. Melconian, Rina (p. 155)
- Cómo transformar mi profesión en un emprendimiento [E061]. Castro, Melisa (p. 141)
- Composición, el orden de los objetos en la fotografía [E248]. Robert, Irene (p. 159)
- Comunicación para emprendedores [E132]. Vaillard, Laura (p. 148)
- Comunicación y marketing para diseñadores [E080]. Matozo Martinez, María Victoria (p. 143)
- Comunicar identidad: estrategia integral de comunicación para profesionales creativos [E270]. Bello, Alejandra (p. 161)
- Comunicar moda. Entre el diseñador y consumidor: la marca [E206]. Cubas, Constanza (p. 155)
- Comunicar sin palabras: éxito de la negociación [E249]. Bedoya Quintero, María Teresa (p. 159)
- Consejos para una colección exitosa de indumentaria [E029]. Rodríguez Lain, Lorena (p. 138)
- Contar lo mejor de uno sin abrir la boca [E231]. Aryan, Eugenia (p. 158)
- Cook Design. Recetas de diseño [E081]. Barrios, Patricia Claudia (p. 143)
- Creación de personaje [E052]. Devoto, Juan (p. 140)
- Creación de personajes de yeso [E099]. Saporiti, Pablo (p. 145)
- Creación de personajes Kawaii [E240]. Higuera, Carlos (p. 159)
- Creación de Picture Books digitales interactivos desde Indesign [E207]. Aráuz Palma, Robert Javier (p. 155)
- Creación de portfolios con Adobe Muse e InDesign [E039]. Lifman, Silvia (p. 139)
- Crin, diseño y color [E017]. Fuentes, Simon y Silva Alzamora, Claudia Paz (p. 137)
- Crowdfunding. Cómo aplicarlo para financiar proyectos creativos [E082]. Cárdenas Zamora, Maria Jimena (p. 143)
- Ctrl+C / Ctrl+V [E241]. Schliebener, Catalina (p. 159)
- Cuando el color no es evidente [E083]. González, Soledad (p. 143)
- Cuestión de piel: texturas en la arquitectura y la moda [E215]. Del Pino, Virginia y Pérez Gutiérrez, Gerardo Martín (p. 156)
- Datos y verdades [E271]. Serra Palou, Jaime (p. 162)
- De la A a la Z, creación y desarrollo de apps móviles [E144]. Bueno, Giseli (p. 149)
- De la sinestesia al diseño. Una propuesta de creatividad experiencial intersensorial [E123]. Muñoz Sánchez, Omar y Vélez Ochoa, Claudia Inés (p. 147)
- Del character al paper toy [E100]. Conci, Damián (p. 145)
- Del diseño tradicional al diseño complejo contemporáneo [E272]. Lopez Ulloa, Ana Angelica (p. 162)
- Desarrollo de sistema de señalética de DeltaTerra [Mesa redonda] [E133]. Smirnoff, Sergio (p. 148)
- ¿Desde dónde vienen las ideas? [E049] Tabora, Felipe (p. 140)
- Design emocional: ambientes prazerosos podem gerar valor na criação de produtos inteligentes [E261]. Arruda, Amilton y Balestra Ferreira de Paiva, Rodrigo (p. 161)
- Design Manual [E018]. Rojo Campos, Michelle (p.137)
- Design Thinking: conjetura, controversias e incumbencias [E169]. Torres, Manuel (p. 152)
- Diálogo con la forma abstracta. Una experiencia de dibujo [E160]. Chasco, Sandra Viviana y Tapia Morandi, Duilio Alejandro (p. 151)
- Dibujo y diseño para tattoo [E242]. Paineñil, Belen (p. 159)
- 10 claves para el organizador de eventos corporativos [E070]. Cardoso Souza, Silvina (p. 142)
- Diez puntos esenciales para mejorar tus fotografías [E084]. Molinari, Mariano (p. 143)
- Difundir creatividad en el contexto de los nuevos medios: el caso muyricotodo* [E225]. Chavez, Ariel Ireneo y Tomatti, Luisa (p. 157)
- Dimensiones comunicativas del profesional hoy [E062]. Barrios Rubio, Andrés (p. 141)
- Diseñando en un nuevo mundo... Digital [E030]. Gomez Vega, Agustin (p. 138)
- Diseñando objetos con la corriente Funcionalista [E071]. Patiño Navas, Jimena (p. 142)
- Diseñando para Ecommerce en un mundo multipantalla [E040]. Abuchaem, José (p. 139)
- Diseñando tu emprendimiento: de las ideas a la acción [E031]. Lang, Alejandro y Olomudzski, Guido (p. 138)

- Diseñando una nueva forma. Rediseño de Galicia Office [E092]. Salazar Paredes, Natali (p. 144)
- Diseñar diariamente [E110]. Brousseau, Mercedes (p. 146)
- Diseñar el emprendimiento desde una ciudad creativa [E085]. Acuña, Oscar (p. 143)
- Diseñar indumentaria con materiales no textiles [E008]. Aryan, Eugenia (p. 136)
- Diseño & humor (o el que ríe, diseña mejor) [E019]. Esquivel, Gonzalo (p. 137)
- Diseño como soporte de la comunicación corporativa [E182]. Aguirre, Claudia (p. 153)
- Diseño de iniciativas virales para plataformas digitales: Aspectos Psicológicos y Tecnológicos [E111]. Terranova, Erick (p. 146)
- Diseño de mensajes visuales de microempresas coworking en Redes Sociales [E250]. Mora Aldama, Paulina (p. 159)
- Diseño de modelos gráficos de management [E041]. Sorgentini, Luis Alberto (p. 139)
- Diseño de packaging, qué hay detrás de un envase [E112]. Grobe, Gustavo (p. 146)
- Diseño de transición: transición social del diseño-led hacia un futuro más sostenible [E077]. Irwin, Terry (p. 143)
- Diseño estratégico de marca: de la identidad como diferenciador a la gestión creativa [E273]. Ortiz Quimbay, Lina María (p. 162)
- Diseño Gráfico en 28 palabras [E134]. Barrios, Patricia Claudia (p. 148)
- Diseño gráfico en Shanghai: el diálogo China - Occidente [E113]. Pappier, Andrea (p. 146)
- Diseño independiente y emprendedurismo [E114]. Correa, María Eugenia y Guerschman, Bárbara (p. 146)
- Diseño industrial emprendedor [E150]. Hernandez, Wendy (p. 150)
- Diseño industrial hacia nuevos conceptos para sistemas de eficiencia energética [E232]. Cifuentes Villagran, Marcelo Alexis (p. 158)
- Diseño sin fronteras. Panel de apertura (Laboratorio de Experimentación) [E222] (p. 157)
- Diseño sin Fronteras. Presentación de proyectos seleccionados. Tu idea en 7 minutos (Laboratorio de Experimentación) [E233] (p. 158)
- Diseño sin Fronteras. Panel de cierre (Laboratorio de Experimentación) [E268] (p. 161)
- Diseño social: inteligencia aplicada a mejorar la vida de las personas [E063]. Cabral, María Itatí (p. 141)
- Diseño web ¿el nuevo diseño gráfico? [E170] Herrera, Javier (p. 152)
- Diseño y customización de tablas de Skate [E101]. Arguello, Agustín Matías (p. 145)
- Dispositivos móviles como herramienta para relevamiento y sincronización de información [E124]. Costantini, Maximiliano (p. 147)
- Distintas formas de trabajo de una joyera contemporánea [E125]. Solórzano, María (p. 147)
- Editorial fanzine [E102]. Rutter, Santiago (p. 145)
- El cine y los dispositivos móviles [E171]. Valussi, Cristian (p. 152)
- El color en la imagen de moda: pasado, presente y futuro [E286]. Negreira, Eugenia Verónica (p. 163)
- El dibujo de las telas. Los 7 pliegues básicos [E151]. Herrera, Juan Domingo (p. 150)
- El diseño de iluminación en los diferentes géneros artísticos [E251]. Fraga, Paula (p. 160)
- El diseño de un Centro de Interpretación para Geoparque [Mesa redonda] [E252]. Vega Yaguel, Daniel (p. 160)
- El diseño en el plan de comunicación online [E126]. Garay, Roxana y Majluf, Rosali (p. 147)
- El diseño en la construcción de marca [E086]. Jiménez, Maicol (p. 144)
- El diseño en museos y espacios de exhibición de patrimonio [E287]. Cácharo, Alejandro (p. 163)
- El Diseño gráfico + Preimpresión - Prerensa. Los nuevos procedimientos previos para generar impresos [E064]. Santarsiero, Hugo Máximo (p. 141)
- El diseño gráfico sustentado por paradigmas epistemológicos [E253]. Martínez Dávila, Liliana Beatriz y Podrabinek, Fabian (p. 160)
- El diseño web, un lienzo en blanco digital [E065]. Romero, Francisca (p. 141)
- El Distrito de Diseño y Centro Metropolitano de Diseño. Actividades para el sector [E288]. Salles, Laura (p. 163)
- El figurín como herramienta proyectual [E009]. Duarte, Dario (p. 136)
- El indumento comunicador simbólico e icónico de entornos [E145]. Alvira Gomez, Lidia Esperanza (p. 149)
- El lector no existe [E020]. Serra Palou, Jaime (p. 137)
- El lenguaje de la textura en el diseño textil [E010]. Arcioni, Barbara e Insaurraldi, Pablo Emanuel (p. 137)
- El Método Empático [E072]. Carruego, Miguel (p. 142)
- El modelo de liderazgo de marca y el branding [E115]. Schmiedel, Ana Paula (p. 146)
- El Ojo de Iberoamérica 2013. La mejor creatividad de la región [E135]. Degiuseppe, Ana (p. 148)
- El perfil del diseñador y su incapacidad para el negocio [E208]. Piazza, Jorge (p. 155)
- El poder de la imagen (tu imagen comunica) [E093]. Mujica, María Belen (p. 144)
- El precio del diseño [E087]. Cristofani, María Alejandra (p. 144)
- El registro de marcas [E274]. Carpena, María Florencia (p. 162)
- El rol de Consultor en Comunicaciones Internas [E032]. Arru, Marco (p. 138)
- El ropero de Tom: del cuero a las fibras sintéticas, diseño fetish [E127]. Almirón, Cristian (p. 148)
- El sentido de anticiparse: trends & future [E116]. Donayre, Beatriz (p. 146)
- El tan lejos tan cerca, de una sociedad en digital [E254]. Miranda Reyes, Sergio (p. 160)
- El Tocado, un arte de la cultura Latinoamericana [E161]. Caballero, Marjorie y Moya Ebratt, Aurora (p. 151)
- Elegí colores propios: [Corrección cromática en RAW] [E066]. Steinsleger, Ignacio (p. 141)
- Entender Google y cómo tener un buen posicionamiento web [E136]. Morisot, Remy y Ramirez, Andrea (p. 148)
- Escenas cotidianas [E195]. Virgili, Natalia Ariana (p. 154)
- Estampando Ideas [E196]. Rodríguez Palavecino, Fernando (p. 154)
- Estrategias cognitivas asociadas a la creatividad [E162]. Arias Villamar, John Alfredo (p. 151)
- Experimentación + juego = proceso [E172]. Castillo, Mario (p. 152)
- Fashion it - Producción de moda [E275]. Dubay, Christian (p. 162)

- Fashion Systema; Revisión Socio-Cultural sobre Moda y Diseño [E128]. Miranda, Daniela y Nicoletti, Carolina (p. 148)
- Figura humana y movimiento en el Comic [E103]. Vivanco, Cecylia (p. 145)
- Figuraciones abstractas [E053]. Miranda, Francisco (p. 140)
- Financiamiento y difusión en la era de las redes [E117]. Sabatini, Patricio (p. 147)
- Financiando diseño: El espacio creativo pide paso [E137]. Bergomi, Paolo I. G. y Lopez, Cristina Amalia (p. 148)
- Forma e estética compositiva: posibilidades ritmadas [E021]. Macadar, Andrea (p. 138)
- Fotografía: un viaje entre el B/N, el color, lo digital y lo análogo [E183]. Herrera Zarate, Alvaro Ricardo (p. 153)
- Fusión entre ilustración, foto y materialidad [E104]. Abdala, Horacio y Godoy, Adri (p. 145)
- Gestión de la Propiedad Intelectual para áreas de diseño [E118]. Navarro, Guillermo (p. 147)
- Gestión efectiva del tiempo para diseñadores [E067]. Rodríguez Perilla, Sindy Jakelinne (p. 142)
- Gestión y autogestión en la ilustración [E078]. Varsky, Laura (p. 143)
- Gestión y autogestión en la ilustración [E184]. Varsky, Laura (p. 153)
- Gráfica engañosa: análisis de propuestas gráficas como soporte de proyectos [E234]. Castro, Gerardo Abel y Pérez, Pablo Gustavo (p. 158)
- Grandes marcas de moda: relato de una experiencia europea [E119]. Contino, Eleonora (p. 147)
- Había una vez un ilustrador [E173]. Higuera, Carlos (p. 152)
- 한글 Hangeul. Forma y expresión de la escritura coreana [E050]. Arosa, Andrea (p. 140)
- Herramientas lúdicas para la interacción entre la Ilustración, el diseño, y la palabra [E015]. Bianki, Diego (p. 137)
- Herramientas online para gestión de proyectos de diseño [E276]. Mulki, Esteban (p. 162)
- ¿Hiciste el click? Creando conciencia ambiental y social en el Diseño [E149]. D'Ottone, Florencia y Malréchauffé, Tania (p. 150)
- Historias ilustradas en DPS (Digital Publishing Suite) [E120]. Moreno, Marianela y Siores, Fabián Facundo (p. 147)
- Historietas (dibujar lo que imagino) [E105]. Saint Pierre, Juan Facundo (p. 145)
- Humor gráfico [E193]. Brunancio, Adelaido (p. 154)
- Ilustración con stencil [E054]. Cordeiro, Claudiana y Marildo, Montenegro (p. 140)
- Ilustración de figurín [E152]. Piserchia, Gabriela (p. 150)
- Ilustración experimental [E011]. Paz, Camila (p. 137)
- Ilustración experimental: Señora Veneno [E106]. Aguilera, Mónica y Cruz, Julian Camilo (p. 145)
- Ilustración infantil en editoriales [E042]. Oliva, Andrés (p. 139)
- Ilustración, música para los ojos [E255]. Armonía de imágenes y conceptos. Sanjinez, Víctor (p. 160)
- Imagens vivas [E094]. Gouvea da Silva, Gleidson y Nigro, Mario (p. 144)
- Impacto e sustentabilidade ambiental no habitat humano [E230]. Cianciardi, Glaucus (p. 158)
- Implementación de señalización en el Aeropuerto Internacional de Brasilia [Mesa redonda] [E256]. Alvarez Bognar, Martín (p. 160)
- Importancia del color en el diseño [E033]. Velasquez, Indira (p. 138)
- In pixels [E197]. Morales, Marcos (p. 154)
- Intervención textil experimental para alta costura [E012]. Caballero, Marjorie y Moya Ebratt, Aurora (p. 137)
- Introducción al derecho de autor para artistas y diseñadores [E174]. Quinteros, Nicolás (p. 152)
- Introducción al Ecodiseño [E013]. Zito, Maximiliano (p. 137)
- Introducción al neuromarketing [E129]. Giraud, Brigitte (p. 148)
- Introducción al scratch [E107]. Rodriguez, Sebastian (p. 146)
- Jornada del Encuentro Latinoamericano de Diseño en el CMD [E294]. Salles, Laura (p. 164)
- Kawaiization. Personajes japoneses no tradicionales [E055]. Zanardi, César (p. 140)
- La gestión comercial del diseñador gráfico [E226]. Andreatta, Carlos (p. 157)
- La icografía en la camiseta. Un asomo a la unión de la imagen y la prenda [E095]. Higuera, Fredy (p. 144)
- La imagen, el texto y el lector en el libro álbum [E043]. Bianchi Bustos, Marcelo Emilio y Persiani de Santamarina, Miriam Estrella (p. 139)
- La integración de los softwares gráficos de Adobe [E277]. Gouvea da Silva, Gleidson y Nigro, Mario (p. 162)
- La joyería: del oficio al objeto de diseño [E153]. Fuentes Aedo, Pamela Alejandra (p. 150)
- La licuadora [E056]. Gatti, Verónica y Grinszpan, Florencia (p. 141)
- La Minipymmer: Claves para una vida emprendedora feliz [E278]. Angelico, Maria Florencia; Di Maggio, Rina; Lopez, Leticia Carolina; Maiztegui, Marina; Mariani, Verónica y Rossi, Paula (p. 162)
- La moda ilustrada, he ahí la cuestión [E044]. Rodriguez Meliá, Eduardo José (p. 139)
- La moda, el cuerpo y el pensamiento contemporáneo [E235]. Zuluaga Garcia, Claudia Patricia (p. 158)
- La música en el cine. Una visión artística [E130]. Braun, Ricardo y Haedo, Lucas (p. 148)
- La noticia hecha gráfico [E088]. Escobar, Juan Carlos (p. 144)
- La nueva arquitectura del vestido [E073]. Piraquive, Andrea (p. 142)
- La pantalla: del cine al teléfono móvil [E022]. Vázquez Márquez, Israel (p. 138)
- La representación visual de los Héroes latinoamericanos [E068]. Garcés, María Belén (p. 142)
- La toma de decisiones en un proceso creativo [E185]. Bietti, Federico (p. 153)
- La vidriera como comunicación e interpretación de tendencias [E186]. Gianella, Ana María (p. 153)
- Las tres patas de la comunicación impresa gubernamental [E187]. Jaurena, Sandro David (p. 153)
- Letras Robustas. Taller de lettering pictórico [E198]. Elichirigoity, Natalia (p. 154)
- Lettering de graffiti [E108]. Dominguez, Lucas (p. 146)
- Lettering Stencil [E057]. Reyes, Juan (p. 141)
- Ley de modelos y diseños industriales en Argentina [E089]. Pardillos, Liberto (p. 144)
- Leyendas del Caribe: diseñando desde lo intangible [E188]. Amarís, Stephanie y Cepeda Danies, Carlos Miguel (p. 153)
- Libre pensar y cambio de ideas [E246]. Tabora, Felipe (p. 159)
- Libros y revistas digitales para tablets y smarthphones [E279]. Benchimol, Daniel (p. 162)
- Liderazgo, comunicación y asertividad [E175]. Di Benedetto, Evangelina y Vecchio, Fernando Manuel (p. 152)

- Llevar al cliente hacia la decisión correcta: vender nuestra idea [E209]. Gonzalez, Claudia (p. 155)
- Lo real de lo virtual, la discusión eterna [E045]. Orliacq, Julieta Alba (p. 140)
- Lobos y Caperucitas. Creatividad & ilustración [E199]. Frino, Leonardo (p. 154)
- Locales comerciales: identidad, marca, marketing [E262]. Lopez, Marcela (p. 161)
- Los diseñadores y el mercado [E001]. Chaves, Norberto (p. 136)
- Los materiales como punto de partida [E236]. Pires Mateus, Gabriel (p. 158)
- Marcas SEE: Seguidoras, Evolucionadas, Estratégicas [E216]. Bernal Garcia, Gabriel (p. 156)
- Marco legal para tu emprendimiento de diseño [E210]. Carpena, María Florencia (p. 155)
- Marketing de contenidos: la mente decide con la emoción [E046]. Cravino, Victoria y Firbeda, Esteban (p. 140)
- Marketing de moda [E176]. Weber, Anabella (p. 152)
- Marketing, neurociencias y diseño [E138]. Serrano, Hernán Diego (p. 149)
- Más allá de los test A/B, UX orientado a la conversión [E096]. Buitrago, Rafael (p. 145)
- Más allá del show [E202]. Chaves, Norberto (p. 155)
- Me recibí, ¡soy interiorista! y ahora qué... [E139] Carbone, Mariela y Dominguez, Sandra (p. 149)
- Mesa de cierre del IX Encuentro conformada por los Invitados de Honor [E291]. Chaves, Norberto; Libedinsky, Gaspar; Serra Palou, Jaime; Taborda, Felipe y Varsky, Laura (p. 164)
- Modelando Moda Praia, a técnica das três linhas [E163]. Oliveira de Araujo, Carlos Roberto (p. 151)
- Moldería básica de bombachas (ropa interior) [E023]. Diez, Ximena (p. 138)
- Morfología, diagramación y adaptación de una pieza gráfica [E189]. Pérez, Ramiro (p. 153)
- Movie Marketing. Técnicas infalibles para marcas protagonistas [E069]. Pulecio, Santiago (p. 142)
- Muñecos con sello propio [E243]. Gorjon, Juan Manuel (p. 159)
- Negocios online: ¿futuro del diseño? Plenario de la Red Digital (Conferencia) [E158] (p. 151)
- Nuestra Feria de Diseño (Nuestra Feria de Diseño) [E203] (p. 155)
- Nuevas prácticas de difusión y distribución de contenidos musicales [E090]. Weibchen, Guillermo (p. 144)
- Nuevos conceptos para el diseño de restaurantes, bares y cafés [E140]. Encarnacion Guido, Shirley (p. 149)
- O design como ferramenta de identidade e comunicação empresarial [E263]. Dias, Miriam (p. 161)
- O papel da intuição em projetos de Design para Experiência [E146]. Tonetto, Leandro (p. 149)
- Obra como arquitecto (siendo artista y curador) [E002]. Libedinsky, Gaspar (p. 136)
- Obra como artista (siendo arquitecto y curador) [E147]. Libedinsky, Gaspar (p. 150)
- Obra como curador (siendo arquitecto y artista) [E221]. Libedinsky, Gaspar (p. 157)
- Observar con ojos tipográficos [E034]. Giovagnoli, Carolina (p. 139)
- Observar y mirar, nada que ver [E227]. Cittá Giordano, Víctor (p. 157)
- Packaging con cuerpo y alma [E177]. Mammini, Flavio (p. 152)
- ¡Papercut! [E200] Saucedo, Sabrina (p. 154)
- ¿Para qué sirve la teoría? [E109] Chaves, Norberto (p. 146)
- Pasajes del paisajismo fotográfico [E211]. Castro, Iván (p. 155)
- Patrones mentales y prototipos: cómo potenciar la creatividad e innovación [E164]. Lang, Alejandro y Olomudski, Guido (p. 151)
- Pensando con el corazón. Creatividad aplicada al bien público [E190]. Leguizamón, Mariano (p. 154)
- Pensar con imágenes, creatividad para pensar [E047]. Martin, Gustavo (p. 140)
- Pensar moda para o Hemisfério Sul [E097]. Mendes, Layla y Sant'Anna, Patricia (p. 145)
- Pintar es ver [E165]. Moreno y Moreno, Alejandra (p. 151)
- Pintura y diseño gráfico, paralelismos y entrecruzamientos [E228]. Amoroso Boelcke, Nicolás (p. 157)
- Presentación para interesados en estudiar Carreras Creativas en Palermo (Conferencia) [E192] (p. 154)
- Primero pienso, luego consumo [E217]. Lopez, Lucía y Naya, Soledad (p. 156)
- Proceso e importancia del Escalado industrial manual [E264]. Flores, Martha (p. 161)
- Procesos de branding con alcance nacional en Latinoamérica [E004]. Koniszcz, Gustavo (p. 136)
- Procesos proyectuales en estrategias de diseño no-lineales [E212]. Miret, Santiago (p. 155)
- Producción de imágenes de síntesis partiendo de un modelo teórico [E213]. Castillo Morquecho, Jorge y Guzmán López, Diana (p. 156)
- Producción de videos para web [E289]. Sarmiento, Omar (p. 164)
- Producción Gráfica. Cómo cruzar el abismo entre diseño y producción [E257]. Santarsiero, Hugo Máximo (p. 160)
- Prototipagem rápida e desenvolvimento de ecoprodutos [E074]. Gomes, Leonardo Oliveira (p. 142)
- Radiografía de un personaje [E201]. Castro, Gabriela Alejandra y Ochoa, Naida Jazmín (p. 155)
- Reconocimiento como Maestro del Diseño para Edgardo Giménez (Invitado de Honor) [E292] (p. 164)
- Recorridos [E005]. Varsky, Laura (p. 136)
- Redacción de libretos y guiones para televisión y radio [E121]. Buero, Luis (p. 147)
- Redacción de moda para medios digitales [E166]. Saul, Betsabe (p. 151)
- Redes sociales para moda [E280]. Delichotti, Romina (p. 162)
- Retrato. Cómo dibujar rostros [E014]. Bernst, Oscar y Pandolfo, Carla (p. 137)
- Sacar a pasear una línea [E154]. Cittá Giordano, Víctor (p. 150)
- Serigrafía sobre tela [E244]. Casuccio, Silvana y Rozenwasser, Agustina (p. 159)
- Si el mundo terminará siendo sostenible, sepamos cómo liderarlo [E191]. Solari, Fernando (p. 154)
- Si querés, sé freelance [E178]. Pacheco, David (p. 152)
- Sin más distorsión que la perspectiva [E003]. Serra Palou, Jaime (p. 136)
- Sistemas de color: un proceso creativo [E024]. Dal Maso, Mónica y Zuzek, Irene (p. 138)
- Somos creativos, ¿Cómo mejoramos? [E237] Asencio Candia, Fernando Luis (p. 158)
- Stencil. Cuando las paredes hablan [E155]. Mendoza, Sergio (p. 150)
- Sublimación gran formato, 3D, strass y vinilo [E156]. Berkowicz, Marcos (p. 150)
- Sumando una mirada de negocios a tu proyecto [E290]. Verna, Alicia (p. 164)

- Sustentabilidade e joalheria: inovação e diferenciação [E218]. Blumberg, Silvia Rosa (p. 156)
- Taller de caricaturas [E058]. Toledo, Andrea (p. 141)
- Tejiendo redes: claves para desarrollar una red de contactos efectiva [E229]. Bello, Alejandra (p. 157)
- Tendencias del diseño actual en Euroshop 2014 [E148]. Blitstein, Alejandro y Palles, Cristina (p. 150)
- Tendencias: Dubai - Moda con tendencias árabes [E025]. Contino, Eleonora (p. 138)
- Teñido con cochinilla [E167]. Marrone, Luciana (p. 151)
- Teñido de reserva [E026]. Ferrari, Carla (p. 138)
- Tipografía histórica ferroviaria [E098]. Ares, Fabio Eduardo y Osoreo, Octavio (p. 145)
- ¿Trabajar para grandes marcas? No siempre es lo mas divertido [E035]. Selser, Daniel (p. 139)
- Transmedia on Marketing. La mejor historia triunfará [E179]. Pulecio, Santiago (p. 152)
- 13 consejos para armar mi estudio de diseño [E282]. Piazza, Jorge (p. 163)
- 3D Puzzle. [E238] Basualdo, Franco (p. 158)
- Tu biografía en formato de fanzine [E059]. Lamas, Federico (p. 141)
- Typos corpóreos: hacer letras con papel de descarte [E245]. Monsalve, Mariela; Santa Coloma, Eugenia y Soto, Lucía (p. 159)
- Un convidado de piedra en el diseño: el daltonismo [E265]. Castro, Gustavo (p. 161)
- Una buena impresión: estampación por sellos [E027]. Perrotat, Andrea (p. 138)
- Una fiesta habla de vos [E266]. Gonzalez, Diana (p. 161)
- Una máquina de producir ideas [E141]. González, Soledad (p. 149)
- Una prenda. Una palabra [E219]. Guarás, María Cecilia (p. 156)
- Valor textil de la fibra de lana en el diseño sudamericano [E075]. Insaurrealdi, Pablo Emanuel (p. 142)
- Vendo luego existo [E048]. Roldan (Sonny Roger), Germán (p. 140)
- Vestigios del Plan de Publicidad en una campaña publicitaria [E076]. Téllez Jerez, Luis Fernando (p. 143)
- Vistiéndonos con tecnología a través del DIY [E220]. González, Sebastián (p. 156)
- Visual merchandising: teoría y práctica [E157]. Moreira Martins, Belisa y Parente, Priscilla (p. 151)
- Vivir de la fotografía, mucho más que el día del shooting. De fotógrafo a empresario [E142]. Hoyos Jaramillo, Catalina (p. 149)
- ¿Y a vos...qué te inspira? [E281] Canga, Adriana (p. 163)
- Abstract:** The following document is an approach to the organization, activities and participation areas of the IX Latin American Design Meeting, developed between July 28th and August 1st, 2014 by the Faculty of Design and Communication of the University of Palermo in Buenos Aires, Argentina.
- Key words:** Design - Latin America - Technology - Enterprises - Trends - Creativity - Conferences - Workshops - Contests - Fair - Businesses .
- Resumo:** O texto a seguir é uma aproximação à organização, às atividades e às áreas de participação da IX Edição do Encontro Latino-americano do Design desenvolvido entre os dias 28 de julho e 1 de agosto de 2014 pela Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo, em Buenos Aires, na Argentina.
- Palavras chave:** Design - América Latina - Tecnologia - Empreendedorismo - Tendências - Criatividade - Palestras - Oficinas - Concursos - Féria - Negócios.

Uso de compósito biodegradável no design de carroceria conceitual

Actas de Diseño (2015, marzo),
Vol. 18, pp. 177-180. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Acir Fortunato Paiva y Jairo José Drummond Câmara (*)

Resumen: Descripción de la metodología de diseño utilizada para desarrollar el concepto de carrocería de vehículo que normalmente utiliza la fibra de vidrio laminado como material básico. El objetivo es sustituir la fibra de vidrio laminado por un material biodegradable compuesto por fibra de yute y resina vegetal, proveniente de las semillas de ricino, que actúa como una alternativa sustentable, ya que es un material sin riesgo de manipulación y completamente biodegradable. Se describen los pasos necesarios para crear el vehículo y las ventajas del nuevo material.

Palabras clave: Diseño - Sustentabilidad - Biodegradable - Compuesto - vehículo automotor.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 180]

Introdução

Na maioria dos veículos de design conceitual e protótipos utiliza-se o compósito de fibra de vidro e resinas provenientes do petróleo como material base. A produção de carrocerias em fibra de vidro hoje é uma atividade praticamente artesanal e pouco mecanizada, motivo pelo qual não se utiliza este material para a produção de automóveis em linhas de produção devido à exposição dos funcionários a produtos nocivos à saúde e também devido ao longo tempo de cura das resinas utilizadas que podem retardar a velocidade das linhas.

As carrocerias desses veículos não suportam cargas estruturais, nestes casos conta-se com uma estrutura para este fim, variando da tubular, chassi e mista. Nestes casos as peças em fibra têm a função aerodinâmica, visual, vedação e base para adesivos de identificação e marketing. Nessas condições, substituir a fibra de vidro e resina poliéster por fibras e resinas vegetais se torna viável, considerando os conceitos de sustentabilidade. Quanto ao processo de descarte, o menor tempo de deterioração e não gerar poluição ambiental são vertentes de um processo sustentável.

O ambiente insalubre onde se manipula a fibra de vidro e a resina poliéster é fator determinante, pois a fase de manipulação da fibra de vidro gera minúsculas partículas que penetram no sistema respiratório contaminando as mucosas. A resina poliéster gera um forte odor no seu processo de manipulação e cura, também gases que podem provocar câncer. O uso de um material compósito, que não provoque um ambiente insalubre na sua preparação e que complete o seu ciclo de vida em tempo reduzido sem prejudicar o meio ambiente é oportuno e desafiador, ainda com a base de um projeto de design da carroceria para aplicação e divulgação de uma nova alternativa de material.

A definição de materiais compósitos declara que um material compósito contém uma ou mais fases fisicamente distintas distribuídas dentro de uma outra fase contínua aproveitando as propriedades que são diferentes de ambos, gerando novas propriedades.

Historicamente, os materiais compósitos têm sido usados durante séculos de uma forma ou de outra, por exemplo:

palha com tijolos de barro, papel e concreto. Madeira e osso são um exemplo dos compósitos naturais. Os compósitos são especialmente atraentes devido à sua elevada resistência específica e da baixa densidade. Isto levou ao grande interesse em sua pesquisa e desenvolvimento nas últimas décadas, particularmente para aplicações aeroespaciais onde a capacidade de carga suplementar e eficiência do motor são fundamentais. Em tempos mais recentes, a indústria automotiva tem mostrado interesse em materiais estruturais compósitos por razões semelhantes, assim como os efeitos de emissões de gases no meio ambiente tem fornecido o impulso para o veículo leve do futuro.

Compósitos também oferecem inúmeras vantagens sobre muitos materiais tradicionais como metais, excelente resistência à corrosão e maior resistência à temperatura, a exemplo dos usos com fibra de carbono.

Biocompósitos

Biocompositos naturais incluem materiais estruturais, como a madeira, mas também pode incluir compósitos artificiais feitos com resinas sintéticas e reforçados por fibras como a juta, sisal, fibra de banana, fibra de coco e fibras de bambu.

São atraentes por causa do baixo impacto ambiental de seus produtos, podem ser produzidos localmente e não aumentam o nível de emissões na atmosfera, isto porque eles podem ser compostados no final de sua vida útil. No entanto, os materiais biocompósitos proporcionam um impacto comercial limitado devido a um número de fatores, tais como:

- Preocupação sobre a controlabilidade do processo de degradação;
- Incerteza sobre as propriedades das matérias primas do material;
- Previsões teóricas não acertadas das propriedades dos materiais compósitos;
- Previsão econômica incerta;

- Dificuldades em entrar no consolidado mercado de compósitos artificiais.

Podem-se minimizar estes fatores, explorando as possibilidades de substituição de peças não estruturais, o que já auxilia na utilização deste tipo de material em média de 30 a 40% nos materiais de uma carroceria automotiva. A ênfase da pesquisa e desenvolvimento na segunda metade do século passado foi na utilização das fibras e resinas artificiais. Um esforço será necessário para o avanço estrutural dos Biocompósitos para disponibilidade comercial. O direcionamento para esta proposta é atraente, pois em meio aos problemas ambientais atuais, ser capaz de compostar os materiais de uma carroceria automotiva no seu fim de vida é algo de grande utilidade. Considerando os esforços atuais à procura de produtos e processos sustentáveis, o uso de compósitos biodegradáveis pode trazer diversas vantagens como:

- Uso de veículos mais leves, acarretando menor consumo de combustível;
- Biodegradabilidade;
- Ciclo de vida menor dos produtos;
- Uso de partes da estrutura do veículo descartada na compostagem junto à agricultura;
- Diminuição do impacto ambiental causado pela indústria do aço e plásticos.

Fibras vegetais

As fibras vegetais apresentam uma série de vantagens sobre as fibras sintéticas justificando assim o seu uso como reforço em matrizes. Algumas vantagens e desvantagens da fibra vegetal em relação à sintética podem ser observadas:

Vantagens:

- Conservação de energia
- Grande abundância;
- Baixo custo;
- Não é prejudicial à saúde;
- Possibilidade de incremento na economia agrícola;
- Prevenção de erosão;
- Baixa densidade;
- Biodegradáveis.

Desvantagens:

- Baixa durabilidade quando usada como reforço em matriz cimentícia;
- Variabilidade de propriedades;
- Fraca adesão em seu estado natural a inúmeras matrizes.

Antes de se estudar o comportamento das fibras vegetais como reforço em uma matriz, seja ela frágil ou dúctil, se faz necessário o estudo e a análise das propriedades destas fibras.

Fibra de juta

As fibras vegetais estão disponíveis no mercado brasileiro em variadas formas de comercialização, fios, telas, algu-

mas em rolos e fardos. O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de fibras de sisal e outras fibras similares, segundo dados da FAO Fibres Statistical Bulletin - Jute, Kenaf, Sisal, Abaca, Coir and Allied Fibres - Statistics, June 2009 - Relatório da FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations - Pagina 34, com a produção de 138,1 mil toneladas neste ano.

As telas confeccionadas em fibra de juta podem ser usadas em carrocerias de veículos fora de produção devido à sua disponibilidade em formas comparáveis com a fibra de vidro no mercado. Estas telas são fornecidas em rolos com medidas máximas de 1m de largura e 50m de comprimento. Em etapa posterior e trabalhos futuros, podem ser analisados os comportamentos utilizando a fibra de juta colorida, com o objetivo de verificar a possibilidade de substituir a pintura convencional hoje utilizada nos veículos. A juta é uma fibra vegetal tradicionalmente usada para se fazer cordas e sacos. Esta fibra é obtida da haste da planta (*Corchorus capsularis*), tendo seu comprimento uma variação de 200 a 1500 mm e sendo composta de 58-63 % de celulose, 21-24 % de hemicelulose, 12-14 % de lignina. Suas propriedades mecânicas, embora baixas quando comparadas aos das fibras industriais, são adequados para aplicações sujeitas a baixas solicitações mecânicas.

Resina vegetal

A resina vegetal é um produto bi-componente obtido através de recurso natural e renovável, derivada do óleo de Mamona (*Ricinus communis*). É isenta de toxicidade e de solventes tornando-se 100% sólida após o tempo normal de cura. A manipulação e cura ocorrem a temperatura ambiente e atende aos requisitos de biodegradabilidade. É compatível com a sua vida útil (requisitos preconizados na série de Normas ISO 14000).

Quando queimada, não propaga chamas, não libera vapores tóxicos por não conter substâncias voláteis em sua formulação, podendo, assim, ser aplicada em locais fechados, com baixa ventilação. Possui excepcional resistência à corrosão, abrasão, raios UV e substâncias químicas agressivas (ácidos, álcalis e solventes), resistência esta, superior às apresentadas pelos sistemas a base de resinas epóxi mais comuns. Apresenta excelente aderência ao substrato, não apresentando retração volumétrica após a cura. Razoável elasticidade e elevada durabilidade.

Metodologia

Como o objetivo é substituir o compósito laminado em resina poliéster e fibra de vidro, devido aos vários problemas já citados, uma carroceria está em produção utilizando o biocompósito em resina vegetal e fibra de juta. Para a aplicação desse novo material, inicia-se o desenvolvimento de novo veículo conceito utilizado para rally, com base nos metodologias de design e desenvolvimento de produtos. Todas as necessidades e detalhes formais são definidos junto aos usuários, piloto e navegador, em diversos encontros onde iniciaram os desenhos. A cada etapa os desenhos rápidos são escolhidos até chegar a uma forma final. Na seqüência seguem as etapas de trabalho.

Geração de alternativas de desenho da carroceria

A geração de alternativas é uma fase do projeto de design onde são gerados inúmeros desenhos rápidos a fim de não perder o conceito original do projeto. Um desenho final é escolhido com base nas funções que o veículo irá desempenhar, melhor aspecto formal, facilidade de moldagem e extração do molde. A marca Alfa Romeo foi escolhida e seguida a sua linha de design, porém, com uma nova proposta: *off-road*.

Modelagem em escala 1:4

A fase de modelagem em escala 1:4 é necessária para melhor compreender as formas do veículo em três dimensões. Para o modelo produzido a escala 1:5 ficaria muito pequena para reproduzir detalhes. Já a escala 1:2 ficaria financeiramente desnecessária e seria de difícil transporte. O modelo foi construído da seguinte forma:

- Fase 1: modelagem em isopor de alta densidade. Usam-se lixas para lixamento úmido para não provocar erupções no isopor. Inicia-se pela granulação 36 e finaliza-se com a 120. É desnecessário utilizar granulações mais finas. O uso de um copiador de perfil é indicado para manter a simetria.
- Fase 2: Aplicação de resina epóxi para dar rigidez à superfície do isopor e proteger das próximas fases em resina poliéster, que reage com o isopor e danifica-o.
- Fase 3: Aplicação da resina poliéster com véu de fibra de vidro. São aplicadas três camadas, uma de cada cor, para possibilitar o controle de lixamento e saber a profundidade evitando atingir o isopor.
- Fase 4: Aplicação de massa poliéster para diminuir a rugosidade da superfície e acertar os detalhes.
- Fase 5: Prepara-se o modelo para a pintura corrigindo pequenos detalhes de superfície aplicando fundo preparador que servirá de base para a aderência da tinta.
- Fase 6: Após a pintura, são feitos os retoques finais com polimento com massa de polir automotiva. Pode-se analisar o modelo de forma mais clara e tem-se uma projeção de como será o veículo final. É o último momento de tomar as decisões antes de partir para construção do veículo em escala 1:1.

Análise ergonômica

É necessária uma análise ergonômica do interior do veículo e ajustar às dimensões da estrutura a fim de proporcionar maior conforto aos ocupantes. Esta análise pode ser feita em software UNIGRAFICS. O sistema do software considera os mesmos dados ergonômicos e normalização de análise para veículos de normal produção na indústria automobilística.

Construção da estrutura tubular do chassi conforme normas da FIA (Federação Internacional de Automobilismo)

Após as análises da estrutura em software inicia-se a construção física da estrutura tubular. A segurança dos ocupantes (piloto e navegador) é um dos aspectos mais importantes no projeto. A estrutura deve ser capaz de

suportar situações de carga comuns em competições de velocidade *off-road* em que o veículo é submetido a esforços maiores que no uso normal em ruas e estradas. Além disso, o dimensionamento contempla resistência adicional em condições de emergência como capotamento, colisão frontal, lateral e traseira.

Desenho da carroceria em software

O desenho final da carroceria é feito em software e iniciado logo após a definição ergonômica. Houve quatro etapas de modificações para ajustes no chassi tubular, a fim de posicionarem ocupantes e motopropulsor.

Análise fluidodinâmica da carroceria em software CFD

A análise fluidodinâmica computacional CFD – *Computation Fluew Dynamics* – é uma das etapas que a carroceria passa paralelamente ao andamento do projeto. Logo após qualquer alteração na estrutura que provoque alguma alteração na carroceria devem ser analisados novos comportamentos aerodinâmicos para evitar o máximo possível as forças de atrito do ar contra o veículo quando este se desloca em alta velocidade. Nas análises das imagens no computador, as regiões próximas do azul mais intenso são aquelas onde há menor pressão aerodinâmica. As regiões com coloração tendendo ao vermelho são aquelas que sofrem maior pressão. É inviável manter todos os pontos com baixa pressão, o que demandaria grandes alterações de formas e construção de anteparos, conhecidos no inglês como *spoilers*, aumentando peso e inviabilizando o projeto. O objetivo é atingir um ponto razoável de projeto que não prejudique o veículo no seu ambiente de uso e mantenha as formas conceituais.

Fases finais

Ao término das fases anteriores, o modelo em escala real, 1:1, é construído considerando o processo manual modelagem. Este processo é conhecido pelo uso de seções transversais em madeira gerando volumes vazios que posteriormente são preenchidos com espuma de poliuretano. Logo após esta fase lixa-se o modelo, retirando o material em excesso até atingir as bordas das peças de madeira nas seções. Realiza-se o acabamento até chegar a uma superfície polida.

- Confecção dos moldes: Pronto o modelo, são confeccionados sobre ele os moldes em fibra e resina. Todo esse processo depende muito da habilidade do modelador e da sua organização. É um processo longo e cuidadoso. Necessita geralmente de dois ou mais ajudantes.
- Laminação da carroceria: Prontos os moldes eles devem ser devidamente preparados para a laminação. Este processo consiste em aplicar um desmoldante sobre o molde, aplicação de cera para facilitar a desmoldagem, aplicação de resina de acabamento, aplicação da fibra de juta sobre a superfície seguida de novas aplicações de resina vegetal e fibra até formar a espessura desejada. Logo após o processo de secagem as peças podem ser desmol-

dadas, retiradas dos moldes, e passam por um processo de retirada de rebarbas e pequenos ajustes necessários.

- **Montagem:** A carroceria é montada sobre o chassi tubular do veículo através de batentes de Poliuretano. A carroceria se adere a estes batentes utilizando a própria fibra e resina, envolvendo-os na parte interna da carroceria. Os batentes por sua vez são fixados à estrutura tubular do chassi através de parafusos cuja cabeça está envolvida pelo corpo do batente. Este sistema permite um amortecimento das vibrações do chassi que seriam transmitidas à carroceria.

Conclusão

Testes práticos e de laboratório indicaram a possibilidade de uso do biocompósito para substituição dos laminados de fibra de vidro. O novo material não apresenta as características da fibra de vidro tão utilizadas neste tipo de trabalho e já tão difundidas, mas é suficiente para atender grande parte das solicitações e usos como em painéis externos da carroceria. Para o veículo protótipo de *rally*, o uso do biocompósito se torna viável nestas condições ainda pelo fato de todas as forças serem direcionadas à estrutura tubular desta modalidade, deixando para a carroceria apenas a responsabilidade formal do conceito e aerodinâmica.

Há necessidade de incentivo aos produtores de autopeças para a substituição de materiais tão nocivos quanto a fibra de vidro por materiais tecnicamente sustentáveis e de origens renováveis. No estado atual, o que se percebe no mercado são apenas inserções de pouca quantidade de material vegetal em meio aos produtos ainda não renováveis como os plásticos derivados do petróleo, o que mesmo em pequena quantidade, a maioria das empresas tem caracterizado como produtos sustentáveis. Percebe-se que há ainda pouca preocupação com o efeito do produto final no meio ambiente, pois a separação das fases dos compósitos muitas vezes é complexa e de alto custo, exigindo equipamentos arrojados. Com mais otimismo, é visível o crescimento do uso dos materiais de bases vegetais funcionando ainda como um fator de percepção do consumidor final, o que irá ditar a possibilidade de investimentos. O uso do novo biocompósito em veículos protótipos e conceituais já se torna viável devido à pequena quantidade de material empregado quando comparado aos veículos de produção em escala, mas já pode-se perceber que em alguns casos e com algum esforço, uma linha de produção já poderia estar adaptada e processar pequenas partes de um automóvel usando este tipo de material.

Bibliografia

- Bhaja, R. T. (2010). *Sítio na internet dedicado à informações do projeto do veículo*. Acesso em: 10/02/2010. Disponível em: <http://www.bhaja.com.br/>.
- Callister, W. D. (2002). *Ciência e Engenharia de Materiais: Uma Introdução*. LTC ed.
- Cangemi, J. M.; Santos, A. M.; Neto, S. C. (fev. 2010). A Revolução Verde da Momona. Química. En *Nova na escola*, Vol. 32, Nº 1.
- ECO (2010). *Industria e Comercio de Compósitos LTDA*. Acesso em: 20/03/2010. Disponível em: <http://www.ecocompositos.com.br/normas.htm>.
- Food and Agriculture Organization of The United Nations. (2010). *Estatísticas da produção de fibras de juta e outras no Brasil e outros países*. Acesso em: 27/03/2010. Disponível em: <ftp://ftp.fao.org/docrep/FAO/008/j5903m/j5903m00.pdf>.
- Produtos Químicos do Nordeste. (2010). *Bioresinas a base de óleo de mamona*. Acesso em: 11/03/2010. Disponível em: <http://www.proquinox.com.br/nossaempresa.htm>.
- SISALSUL. (2010). *Fibras Naturais. Fibras naturais*. Acesso em 15/03/2010. Disponível em: <http://www.sisalsul.com.br/produtos.php>.
- Whitcomb, J. D. (1988). *Composite Materials, Testing e Design*. ASTM Publication.

Abstract: This article describes the design methodology used for developing the body of a concept vehicle that normally uses fiberglass laminated as basic material. The goal is to replace the fiberglass laminates by a biodegradable material composed by the jute fiber and vegetable resin, from the castor bean, acting as a sustainable alternative because it is a material without risk of manipulation and completely biodegradable. The necessary stages of the process of creating the vehicle and the advantages of the new material are described here.

Key words: Design - Sustainability - Biodegradability - Composite - Automobile vehicle.

Resumo: O artigo descreve a metodologia de design utilizada para desenvolver o conceito de carroceria de veículo que normalmente utiliza fibra de vidro laminado como material básico. O objetivo é substituir esta fibra por um material biodegradável composto por fibra de juta e resina vegetal, proveniente das sementes de rícino, que atua como uma alternativa sustentável, já que é um material sem riscos de manipulação e completamente biodegradável. Se descreverão os passos necessários para criar o veículo e as vantagens do novo material.

Palavras chave: Design - Sustentabilidade - Biodegradabilidade - Compósitos - Veículo automotivo.

(*) **Acir Fortunato Paiva**. Mestre em Design e Seleção de Materiais, REDEMAT - UFOP UEMG CETEC, Brasil. Analista de Formação, Tecnologia Automotiva em FIAT DO BRASIL - ISVOR. **Jairo José Drummond Câmara**. Pós Doutorado, Université de Montreal País. Professor Cat. VII, Mestrado e Doutorado em Eng. de Mat, REDEMAT - UFOP UEMG CETEC, Brasil.

Percepção dos usuários sobre os materiais

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 181-186. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Regina Álvares Dias y Leila Amaral Gontijo (*)

Resumen: Esta comunicación tiene por objeto discutir temas relacionados con los materiales que se encuentran presentes en productos de uso cotidiano, poniendo énfasis en las percepciones de los usuarios. El estudio se basa en la investigación doctoral cuyo propósito fue desarrollar el método Permatius para ayudar a los diseñadores en la selección de materiales, teniendo en cuenta los atributos subjetivos de estos como una forma de valorar el producto final. Se presentará un ejemplo de estudio experimental para demostrar cómo los usuarios juzgan la importancia de los materiales en determinados tipos de artefactos.

Palabras clave: Diseño industrial - Materiales - Percepción - Diseño centrado en el usuario - Producto.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 186]

Introdução

Os materiais são dotados de propriedades compatíveis com as diferentes classes a que pertencem, que lhes conferem um perfil único e particular, como um DNA. A escolha dos materiais, nas mais diversas dimensões do desenvolvimento de um produto, requer o atendimento a uma série de pressupostos. No âmbito da engenharia, a seleção dos materiais contempla aspectos técnicos, de resistência e desempenho. Na esfera ambiental, a seleção se converge para sustentabilidade, energia incorporada, emissão de poluentes, preservação das fontes de insumo, reciclagem e toxicidade. Na dimensão prática do uso, os requisitos se relacionam à usabilidade, ergonomia, conforto e segurança. No tocante à estética, a seleção se fundamenta na expressividade e linguagem dos materiais. E, no aspecto simbólico, os materiais evocam valores culturais, da memória, da tradição e das associações. A despeito de todo esse “arsenal” de conhecimentos disponível, há ainda uma lacuna a ser explorada, que se refere às percepções daqueles que são os maiores interessados nos produtos, os seus próprios usuários. Assim, pressupõe-se que o conhecimento prévio dos anseios dos usuários, ainda que subjetivos, e as reações emocionais que eventualmente venham a experimentar em sua interação com os produtos, pode servir como estratégia importante a ser explorada, quando da concepção dos produtos.

Dentro dessa perspectiva, formulou-se o método Percepção dos Materiais pelos Usuários para obter informações dos usuários, especialmente seus conhecimentos tácitos. Um estudo experimental, com 50 usuários na avaliação de painéis de cozimento de alimentos, foi realizado com o intuito de validar o modelo, sua metodologia e instrumental de pesquisa, e de servir como referência para futuras aplicações.

Considera-se que as avaliações subjetivas resultantes da pesquisa podem ser revertidas em informações objetivas, como, por exemplo, na definição das características do produto, na especificação técnica dos materiais, na definição de texturas e acabamentos, bem como em inúmeras possibilidades aplicativas.

Aplicação e apreciação do material

O material pode servir como lente para focalizar conhecimentos derivados de diferentes perspectivas disciplinares e metodológicas. No campo do design, há uma necessidade emergente em compreender que o desenvolvimento de novos materiais suscita novos problemas e novas soluções de design. Assim, o designer deve ser cauteloso quanto às novas abordagens relacionadas à tecnologia. A história revela que novos materiais geram novas linguagens formais para sua concepção.

Doordan (2003) sugere um novo marco para a discussão acerca dos materiais, baseado na tríade: fabricação-aplicação-apreciação. A fabricação trata das fases iniciais do ciclo de vida dos materiais. A aplicação consiste em transformar materiais em produtos que atendam necessidades do usuário potencial, incitar novas utilizações e desenvolver novo vocabulário e linguagens que os identifiquem. E a apreciação diz respeito à recepção dos materiais pelo usuário que, ao interagir com o produto, passa a ter uma relação de identidade, compreensão cultural e, inclusive, opinião crítica a seu respeito.

A proposta deste método está sustentada nessa tríade, com ênfase na aplicação dos materiais—quando se impõe a visão e a prática do designer— e na apreciação, momento em que ocorre a relação entre os usuários e esses materiais. O design se coloca como uma ponte entre a aplicação e apreciação, sendo assim, “o responsável pela criação da relação entre sujeito e matéria” (Manzini, 1993). Os materiais desempenham um papel essencial no processo de concepção do produto: eles podem definir seu leque de funções, a durabilidade, os custos e sua aparência final. Da mesma forma, a experiência dos usuários tem papel preponderante nesse processo, uma vez que, ao interagirem com o produto, estabelecem relações sensoriais (táteis, visuais, auditivas, olfativas ou gustativas) que podem ser determinantes em sua concepção. No processo interativo de contato com o material, cada órgão dos sentidos é capaz de proporcionar diferentes sensações. A modalidade tátil é um importante sistema na interação usuário-produto em função de fatores como conforto, satisfação e preferências, uma vez que cada material, por suas propriedades, induz a uma percepção

que é única e particular para cada usuário. Portanto, a utilização estratégica de materiais é um dos mais influentes meios de que os designers podem se valer para comunicar e criar conexões emotivas entre os produtos e seus usuários.

Uma das dificuldades encontradas pelos designers e que, de certa forma, interfere na comunicação dos produtos, é que está cada vez mais difícil classificar os materiais em categorias simples e definitivas, em razão de sua diversidade e hibridéz.

Nesse contexto, as funções que individualizam os materiais tendem a tornarem-se cada vez mais complexas e integradas. A dinâmica dessa integração começou pelas funções mecânicas (reforços, juntas, dobradiças), passou pelo conforto dos produtos (integração de peças macias) e, posteriormente, para a qualidade da superfície (decorrendo daí as propriedades táteis). Graças à miniaturização e à produção de materiais com propriedades elétricas e eletrônicas especiais há, na atualidade, a possibilidade de integrar, no material compósito final, propriedades de sensibilidade e capacidade informativa, visando à entrada e saída de informações, conforme relata Manzini (1993).

No processo de design, para que funcione a conexão entre a aplicação-apreciação dos materiais, ou seja, entre o designer e o usuário, se faz necessário que o designer conheça as necessidades dos usuários e o que esses têm a dizer a respeito daquilo que lhes será ofertado para consumo.

Krippendorff (2006) argumenta que o “design centrado no usuário” emergiu quando o produto ultrapassou sua característica meramente funcional para ser considerado como bens, informações e identidades. Os designers perceberam que os produtos não eram somente coisas, mas práticas sociais, símbolos e preferências e, portanto, deveriam ser projetados para atender não somente às necessidades racionais, mas também as irracionais e emocionais dos usuários.

Compreender como as pessoas respondem às propriedades sensoriais dos materiais a serem utilizados em dado produto, bem como saber quais são as reações afetivas e emocionais diante destes, ajuda os designers e os engenheiros a selecioná-los, levando-se em conta a capacidade de proporcionar uma experiência-usuário positiva e, em consequência, aumentar o valor percebido do produto.

Seleção de materiais

Selecionar materiais é muito mais do que, simplesmente, combinar requisitos de um produto com o objetivo de escolher um único material que seja o mais adequado para a sua produção. Tradicionalmente, a atividade é realizada pela equipe de desenvolvimento da empresa, podendo contar, em alguns casos, com o auxílio de profissionais consultores especializados e também dos profissionais do setor de fornecimento das matérias-primas.

Atualmente, a escolha dos materiais e dos processos de fabricação passa ao *status* de oportunidade de inovação que permite um avanço, tanto na área da engenharia quanto na área do design. Isso é válido desde que as áreas entendam esse desafio como benéfico e que ambas sejam capazes de se integrar. Kindlein e Busko (2006) concluem

que muitos produtos são mal sucedidos devido a esta falta de sinergia entre a engenharia e o design industrial. Do ponto de vista do designer, sempre é mais motivador trabalhar numa situação em que haja liberdade de selecionar o material mais adequado, sem que ocorram limitações do processo de manufatura.

Os materiais estão presentes em todo o percurso do processo de desenvolvimento do produto. Ashby e Johnson (2002) enfatizam que, a princípio, todos os materiais existentes, cerca de 100.000, são potencialmente utilizáveis, no âmbito do design. As restrições técnicas e as restrições de design industrial direcionam a escolha, levando a um número mais restrito, que pode ser explorado em detalhes.

Na fase inicial do projeto são elaborados os requisitos, contendo os objetivos e restrições para atender à necessidade proposta. Nessa perspectiva, informações sobre materiais são requeridas em cada estágio do design. A etapa conceitual tem implicações para as configurações gerais do design; restando, ainda, decisões a serem tomadas, acerca do material e da forma. Concomitantemente, formas, cores e texturas são exploradas; são delineadas as especificações para cada componente. Os componentes críticos são submetidos à precisão mecânica ou análise térmica; métodos de otimização são aplicados, para maximizar o desempenho, e os custos são analisados. Modelos de superfície em 3D são utilizados, para desenvolver a forma, a geometria, material, processos industriais e a superfície final.

O próximo estágio requer um nível maior de precisão e detalhamento; mas, para uma gama restrita de materiais, uma vez que já terá ocorrido, nessa fase, uma pré-seleção. Tendo em vista, que, na maior parte das vezes, há mais de um material compatível com uma aplicação, a seleção final resulta de um acordo, proveniente da análise de prós e contras, de cada um deles. O passo final dessa etapa consiste em fazer e testar protótipos, em escala natural, para assegurar que o design preencha as expectativas do consumidor e as especificações técnicas e estéticas. A seleção de materiais envolve interesses diversos que devem ser levados em conta nos projetos de produtos. Em estudo recente, Pedgley (2009) definiu quais seriam as partes interessadas (*stakeholders*) na seleção dos materiais, quais as competências dos envolvidos e as responsabilidades das partes. Outra abordagem da pesquisa foi determinar o impacto pragmático que as partes interessadas têm sobre as escolhas dos materiais no processo de desenvolvimento de novos produtos. As partes envolvidas na seleção, conforme considerou Pedgley (2009) são: o cliente, fabricante e fornecedor, designer e usuário.

O cliente tem sua preocupação voltada para a questão estratégica e comercial do negócio. Para o fabricante e fornecedor o foco principal se concentra na viabilidade técnica do projeto e disponibilidade do material. Na perspectiva do designer os materiais estão no patamar pessoal e circunstancial. Para o profissional a seleção do material implica no vínculo que o designer mantém com o cliente e na sua experiência profissional nessa atividade. Se o designer for um funcionário da empresa, provavelmente ele selecionará o material que a empresa domina ou já dispõe de maquinário para sua produção. Se o designer

é externo, de uma empresa especializada em design ou um autônomo, provavelmente ele terá mais chances em propor materiais diferentes do primeiro.

Para o usuário os materiais têm influência nos níveis perceptivo e experimental, seja na sua utilidade prática, como na sua “suprafuncionalidade”, conforme Pedgley (2009). Essa última refere-se aos aspectos estéticos, semânticos e emocionais envolvidos na interação com o produto.

O Método Permatius

O método Permatius (Percepção dos Materiais pelos Usuários) foi desenvolvido como pesquisa de doutorado que teve como objetivo estudar como os usuários percebem significados dos materiais presentes nos produtos de seu cotidiano, conforme descrita em Dias (2009). O método proposto serve para obter as informações subjetivas na interação usuário-produto, quanto aos aspectos estéticos, práticos, simbólicos e emocionais.

A pesquisa apoiou-se nos pressupostos de que os materiais com os quais os produtos são configurados e produzidos são portadores de significados perceptíveis aos usuários, e podem influenciar as suas escolhas e preferências. Além disso, o usuário possui um “conhecimento popular” sobre os materiais que estão presentes nos produtos de seu cotidiano. Esse conhecimento é culturalmente definido, sendo parcialmente obtido através das interações físicas com os materiais, e se relaciona com significados atribuídos ao produto que os contém. Uma vez portador desse conhecimento, o usuário é capaz de explicitá-lo, seja na forma da percepção, emoções e comportamento, bem como de atuar como agente participante na definição dos materiais dos produtos. Por meio da articulação da perspectiva teórica, em que se baseou o modelo proposto, e uma investigação empírica com os usuários, o resultado apontou possíveis caminhos para o emprego desses conhecimentos em futuros projetos de produtos.

O método é composto por seis etapas sendo que as quatro primeiras tratam das questões relacionadas ao produto a ser estudado e funciona como a preparação das informações necessárias para as etapas subsequentes da avaliação e especificação. Portanto, é importante que seja realizada na fase inicial da seleção dos materiais.

Na aplicação do Permatius, o material deve ser considerado como objeto principal da análise, inserido, claro, no produto avaliado e em seu contexto de uso.

A primeira etapa, de definir os elementos do produto, permite à equipe de projeto conhecer o produto detalhadamente, relacionando os elementos que o compõem, as características mais importantes, bem como as funções principais. Funciona como uma espécie de decomposição do produto em elementos perceptíveis ao usuário.

Cada produto possui um grau diferente de complexidade. Um garfo, por exemplo, é produzido pelos processos de corte, estampado e acabamento de uma chapa de aço inox (monomaterial) ou ser um pouco mais complexo, como uma panela composta de aproximadamente 6 elementos, ou ainda ser um produto de alta complexidade, como um carro, composto de pelo menos 3.000 elementos.

O foco deve ser mantido no material a ser especificado,

bem como nos demais materiais do produto, na medida em que a escolha de um determinado material de um elemento pode interferir em outros elementos. Dessa maneira, os elementos devem ser vistos de forma conjunta e holística, uma vez que sempre há uma inter-relação entre os elementos em um produto.

A segunda etapa, ciclo de interações, tem por objetivo conhecer e analisar o processo da inter-relação entre o produto e o usuário durante todo o ciclo de uso. Parte-se do princípio que cada produto em particular possui um ciclo de vida próprio, mas também se estabelece um ciclo de interações com seus usuários. Esse último se inicia ao primeiro contato com o produto, ainda antes de comprá-lo, seguido da experimentação, transporte, desembalagem, uso, repouso e descarte. O mais importante para essa etapa é a implicação do ciclo de interações na avaliação afetiva dos usuários, na medida em que as emoções se alteram ao longo do uso (Jordan, 2002; Meyer e Damazio, 2005).

Na terceira etapa, a análise do processo sensorial tem o propósito de verificar as sensações que acontecem durante cada etapa do ciclo de interações produto-usuário, enfatizando todas as implicações dessas interações em relação aos materiais presentes no produto. Essa etapa foi adaptada do Método de Avaliação da Qualidade Sensorial - Sequam (Bonapace, 2000) e trabalha com as cinco sensações usualmente aplicadas: visuais, táteis, auditivas, olfativas e gustativas, acrescidas das sensações hápticas, térmicas e funcionais.

Esta etapa deve ser realizada pela equipe de projeto, mas deve também contar com a participação de um número pequeno de usuários representativos, de maneira que esses colaborem na descrição das interações com o produto. A quarta etapa, perfil do material, corresponde às definições iniciais dos atributos objetivos e subjetivos que são requisitados para atender às necessidades do projeto e da seleção dos materiais. Cada material possui um conjunto particular de qualidades, uma espécie de perfil genético –o DNA do material– que se diferem, mesmo com características aparentemente semelhantes. Para melhor entender, classifica-se os materiais da seguinte forma: “Família, Classe, Membro”. Esta classificação está baseada, em primeiro lugar, na natureza dos átomos do material e a ligação entre eles; em segundo lugar, em suas variações, e por último nos detalhes de sua composição. Cada membro tem sua cota de atributos objetivos e uma segunda cota de atributos subjetivos, que são os que interessam ao Método Permatius.

O perfil subjetivo de um material é definido pelas características intangíveis, ou seja, os significados atribuídos e as emoções evocadas, que não podem ser puramente identificadas com valores numéricos ou quantificadas. Para melhor caracterizar o perfil do material, os 58 atributos definidos no método foram classificados em estéticos, práticos e simbólicos.

Os atributos estéticos do material têm relação direta com a impressão estética que sentimos sobre um objeto por meio dos sentidos; equivalem ao prazer fisiológico (Jordan, 2002) e provocam as emoções estéticas conforme Desmet (2002). Para Norman (2005) eles se encontram no nível visceral do design: “a figura, a forma, as sensações físicas do tato, a textura dos materiais, o peso, ou seja,

todos os aspectos que podem criar um impacto emocional de imediato e funcionam bem se for agradável". Os atributos práticos do material se relacionam diretamente ao uso, manuseio e experiência dos usuários com os objetos, resultando no prazer e efetividade, equivale ao design comportamental de Norman (2005) e ao prazer psicológico (Jordan, 2002), o qual tem relação com as reações cognitivas, mentais e emocionais dos indivíduos. Cabe lembrar que o cumprimento das funções é imprescindível, especialmente os produtos onde os fatores racionais e práticos predominam. Os materiais têm significados quando especificado para uma utilidade do objeto e sua interpretação pelo usuário deve refletir as qualidades associadas ao material. Essa interpretação se limita a que o objeto comunica sobre si, e o que ele reflete sobre a identidade de seus usuários tem relação com a associação simbólica. A função simbólica do produto é determinada por aspectos de estima, psíquicos e sociais. Baxter (1998) assinala que um produto desperta confiança na medida em que reflete a autoimagem do consumidor e ajuda na construção da sua imagem diante dos outros. Essa dimensão simbólica tem relação com o design reflexivo proposto por Norman (2005) e relação com a compreensão, o entendimento e a razão; resultado da imagem de nós mesmos, nossa experiência, satisfação pessoal e recordações. O parâmetro simbólico agrupa o prazer social e o ideológico propostos por Jordan (2002). A idéia subjacente a essa etapa é que a equipe de projeto possa identificar, com mais facilidade, quais os atributos mais importantes a pesquisar junto aos usuários. Assim, as descrições e vocabulários dos atributos servem como referência para a elaboração das questões dos instrumentos de pesquisa (questionários, entrevistas individuais ou em grupo) e nas observações que serão avaliadas no experimento.

A segunda fase do Permatius consiste de duas etapas –avaliação subjetiva e especificação objetiva. A quinta etapa trata das avaliações subjetivas dos materiais segundo a dimensão cognitiva (avaliação subjetiva do usuário sobre as características dos materiais/produtos, considerando-se as funções estéticas, práticas e simbólicas na interação e contexto de uso); a dimensão afetiva (tem relação com as emoções e prazeres provocados pelo material/produto); e a dimensão conativa (relação com as tomadas de decisão e com as atitudes que o usuário assume influenciado pelo material/produto).

Na prática, as avaliações são realizadas conjuntamente em um único questionário ou formulário e não há necessidade de que seja nessa ordem. Também não é necessário que todas as três etapas sejam realizadas, podendo suprimir a etapa que não for aplicável no estudo em questão. Apesar de serem consideradas interdependentes, as avaliações também se complementam e apóiam uma às outras com relação aos resultados. Isso ficou demonstrado no estudo experimental, que será comentado mais adiante.

A restrição, nesse caso, é que a avaliação afetiva não seja tratada independente das demais, uma vez que não é adequada uma "leitura" isolada sem que se considerem os motivos da emoção e o contexto de uso do produto avaliado.

Finalmente, a sexta etapa do Permatius tem como objetivo traçar diretrizes para o projeto, relacionadas com as infor-

mações subjetivas e objetivas obtidas na avaliação com os usuários. As informações e conhecimentos obtidos nas avaliações da etapa anterior são analisados e selecionados os mais úteis para o projeto em questão. Em alguns casos, é necessário transformar algumas informações e medidas subjetivas em fonte de informações objetivas. Por exemplo, as opiniões dos usuários de que um determinado material deve ser "macio, leve e aveludado" são ainda informações imprecisas para decisões acerca da seleção do material, mas podem tornar-se informações objetivas com o apoio dos especificadores e fornecedores de matérias-primas. Diferentes tipos de testes podem ser realizados ao longo do projeto e ao final de cada teste, são preparados os manuais de recomendações específicos para o design do produto, especificação técnica e caracterização dos materiais para fabricação e fornecimento.

Aplicação experimental do Permatius

Um estudo experimental com 50 usuários voluntários foi realizado para avaliar painéis de cozimento de alimentos fabricadas com diferentes materiais, descrito em Dias (2009). Foram selecionados 13 modelos de produtos, com a mesma tipologia (caçarola redonda com duas pegas laterais e tampa), de dimensões semelhantes (20 a 24 cm de diâmetro) e de fabricação nacional. Este experimento teve o intuito de verificar a eficiência do método Permatius, sua metodologia e instrumental de pesquisa, e de servir como referência para futuras aplicações.

Foram realizados testes para verificar as seguintes questões relacionadas aos materiais:

- a. Interação dos usuários (manuseio dos produtos para explorar os materiais);
- b. Identificação dos materiais. Testes para obter as seguintes respostas: os usuários sabem identificar os materiais? Quais os problemas perceptivos da identificação? Como os usuários expressam seu conhecimento sobre o material?
- c. Avaliação semântica das painéis com ênfase nos materiais;
- d. Avaliação afetiva (auto-avaliação emocional);
- e. Critérios de escolha e compra das painéis;
- f. Preferências das painéis avaliadas;
- g. Importância dos materiais para os produtos (o material influencia seu julgamento na escolha, compra e uso de um produto?)

Importância dos materiais para os usuários

Dentre os testes realizados, separamos para esta comunicação alguns resultados referentes à importância dos materiais em determinados produtos, na opinião dos usuários pesquisados.

A inclusão desse item no questionário visou obter subsídios para melhor compreender a questão: "O material influencia seu julgamento na escolha, compra ou uso de um produto? Em que tipos de produtos isso é percebido?" Tratou-se de um modo simplificado de verificar o grau de importância dos materiais para produtos de diferentes tipos e funções, como: painél, embalagem, sapato, regis-

tro de água, relógio de pulso e revestimento para piso. Certamente esse item, conforme aqui colocado, não seria capaz de responder à questão em sua totalidade, mas sim apoiar as demais respostas dos testes aplicados em busca de maior entendimento sobre a questão.

As respostas mostraram que os usuários consideram que o elemento material é muito importante para os produtos: painéis, sapato e revestimento para piso. Dos três, o mais votado foi o sapato (90%), seguido da panela (85%) e do revestimento (70%).

O material para o calçado tem implicações relevantes na percepção do conforto, bem como do desconforto e da dor; podendo tornar um solado antiderrapante e mais seguro, por exemplo, ou também valorizar a sua estética. Além disso, dentre os seis produtos apresentados, o calçado e o relógio são aqueles em que o material permanece em contato com o corpo por longos períodos de tempo. O material do relógio de pulso, por sua vez, foi avaliado pelos usuários como sendo menos importante do que o calçado, chegando a ser considerado pouco importante por 20% dos participantes.

O material para a panela faz conexões com a saúde, nutrição, sabor, praticidade e tantos outros atributos já mencionados durante este estudo, e que nesse questionário foi percebido como sendo muito importante por 85% dos usuários e importante para o restante 15%, mesmo estando eles envolvidos com o experimento em questão, as painéis. Para o revestimento do piso o material tem relações com o conforto, segurança, praticidade, limpeza, durabilidade, estética, entre outros, e foi entendido por 100% dos usuários como sendo “muito importante e importante”. Quanto ao registro de água, por ser considerado um objeto de uso ocasional e, por ser visualmente discreto no ambiente, a importância do material foi considerada de “sem importância até muito importante”, dividindo opiniões entre os participantes.

E por último, o material da embalagem de shampoo foi aquele considerado de menor importância, seja pela sua função prática, efemeridade e por seu baixo valor. Como se confirmou em outros testes do experimento, os usuários tendem a associar os plásticos a materiais de baixa qualidade, “vagabundos” e de “segunda linha”, o que pode explicar a percepção de 65% dos usuários pelas opções “sem importância e pouco importante”.

Durante os testes foi possível notar que os indivíduos responderam com convicção, sem manter comparações entre os produtos e mantendo coerência entre as respostas. Apesar da aplicação de um instrumento simplificado foi possível obter respostas, ainda que não conclusivas, a respeito dessa questão.

Foi possível compreender que os usuários dão maior importância aos materiais com os quais o contato corporal é maior. Ou seja, os materiais utilizados para confeccionar os calçados, as roupas íntimas, meias, as vestimentas, toalhas de banho, roupas de cama, mantas, entre outras. Também é possível afirmar que os usuários valorizam os materiais empregados naqueles produtos com os quais interagem por tempos prolongados, especialmente aqueles que em relação à escala humana estão mais próximos (tecido da cadeira de trabalho, cadeira do automóvel, a superfície da sua mesa de trabalho, volante, telefone celular, óculos, caneta, mouse, a capa do livro).

Além desses, são importantes para os usuários os materiais utilizados nos produtos que possuem maior vínculo com a saúde, segurança, conforto (desconforto), como ficou demonstrado com a panela, o revestimento do piso, o solado do calçado, o estofamento da cadeira, estofamento e acabamentos do carrinho de bebê, o assento sanitário, o revestimento e o corrimão da escada.

Pode-se supor ainda que usuários valorizem aqueles materiais utilizados nos produtos com os quais eles mantêm um maior vínculo afetivo.

Considerações finais

O método proposto emprega técnicas que permitem obter informações dos usuários, especialmente seus conhecimentos tácitos, sentimentos e emoções. Da mesma forma, procura explorar meios de traduzir informações subjetivas em fontes objetivas de conhecimento, com vistas a ampliar o leque de possibilidades para o desenvolvimento de projetos. A aplicação do método Permatius em investigações empíricas com os usuários poderá apontar possíveis caminhos para o emprego desses conhecimentos em futuros projetos, tornando os produtos mais afetivos, agradáveis, confortáveis e adequados.

Os pontos críticos percebidos pelos usuários, por sua vez, podem servir como diretrizes para o aprimoramento de materiais existentes e para o desenvolvimento de novas propriedades que melhor atendam suas necessidades. A grande vantagem dessa abordagem é que o usuário passa da condição de passivo, para se tornar um agente ativo e participante do processo de desenvolvimento de produtos. O resultado dos testes aplicados demonstrou que os indivíduos expressam o seu conhecimento acerca dos materiais de diferentes maneiras, destacando-se: a identificação da natureza dos materiais; o reconhecimento de suas características próprias materiais mediante as modalidades sensoriais; o conhecimento de algumas propriedades básicas; a relação do material com as funções práticas do produto avaliado; a opinião sobre questões estéticas, simbólicas e culturais relativas aos materiais no contexto de uso do produto.

O estudo também apontou que a percepção é por vezes enganosa, em face da diversidade dos materiais e decorrente de associações estabelecidas pelos indivíduos com base em seu repertório cultural e seus próprios estereótipos. Os usuários participantes auto-avaliaram suas emoções durante a interação e uso dos produtos, o que serviu para melhor compreender as questões cognitivas e conativas dessa interação. Esses testes demonstraram ainda que os materiais podem influenciar as preferências, que, por sua vez, afetam as escolhas e decisão de compra. No âmbito desse estudo, os tipos de emoções declaradas pelos participantes refletiram diretamente suas preferências. Espera-se com essa pesquisa que esse modelo possa ser aplicado na prática, tanto em empresas, para o desenvolvimento de produtos, como no ensino acadêmico do design, da engenharia e de áreas correlatas. Considera-se que as avaliações subjetivas resultantes da pesquisa podem ser revertidas em informações objetivas, como, por exemplo, na definição das características do produto, na especificação técnica dos materiais, na definição de textu-

ras e acabamentos, bem como em inúmeras possibilidades aplicativas. Pode-se afirmar, portanto, que a grande vantagem dessa abordagem é que o usuário passa da condição de passivo, para se tornar um agente ativo e participante do processo de desenvolvimento de produtos.

Bibliografía

- Ashby, M. F. & Johnson, K. (2002). *Materials and design: The Art And Science Of Material Selection In Product*. Oxford: Elsevier.
- Baxter, M. (1998). *Projeto de produto: guia prático para o desenvolvimento de novos produtos*. 1 ed. São Paulo: Edgard Blücher.
- Bonapace, L. (2002). Linking product properties to pleasure: the sensorial quality assessment method - Sequam. In Green, W. & Jordan, P. *Pleasure with Products: beyond usability* (pp. 189-216). Londres: Taylor and Francis.
- Desmet, P. (2002). *Designing emotions*. Tese (Doutorado em Industrial Design Engineering) pela Universidade Tecnológica de Delft, Holanda.
- Dias, M. R. A. C. (2009). *Percepção dos materiais pelos usuários: modelo de avaliação Permatius*. 2009. 360f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina - PPGEGC, UFSC, Florianópolis.
- Doordan, D. P. (2003). On Materials. In *Design Issue*. MIT Press, Cambridge, n. 19, pp. 3-8.
- Jordan, P. W. (2002). The personalities of products. In Green, W. & Jordan, P. *Pleasure with Products: beyond usability* (pp. 19-48). Londres: Taylor and Francis.
- Kindlein J. W. & Busko, A. M. (2006). Design e engenharia: como fortalecer a pesquisa e promover o diálogo destas áreas do conhecimento? En *Actas de Diseño 1*. Universidad de Palermo. Encuentro Latinoamericano de Diseño, pp. 155-156.
- Krippendorff, K. (2006). *The semantic turn: a new foundation for design*. Taylor & Francis.
- Manzini, E. (1993). *A matéria da invenção*. Tradução de Pedro Afonso Dias. Lisboa: Centro Português de Design.
- Meyer, C. G. e Damazio, V. (2005). Elementos para um método de análise da relação emocional entre indivíduos e objetos. In: *Anais 4º CIPED - Congresso Internacional de Pesquisa em Design*. Rio de Janeiro: Aend.

- Norman, D. (2005). *El diseño emocional: por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Pedgley, O. F. (2009). Influence of Stakeholders on Industrial Design Materials and Manufacturing Selection. In: *International Journal of Design*. Tapei, Taiwan, vol. 3, n.1.

Abstract: This communication aims to discuss issues related to materials present in everyday products, with an emphasis on users' perceptions. The study is based on the doctoral research whose purpose was to develop the Permatius to assist designers in selection of materials considering the subjective attributes of the materials as a way to increase the value of final product. Example of experimental study will be presented to demonstrate how users judge the importance of materials in certain types of artifacts.

Key words: Industrial design - Materials - Perception - User centered design - Product.

Resumo: Esta comunicação tem o propósito de discutir questões relacionadas aos materiais presentes nos produtos do cotidiano, com ênfase nas percepções dos usuários. O estudo se baseia na pesquisa de doutorado cujo propósito foi desenvolver o método Permatius para auxiliar os designers na seleção dos materiais considerando os atributos subjetivos dos materiais como forma de valorizar o produto final. Exemplo do estudo experimental será apresentado para demonstrar como os usuários julgam a importância dos materiais em determinados tipos de artefatos.

Palavras chave: Design industrial - Materiais - Percepção - Design centrado no usuário - Produto.

(* **Regina Álvares Dias**. Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2009). Atualmente é professora efetiva da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). **Leila Amaral Gontijo**. Doutora em Ergonomia pela Université de Paris XIII (Paris-Nord) (1987), França. Atualmente é professora Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atua na área de Engenharia de Produção, com ênfase em Ergonomia.

Diseño y artesanía, un matrimonio con condiciones

Herman E. Amaya Tellez (*)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 186-189. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: abril 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Resumen: Conocer y apreciar la artesanía, conlleva al bello camino de entender y valorar como sus creadores, a partir de la biodiversidad y junto con su sapiencia y destrezas, han logrado bellos artefactos, hoy llamados artesanías. Aquellas que generosamente, y sin interés alguno, brindan identidad a un territorio. Por lo tanto los diseñadores que se acercan por diversas razones a la artesanía, deben comprender que es patrimonio cultural inmaterial y no la artesanías sino el conocimiento que las precede y por lo tanto los artesanos. Tesoros Humanos Vivos y que, si bien es cierto es necesario el diseño por la dinámica misma de las artesanías, esta actividad de diseño debe ser responsable con la identidad cultural de las comunidades y del territorio.

Palabras clave: Patrimonio Cultural - Patrimonio Natural- Artesanía-Salvaguardia- Diseño.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 189]

Introducción

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), considera que la diversidad cultural "...es una de las fuentes del desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria" (2004b). Además, define las expresiones culturales como las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural y precisa el Patrimonio cultural inmaterial (PCI) como, (Unesco, 2003a)

... los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a las comunidades, los grupos. En algunos casos que los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

En el orden mundial se entendió la relevancia del PCI para preservar la diversidad cultural del mundo y, por lo tanto, sus identidades mismas, partiendo de la premisa que el conocimiento portado por los seres humanos en una colectividad o individualidad es tal vez uno de los mayores tesoros a proteger pero, ante todo, a salvaguardar. Donde la responsabilidad principal recae en las mismas comunidades o personas portadoras de este conocimiento, con el apoyo de las instituciones. El PCI, según Unesco (2003) se manifiesta en los siguientes ámbitos: a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales y es en torno a este último ítem donde se ha de reflexionar, porque tanto los oficios artesanales como el objeto final tienen una estrecha relación de supervivencia, al no poder existir uno sin el otro, lo cual nos condiciona a preservar además de lo inmaterial, lo tangible dentro de lo intangible.

No se debe, de ninguna manera, desvirtuar la realidad y considerar la artesanía solamente como un producto el cual se puede intervenir con procesos de rediseño con un objetivo comercial. Es que las artesanías tienen una carga iconográfica, simbólica y funcional dentro de una comunidad, por esto se les reconoce como portadoras de cultura inmaterial. En toda América Latina hay territorios que tienen parte de su identidad en los oficios artesana-

les y las artesanías como tales, por esa fuerte y diversa carga cultural, no se puede pensar en esos territorios sin tener como punto de referencia las artesanías y sin la existencia de ellas, serían posiblemente territorios sin tanta representatividad

Es importante resaltar que el patrimonio es el conocimiento, y que los artesanos son los portadores de éste. Quienes ejercen un oficio donde la relación entre su sapiencia, el patrimonio natural y la habilidad de sus manos, comienzan a entremezclarse desde el momento mismo de la selección de la materia prima, que es un bien natural correspondiente a la biodiversidad del territorio donde viven. Para luego de un hacer a mano arduo, similar, pero nunca igual, y lleno de muchos matices, se logre concebir al objeto, al artefacto, a la artesanía.

El patrimonio natural y cultural inmaterial, en el caso de los oficios artesanales, hacen parte de la identidad de un grupo social dentro de un determinado territorio. Éste patrimonio hace parte de las expresiones más importantes de la cultura de aquel grupo social, siempre y cuando se les otorgue un valor preponderante dentro de la comunidad y sea un puente entre generación y generación. Sin embargo, es fundamental para los diseñadores quienes en ocasiones creen tener la verdad absoluta en la concepción de un producto, entender que sin la existencia de un patrimonio natural compuesto por la biodiversidad, características geomorfológicas y fisiográficas, es imposible concebir la práctica de los oficios tradicionales artesanales, encargados de concebir majestuosas artesanías que más allá de lo bellas, son importantes por su contenido cultural y por como soportan la identidad de una comunidad y un territorio

Conociendo la estrecha relación de simbiosis entre el patrimonio natural e inmaterial, y sabiendo que la esencia misma de éste lo hace muy delicado y aún más cuando depende del patrimonio natural, el cual por la dinámica misma de la humanidad se ha venido deteriorando, se hace fundamental para el ejercicio del diseño tener una visión holística actuando dentro de la salvaguardia de lo inmaterial y la preservación de lo natural.

Al estar en contacto con el PCI los diseñadores debe desenvolverse dentro de la salvaguardia, concepto en su aplicación dinámico que propende por el movimiento del patrimonio donde se recree, transmita y evolucione de generación en generación. Como lo da a conocer la Unesco (n.d.c)

Todo esfuerzo de salvaguardia de las técnicas artesanales tradicionales debe orientarse, no a conservar los objetos artesanales por hermosos, valiosos, raros o importantes que éstos puedan ser, sino a crear condiciones que alienten a los artesanos a seguir produciendo objetos artesanales de todo tipo y a transmitir sus competencias y conocimientos a otros, sobre todo a los miembros más jóvenes de sus propias comunidades.

Los artesanos de toda América los encontramos en diferentes grupos étnicos (Mestizos, Afrodescendientes, Rom, Gitanos, Indígenas), artesanos tradicionales y artesanos contemporáneos, con una variable que influye en el que hacer y es su ubicación tanto en resguardos indígenas, zonas rurales, sub-urbanas y urbanas. Esta realidad que no es más que una clara manifestación de la diversidad, la cual condiciona la manera de actuar del ejercicio de diseño, donde se debe darle una nueva significancia al término artesano y su nivel de preponderancia en la estructura social. Se debe, como diseñador, reconocer en ellos que son patrimonio vivo y que bien la Unesco los considera Tesoros Humanos Vivos, (Unesco, n.d.d.) quienes "...son individuos que poseen en sumo grado los conocimientos y técnicas necesarias para interpretar o recrear determinados elementos del patrimonio cultural inmaterial", la adopción de esta medida le corresponde a cada país. Para el 2011 en todo el mundo se cuenta con las siguientes denominaciones: Maestro Artista (Francia), Depositario de la Tradición de Artes y Oficios Populares (República Checa), Tesoro Nacional Vivo (República de Corea), Depositario de un Bien Cultural Inmaterial Importante (Japón y República de Corea).

Antes de llevar a cabo cualquier propuesta de diseño es de vital importancia comprender que la artesanía, dentro de una comunidad, responde a funciones prácticas, estéticas y simbólicas, como lo plantea la teoría del diseño. Si bien es cierto las tres tienen su nivel de importancia, depende el contexto en el cual se manifiesta para que una de las funciones sea más preponderante que las otras dos. En el caso de las artesanías de las comunidades indígenas que, hacen parte activa de eventos ceremoniales, el valor que le otorgan estas comunidades está soportada sobre la función simbólica. En esa lectura y percepción que hacen del artefacto tanto un individuo, como una colectividad; para este acaso los usuarios trazan una relación a partir de sensaciones y la significancia que le dan, soportados en ideas pero ante todo en creencias. Donde el objeto se convierte en un medio de comunicación con un lenguaje específico y representativo para un grupo, artesanía que termina convirtiéndose en un símbolo por el valor que se le llega a otorgar.

El nivel de importancia de la función estética de la artesanía, entendida como ese compendio de diversas características formales (textura, contraste, coherencia, color, etc.) que componen el objeto dando como resultante su apariencia, está determinado por el contexto en el que ésta se desarrolla y la percepción que tienen las personas desde el concepto relativo de la belleza y como esa artesanía aporta a mejorar su calidad de vida permitiendo uso preconcebido u orientado. La función estética depende de las materias primas que pertenecen a un territorio específico, de las técnicas de elaboración presentes en los artesanos y en como se logra entretejer lo material, el saber y el hacer para concebir un producto. Sabiendo que la función práctica determina la utilidad de la artesanía y que ella misma depende tanto de la función estética para comprender el uso, como de la simbólica para saber como coexistir con un entorno, encontramos diversos usos para la artesanía condicionados tanto por lo estético como lo simbólico. Por lo tanto, las artesanías son utilitarias dentro del quehacer diario de una comu-

nidad en general, hacen parte de procesos comerciales o de intercambio (trueque), determinan estatus o ubicación dentro de una escala social, soportan creencias y ceremonias. Ahora bien, la función práctica siempre será otorgada tanto por quienes conciben la artesanía como quienes se ponen en contacto por ella, en ocasiones puede ser la misma o diferente.

Dadas las posibles sinergias que se dan dentro de la funciones de la artesanías, el diseñador necesita tener una visión amplia pero ante todo profunda y entender el contexto (ambiental, social, cultural y económico) en el cual se da cada artesanía y la función que determina su existencia. En este sentido, la responsabilidad del diseñador debe estar en encontrar el punto de equilibrio entre sumar sin restar y así lograr coexistir con una manifestación cultural. Sin ponerla en detrimento al contrario fortalecerla y lograr la tan anhelada salvaguardia, a partir de una estrategia integral y ante todo sustentable, dada la relación con el patrimonio natural, al saber que en la cadena de valor de la artesanía se emplean tintes químicos, nuevos materiales y procesos que en ocasiones, actúan en detrimento del medio ambiente, dejando una huella ecológica perjudicial.

La artesanía como bien cultural, logró llegar a un escenario económico a diferencia de otros y con todo lo enunciado anteriormente no se busca que salga de él, al contrario que se generen propuestas de valor en términos de comercialización que fortalezcan las iniciativas centradas en el saber y el artesano. Como generar marcas colectivas, marcas de certificación y/o denominaciones de origen según sea necesario, que permitan afirmar lo local con una proyección global. El ejercicio del diseño, puede aportar mucho más al desarrollo artesanal si comprendiese la verdadera esencia de la artesanía. Verla como patrimonio cultural inmaterial y reconocer lo valioso en el como y no el que, aportando a la generación de valor donde lo relevante sea el conocimiento portado por los artesanos. Un desarrollo artesanal innovador, soportado en el diseño, debe ser ante todo incluyente, y trabajar en toda la cadena de valor de la artesanía. Por supuesto con el desarrollo de nuevos productos en acorde del desarrollo de un Plan especial de Salvaguardia, donde los procesos de diseño sean colectivos y participativos con la comunidad que da valor al patrimonio. Y por ninguna razón se vea la artesanía como un simple elemento comercial susceptible de alteraciones dadas por el mercado. Aquí la globalización debe ser vista como la posibilidad de generar diálogos interculturales no como la posibilidad de vender una artesanía en cualquier parte del mundo. Hay una variable que no es controlable por los diseñadores, pero con la que se debe contar y es el enfoque nacional que se tenga del sector, lo cual está determinado por la entidad gubernamental que oficia en la artesanía. En América Latina son diversos, pero son de resaltar dos, el caso de Chile y el caso de Colombia, por un lado el Consejo Nacional de la Cultura. En Chile y por el otro Artesanías de Colombia S.A, entidad de carácter mixto (privado y público) está adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo y no al de Cultura; esto ha condicionado el desarrollo de la artesanía bajo indicadores económicos y cuantitativos como se refleja en el objeto de la Empresa, la innovación en el diseño de artesanía

ha sido fundamental como herramienta de acceso a nuevos y mejores mercados. Pero las preguntas son ¿Se está salvaguardando el patrimonio, se está aportando al crecimiento o diversificación la identidad cultural del sector artesanal?, ¿Si la UNESCO habla de técnicas artesanales tradicionales, porqué lo predominante es el objeto artesanal?

En el caso de Chile, el encargado del sector es el Consejo Nacional de la Cultura donde una de sus políticas sectoriales corresponde solo a la artesanía (Política de fomento de las Artesanías), y soportada sobre líneas estratégicas como, Creación artística, Promoción y comercialización, Participación, acceso y formación de audiencias, Patrimonio cultural e Institucionalidad. En Chile es reconocida la actividad artesanal (Consejo Nacional de la Cultura, 2010),

...como un proceso creativo artístico ligado a la cultura y al patrimonio...las diversas expresiones, identidades y manifestaciones de las artesanías, —estrechamente ligadas a su condición de patrimonio cultural...en cuanto a la relación entre Artesanía y patrimonio inmaterial, la intención y acción de registrar y documentar está en su proceso inicial de sistematización. Existen iniciativas, por parte de diversas entidades en materia de transmisión y educación, para la salvaguardia y preservación de las técnicas artesanales de los cultores nacionales. Sin embargo, no se cuenta aún con normativas jurídicas y programáticas de carácter nacional, ni un sistema de protección y transmisión sobre la producción y creación de artesanías tradicionales.

El pensar en artesanía implica pensar en personas, territorio. Por lo tanto se debe pensar en un desarrollo territorial sustentable con identidad cultural, es necesario ver los activos culturales inmateriales y materiales del territorio y, a partir de ellos, estrategias concatenadas. Hay que comenzar a trabajar con la comunidad que se encuentra en relación directa con el patrimonio, sea por convivencia, uso y aprovechamiento, donde el primer paso sea la sensibilización y concientización en torno a la importancia del patrimonio tanto natural como cultural y, por ende, lo vital de la sustentabilidad.

Todo el territorio de América Latina, desde la Guajira hasta la Patagonia, cuenta con todo el capital humano y cultural necesario para poner en marcha propuestas de desarrollo territorial endógeno. Donde el PCI, como lo son las técnicas artesanales tradicionales, sean el punto de partida, para la generación de proyectos. Es necesario poner estas propuestas en escenarios de discusión nacional, regional y local, vinculando entidades gubernamentales, instituciones académicas y el sector privado. Se deben generar espacios de debate para replantear la manera de ver, de pensar y de actuar desde diferentes profesiones como el diseño, la antropología, la historia y el marketing. Sobre del sector artesanal y vincular procesos de gestión cultural que conlleven a reivindicar la importancia y aporte de la artesanía a nuestra identidad cultural, tanto local como nacional.

Esto no es más que una invitación a los diseñadores para que se acercan por diversas razones a la artesanía, a comprender que son elementos que soportan la identidad de un territorio. Si bien es cierto que es necesario el diseño por la dinámica misma de las artesanías, esta actividad de diseño debe ser responsable con la identidad cultural de las comunidades y del territorio.

Bibliografía

- Consejo Nacional de la Cultura. (2010). *Política de fomento de las Artesanías 2010-2015*. Consultado el 28 de febrero de 2011 de: <http://www.cnca.cl/portal/galeria/text/text2654.pdf>
- UNESCO. (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. (p. 3), París.
- UNESCO. (2004). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*. Lima: Siklos S. R. Ltda. (p. 4)
- UNESCO. (2011). *Técnicas artesanales tradicionales*. Consultado el 28 de febrero de 2011 de: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=57>
- UNESCO. (2011). *Directrices para la creación de sistemas nacionales de "Tesoros Humanos Vivos"*. Consultado el 28 de febrero de 2011 de: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=57>

Abstract: Know and appreciate the craftsmanship, beautiful road leads to understand and appreciate their creators from biodiversity and together with his wisdom and skills have made beautiful artifacts, crafts called today, those who generously offer no interest and identity to a territory therefore designers who come for various reasons to the craft, they must understand that it is the intangible cultural heritage and handicrafts but not the knowledge that precedes and therefore artisans living human treasures and although it is necessary design by the dynamics of the craft, the design activity must be accountable to the communities' cultural identity and territory.

Key words: Cultural Heritage - Natural Heritage - Handcrafts - Safeguard - Design.

Resumo: Conhecer e apreciar o artesanato leva a compreender e apreciar como seus criadores, a partir da biodiversidade e, juntamente com sua sabedoria e habilidade fizeram belos artefatos, hoje chamados artesanato. Aqueles que generosamente oferecem, sem nenhum interesse, identidade a um território. Portanto, os designers que se acercam ao artesanato por várias razões, devem entender que é patrimônio cultural imaterial, e não o artesanato senão o conhecimento que o precede e, portanto, os artesãos que Tesouros humanos vivos e que, embora seja certo, é necessário o design por a dinâmica mesma do artesanato, esta atividade de design deve ser responsável com a identidade cultural das comunidades e do território.

Palavras chave: Patrimônio Cultural - Patrimônio Natural - Artesanato - Design - Salvaguarda.

(*) **Herman E. Amaya Tellez.** Diseñador Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, especialista en Desarrollo y Marketing. Magister en Dirección de Marketing y docente de la Universidad de Boyacá.

Planeación de diseño centrado en el usuario. De la experiencia a la percepción

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 190-196. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2012
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Luis Carlos Aceves Gutiérrez y Andrea Cecilia Cantú Rodríguez (*)

Resumen: Cualquier actividad de diseño debe tener al usuario como el punto central de la misma. Llegar a los usuarios a través de un nivel emocional puede hacer la diferencia entre el éxito o fracaso de una organización, persona o concepto con presencia en los medios interactivos.

Sin embargo, ¿se realiza una buena planeación en el diseño de estas experiencias? En este artículo se abordan algunos datos y casos internacionales que sugieren la falta de una estrategia en el diseño de experiencias de usuario en medios interactivos. Así como recomendaciones desde distintos ámbitos para lograr una mejor ejecución en esta práctica.

Palabras clave: Experiencia de Usuario - Usabilidad - Diseño Web - Internet - Planeación de diseño - Estrategia - Comportamiento del usuario.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 196]

Introducción

El uso creciente y generalizado de las tecnologías de información ha provocado que el diseño de la experiencia de usuario adquiera mayor relevancia.

El diseño centrado en la experiencia del usuario no es algo nuevo. En 1990, Donald Norman, pionero en el campo, describe en su libro *The design of everyday things* (Norman, 2002) que el diseñador debe conducir sus actividades teniendo al usuario como punto central en lugar de pensar sobre las posibilidades tecnológicas y los propios gustos del diseñador.

La aplicación de las diferentes disciplinas relacionadas con el diseño de la experiencia del usuario empezaron a tener mayor visibilidad y evidencia con el nacimiento de la web y la reducción de la brecha digital. Algunos de los modelos más conocidos, vinculados con esta práctica, se describen a continuación:

- **Modelo de Planos de Jesse James Garrett (Garrett, 2002)**
Plantea que la experiencia de un usuario se logra al ejecutar adecuadamente diferentes elementos que están divididos en planos, comenzando con un nivel estratégico y concluyendo en un nivel visual. Aunque originalmente Garrett planteó este modelo como algo aplicable al diseño de sitios web, hoy tiene aplicaciones en otros ámbitos. Garrett considera cinco planos, los cuales comienzan en actividades que pueden parecer abstractas hasta convertirse en actividades que reflejan resultados concretos. Específicamente los planos son –de más abstracto a más concreto–: estrategia, alcance, estructura, esqueleto y superficie.

- **Modelo Causal de Ricardo Baeza-Yates (*El Profesional de la Información*, 2004)**
Considera dos momentos: el diseño y el uso como un modelo causa efecto. Al crear un producto el diseñador supone o asume ciertas necesidades, y será hasta que conozca la forma en que un usuario utiliza el producto cuando conozca las necesidades reales. En este momento

el diseñador debe ajustar. Por lo tanto, cuanto más pronto se pruebe será mejor pues se conocerá la percepción del usuario en el uso. Al igual que el modelo de Garrett, este modelo fue creado para sitios web, pero hoy puede extenderse al diseño de cualquier producto o servicio.

- **Modelo del Panal de Peter Morville (Morville, 2004)**
Presenta las facetas necesarias para lograr una experiencia de usuario positiva: usable, encontrable, útil, valuable, creíble, deseable y accesible. La presencia o ausencia de alguna de estas facetas hará que la experiencia del usuario se vea afectada, y debe planificarse como estarán presentes estas facetas. Las facetas no pueden, en realidad, verse por separado sino que su convivencia e interacción creará la experiencia del usuario.

- **Modelo de Diseño Interactivo de Nathan Shedroff (Shedroff, 2001)**
Considera que el diseño de una experiencia comprende seis dimensiones: el tiempo que dura, la interactividad, la intensidad, la consistencia, los factores sensoriales y cognitivos y el significado o interpretación. Para determinar la presencia de cada una de estas dimensiones en el desarrollo de un producto se debe conocer la estrategia de la organización que lleve a una planeación, diseño, producción, prueba y el lanzamiento.

Los modelos anteriores coinciden, de manera explícita, en que un buen diseño de la experiencia del usuario debe ser planificado por los diseñadores antes de que éste sea implementado. Una vez que el diseño se lleva a la práctica generará emociones –positivas o negativas– que se traducirán en percepciones de la experiencia. Por lo tanto, los diseñadores deben tomar estas percepciones, interpretarlas, de ser posible medirlas, y tomar decisiones que lleven a un proceso de evaluación, para entonces volver a planificar, creando un proceso que idealmente debería repetirse para ir mejorando dicha experiencia.

Planteando un modelo para planear el diseño de la experiencia del usuario

Después de la revisión anterior, se propone el uso del modelo User eXperience Perception Planning (UXPP). En este modelo se plantea la necesidad de planificar el diseño de experiencias en medios interactivos. Su aplicación debe maximizar la posibilidad de generar una percepción positiva en el usuario. Justifica el diseño de la experiencia. A continuación se plantean las etapas de dicho modelo.

1. Planeación: Esta etapa es la más importante ya que comprende entender y plantear que tipo de experiencia se pretende que viva el usuario. Adicionalmente, se deben conocer cuales son los objetivos de la organización, es decir, la razón por la cual se está diseñando algo.

En esta etapa se deben tomar en cuenta variables como la inversión, los recursos humanos involucrados, los requerimientos tecnológicos, el horizonte de tiempo, entre otras cosas. Sin embargo, esto no es suficiente, se debe pensar también cuales son las expectativas de los usuarios y como reaccionará ante ello.

Muchas organizaciones que dedican poco tiempo a esta etapa no logran hacer que la perspectiva de la organización coincida con la del usuario, generando sentimientos negativos y, en consecuencia, una mala reputación para la organización y posibles pérdidas económicas.

Pensemos en el caso de una empresa que desea contar con presencia en redes sociales. Si dicha empresa no realiza una buena planeación puede llegar a tener problemas como generar mensajes confusos, no contar con un community manager que publique mensajes, no proveer contenido de valor y, eventualmente, dejar olvidada esta estrategia por falta de recursos.

2. Diseño de la experiencia: Esta es la etapa de la producción de la experiencia. Puede incluir actividades como el desarrollo de algún software o hardware, implementar el uso de alguna herramienta o plataforma tecnológica y la definición de los recursos humanos involucrados, entre otras.

Como puede apreciarse, es en esta etapa donde la planeación del diseño de experiencia se lleva a la realidad. Si la planeación no fue adecuada el diseño de la experiencia sufrirá cambios o improvisaciones que, en su momento, terminarán por afectar tanto al usuario como al equipo de diseño, provocando costos y esfuerzos mayores.

Una práctica útil para que esta etapa sea exitosa es tener una reunión de inicio entre todos los involucrados en diseñar la experiencia. Los involucrados no incluyen únicamente al diseñador gráfico o al desarrollador de un software, sino a todas las personas que, de alguna forma, tendrán algún rol o tomarán alguna decisión una vez que el producto o servicio exista. En las reuniones se realiza una puesta en común con todas las opiniones, sugerencias y expectativas de los involucrados. Jason Mark, consultor y dueño de la firma de experiencia de usuario Gravity Switch, menciona lo siguiente:

Es más útil tener reuniones de tres horas en tres días seguidos al iniciar un proyecto, en lugar de cuatro reuniones en cinco meses, especialmente si se puede contar con el dueño o el responsable financiero del proyecto.

3. Interacción: Esta fase comienza cuando el diseño empieza a ser utilizado por los usuarios. A partir de este momento, los usuarios crean juicios y opiniones en el uso del producto o servicio interactivo que influirán en su percepción del diseño de la experiencia.

A diferencia del uso de otros productos, en un diseño para medios interactivos los usuarios son menos pacientes, y más contundentes en sus decisiones. Rápidamente empezarán a tener emociones positivas o negativas que serán traducidas de algo sentimental a algo real.

Una forma de conocer estos juicios y opiniones es establecer la práctica de hacer pruebas de usabilidad con los usuarios meta. Las pruebas serán más útiles si se empiezan a realizar desde la fase de diseño, manteniéndose a lo largo de todo el ciclo, hasta llegar a la fase de evaluación. En la actualidad, existen diferentes técnicas de prueba de usabilidad y herramientas automatizadas que permiten conocer los puntos de vista de los usuarios sobre dicha interacción.

4. Emoción: A partir de este momento el usuario empieza a generar sentimientos en base a la experiencia. El usuario puede tener sentimientos positivos, negativos o neutros hacia el diseño que acaba de experimentar.

Es importante tomar en cuenta que esta fase puede verse influenciada por factores externos como las opiniones de otros usuarios, la mercadotecnia tanto de la organización como de la propio producto o servicio, así como los antecedentes que existan de otros diseños creados por la organización.

En esta fase es importante conceptualizar que los productos y servicios interactivos tienen un ciclo de vida muy corto y que, constantemente, necesitan ser renovados para crear nuevas emociones. Por ejemplo, ¿quién recuerda a ICQ, a Netscape Navigator o a MySpace?

5. Percepción: Al llegar a esta fase el usuario tiene una opinión sobre su experiencia, la cual puede compartir con otros. Dado que ha sido parte de la experiencia y ha generado ciertas emociones, siente que tiene los argumentos suficientes para justificar porque su percepción es favorable, desfavorable o neutra respecto a un producto o servicio interactivo.

En muchas ocasiones, la percepción se basa en la confianza que genera el producto o servicio. Si una organización no se enfoca en generar sentimientos como éste entonces fracasará rápidamente.

A diferencia de la fase emocional, en esta etapa el usuario puede tener evidencias que apoyen su percepción tales como: beneficios monetarios, rapidez en lograr algo, reputación o acceso a información, entre otros. ¿Por qué un negocio como Dell es exitoso? Muy sencillo, el usuario percibe que puede configurar y comprar un equipo a la medida de sus necesidades y de su presupuesto.

6. Evaluación: Esta es la etapa de cierre que completa el ciclo y que debe llevar a la organización a revisar su planeación. En esta fase, la organización debe conocer la percepción de los usuarios. Para esto puede utilizar diferentes técnicas y herramientas. En el caso del diseño en medios interactivos se pueden utilizar cosas como pruebas de usabilidad y herramientas de medición en redes sociales.

Es importante observar que si una organización no hace esto no evalúa. No podrá conocer de manera formal si el diseño del producto o servicio logró sus objetivos y cumplió con las expectativas de los usuarios.

La omisión de esta fase puede hacer que una organización realice una nueva planeación o replantee un diseño sin tomar en cuenta lo que ocurrió con la experiencia del usuario. Vale la pena recordar que las pruebas de usabilidad ya se habían mencionado en la fase de experiencia. En realidad no es necesario esperar hasta llegar a la fase de evaluación para aplicarlas.

La tecnología hoy ha evolucionado de forma tal que realizar una evaluación y procesar los resultados se convierte en una tarea hasta cierto punto sencilla al estar automatizada con herramientas de Web Analytics (Google Analytics, Clicky), herramientas de medición del impacto de una estrategia de redes sociales (Viralheat, TweetReach) o herramientas de encuestas en línea (SurveyMonkey, Online Surveys, Google Surveys)

El estado de la planeación de diseño centrado en el usuario en América Latina. Una encuesta reveladora

Si bien el campo del diseño centrado en el usuario no es nuevo, en América Latina aún está en una etapa emergente, tanto para la formación académica, como en la aplicación en diferentes organizaciones. En las universidades de América Latina la práctica docente de temas relacionados con el diseño centrado en el usuario no es un tema que tenga un espacio entre la currícula de profesiones como diseño gráfico, mercadotecnia o desarrollo de software, a pesar de estar altamente relacionadas con el diseño de productos y servicios interactivos. Esta situación trae, por consecuencia, que muchas de las personas responsables en planear y/o diseñar las experiencias de usuarios en diferentes organizaciones no cuentan con la formación académica que les permita crear experiencias positivas en medios interactivos.

Para revisar algunos datos que permitan aseverar lo anterior, durante mayo de 2011 se aplicó una encuesta a profesionales de América Latina involucrados en el diseño de productos o servicios interactivos.

Esta encuesta pretendió conocer de que manera estas personas aplican y observan las fases mencionadas en el modelo para planear el diseño de la experiencia del usuario. La encuesta fue respondida por 133 personas con formaciones como (entre paréntesis el porcentaje de respuestas) diseño gráfico (32%), mercadotecnia y relaciones públicas (8%), desarrollo de software y tecnologías de información (22%), comunicación (10%), educación (4%), comercial y ventas (4%), ingeniería, manufactura y diseño de productos (9%) y otras profesiones (11%). Adicionalmente, se buscó que entre los encuestados existiera una distribución heterogénea tanto en los años de ejercicio profesional, como en las áreas en las que laboran actualmente (independientemente de su formación profesional). Los resultados fueron los siguientes (entre paréntesis el porcentaje de respuestas) sin experiencia (5.8%), de 1 a 3 años de experiencia (33.0%), de 4 a 6

años (23.3%), de 7 a 10 años (9.7%) y con más de 10 años de experiencia (28.2%).

Aunque el 28.4% de estos encuestados dicen dedicar tiempo a planear el diseño de un producto o servicio interactivo, a continuación se muestran algunos datos que evidencian que hay otras actividades que consideran más importantes como (entre paréntesis el porcentaje de respuestas) la presentación y apariencia visual (23.3%), las pruebas de uso y funcionamiento (5.2%), ajustes y refinamiento técnico (7.8%), recopilación y análisis de requerimientos (12.9%) y el desarrollo y construcción del producto o servicio (22.4%).

Como un complemento se preguntó a los encuestados a qué actividades dedican menos tiempo durante el proceso de diseño de un producto o servicio interactivo. Más del 36% de los encuestados no dedican tiempo a actividades que cierran el ciclo de la experiencia del usuario, específicamente en pruebas de uso y ajustes y refinamiento. Además, hay falta de formación profesional en el área de diseño centrado en la experiencia del usuario. La encuesta reveló que cerca del 60% adquirieron los conocimientos que tienen haciendo auto estudio o al encontrarse ya laborando, mientras que solo 33.1% señaló que fue en la universidad donde obtuvo formación del tema. El 5.3% indicó no saber en realidad con exactitud que es el diseño centrado en el usuario.

El 31% de los encuestados no conoce universidades que incluya, cursos relacionados con el diseño centrado en la experiencia del usuario. Mientras que cerca del 58% conocen entre una y tres instituciones educativas. El resto de los encuestados que suman poco más del 10% conocen más de cuatro instituciones

Un resultado similar se presenta entre empresas y organizaciones que incorporan prácticas de diseño centrado en la experiencia del usuario donde 24.3% de los encuestados dijeron no conocer empresas que lo hagan, y 50.5% dijeron solo conocer entre una y tres empresas que incorporan estas prácticas.

Finalmente, ante la pregunta sobre que es más importante al diseñar un producto o servicio interactivo, si los requerimientos del cliente o las expectativas del usuario, las respuestas son variadas. Solo 51% de las personas que laboran en áreas de tecnologías de información consideran muy importante cumplir con las expectativas del usuario final, mientras que 74% de las que laboran en diseño industrial y de producto lo consideran muy importante y 69% de las que laboran en diseño gráfico lo consideran así.

Casos y experiencias mundiales

Como una forma de complementar la información cuantitativa se recopilaron una serie de casos y experiencias donde se evidencia que la planeación del diseño centrado en el usuario no es una práctica común en diferentes organizaciones. América Latina no es la excepción. Esta falta de planeación provoca que los productos y servicios interactivos tengan una mala usabilidad y, por lo tanto, no generan emociones y percepciones positivas en los usuarios.

De manera particular, se evaluaron el caso de la empresa mexicana Grupo CW, propietarios de la tienda virtual ComfortWorld.mx y con presencia en redes sociales, así como el caso de la empresa americana BestBuy, también con presencia en redes sociales.

- Comfortworld.mx

ComfortWorld.mx se dedica a vender aparatos de línea blanca y electrodomésticos como deshumidificadores, aireacondicionados y parrillas eléctricas. A pesar de promover el uso de redes sociales en su sitio en Twitter el enfoque del negocio no refuerza la experiencia del usuario. La mayoría de las personas a las que se mostró el Twitter de ComfortWorld.mx coincidieron en mencionar que se trataba de una empresa relacionada con proporcionar la temperatura de una ciudad.

Es así como Grupo CW evidencia mala planeación del diseño de su experiencia por las siguientes acciones:

- Promover el uso de redes sociales en su sitio, sin un objetivo claro.
- La experiencia del usuario al entrar en las redes sociales, específicamente en Twitter, es confusa ya que la información no está relacionada con los objetivos del negocio.
- Los usuarios no se sienten motivados a participar ya que perciben información en una sola dirección, no hay interacción.
- Es difícil pensar que miden su estrategia y toman nuevas decisiones que logren cerrar el ciclo de diseño de la experiencia.

- Best Buy

BestBuy es una empresa que se dedica a la comercialización de electrónica de consumo y línea blanca. Tiene una presencia virtual a través de un sitio de comercio electrónico, y de una presencia en redes sociales como Twitter con una iniciativa y con un nombre de marca propio, TweelpForce.

En este caso, se puede observar que la presencia en Twitter es solo un complemento, ya que no es promovida como parte central de la estrategia de BestBuy, aún así la cantidad de interacción considerable, incluso con personas que no son clientes. Este tipo de actividades crean sentimientos positivos, incluso donde personas que no han comprado en esta tienda al mostrarles TweelpForce declararon que llegaría a considerar comprar ahí debido al nivel de servicio.

Best Buy evidencia una buena planeación del diseño de su experiencia por:

- El uso de redes sociales en su sitio, está planeado: la estrategia tiene un nombre (TweelpForce), es un complemento del sitio (Ask Tweelpforce).
- La experiencia del usuario al entrar es clara, ya que la información está completamente relacionada con los objetivos del negocio. Aunque no sean clientes de Best Buy, los usuarios reciben orientación que los engancha con la marca.
- Los usuarios se sienten motivados a participar ya que perciben que hay interacción. Todo lo que preguntan se responde personalmente.

d. Es fácil pensar que miden su estrategia y toman nuevas decisiones que logren cerrar el ciclo de diseño de la experiencia.

A continuación se muestra una serie de casos adicionales, con resultados positivos y negativos. Cada caso es analizado en base al modelo de planeación del diseño de la experiencia del usuario descrito con anterioridad. En cada caso se pueden observar los objetivos y resultados para concluir si la experiencia fue positiva o no.

- KLM (Aerolínea)

En 2010, KLM se propuso posicionar su marca como una aerolínea “amable”. KLM buscaba como crear un vínculo con sus pasajeros. En lugar de gastar en una campaña de mercadotecnia tradicional, KLM implementó en el aeropuerto de Schiphol, en Amsterdam, una forma de hacer más agradable la espera de un vuelo para sus clientes.

La estrategia de nombre KLM Surprise estaba integrada por un grupo de empleados que tenían como meta buscar en redes sociales como Twitter y Foursquare a personas que hubieran publicado algo referente a esta aerolínea mientras esperaban en el aeropuerto.

Los empleados indagaban en el perfil del pasajero, sus preferencias, el motivo de viaje, y otros detalles personales. En base a esta información se le compraba, de manera rápida, un pequeño regalo personalizado y se le entregaba en la sala de espera o en el momento de abordaje.

La respuesta de los viajeros fue primeramente de sorpresa, pues no tenían ninguna expectativa al haber publicado algo en Twitter y Foursquare. Posteriormente seguían emociones como risas y desconcierto, preguntando por qué y cómo ellos habían sido sorprendidos.

El equipo de KLM comentaba que habían leído su publicación en las redes sociales y se habían enterado de que se encontraban esperando un vuelo a determinado destino. Los viajeros respondían con más risas o incredulidad que sus comentarios hubieran tenido ese impacto, por lo tanto, volvían a publicar en Twitter algún comentario sobre su experiencia. Esto generó más de 1,000,000 de reenvíos de mensajes en Twitter trayendo promoción prácticamente gratuita a KLM en todo el mundo al provocar un efecto viral.

Fases del modelo UXPP implementadas

- Planeación: se especificó el objetivo de posicionar a la marca como una aerolínea amable.
- Diseño de experiencia: se diseñó KLM Surprise, involucrando un equipo de personas para realizar la logística de la campaña. Se estimó presupuesto para cada regalo. Se especificó que los comentarios de los clientes debían ser en tiempo real mediante Twitter y Foursquare.
- Interacción: se ejecutó exitosamente logrando llegar a los viajeros con la sorpresa y crear una interacción virtual y real.
- Emoción: los viajeros quedaron asombrados de manera positiva.
- Percepción: los viajeros vuelven a publicar comentarios positivos acerca de la aerolínea haciendo marketing viral.
- Evaluación: se mide la cantidad de reenvíos de mensajes que promocionaron a KLM y se comparte un video de

la campaña, el cual nuevamente fue un caso muy visto a través de los usuarios en Internet.

- **Ikea (Tienda de mobiliario)**

El objetivo de Ikea fue dar a conocer la apertura de una sucursal en Malmö, Suecia. Ikea contrata a Forsman & Bodenfors quienes tienen la idea de utilizar una plataforma social con gran alcance: Facebook. El siguiente paso fue crear el perfil del gerente de la nueva tienda, el cual durante 12 días subió un showroom diferente. La dinámica consistía en que la primera persona que etiquetara alguno de los artículos de la foto con su nombre ganaba todos los muebles de esa foto.

El perfil del gerente de la sucursal fue visitado por miles de personas en todo el mundo que buscaban ganar un showroom. La campaña fue muy promocionada en Internet mediante citas en blogs y menciones en Twitter que citaban a Ikea y su campaña.

Fases del modelo UXPP implementadas

1. **Planeación:** se especificó el objetivo de crear conciencia de la nueva sucursal en Malmö y se da el brief a la agencia Forsman & Bodenfors para que lo llevara a cabo.
2. **Diseño de experiencia:** se diseñó el perfil del gerente y las bases del concurso. Se estimó presupuesto para cada showroom y se especificaron las fechas en que se subiría cada foto.
3. **Interacción:** se ejecutó exitosamente logrando obtener enlaces, *news feed* y promoción de las personas que interactuaban integrándose a la red de amigos del gerente de la tienda.
4. **Emoción:** la demanda por fotografías de Ikea aumentó rápidamente gracias a la expectativa de ser el primero en tratar de ganar un showroom.
5. **Percepción:** los consumidores vuelven a publicar comentarios positivos acerca de la dinámica y añadiendo su nombre en el catálogo interactivo de Ikea provocando una campaña viral.
6. **Evaluación:** las personas que no ganaron pidieron que la campaña se repitiera o que hubiera más showrooms de regalo. Sin embargo Facebook cambió las políticas y condiciones para evitar que otras organizaciones siguieran la misma campaña (la cual había indicado un éxito).

- **Four Seasons (Cadena hotelera)**

El hotel Four Seasons aprovechó una situación muy interesante. Thomas Marzano, Director Creativo de Philips en Holanda, se dirigía a Palo Alto, California para hospedarse en ese hotel. En su cuenta personal de Twitter mencionó a @FSPaloAlto (Four Seasons) diciendo que estaba esperando relajarse y visitar el SPA del hotel después de un largo viaje.

El hotel cuenta con una estrategia de seguimiento y respuesta a sus seguidores en Twitter ya que cuenta con un Community Manager. En el caso particular de Marzano, respondió el mensaje de manera rápida preguntándole si quería que le reservaran una cita en el SPA. Ante esto, Thomas Marzano queda sorprendido, pero fue mayor su sorpresa cuando llegó a su habitación y encontró una nota escrita a mano dándole la bienvenida al hotel; Thomas Marzano escribe en su cuenta de Twitter que pasó una noche maravillosa, en una habitación con una cama muy

cómoda y con un baño muy bonito. El hotel le responde al día siguiente con el siguiente mensaje: “Buenos días, que bueno que dormiste bien y estás disfrutando tu cuarto, dinos si estás interesado en hacer reservaciones en el restaurante por la noche”. Además, el hotel deja un regalo en la tarde con otra nota escrita a mano con un bote de sales para la bañera, una nueva sorpresa para Marzano cuando llega a su habitación después de un largo día.

Prácticamente a punto de dejar el hotel, decide preguntar cómo imprimir su pase de abordar, y de nuevo @FSPaloAlto responde que hay un kiosco en la recepción y que el conserje puede ayudarlo, y le desea un buen viaje de regreso. Al final de la visita de Marzano, el Community Manager responsable de la cuenta de @FSPaloAlto lo buca y se despide personalmente de él deseándole un buen viaje de regreso a casa.

Fases del modelo UXPP implementadas

1. **Planeación:** se especificó un plan de respuesta mediante Twitter para interactuar con clientes actuales o potenciales, existiendo un responsable con la figura de un Community Manager.
2. **Diseño de experiencia:** se selecciona y capacita a la persona que estaría a cargo de la administración y respuesta de la cuenta de Twitter del hotel en Palo Alto y como responder al cliente, al mismo tiempo como persuadirlo de adquirir otros servicios del hotel como el SPA y restaurantes, pero de una manera amigable.
3. **Interacción:** El huésped tiene una grata sorpresa pues cada día tenía una respuesta en tiempo real y conforme a sus necesidades.
4. **Emoción:** Cada vez que el huésped recibía una sorpresa la compartía vía Twitter y con la fotografía de su cuarto, los regalos y las notas.
5. **Percepción:** Thomas Marzano escribe en su blog personal acerca del acontecimiento detallando las experiencias y emociones y lo promueve en Twitter generando una campaña viral para el hotel.
6. **Evaluación:** El hotel recibe gracias a los clientes, como el propio Thomas Marzano promoción gratuita, en el caso de Marzano tiene más de 20,000 seguidores.

- **Motorola México (Equipos de comunicación celular y móvil)**

En diciembre de 2010, Motorola México activa un concurso donde sus seguidores de Twitter podían ganar equipos celulares a través de dicha red. El primer seguidor que contestara correctamente a una pregunta que se publicaría en Twitter sería el ganador.

Previo a la publicación de la pregunta, uno de los seguidores coloca en Twitter un mensaje con varias características al azar que casualmente incluyen la respuesta correcta, 2 segundos antes de que se publique la pregunta. Al ver esto, otros seguidores reclaman al usuario la premura de su respuesta, y de forma honesta contesta haber deducido la pregunta y tener un mensaje listo para mandarse. En este momento, Motorola declara que el usuario no contestó la pregunta y que, por responder al azar, violó las reglas del concurso, decidiendo descalificar la respuesta del usuario y premiar a otro concursante.

Por otro lado, el segundo concursante tiene una cuenta que fue creada el día previo al cierre del concurso lo que

genera más polémica. El usuario pide le aclaren su descalificación; mientras, al mismo tiempo, otros usuarios comienzan a poner mensajes en la cuenta de Twitter y Facebook de Motorola México en contra de la decisión, reclamando a la empresa que el primer concursante haya sido eliminado. Motorola México publica una declaración oficial a través de su página de Facebook, en donde mantiene su decisión.

Según Tweetreach, los últimos 50 mensajes de queja tienen un alcance en Twitter de 27,161 usuarios, más que los 50 últimos mensajes de la campaña misma, que fue de 24,769 usuarios.

El impacto es tan negativo que Motorola Corporativo tiene que intervenir emitiendo un comunicado a través de su página de Facebook para indicar que efectivamente el concurso contó con algunas inconsistencias, por lo que corrigen la decisión dando como ganador al usuario que originalmente respondió.

Fases del modelo UXPP implementadas

- 1. Planeación:** aunque el concurso pretendía posicionar a la compañía y a sus dispositivos, no se planificaron las bases de un concurso en redes sociales de forma clara. Tampoco se planeó el uso de alguna herramienta especializada como OneKontest, TweetsWin, o similares que permitiera un mayor control.
- 2. Diseño de experiencia:** se diseña el concurso omitiendo situaciones como las que se presentaron y son ambiguas algunas reglas que permiten que los usuarios interpreten de una manera errónea las bases del concurso.
- 3. Interacción:** se crea una experiencia negativa al declarar que el ganador hizo trampa, pero permitir que gane otra persona que en apariencia tampoco siguió las reglas en forma correcta. Las interacciones son confusas y caóticas.
- 4. Emoción:** el usuario que respondió correctamente la pregunta se inconforma con la empresa indicando que las reglas no decían nada sobre el momento de responder y genera un sentimiento negativo.
- 5. Percepción:** otros usuarios perciben que Motorola México no quiere dar el premio al que ellos consideran ganador, apoyándolo mediante una campaña viral y desprestigiando a la empresa y a su concurso.
- 6. Evaluación:** el corporativo debe intervenir para corregir la mala percepción que se ha generado solo en cuestión de horas por un concurso mal implementado.

• GAP (Tienda de ropa)

En octubre de 2010, la multinacional GAP decide cambiar el logotipo que utilizó durante muchos años por un nuevo diseño. Después de diversos grupos de enfoque y diversas aprobaciones internas, cuando todo estaba listo para el lanzamiento del nuevo diseño, la empresa lanza la nueva imagen en su página de Facebook, donde hasta ese momento tenía 725,000 seguidores.

Además del comunicado oficial, la empresa pedía opiniones, recibiendo más de 1000 comentarios, con reacciones como éstas: “El nuevo logo es poco sofisticado”, “es horrible”, “lo odio”, “vuelvan ya al antiguo”, “no voy a comprar en sus tiendas”. Lo mismo sucedió en Twitter, donde la crítica a la nueva imagen de la marca se convirtió en una tendencia recurrente y extremadamente popular. La campaña de protesta sorprendió a

los ejecutivos, que decidieron pedirle a los clientes, a través de las mencionadas redes sociales, que enviaran sus propias propuestas.

La discusión adquiere tal intensidad, que GAP se ve obligado a dar marcha atrás y dejar sin efecto el lanzamiento de su nuevo logotipo señalando que lo hace precisamente por el rechazo que ocurrió en las redes sociales.

Fases del modelo UXPP implementadas

- 1. Planeación:** GAP pretende crear expectativa con el cambio del logo al revelarlo en redes sociales, esperando generar una campaña positiva, pero sin considerar una reacción negativa de los usuarios y como reaccionar en caso de ocurrir.
- 2. Diseño de experiencia:** se decide revelar en redes sociales el diseño del nuevo logotipo como una forma de hacerles ver a los clientes que la marca se renovarían y con la idea de empezar a generar un rápido posicionamiento del logotipo gracias al funcionamiento de las propias redes. Se decide pedir opiniones, esperando reacciones mayormente positivas.
- 3. Interacción:** los usuarios se muestran inconformes con el logotipo nuevo ya que consideran que no refleja lo que es la compañía, generando mayormente comentarios negativos y burlas que se vuelven una interacción exponencial y viral.
- 4. Emoción:** los usuarios trasladan su sentimiento negativo a comentarios como indicar que no volverían a comprar en GAP si el nuevo logotipo se mantiene.
- 5. Percepción:** los usuarios divulgan los comentarios negativos y empiezan a mencionar a GAP como un caso malo de diseño de marca, desprestigiando a la compañía sin que haya una respuesta inmediata de la misma.
- 6. Evaluación:** GAP decide cancelar el lanzamiento del nuevo logotipo debido a la presión de los usuarios en redes sociales.

• United (Aerolínea)

En 2008, el cantante de música country David Carroll se encuentra haciendo un tour con su banda. Como parte del tour viaja hacia Nebraska volando por United. El vuelo hace una escala en Chicago donde se da cuenta que su guitarra es maltratada por el personal de tierra que maneja el equipaje. Carroll menciona esto a las sobrecargos del vuelo, sin que ninguna le haga caso. Al llegar a Nebraska comprueba que efectivamente su guitarra está dañada. El personal de tierra le dice que levante una queja.

Carroll levanta la queja y durante un año solo obtiene respuestas negativas hasta que, finalmente, decide hacer un video musical donde narra toda su experiencia negativa y lo coloca en YouTube para promover que a United no le importan sus pasajeros. En pocos meses el video es visto más de 10 millones de veces, apareciendo incluso con versiones con subtítulos. El video se convierte en una promoción negativa para United, lo que la obliga a rectificar y buscar a Carroll para reponerle la guitarra. Carroll no acepta el dinero y les pide que lo donen a una institución de beneficencia.

Carroll hace un video para informar los hechos, mientras que el área de relaciones públicas de United no emite ningún comunicado a pesar de conocer el impacto que el video había generado.

Fases del modelo UXPP implementadas

1. Planeación: el área de relaciones públicas de United no está preparada para reaccionar ante hechos como un video donde se denuncia el maltrato de la aerolínea a sus pasajeros.
2. Diseño de experiencia: Carroll coloca un video con la intención de denunciar su experiencia y que otras personas se enteren, de todo esto con la clara intención de convertirlo en algo viral.
3. Interacción: los usuarios que ven el video se sienten identificados, primero con la experiencia, y después con la forma tan original de expresarlo por lo que empiezan a divulgarlo creando una campaña viral contra United.
4. Emoción: los usuarios sienten empatía con Carroll, y aunque nunca hayan viajado por United refuerzan la campaña expresando su rechazo al trato de la compañía ante situaciones similares.
5. Percepción: el video es visto en pocos meses más de 10 millones de veces. El caso es promocionado en diversos medios donde la gente tiene una percepción negativa de la compañía.
6. Evaluación: United se disculpa con Carroll, le ofrece compensarlo, pero no lo informa públicamente. No hay un comunicado en su sitio de relaciones públicas. Lo poco o mucho que se sabe del caso es porque el mismo Carroll publica más videos y es entrevistado.

Conclusiones

Las organizaciones que crean productos y servicios interactivos no cierran el ciclo planeación, experiencia, emoción, percepción, evaluación. Específicamente no existe el vínculo evaluación-planeación. A pesar de que, el 28% dice que dedica mucho tiempo a la planeación del diseño de experiencias, el 36% no dedica tiempo a evaluar la experiencia de uso y tomar nuevas decisiones. Hay una falta de formación profesional en el área de diseño de experiencia del usuario en América Latina. El 70% adquirieron conocimientos fuera de la Universidad. El 31% no conoce ninguna Universidad que incluya temas de diseño de experiencia de usuario en sus programas académicos. El 58% conocen de una a tres Universidades que lo incluyen.

Las organizaciones aplican el diseño de experiencias basado en intuición, más que en una estrategia definida. El 24% no conoce ninguna organización que incluya temas de diseño de experiencia de usuario en el diseño de sus productos/servicios interactivos. El 50% conocen de una a tres organizaciones que lo incluyen. La mayoría de las organizaciones latinoamericanas que diseñan productos o servicios interactivos no tienen un departamento, área o capa dedicada a planear y evaluar la experiencia del usuario.

Los profesionales latinoamericanos consideran que en el diseño de un producto/servicio interactivo es más im-

portante cumplir con las expectativas que pueden llegar a tener los usuarios finales. El 68% opinó de esta forma. Aunque existen técnicas y herramientas para evaluar la percepción del usuario, éstas son poco aprovechadas. En América Latina es poco común la aplicación de pruebas de usabilidad o el uso de herramientas que monitorean opiniones en redes sociales. Solo el 5% dedica tiempo a evaluar como fue la experiencia de uso.

Bibliografía

- Garrett, J. (2002). *The Elements of User Experience*. Peachpit Press.
- Human Factors International. (2010). *PET User Interface Structure*. Human Factors International, Inc.
- Mark, J. (2011). *Agile Web Development That Works*. Disponible en: <http://sixrevisions.com/web-development/agile/>.
- Morville, P. (2004). *Semantic Studios*. Disponible en: <http://semanticsstudios.com/publications/semantics/000029.php>. 2004
- Norman, D. (2002). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- Shedroff, N. (2001). *Experience Design*. Waite Group Press.
- Baeza-Yates, R. (mayo-junio 2004). *El profesional de la información. Arquitectura de la información y usabilidad en la web*, 13, 3.

Abstract: Any design activity must have the user as the focus point of the activity; reaching users at an emotional level can make the difference between the success or failure of an organization, person or concept that has presence in interactive media.

However, what planning activities should be done in the design of these experiences? In this article it will be addressed some cases and international data that suggest the lack of strategy in the design of user experiences in interactive media, as well as recommendations from various fields to achieve better performance in this practice.

Key words: User Experience - Usability - Web Design - Internet - Planning - Strategy - User behavior.

Resumo: Qualquer atividade de design deve ter ao usuário como o ponto focal dela; alcançar aos usuários através de um nível emocional pode fazer a diferença entre o sucesso ou o fracasso de uma organização, pessoa ou conceito, com presença nos meios interativos. No entanto, já feito um bom planejamento no design dessas experiências? Este artigo aborda alguns dados e casos internacionais que sugerem a falta de uma estratégia no design de experiências de usuário em meios interativos, assim como recomendações desde diferentes âmbitos para alcançar uma melhor execução nesta prática.

Palavras-chave: Experiência do Usuário - Usabilidade - Web Design - Internet - Planejamento - Estratégia - Comportamento do usuário.

(*) **Luis Carlos Aceves Gutiérrez.** Director General de Usaria. Adicionalmente se desempeña como profesor de los posgrados de diseño de la Universidad de Monterrey, México. **Andrea Cecilia Cantú Rodríguez.** Licenciada en Diseño Gráfico de la Universidad de Monterrey, México. Actualmente se desempeña en Oracle, como Diseñador de Experiencia de Usuario en el área de Fusion Applications.

Análise da tecnologia do carbono pirolítico no design de jóias

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 197-200. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: abril 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Cynthia Casagrande Matos y Jairo Jose Drummond
Câmara (*)

Resumen: Este proyecto trata sobre el estudio de carbono pirolítico en la industria de la joyería, se discutirá el material desde el punto de vista de la ciencia e ingeniería demateriales. En las últimas décadas, la inversión en el mercado para la mejora de la joyería, piedras preciosas y materiales biocompatibles requiere una constante innovación de los diseñadores. El carbón pirolítico se utiliza principalmente en la industria médica en las válvulas cardíacas y tiene características ideales para la fabricación de artefactos femeninos. El objetivo del proyecto es analizar el material a través de revisión de la bibliografía, pruebas específicas del área de la ingeniería, el diseño del prototipo, además de presentar y discutir las diferencias en los diferentes mercados en términos de calidad, facilidad de uso y costo / beneficio del proyecto.

Palabras clave: Carbono Pirolítico - Biomateriales - Diseño - Industria - Joya.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 200]

Introdução

O profissional designer de jóias, atualmente, é essencial no mercado financeiro. O designer trabalha como intérprete de signos e linguagens presentes no cotidiano, estabelecendo a comunicação com seu público e atendendo a disputa do segmento industrial, bem como a de criadores autônomos no desenvolvimento de suas coleções pessoais.

No atual segmento do mercado de jóias, as tecnologias inovadoras e o estudo do consumismo humano são relacionados com as novas facetas para a conquista do cliente, a análise das mais recentes inclinações do mercado com as demandas e ambições em voga.

De acordo com Rosa, o consumo humano é discutido por Lacan quando o mesmo institui que, na medida em que a realidade é constituída com o prazer, interessam as relações do homem com os objetos de sua produção, uma vez que eles serão objetos de suas necessidades, mas também de seus desejos, e é patente que exista uma distância entre a organização das necessidades e dos desejos. Constata-se que o tratamento da questão do consumo pela ética da psicanálise leva a uma proposta de que “o valor de uma coisa é a sua desejabilidade –trata-se de saber se ela é digna de ser desejada e se é desejável que a desejemos” (Lacan, 1959-1960).

Portanto, o que é desejável se insere no tempo, está sujeito aos usos e aos modos de satisfação pulsional. Com isso, ao tratar da produção, circulação e do consumo dos bens, a teoria psicanalítica introduz dois novos operadores: o gozo e o desejo, e eles dão ao tratamento psicanalítico do consumo um viés clínico que o especifica em relação a outras leituras, aquelas mais sociológicas, por exemplo. O raciocínio discutido acima é de fundamental importância na inserção de um produto de desejo e valor de estima no mercado consumidor. O artigo propõe o estudo do Carbono Pirolítico na indústria de jóias.

Desenvolvimento

Carbono Pirolítico

Segundo Callister, o Carbono é um elemento químico da coluna IVA da tabela periódica e é encontrado na natureza ligado principalmente a outros elementos como hidrogênio, nitrogênio e oxigênio formando a estrutura de todos os compostos orgânicos. O Carbono possui várias formas alotrópicas, sendo as duas mais conhecidas a grafite e o diamante. Além disto, pode ser encontrado sob outras formas metaestáveis e com grande variabilidade morfológica, tais como: carvão, hulha, fibras de carbono, filmes de carbono, carbono pirolítico, fulerenos C60 e C70, nanotubos, óxidos, hidrocarbonetos, negro de fumo, carbono vítro, carbono amorfo, entre outros.

De acordo com Silva, o carbono pirolítico é uma das três formas isotrópicas de carbono das cerâmicas à base de carbono (pirolítico, vítreo e depositado por vapor). Como cada um possui propriedades físicas diferentes, são utilizados para diferentes aplicações, particularmente como biomateriais para próteses, sendo que, no caso do carbono pirolítico, é muito comum a utilização em válvulas cardíacas e camadas cardiovasculares por causa da sua alta biocompatibilidade, uma vez que a compatibilidade com sangue é essencial. Ao contrário das reações do tecido, os implantes desenvolvem rapidamente as reações de rejeição no sangue na maioria dos materiais implantados e ativam rapidamente o mecanismo de coagulação sanguínea e conseqüentemente a trombose. Como maior vantagem, o Carbono Pirolítico minimiza estes efeitos e causa poucos danos ao sangue sendo considerado o melhor material utilizado para próteses valvulares cardíacas. O carbono pirolítico ou isotrópico de baixa temperatura é obtido através da deposição de carbono ou deposição de átomo por átomo (deposição química da fase vapor, CVD - Chemical Vapour Deposition), a partir de um leito fluidizado, em um substrato. O leito fluidizado é formado a partir da pirólise de gás hidrocarbônico em temperaturas na faixa de 1000-2500°C.

O compósito carbono-carbono (ligação covalente) é um material que consiste de uma matriz carbonosa reforçada com fibras de carbono e é indicado para aplicações em meios de extrema agressividade térmica associada a elevadas exigências mecânicas e químicas.

De acordo com Groza, carbono pirolítico é uma estrutura metaestável com características turboestruturadas onde os cristalitos hexagonais possuem uma grande desordem orientacional e translacional possuindo ligações entre planos do tipo covalente. Estes materiais, devido a esta desordem, possuem excelentes propriedades mecânicas. O Carbono Pirolítico apresenta como microestrutura: laminar liso, laminar rugoso, isotrópico, colunar e particulado. No trabalho em questão, irá ser trabalhado a forma isotrópica. Os métodos de obtenção de materiais carbonosos se fundamentam na pirólise de materiais sólidos, tais como piches e polímeros. Há um outro processo denominado deposição química em fase gasosa (do inglês CVD Chemical Vapour Deposition) que se fundamenta na decomposição de precursores gasosos hidrocarbonetos que formam “carbonos pirolíticos” ou “grafites pirolíticos”. Segundo Silva, a estrutura do carbono pirolítico depende basicamente dos seguintes fatores:

- tipo de gás utilizado como precursor, e razão C/H na mistura
- tipo e geometria de substrato utilizado na deposição
- fluxo de gás no sistema de deposição
- temperatura e pressão de deposição
- tipo e geometria do reator

Este artigo apresenta os resultados da pesquisa previamente desenvolvida, orientadas por uma metodologia científica, estruturado em duas fases: primeira fase - aquela que lida com uma pesquisa de referências e produtos para análise posterior. Segunda fase - trata da interpretação dos dados e conceitos gerados.

No projeto, o ouro e o Carbono serão dois materiais trabalhados em conjunto. O carbono pirolítico possui um preço de mercado alto, devido a sua complexidade de produção. Mesmo que apresente uma densidade pequena, a utilização de somente carbono como jóia é considerável inviável. O uso conjunto com um metal nobre, como o ouro, é valorizado no mercado de jóias, ao considerar o carbono em detalhes e o ouro a base do produto.

Com relação aos metais nobres e preciosos, Callister sugere que existe um grupo de oito elementos que têm algumas características físicas em comum. Eles são caros (preciosos) e são superiores ou nobres nas propriedades, ou seja, são considerados macios, dúcteis e resistentes à oxidação. Os metais nobres são ouro, prata, platina, paládio, ródio, rutênio, irídio e ósmio; os três primeiros são mais comuns e são usados extensivamente em jóias. A prata e o ouro podem ser reforçados por solução sólida de ligas com cobre; prata é uma liga de cobre, prata, contendo aproximadamente 7,5% Cu.

Ligas de prata e ouro são empregadas como materiais de restauração dentária, também, alguns circuito integrado contatos elétricos são de ouro. A platina é utilizada para produtos químicos equipamento de laboratório, como um catalisador (especialmente na fabricação de gasolina) e em termopares para medir temperaturas elevadas.

Fundição por moldagem em cera perdida

Ao analisar as características do material, foi possível, através de pequenos testes, propor alguns processos para a fabricação das jóias. A fundição por moldagem em cera perdida apresentou melhor desempenho no aspecto funcional e estético.

Por esse processo, podem-se fundir ligas de alumínio, de níquel, de magnésio, de cobre, de cobre - berílio, de bronze - silício, latão ou silício. No caso do material proposto, ao unir o ouro com o carbono, como este sofre muito pouca dilatação e o primeiro tende a sofrer uma dilatação térmica considerável, depois do resfriamento o ouro iria se fixar na peça (devido à contração).

A fundição de precisão se diferencia dos outros processos de fundição na confecção dos modelos e dos moldes. Enquanto nos processos por fundição em areia o modelo é reaproveitado e o molde é destruído após a produção da peça, na fundição de precisão tanto o modelo quanto o molde são destruídos após a produção da peça.

Em primeiro lugar, deve-se saber que os modelos para a confecção dos moldes são produzidos em cera a partir de uma matriz metálica ou de borracha formada por uma cavidade com o formato e dimensões da peça desejada. Essa técnica funciona da seguinte forma: um criador de modelos talha uma jóia, que servirá de molde para fazer uma fôrma de borracha para a produção de moldes de cera, ou seja, a jóia é colocada na máquina que formará um molde de borracha. Esse molde é levado para a injetora de cera que irá adicionando cera na máquina formando vários moldes que agrupados chamamos de árvore, que então é colocada dentro de um recipiente metálico, onde é colocado gesso (calcinação), e levado a um forno ligado em alta temperatura (100 graus aproximadamente). Depois que o gesso endurece, é feito um pequeno furo para que a cera derretida escorra (decenerador), deixando nas cavidades internas do cilindro, o formato do molde da jóia. Só então o ouro (em estado líquido) é injetado dentro do molde. A seguir o gesso é dissolvido em uma lavagem a jato de água, revelando as jóias, que a partir daí, passam por um tratamento de polimento, cravação de gemas e acabamento. Assim que a peça se solidifica, o molde é inutilizado. Por causa das características desse processo, ele também pode ser chamado de fundição por moldagem em cera perdida.

Resumindo, a fundição por moldagem em cera perdida apresenta as seguintes etapas:

1. A cera fundida é injetada na matriz para a produção do modelo e dos canais de vazamento;
2. Os modelos de cera endurecida são montados no canal de alimentação ou vazamento;
3. O material do molde endurece e os modelos são derretidos e escoam;
4. O molde aquecido é preenchido com metal líquido por gravidade, centrifugação ou a vácuo;
5. Depois que a peça se solidifica, o material do molde é quebrado para que as peças sejam retiradas;
6. As peças são rebarbadas e limpas.

Em muitos casos, as peças obtidas por esse processo chegam a dispensar outros processos, devido à qualidade do acabamento de superfície obtido. Como qualquer

proceso de fabricação, a fundição de precisão tem suas vantagens e desvantagens.

Vantagens:

- Possibilidade de produção em massa de peças de formatos complicados, difíceis ou impossíveis de se produzir por outros processo convencionais de fundição
- Possibilidades de obtenção de maior precisão dimensional e superfícies com melhor acabamento.
- Possibilidade de utilização de praticamente qualquer metal ou liga.

Desvantagens. O custo se eleva à medida que o tamanho da peça aumenta.

Polimento

O polimento é um processo utilizado basicamente para dar o acabamento final à jóia. Além do acabamento também retira os riscos provocados pelo lixamento e as marcas de solda. O princípio do polimento baseia-se num feixo de pano ou uma escova sintética que gira em alta rotação que causa um leve desgaste no material dando um bom acabamento. Para fazer o polimento usa-se a Politriz que consiste em um motor com uma ponta de rosca cônica que facilita colocar e retirar o feixo de pano. Também se usa no polimento de anéis uma ponta de borracha presa na Politriz usada para apoiar o lado interno do anel e polir o externo.

No caso do carbono e do ouro, foi utilizado, além das técnicas convencionais de polimento, o uso de cera diamantada juntamente com lixas d'água de 600 a 800 e feltros para permitir o efeito envidraçado do carbono.

Encaixe

Desde o início do processo, foi observado que o material em questão (carbono pirolítico) não possuía aderência com nenhum outro material. Vários tipos de cola, ácidos e outros tipos de materiais foram utilizados como testes. A solução encontrada para a viabilização do projeto foi trabalhar com desenhos que permitem o encaixe do carbono com outros materiais, como o ouro.

No caso do anel, como o carbono (em forma cilíndrica) praticamente não sofre alterações com relação à dilatação térmica, projetou-se fendas e orifícios em que o ouro, no momento da fundição, encaixa-se e dilata e, após o resfriamento comprime-se, o que permite que ele fique fixo no carbono.

No caso do colar e dos brincos, o desenho da jóia permite que o carbono (em forma de pastilhas) seja prensado pelo ouro.

Modelagem da Jóia

Após a realização dos testes envolvendo o carbono e o ouro foi constatado que a melhor opção para se trabalhar os dois materiais em conjunto seria através da modelagem

em cera. Após a fundição por cera perdida, tanto o ouro quanto o carbono teriam o polimento em conjunto.

No caso, o próprio carbono sofreu acabamento, retirando-se os excessos (proposta do desenho) e completando o espaço com cera. A técnica é associada à Fundição por Cera Perdida, que o profissional esculpe, modela a peça em cera, que segue para a fundição, onde será transformada em peça de metal. Através deste processo é possível viabilizar, de forma mais rápida e barata, a produção de jóias em grande escala. A peça pode ser feita em cera ou mesmo em metal para ser copiada através da borracha vulcanizada.

Metodologia

O objetivo do projeto no campo mercadológico é promover, através dos atributos reconhecidos por testes, a inserção do carbono pirolítico na indústria de jóias, apresentando um produto nobre e com acabamentos, qualidades impecáveis e design inovador. Com base nos testes apurados até o momento, os processos de produção das peças serão de modelagem em cera, fundição por cera perdida e polimento. O material proposto visa trabalhar com a questão de não causar qualquer reação alérgica ao usuário, além de possuir excelentes propriedades químicas que permitem trabalhar com habilidades específicas que são importantes e até então desconhecidas no mercado de jóias (o material consegue se fundir a altíssimas temperaturas, baixa taxa de oxidação e grande durabilidade). As características abaixo listadas são qualidades encontradas no Carbono Pirolítico.

- Possibilidade de Inovação na Área do Design de Jóias e Produto
- Excelentes Propriedades Mecânicas
- Características Turbostráticas (cristalinos hexagonais possuem uma grande desordem orientacional e-translacional)
- Baixa Taxa de Corrosão e Oxidação
- Alta Biocompatibilidade
- Grande Durabilidade
- Resistência a Desgastes
- Inércia Química
- Material Nobre
- Leveza
- Pequeno Coeficiente de Dilatação
- Polimento Apresenta Questões Estéticas Agradáveis

Conclusão

Os testes concluídos até o momento e a pesquisa bibliográfica indicaram a possível utilização do Carbono Pirolítico anexado, através do processo de cera perdida, ao ouro. O novo material possui algumas dificuldades processuais, que podem gerar micro-trincas. Estas micro-trincas são responsáveis pela quebra do material e por rachaduras locais. O processo de cera perdida é o mais indicado atualmente, pois o processo de modelagem das jóias é totalmente manual. A temperatura de fusão do Carbono supracitado excede 3.000°C, portanto se adequa perfeitamente as temperaturas máximas de um forno de fundição do Ouro, que é em torno de 1.300°C.

O elevado preço do processo de fabricação do produto encarece o Carbono Pirolítico e está sendo discutida a possibilidade de se utilizar o Carbono como detalhes na jóia. A leveza do material também é outro fator importante para a produção. O polimento por cera perdida ocasiona uma superfície mais lisa e esteticamente agradável.

Bibliografia

- Baxter, M. (1998). *Projeto de Produto: Guia Prático para o Desenvolvimento de Novos Produtos*. São Paulo: Edgard Blucher. (p. 262)
- Bond, A. (2009). Empowering the new consumer. In *International Commerce Review/Chief Executive Officer ASDA*, vol. 8 n° 2.
- Burdek, B. E. (2006). *História, Teoria e Prática do Design de Produtos*. São Paulo: Edgard Blucher. (p. 496)
- Callister, J. W. D. (2008). *Ciência Engenharia de Materiais - 7ª Ed. - Uma Introdução*. Rio de Janeiro: Editora: LTC. (p. 589)
- Del Lama, E. A.; Kihara, Y. (maio de 2003). Fundamentos de mineralogia aplicada. Universidade De São Paulo/Instituto de Geociências: Sebastian Krieger.
- Duffy, E.; Boscagli, M. (abril 2007). Selling jewels: modernist commodification and disappearance as style modernism/modernity. In *The Johns Hopkins University Press*, Vol.14, N° 2. (pp. 189-207).
- Engel, J.; Blackwell, R.; y Miniard, P. (2000). *Comportamento do Consumidor. 8. Ed.* Tradução Christina Ávila de Menezes. Rio de Janeiro: LTC. (p. 641)
- Fox, E. J.; Montgomery, A. L.; Lodish, L. M. (2004). Consumer Shopping and Spending across Retail Formats. *The Journal of Business*, Vol. 77, n° 52. (pp. 525-560).
- Gordeev, S. K.; Lamanov, A. M.; Lbragimov, R. M.; Nikolskiy, N.; Sheshin, E. P. (2005). *Pyrolytic carbon cathodes prepared by low temperature vapor deposition*. (pp. 176 -177).
- Grossauhein, H. H; Rodenbach, F; Herrmann, J. (22/03/1977). *Process for the production of isotropic pyrolytic carbon particles*. Unitec States Patent Huschka.
- Groza, J. R. et al. (2007). *Materials Processing Handbook*. EUA: CRC Press. (p. 840)
- Heskett, J. (1998). *Desenho Industrial. 2ª ed.* Rio de Janeiro: José Olympio. (p. 227)
- Hopkins, B. S. (1941). *The expanding horizon of inorganic chemistry*, vol. 93, 2424. Science.
- Lacan, J. (1959-1960/1988). *O seminário, livro 7: a ética da psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Leitão, D. K. (2008). We, the others: construction of the exotic and consumption of brazilian fashion in France. En *Horizonte antropologia*, vol. 4 Porto Alegre.
- Matéria sobre modelagem em cera. (2008). Acesso em 10 de dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.joiaarte.com.br/modelcera.htm>.
- Minahan, S.; Huddleston, P. (2010). *Shopping with mum – mother and daughter consumer socialization and young consumers*. Emerald Group Publishing Limited, vol. 11 n°. 3, p. 170-177.
- Ohring, M. (2001). *Materials Science of Thin Films, Second Edition*. Academic Press. (p. 794)
- Paz, S. D. (2004). Los jóvenes y la redefinición local del consumo. In *Cidpa Valparaíso 2004*, n° 21. (pp. 105-117).
- Pesáková, V.; Klézl, Z.; Balik, K.; Adam, M. (2000). Biomechanical and biological properties of the implant material carbon-carbon composite covered with pyrolytic carbon. *Journal of Materials Science: Materials In Medicine*, 11. (pp. 793-798).
- Processos de fabricação de jóias. (2008). Acesso em 24 de agosto de 2008. Disponível em: <http://www.empregabrasil.org.br/zbt/como%20abrir%20processo%20de%20fabricacao%20de%20joias.htm>.
- Ramos, C. (2008). Consumismo e gozo: uma compreensão de ideologia entre T.W. Adorno e J. Lacan. *Psicologia USP*, São Paulo 19 (2). (pp. 199-212).
- Rosa, M. (2010). Jacques Lacan e a clínica do consumo - *Psicologia Clínica*, Rio de Janeiro, vol.22, n.1. (pp. 157-171)
- Schweingruber, D.; Cast, A. D.; Anahita, S. (2008). A story and a ring: audience judgments about engagement proposals. *Sex Roles*, vol. 58. (pp. 165-178).
- Smith, C. S. (1968). *Matter versus materials: a historical view*, vol. 162. (pp. 637-644). Science.
- Souza, M. de. (2001). *Culture et Design: application de l'interculturalité à l'évaluation et à la conception de produits dans un environnement globalisé*. Tese: Université de Technologie de Compiègne; Sciences Mécaniques pour l'Ingénieur. Compiègne. França. (p. 390)
- Thyseen, J. P.; Menne, T. (2010). Metal allergys: a review on exposures, penetration, genetics. In *Chemical Research in Toxicology*, 23. (pp. 309-318).
- Vasconcellos-Silva, P. R.; Castiel, L. D.; Bagrichevsky, M.; Griep, R. H. (2010). New information technologies and health consumerism. *Cad. Saúde Pública*. Rio de Janeiro, vol. 26, n° 8. (pp. 1473-1482).

Abstract: This project is about studying the uses of Pyrolytic Carbon in the Jewelry Industry and the material science and engineering behind it. In the last few decades investments in the jewelry market, the increased value of the Brazilian precious stones and bio-compatible materials demand a constant innovation effort from designers. The Pyrolytic Carbon, mainly used today as mechanic heart valves in the medical industry shows ideal properties for the development of innovative female accessories. The purpose of the project is to analyze the material through bibliographic research, conduct specific tests in the engineering field, design the prototype and discuss the divergences between different markets regarding quality, usability and its cost-effectiveness.

Key words: Pyrolytic Carbon - Biomaterials - Design - Industry - Jewelry.

Resumo: Este projeto trata sobre o estudo do carbono pirolítico na indústria da joalheria, a discussão é sobre o material desde o ponto de vista da ciência e engenharia de materiais. Nas últimas décadas, a inversão no mercado para melhorar a joalheria, pedras preciosas e materiais biocompatíveis requer de uma constante inovação dos designers. O carvão pirolítico é usado principalmente na indústria médica nas válvulas cardíacas e tem características ideais para a fabricação de artefatos femininos. O objetivo do projeto é analisar o material através de revisão da bibliografia, provas específicas da área da engenharia, o design do protótipo, além de apresentar e discutir as diferenças nos diferentes mercados em termos de qualidade, facilidade de uso e custo/benefício do projeto.

Palavras chave: Carbono Pirolítico - Biomateriais - Design - Indústria - Jóia.

(*) **Cynthia Casagrande Matos**. Aluna Bolsista em Engenharia de Materiais pela Universidade Federal de Ouro Preto. **Jairo Jose Drummond Câmara**. PhD Pesquisador e Coordenador do Centro de Investigação e Desenvolvimento em Design e Ergonomia - CPQD / Professor na Escola de Design - ED / Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, Brasil / Professor Doutor da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Estrategia metodológica con enfoque interdisciplinario entre las áreas de diseño gráfico y diseño de productos del taller de diseño

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 201-206. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Diego Chicaiza Ayala (*)

Resumen: La interdisciplina considera la realidad desde una visión holística y dinámica que permite la interacción de saberes distintos en su concepción, pero que persiguen un objetivo común. El taller de diseño es el espacio para que exista esta interrelación de conceptos, ideas, eventos y actitudes que parecieran distintas a las dos áreas de diseño: diseño gráfico y diseño de productos. Pero que, en común, comparten mucho más de lo que se permiten compartir. La separación de estas dos áreas de diseño, puede coartar el potencial que tiene un proyecto trabajado en equipo desde la profesionalización del diseñador.

Palabras clave: Interdisciplinaridad - Estrategia metodológica - Interrelación - Proyecto de diseño - Disciplina - Enseñanza

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 206]

Introducción

Este trabajo desea orientarse en una propuesta metodológica que sea factible al proceso de educación en diseño más que en definir conceptualmente lo que significa interdisciplina. Ya se han dado definiciones claras sobre el tema a tratar desde varios autores: Alfonso Borrero Cabal S.J., Edgar Morin, Rolando García, entre otros. Entender la interdisciplina en el diseño es comprender la historia del diseño mismo y la evolución que hemos estado viviendo con la variedad de nominaciones sobre las actividades y áreas que involucran la profesión del diseñador: diseño gráfico, diseño industrial, diseño de interiores, diseño de lámparas, de sillas, etc. El diseño es una sola disciplina que, si bien se le ha permitido ramificarse y especializarse, comparte nociones fundamentales en todas las áreas ramificadas. Por lo tanto, se puede denominar a cada área de estudio como ámbito (diseño gráfico, diseño industrial, diseño de interiores). La interdisciplina en el diseño es, entonces, un pretexto para reconocer que entre diseñadores, sea cual sea su área de estudio, hay mucho más en común de lo que no parece ser que exista.

¿Desde dónde parte la interdisciplina y para qué sirve?, Son algunas de las reflexiones que deben formular las academias formadoras de profesionales mientras transcurre la educación de un estudiante. Los docentes en diseño debemos considerar la línea interdisciplinar para educar desde ella. Esto a su vez es un reto y una nueva manera de comprender nuestro entorno profesional como integración de saberes en objetivos claros y concretos que puede demandar un proyecto de diseño.

Para conocer sobre la interdisciplina, deberíamos preguntarnos primero: ¿qué no es interdisciplina? Rolando García plantea una propuesta para abordar al tema desde el estudio de los sistemas complejos. Para él, lo que verdaderamente está en juego es la relación entre el objeto de estudio y las disciplinas a partir de las cuales se realiza el estudio. Las disciplinas poseen, cada una, ciertas características propias que hacen evidenciar su origen y sus objetivos particulares hacia una realidad.

Asímismo, esta realidad debe ser considerada como una realidad compleja. Es decir, un mundo real en donde “las situaciones y los procesos no se presentan de manera que puedan ser clasificados por su correspondencia con alguna disciplina en particular”. (García, 2006. p. 21). La interdisciplina no es la yuxtaposición de varias disciplinas anhelando zanjar una hipótesis u objetivos dados. Tampoco considera a las disciplinas formadoras de generalistas en contra del espacialismo. Ya que la visión de los sistemas complejos no va en contra de la especialización ni de la generalización. Se da interdisciplina necesariamente en un trabajo en equipo y eso refiere a que la interdisciplina empieza por la multidisciplinaria; es decir que la interdisciplina es en una primera instancia el resultado de la reunión de disciplinas. El diseño plantea entonces que las ramificaciones estructuradas actualmente, pueden generar nuevas relaciones que integren conocimientos y desarrollen equipos de trabajo dentro de un espacio.

La interdisciplina en el diseño canaliza necesariamente metodologías que se pueden desarrollar para la configuración de proyectos en el taller de diseño. Dichas metodologías no son más que recursos para obtener, a través de la relación interdisciplinaria, resultados que involucren más los aspectos sociales de nuestro entorno mediato e inmediato. Es así que a través del estudio de sistemas complejos en la interdisciplina, se pueden generar estrategias metodológicas como procesos de configuración e integración en los proyectos que se imparten en el taller de diseño.

El espacio del Taller de Diseño

En el desarrollo educativo particular de la carrera de diseño, se presenta un espacio propio de conjeturas, aplicaciones y diálogos cuya característica se enmarca en la intervención de reflexiones y generación de ideas propias del conocimiento del diseño. Dicho espacio se ha denominado Taller de Diseño el cual posee la particulari-

dad de ser considerado como el espacio de desarrollo de “unidades productivas de conocimientos a partir de una realidad concreta para ser transferidos a esa realidad a fin de transformarla, donde los participantes trabajan haciendo converger teoría y práctica”. (Maya Betancourt, 2003). Cabe considerar que este espacio se identifica con la relación permanente de sus actores: estudiantes y docentes. Dicha relación activa la dinámica de la reflexión, la vivencia y la conceptualización desde la síntesis del pensar, sentir y hacer. La vinculación entre la producción de ideas y su teorización, logran fortalecer el aprendizaje desde una participación más vivencial con los procesos de enseñanza. El docente tiene el compromiso de encaminar dichos procesos, pero a su vez, adquiere la experiencia de realidades concretas en función de los estudiantes. El taller permite el desafío en conjunto de problemas específicos y, por ende, de las alternativas de solución que puede presentar el grupo, buscando las interrelaciones del aprender a ser, aprender a aprender y aprender a hacer.

Estas tres premisas identifican al espacio del taller de diseño como fundamental para que, según Maya Betancourt, los “conocimientos se adquieran en una práctica concreta que implica la inserción en la realidad que constituirá el futuro campo de acción profesional de los estudiantes y que constituye ya el campo de acción de los docentes”. (Maya Betancourt, 2003).

Dicho espacio en donde las interrelaciones de aprendizaje se desarrollan, pretende relacionar los criterios no solo entre la correspondencia estudiante - docente y viceversa, sino que se enfoca a una relación en donde el estudiante vea reflejada su visión de proyecto mediante la correlación estudiante - estudiante. Esta última relación establece los niveles de aprendizaje de toda una comunidad en donde se puede percibir el avance cualitativo de los procesos educativos y de desarrollo integral.

Si bien el taller proporciona elementos de desarrollo integral, es fundamental reconocerlo desde su intención, basada en la experiencia académica que puede tener el docente y la institución como tal. Las temáticas y el soporte base del programa, deben estar identificadas y evaluadas constantemente en todo el proceso de enseñanza-aprendizaje al igual que sus objetivos y metas. Al reconocer que el espacio idóneo para el desarrollo creativo de propósitos e ideas es el Taller de Diseño, debido a su capacidad dinámica de integrar varios procesos pedagógicos, educativos y personales, es necesario identificar que conlleva el término proyecto y cual es su vinculación con el desarrollo de procesos educativos.

El proyecto de diseño se comprende como el referente integrador de enfocar desde la investigación científica, para descubrir conocimientos mediante metodologías que encaminen al desarrollo constituido de elementos comunes en un espacio teórico y pragmático de procesos propios de la profesionalización de la carrera de diseño. Dichos procesos, y por particularidad del diseño en sí, se traducen en procesos que se identifiquen desde la comunicación de criterios bidimensionales y tridimensionales en la configuración de elementos. El proyecto necesita de un contexto en donde pueda desarrollarse conforme a las exigencias particulares del propósito del taller de diseño. Es así que es necesario establecer parámetros claros del

proyecto a desarrollarse, es decir, qué variables, factores y elementos constituyen la ruta que va a tomar el objetivo final del trabajo a realizarse.

Consideraciones metodológicas para el Taller de Diseño

Es necesario considerar que el Taller de Diseño debe tener una mejor relevancia en su desarrollo pedagógico. Por ende, se puede reflexionar sobre algunos elementos que lograrían estructurar y ordenar los procesos y estrategias metodológicas de acuerdo a los objetivos del taller en sí:

1. Construcción del escenario de trabajo
2. Planteamiento de la metodología a desarrollarse
3. Desarrollo metodológico para el taller
4. Evaluación metodológica

1. Construcción del escenario de trabajo

Según David Aarón Miranda García, en su documento Interdisciplinariedad y transversalidad: apuntes de su importancia para el diseño de la currícula en el nivel medio superior, existen requisitos importantes para el desarrollo de la interdisciplina dentro de una transversalidad propuesta curricularmente:

- Trabajo en equipo: formación de actitudes cooperativas entre los docentes.
- Intencionalidad: que la relación entre las disciplinas sea estimulada ya que el encuentro fortuito entre disciplinas no es interdisciplina.
- Flexibilidad: que exista apertura en cuanto a búsqueda de modelos, métodos de trabajo, técnicas; sin actitudes dogmáticas, con reconocimiento de divergencias y disponibilidad para el diálogo.
- Cooperación recurrente: que haya continuidad en la cooperación entre las disciplinas para lograr cohesión del equipo. Una cooperación ocasional no es interdisciplina.
- Reciprocidad: está dada por la interacción entre las disciplinas. La reciprocidad lleva al intercambio de métodos, conceptualizaciones, códigos lingüísticos, técnicas, resultados.

La integración interdisciplinaria supone una exigencia en la compatibilización de distintos campos del saber de diseño para obtener un nuevo enfoque que trascienda e integre sin desvirtuarlas. Así, la “interdisciplina significa confrontación de conceptos y puntos de vista en un enfoque nuevo”.

Como parte fundamental y esencial del taller, está la organización de los docentes y su rol específico dentro de la dinámica interdisciplinaria. Debe existir una disposición de parte de estos actores al momento de planificar y ejecutar el proyecto en el taller. Se pueden considerar perfiles de docentes, para lo cual se plantea la participación de tres actores guías como mínimo:

- Docente(s) con conocimiento en diseño de productos o industrial que apoyará con sus conocimientos en el

desarrollo de factores que competen en el diseño de productos pero con una visión holística del objetivo del taller. Es decir, que no se encierre en su disciplina o no permita ser permeable a las propuestas integrales que pueden surgir como resultado de la interdisciplina.

- Docente(s) con conocimiento en diseño gráfico y de comunicación visual que apoyará con sus conocimientos en el ámbito del diseño gráfico y de comunicación visual y a la vez, que logre aportar con su participación al objetivo interdisciplinario del taller.

- Docente coordinador como el participante que “conduzca al grupo de docentes al logro de los objetivos, controlando los contenidos, las síntesis continuas, la capacidad de repreguntar al grupo para seguir buscando y construyendo respuestas”. (Maya Betancourt, 2003). A este rol de coordinador, podría o no incorporarse al número mínimo de participantes docentes.

Es necesario que dentro de un equipo de investigación o trabajo, se comparta un marco conceptual común que se derive de una concepción del mundo particular. Es por esto que:

...lo que integra a un equipo interdisciplinario para el estudio de un sistema complejo es un marco conceptual y metodológico común, derivado de una concepción compartida de la relación ciencia-sociedad. Lo que permitirá definir la problemática a estudiar bajo un mismo enfoque, resultado de la especialización de cada uno de los miembros del equipo... (García, 2006, p. 35)

El espacio físico debe colaborar con las instancias del desarrollo creativo para una mayor efectividad. Dicho espacio estaría en colaboración con el objetivo siempre y cuando se presenten las condiciones óptimas de trabajo ya sea en el aula, en los exteriores al aula o en los talleres donde se pueden elaborar los modelos pertinentes al estudio de proyecto.

2. Planteamiento de la metodología a desarrollar

Una vez asentados los elementos necesarios para el inicio del taller, es necesario establecer el control de los objetivos y alcances que se tendrán a lo largo del desarrollo del curso. Para esto se propone un programa organizado a detalle día por día que sea la guía y ruta de los procesos de desarrollo del taller completo.

El punto de inicio para la planificación del programa que se desarrolle, es establecer las necesidades que se esperan resolver. Las cuales se traducen a la descripción de problemas y objetivos determinados por el docente y, a su vez, de manera implícita, concertados por los estudiantes. (Maya Betancourt, 2003)

Asimismo, el acordar e involucrar a otros docentes para que se integren al grupo, pueden ayudar a resolver asuntos como:

- Lugar de realización del Taller
- Convocatoria personal a los participantes
- Ambientación del lugar para las actividades
- Compromiso de cooperación
- Identificación de los recursos

Así, el objetivo del taller se establece como capacitar al estudiante para desarrollar su disciplina desde la comprensión interdisciplinaria de las competencias del diseño para apoyar a la resolución de problemáticas en proyectos de mediana y alta complejidad. Los objetivos del taller deben ser integradores del desarrollo del conocimiento de las dos áreas en diseño.

Ver la problemática y no la temática

Para que un proyecto adecuado al mundo real pueda ser factible de desarrollarse con mayor eficiencia en cualquier disciplina, es necesario establecer un punto de partida real. Durante años se ha considerado como prioridad el designar temáticas en los talleres de diseño como puntos de partida para desarrollar un proyecto durante un período definido: diseño de sillas, diseño de lámparas, diseño de identidad visual para festivales, diseño de señalética, diseño de una vivienda unifamiliar, diseño de empaques, etc. Indiscutiblemente dichas temáticas son acompañadas de las exigencias del docente para el cumplimiento del objetivo dentro de la disciplina del diseño.

Sin embargo, con estos parámetros el estudiante se está formando para diseñar exclusivamente dichos diseños muchas veces sin considerar su entorno, de dónde provienen o como se insertan en un sistema real de cambio social, cultural o económico. El diseñar, desde temáticas dadas por el docente, muchas veces limita y confina la dimensión disciplinaria del diseño. Esta actitud no permite de ninguna manera vincular una visión interdisciplinaria. Más bien se encierra a una visión limitada en donde el profesional en diseño no estará en capacidad potencial de mirar las fronteras interdisciplinarias dentro de un equipo de trabajo y le costará trabajo entender o insertarse en las relaciones de conocimiento de otras disciplinas. Las temáticas no enfocan el verdadero objeto de estudio. La concepción de los sistemas complejos considera que la relación entre objeto de estudio y disciplina está asociada con la imposibilidad de considerar aspectos particulares de un fenómeno, proceso o situación a partir de una disciplina específica.

Entonces ¿qué puede realmente establecer el parámetro primario para el desarrollo de un proyecto en donde la interdisciplina suscriba su naturaleza propia? Considero que la respuesta empieza con un análisis real de factores, variables y realidades del entorno que nos rodea. Desmenuzar dicho entorno nos lleva a considerar un parámetro preciso denominado problemática. Empezar un proyecto por el análisis de una problemática, es establecer coherentemente una dirección hacia la interdisciplina en un proyecto. La diferencia entre temática y problemática radica en que la primera considera parámetros ya establecidos en donde el diseño solamente se concentra a generar propuestas desde un solo enfoque: el tema. La problemática, en cambio, envuelve toda una serie de factores que estructuran poco a poco un sistema en donde el análisis se enriquece con la visión y el desarrollo de variables y la comprensión de la interdisciplina, por que supone una relación que puede ser abordada por otras disciplinas en conjunto. El problema se estructura en equipo –docentes y estudiantes– para llegar a formularse de la manera más acertada hacia dónde pueden dirigirse los objetivos del proyecto.

3. Desarrollo metodológico para el Taller de Diseño

Para el taller interdisciplinario se consideran estrategias y técnicas didácticas sobre el aprendizaje colaborativo, método de proyectos, portafolio, tutorías guiadas entre otras; a la vez que el esquema metodológico debe estar estructurado en etapas dentro de la organización del taller.

- Etapa de Inducción
- Etapa de Investigación
- Etapa de Proyección
- Etapa de Ejecución
- Etapa de Evaluación

Se reconoce que estas 5 etapas están basadas en varias metodologías del diseño y en particular en la de Bernhard Bürdek desde la escuela de Ulm. Además, es de considerar que los modelos metodológicos pretenden guiar los procesos a desarrollarse. No se pueden considerar como modelos estáticos, o necesariamente únicos, para la resolución del taller, sino modelos flexibles y abiertos considerando a los docentes como protagonistas y guías de los mismos. A su vez, existen necesariamente momentos en donde las áreas se interrelacionarán de manera afín con el objetivo propio de la interdisciplina.

Ahora bien, el modelo pedagógico debe permitir la interrelación disciplinar, es decir debe ser estructurado desde la misma relación entre docente y estudiante. No se puede hablar de jerarquías en los actuales modelos educativos, sino más bien de que el conocimiento, por sí solo, se innova y desarrolla con la participación directa del docente como investigador y el estudiante como co-investigador del proceso de aprendizaje. (Monereo Font, 2004)

Etapa de inducción

Se necesitan establecer cuestionamientos que ayudarán a la reflexión del propósito del Taller Integral. Para esto, los docentes deben preparar una primera reunión de presentación del porqué están ahí, del tipo de taller conjunto que se va llevar y del objetivo general de la interdisciplina entre las áreas. Cuestiones como ¿Qué es diseño? ¿Cómo se desarrolla el diseño? ¿Qué investigaciones se pueden desarrollar en diseño? son algunas de las alternativas de incursionar en las expectativas que tienen los estudiantes sobre el tema y el conocimiento previo al rumbo del semestre académico. (Quiroga, M. B., 2003)

Es necesario que los estudiantes encuentre un ambiente unificado por los docentes ya que los estudiantes se han definido anteriormente en cada ámbito por separado: diseño gráfico y de comunicación visual y diseño de productos.

Una alternativa que ha establecido puntos comunes de integración en un principio son las salidas de campo. La salida de campo tiene por objetivo el visualizar un contexto en donde se enmarquen los principios interdisciplinarios enfocados hacia la comprensión de una “acción convergente de disciplinas y en este caso, futuras profesiones, que busque la solución a problemas de complejidades marcadas”. (Borrero Cabal, 2008)

Es indicado establecer grupos de estudiantes, no más de cuatro, para que pueda surgir una reflexión conjunta desde la visión disciplinar. Formar equipos de trabajo

ayudará a fortalecer, desde el aprendizaje colaborativo, la comprensión, tolerancia y aceptación de ideas en todos los momentos de aprendizaje durante el taller.

Etapa de investigación

A la pregunta ¿qué investigaciones desarrolla el diseño? se debe subrayar que los conocimientos y tecnologías que proporciona la investigación en sí, son factores primordiales para el desarrollo del proyecto.

Es necesario recordar que el enfoque interdisciplinar se asienta sobre un marco conceptual y metodológico en donde los fenómenos que pertenecen a las disciplinas particulares, interactúan entre sí.

Pero estudiar las interacciones entre los fenómenos que son objeto de análisis, implica que se generen interacciones en el grupo de investigadores. Estas interacciones en el grupo encargado de desarrollar la investigación comprenden, a la vez, el quehacer interdisciplinario y la integración del trabajo de gabinete y de campo (García, 2006, pág. 67)

Así la etapa de investigación se centra en subetapas que responderían al proceso metodológico inserto en el taller interdisciplinario:

- Identificación de necesidades
- Definición del problema de diseño
- Recolección de información y adiestramiento del diseñador
- Hacia el proyecto de diseño - enfoque del problema
- Análisis y ordenamiento de la información
- Hacia una concreción de una solución interdisciplinaria
- La Práctica proyectual

Esta etapa exige un nivel alto de interdisciplina, por que relaciona intensamente las capacidades disciplinares propias de cada grupo para concretar una síntesis que apoya al proyecto de manera conjunta y no separada; es decir que no se distinguen las propuestas de síntesis por disciplinas sino por el grupo como uno solo.

Etapa de proyección y comunicación

En esta etapa, el estudiante ya tiene definida la situación concreta a trabajar desde la investigación y la propuesta de diseño genérica. La etapa de proyección se caracteriza por materializar las ideas de diseño a partir de las alternativas bi y tridimensionales que puedan surgir desde las diversas perspectivas a ser aplicadas.

La comunicación de las soluciones a desarrollarse debe estar sujeta a la tutoría constante de los docentes que participan en esta etapa de manera integrada con el grupo. Cada idea debe comunicar su propósito, a la vez que evoluciona, madura y se define en nuevas ideas. Esta etapa crucial de la metodología definirá las respuestas ideales para el sistema analizado y la problemática planteada para la investigación interdisciplinaria.

La etapa de proyección exige también un nivel alto de interdisciplina, por que propone establecer relaciones conjuntas propias de cada disciplina para generar la esencia de la solución correspondiente a resolver un problema y a cumplir un objetivo. Para esto, las disciplinas

individualmente no existen, ya que el equipo en conjunto trabaja continuamente sobre las ideas presentadas como equipo. Los grupos de estudiantes son los encargados de modificar sus alternativas y los valores que creen pertinentes de resolver. No se debe olvidar que no existen lineamientos únicos de propuestas de alternativas para llegar a una alternativa, ya que se busca que la o las alternativas finales satisfagan los requerimientos del proyecto.

Etapas de ejecución

Previa a esta etapa, ya se ha identificado qué productos se van a desarrollar como respuesta a la problemática común trazada por las disciplinas. Ahora es preciso considerar el cómo se van a desarrollar los productos de la propuesta desde las determinantes del diseño planteadas con antelación.

Los modelos de diseño previos han identificado los errores y aciertos de los diseños. Han manifestado las condiciones necesarias para comprender la construcción de un modelo en donde se profundice en un acercamiento real de la propuesta. En esta etapa se puede considerar ya la construcción de modelos funcionales y prototipos que validen el diseño y las soluciones reflexionadas.

La etapa de ejecución permite al estudiante incursionar sobre su ámbito desde las herramientas especializadas en su área. El estudiante en diseño de productos, utilizará las herramientas propias para trabajar los elementos bi o tridimensionales ejecutables desde su esfera disciplinar. Lo mismo el estudiante en diseño gráfico, que incursionará en la ejecución de piezas de comunicación visual bi o tridimensionales respondiendo a la demanda del proyecto. Esto no implica que el trabajo conjunto de ejecución excluya procesos en donde puedan vincular elementos comunes. Es más, se necesita en cierta medida de la intervención de los dos ámbitos para que los productos finales tengan un verdadero valor interdisciplinario en su estructura, función, expresión y comercialización.

Etapas de evaluación

La evaluación del taller interdisciplinario responde como un proceso integral, sistemático, gradual y continuo que estima las transformaciones y evoluciones dadas en el contexto, los sujetos, contenidos, técnicas y tiempos. Estas variables deben considerarse como momentos propios del taller en donde se analicen las características de cada etapa definida en el proceso metodológico interdisciplinario.

La evaluación final de los productos son el resultado de la serie de evaluaciones periódicas del trabajo de grupo que ha venido desarrollando sus procesos como grupo único que, asesorado por los docentes, devela nuevos enfoques que puede adoptar el diseño desde la interdisciplina. Como lo menciona Maya Betancourt: “la evaluación es, pues, una parte integral del proceso desarrollado en las distintas fases del taller y debe afectar educativamente... al proceso mismo como a los participantes”. (Maya, 2003, p. 129)

Para la evaluación interdisciplinaria es necesario reconocer los momentos de confluencia de las dos áreas y el nivel de inserción en donde cada área ha aportado con su conocimiento para concluir en la propuesta presentada. El nivel de interdisciplina es alto ya que al resultado del taller

se lo visualiza y razona desde la interrelación de las dos áreas como un proceso educativo único para cada grupo.

4. Evaluación metodológica

La evaluación metodológica se centra en la reflexión, no solo del taller como proceso interdisciplinario, sino en fundamentar confrontaciones y diálogos al proceso abordado durante el taller desde los docentes guías y si es posible con las autoridades que acompañan los procesos curriculares. Cabe preguntarse entonces ¿Qué tan pertinente fue el tema desarrollado a base del problema compuesto por el equipo? ¿Cómo se realizó la aplicación de conocimientos metodológicos y técnicos al estudiante, en comparación a procesos anteriores en otros talleres? ¿Cómo se fija el enfoque interdisciplinario a futuro del estudiante a medida que se vivió la experiencia en el grupo? ¿A qué nivel de relación disciplinaria se llegó con la propuesta?

Son muchas las preguntas que conciernen a reflexionar sobre el taller compartido entre las dos áreas de diseño, con el fin de rescatar que la multidisciplinaria lleva consigo luego a la interdisciplina. Discutir procesos que involucren necesariamente otras relaciones disciplinares fuera de las propias de cada docente y estudiante, es lo que profundizará en la interdisciplina a futuro. Visualizar las alternativas posibles de intervenir con otras ramas fuera del diseño y de como estas disciplinas externas pueden colaborar en el proyecto para ampliar procesos interdisciplinares a futuro, puede ser otra reflexión que enriquecerá la alternativa profesional de trabajar en equipo. Por ejemplo trabajar proyectos con arquitectura, artes, medicina, psicología entre otras.

Conclusiones

Toda investigación y desarrollo de un estudio o proyecto interdisciplinario, se fundamenta desde los marcos epistémicos, conceptuales y metodológicos compartidos como menciona Rolando García. Estos tres factores son la base de la metodología de investigación interdisciplinaria.

La disciplina del diseño es una sola. Lo que enmarca la interdisciplina es la intención de relacionar objetivos, problemas y procesos comunes que existen entre los ámbitos de diseño gráfico y diseño de productos.

El estudio interdisciplinario se conceptualiza de manera clara si se toma en consideración a los sistemas complejos como el eje de interacción de las disciplinas, ya que se profundiza en elementos que determinan las condiciones de la metodología y no solo desde la necesidad de estudiarlos por separado.

Resulta evidente que los procesos interdisciplinares necesitan profundizarse desde el conocimiento disciplinario. La interdisciplina necesita de la especialización para ampliar el propósito de un mejor desarrollo epistemológico. La formación de equipos pluridisciplinarios en un estudio o proyecto, no significa meramente una intención interdisciplinaria. El hecho de juntar varias disciplinas para un estudio, no basta para conformar una verdadera interdisciplina que desarrolle conciencia sobre un objeto de conocimiento. Se necesita de una perspectiva

metodológica que conciba las problemáticas de manera particular desde los sistemas complejos.

Bibliografía

- Burdek, B. E. (1977). *Teoría del Diseño. Procedimientos de problem-solving, métodos de planificación, procesos de estructuración*. Mursia: Milano.
- Borrero Cabal, A. (2008a). *La Universidad: estudios sobre sus orígenes, dinámicas y tendencias*, Vol. V. Enfoques Universitarios. Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Borrero Cabal, A. (2008b). *La Universidad: estudios sobre sus orígenes, dinámicas y tendencias*; Vol. VII. Administración Universitaria. Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- De Zubiría Samper, J. (2006). *Los Modelos Pedagógicos*. Bogotá: Editorial Magisterio.
- Fernández, S. y Bonsiepe, G. (2008). *Historia del Diseño en América Latina y el Caribe*. Brasil: Editora Blücher.
- García, R. (2006). *Sistemas Complejos; conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Flores Muñoz, M. del P. (2006). *Diseño del taller de arte como una organización compleja*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias de la Educación.
- Maya Betancourt, A. (2003). *El Taller Educativo, ¿Qué es? Fundamentos, cómo organizarlo y dirigirlo, cómo evaluarlo*. Bogotá: Editorial Magisterio.
- Monereo Font, C. (2004). *Estrategias y enseñanzas de aprendizaje*. Barcelona: Editorial GRAO, 10ª edición.
- Pacheco Prado, L. (2008). *La Universidad: Desafíos en la Gestión Académica*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Quiroga, M. B. (2003). *Puntos capitales del diseño*. Buenos Aires: Comm TOOLS y Universidad Nacional de Cuyo.

Quiroz, M. E. (2003). *Hacia una didáctica de la investigación*. México DF: Editorial Aula.

Abstract: Considered interdisciplinary reality from a holistic and dynamic interaction of knowledge allows different in concept, but pursuing the same common goal. The design workshop is the space necessary for the existence of this interrelation of concepts, ideas, events and attitudes that seem different from the two areas of design: graphic design and product design, but together, they share much of what is allow sharing. The separation of these two areas of design, can limit the potential of a project team worked from the professional designer.

Key words: Interdisciplinarity - Methodological strategy - Interaction - Design Project - Discipline - Education.

Resumo: A interdisciplina considera a realidade desde uma visão holística e dinâmica que permite a interação de saberes distintos na sua concepção, mas que persegue um objetivo comum. A oficina de design é o espaço para que exista esta inter-relação de conceitos, idéias, eventos e atitudes que pareceram diferentes às duas áreas de design: design gráfico e design de produtos. Mas que, em comum, compartilham muito mais do que se permite compartilhar. A separação destas duas áreas de design, pode limitar o potencial que tem um projeto trabalhado em equipe desde a profissionalização do designer.

Palavras chave: Interdisciplinaridade - Estratégia metodológica - Interação - Projeto de Design - Disciplina - Ensino.

(*) **Diego Chicaiza Ayala**. Diseñador Gráfico e Industrial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE). Maestría en Docencia Universitaria e Investigación Educativa de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Perfume Isabela Capeto: a embalagem como parte estratégica de uma marca

Guilherme Cunha Lima y Camila Assis Peres Silva (*)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 206-211. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Resumen: Cómo el packaging puede convertirse en un instrumento estratégico para comunicar los valores de una o más etiquetas es lo que pretende analizar este estudio. Para ilustrar su importancia en este proceso se analizará brevemente la historia de dos empresas asociadas, Casa Granado e Isabela Capeto. Con la propuesta de combinar la tradición, el lujo y la modernidad, ellas lanzan el perfume Isabela Capeto, un ejemplo de que el packaging va mucho más allá de despertar el interés en los consumidores. El packaging es un medio con el que cual el consumidor mantiene por más tiempo la experiencia con la marca.

Palabras clave: Diseño - Packaging - Historia - Perfume - Moda.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 211]

Embalagem, uma ferramenta estratégica

Tal como as sociedades se transformaram ao longo dos séculos, as embalagens vêm acumulando novas funções e significados. De um mero envoltório anônimo a serviço dos produtores, a embalagem ganhou novos formatos e reúne hoje múltiplos atributos. É mediante o advento do auto-serviço no Brasil em meados do século passado que ela ganha maior expressão; torna-se item imprescindível para a existência dos supermercados, onde a embalagem desempenha o papel do vendedor e atua como elo essencial entre a cadeia de produção e o consumidor. No desenrolar dos anos a embalagem será cada vez mais reflexo dos valores de uma empresa, através dela serão avaliados quesitos de inovação, sustentabilidade, qualidade, tradição, para citar alguns. Hoje, além das atribuições citadas, a embalagem deverá ser capaz de se identificar com o seu consumidor e lhe superar as expectativas, tal como o produto. Somado ao fato de que ela é a única mídia da qual o consumidor não escapa, a embalagem se configura na atual sociedade de consumo como uma excelente ferramenta para a construção de uma marca. Tamanho foi o aumento de sua necessidade, que hoje a embalagem tornou-se uma grande indústria que no Brasil apresenta um faturamento acima de R\$ 30 bilhões. (Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas, 2010). Seus formatos e usos são variados, de containers para transporte àquela responsável pelo invólucro do produto. Contudo, no presente trabalho, será abordado apenas estas últimas, as chamadas embalagens primárias, que ficam em contato direto com o consumidor. São elas as embalagens que mais acumulam funções dentro da cadeia produtiva: proteger, transportar, informar, identificar e promover produtos e marcas. Em um cenário contemporâneo em que a realidade não é vista apenas sob uma ótica racional, mas de uma forma na qual a emoção tem forte influência nas decisões, as embalagens primárias têm ainda a missão de carregar significados que propiciem um algo mais para esse consumidor. Em uma sociedade que estimula dia a dia o consumo, o ato de consumir e o que consumir se apresentam como vias de expressar sentimentos, ideais, posições, identidades. Por estarem tão conectadas ao produto as embalagens se inserem num fenômeno de inclusão e exclusão social através do consumo, que assim esclarece o antropólogo Nestor García Canclini:

Comprar objetos, pendurá-los ou distribuí-los pela casa, assinalar-lhes em lugar um uma ordem, atribuir-lhes funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido evapora. (2001, p. 83)

É como se o propósito das embalagens não residisse apenas em vender o conteúdo, mas junto a ele servisse para representar este consumidor perante aos demais. De acordo com o estudioso Celso Frederico, “nessa nova realidade, os objetos não são consumidos mais em função do seu valor de uso, da sua utilidade, mas como um sistema de signos (Frederico, 2008, p. 81)”. Logo, estará a embalagem, ainda, envolvida nesse sistema de significação.

Um item cujo custo está inserido no preço do produto, uma mídia gratuita, um elo essencial entre a cadeia de produção e consumo, a embalagem já tem seu reconhecido valor nos departamentos de marketing e agências do país e do mundo. Embalagens que comunicam os valores de uma marca, seu reposicionamento no mercado, que sinalizam novas tendências. O tema desse artigo é um dos exemplos desse novo panorama. Uma tradicional empresa de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal buscando reconquistar seu mercado e se manter atual se alia a uma irreverente e contemporânea estilista brasileira para produzir um perfume 100% brasileiro, com uma embalagem moderna e diferente das demais conterrâneas. É Isabela Capeto, o perfume que leva o nome da estilista e o *know-how* em perfumaria de Casa Granado. Sobre essa parceria e as estratégias envolvidas se pretende discorrer as próximas páginas.

Casa Granado , 140 anos de história

Casa Granado, que até hoje mantém o nome de seu fundador, o português José Antônio Coxito Granado, inicia seus serviços em 1870 como “Imperial Drogaria e Pharmacia de Granado e Cia.” produzindo remédios e produtos de *toilette*. O estabelecimento era um dos fornecedores oficiais da Corte portuguesa. Hoje, com 140 anos de existência e atividade, tem sua sede localizada na mesma instalação de suas origens, antiga Rua Direita, 14/16, atual Rua Primeira de Março, situada no centro da capital Rio de Janeiro. Aquele que era um local nobre, bastante freqüentado por estadistas, diplomatas, militares, escritores, dentre outros homens da indústria e alta sociedade brasileira, foi ao longo dos anos perdendo força e espaço no mercado para as multinacionais que começaram a se instalar no país. Não fosse o seu principal produto, o “carro-chefe” talco de polvilho Granado, talvez a empresa não tivesse resistido à concorrência.

O grande salto de Granado irá ocorrer com a aquisição do negócio pelo empresário inglês Christopher Freeman. Após três gerações nas mãos da família Granado, a empresa adquirida em 1994 por Freeman a 8 milhões de reais, atingiu o faturamento de 100 milhões de reais em 2003. Tamanha prosperidade deve-se, porém, ao fato do novo proprietário não ter se limitado a estrutura da empresa tal como a recebeu. Mudanças técnicas e administrativas a parte, Freeman investiu em novos itens de cosméticos e higiene pessoal e adquiriu em 2004 a também brasileira e tradicionalíssima marca Phebo, que hoje assina a linha de perfumaria para Casa Granado. Enquanto a marca Granado se volta para o tratamento terapêutico e medicinal, a marca Phebo se mantém voltada à perfumaria como em sua origem.

Phebo, a marca de perfumaria que assina Isabela Capeto, também possui raízes antigas no território brasileiro. Fundada em 1930 por conterrâneos do Sr. Granado, os primos portugueses Antonio e Mario Santiago, a perfumaria Phebo inaugura o mercado de cosméticos de luxo no país, num momento em que as referências de qualidade eram européias. A história da perfumaria de Phebo surge com um sabonete de qualidade excepcional. Feito a partir da combinação de óleo de pau-rosa, proveniente

da Amazônia com 145 essências distintas, dentre elas sândalo, cravo da Índia e canela, Phebo Odor de Rosas superou seu concorrente inglês Pear's Soap e tornou-se famoso e sinônimo de luxo naquele momento. Com uma fragrância original, marcante e duradoura, tornou-se querido por várias gerações e o ainda hoje é vendido na Casa Granada. Tal como a marca Granada, a marca Phebo resistiu à concorrência internacional e hoje juntas se tornaram ainda mais fortes.

Casa Granada e seu posicionamento no mercado atual

A nova Casa Granada, gerida pela família Freeman, é o reflexo de como é possível conviver juntas tradição e contemporaneidade nos dias atuais. Sissi Freeman, a diretora de marketing da empresa, vem conduzindo o projeto de revitalização das marcas Granada e Phebo. Com orçamento bastante inferior aos das gigantes multinacionais, a empresa se vale de ações como o redesign das embalagens, o lançamento de novos produtos, a busca de parceiros, a criação de lojas conceito em pontos nobres e tradicionais e políticas de responsabilidade social de forma a não apenas recuperar, mas também aumentar a sua participação no mercado. Além de resgatar aquela imagem de luxo e qualidade que as marcas Granada e Phebo tinham no início de suas atividades, quando não existiam as grandes redes de drogarias e hipermercados, quando a presença do produto importado no Brasil era o luxo de poucos.

As novas embalagens e os novos produtos da Casa Granada são uma combinação de itens tradicionais, que aguçam a memória dos consumidores mais antigos, e novidades bem atraentes aos olhos dos consumidores jovens e ligados ao mundo da moda. Um exemplo de tradição é a linha *vintage*, que como próprio termo sugere, contém produtos característicos de uma de um tempo passado, como o talco com almofada aplicadora, e um visual que também remete à época. A linha, entretanto, se utiliza de papéis e plásticos reciclados e recicláveis de forma a atender uma demanda bastante recorrente nos dias atuais que é a responsabilidade ecológica. Um exemplo de contemporaneidade e parceria é o perfume Isabela Capeto, tema do presente artigo, onde conceitos de tradição e brasilidade ficam por conta da Casa Granada, através da marca Phebo, e os conceitos de modernidade e jovialidade ficam por conta da embalagem que é ícone da marca parceira Isabela Capeto.

Se nas drogarias e hipermercados os produtos da Casa Granada são apenas mais um em uma vastidão de concorrentes, nas lojas conceito eles são parte de um universo de tradição, luxo e beleza cuja experiência extrapola a mera questão da compra. O contato com toda a linha de produtos, a possibilidades de testá-los e sentir as variadas fragrâncias, e ainda o atendimento especial dado pelos funcionários, torna a ida a uma das lojas conceito uma experiência com a marca e uma possível viagem no túnel do tempo. A estratégia de lojas próprias é ao mesmo tempo um resgate ao modelo tradicional de vendas da empresa e ao mesmo tempo uma forma de atrair consumidores não unicamente orientados pela compra por preço. A

Casa Granada visa conciliar preço e qualidade e a loja conceito é o espaço ideal para a empresa comunicar seus valores e criar uma atmosfera diferenciada onde o preço deixa de ser a prioridade.

Com produtos sofisticados e de qualidade, a Casa Granada está estrategicamente posicionada em bairros cujos consumidores estão dispostos a pagar mais pelo que há de melhor e valorizam a qualidade de uma marca centenária. A capital do Rio de Janeiro, sede da administração, dispõe de quatro pontos comerciais. Duas de suas lojas localizam-se no centro da cidade em locais de tradição, sendo um deles na mesma instalação de origem e o outro na Lapa, na tradicional Rua do Lavradio, conhecida por seus antiquários e brechós que reavivam lembranças de um Rio antigo. As outras duas lojas cariocas se encontram em pontos nobres e de vanguarda de moda, arte e gastronomia, a Zona Sul: uma no bairro Leblon, na Dias Ferreira, mesma rua da loja de Isabela Capeto, e outra no Shopping, classe A, Fashion Mall no bairro de São Conrado. Também em São Paulo, as lojas localizam-se no luxuoso bairro Jardins e na elegante e sofisticada Boutique Daslu, ao lado de consagradas marcas internacionais. Brasília possui uma loja dentro do Parkshopping, ponto de encontro da cidade, onde 72% dos consumidores são de classes A e B. (Park Shopping, 2012)

E por fim, uma loja no tradicional bairro Reduto, em Belém do Pará, onde ainda funciona a original fábrica de Phebo. Alguns produtos são distribuídos em mercados e drogarias do país e para os clientes que optam pela comodidade da compra pela internet Casa Granada possui duas lojas virtuais uma para marca Granada e outra para a marca Phebo.

Por fim, as estratégias da empresa se completam com uma política de responsabilidade social. As embalagens, conforme já abordado, utilizam em sua maioria materiais reciclados e recicláveis. A maior parte das embalagens já utiliza papel certificado com o selo FSC - *Forest Stewardship Council* (Conselho de Manejo Florestal). A tinta utilizada para a pintura de frascos da linha de perfumes Águas de Phebo são consideradas ecológicas, por não conterem chumbo em sua fórmula. A empresa incentiva ainda seus consumidores na utilização de sacolas ecológicas. Aqueles que levarem a Ecobag Granada nas lojas físicas ganham 5% de desconto em suas compras. O cuidado com o consumidor se expande a sociedade, através do apoio a projetos fomento à cultura, saúde, cidadania e proteção aos animais Casa Granada comunica que está atenta a exigência sua nova geração de consumidores, que valorizam a experiência do presente, mas que começam a educar o olhar para o futuro do planeta.

Isabela Capeto, a moda que inspirou a Casa Granada

A estilista carioca Isabela Capeto cria a marca que leva seu nome em abril de 2003. Antes disso, porém, permanece atuando no mercado da moda por dez anos. Formada pela *Accademia di Moda* em Florença, na Itália, Isabela tem sua primeira experiência na grife Maria Bonita e mais a frente trabalhará com a estilista Lenny Niemeyer e realizará trabalhos de estamparia na Fábrica Bangu. Ao longo

dos recentes anos de *carreira solo*, o crescimento da estilista é visível não somente no espaço do seu ateliê –que de um pequeno espaço na Gávea, inaugurado em 2005, mudou-se no ano seguinte para uma casa de três andares em Humaitá, ambos os bairros do Rio de Janeiro– como na sua penetração no mercado, cada vez mais atraindo um número maior de mulheres em todo o mundo.

Sua estréia no fashion Rio, em Janeiro de 2004, resultou numa série de convites para outros trabalhos. Isabela foi convidada a apresentar sua coleção seguinte na São Paulo Fashion Week, a maior e mais importante semana de moda da América Latina, composta por um seleto time. Hoje a marca possui duas lojas em lugares de prestígio e luxo nas grandes capitais do Rio de Janeiro e São Paulo, na Rua Dias Ferreira, no bairro do Leblon e no elegante e paulistano bairro Jardins. Suas coleções podem ser encontradas em multimarcas de prestígio como a Daslu. No exterior, realiza showrooms semestrais em Paris e suas peças podem ser encontradas em cerca de vinte países, em lojas badaladas como *Barneys* e *Jeffreys* nos Estados Unidos, *Browns* no Reino Unido, *Colette* na França, *Biffi* na Itália, entre outras. O sucesso se reflete ainda em citações nas principais publicações de moda nacionais e internacionais, em revistas como *Vogue*, *Teen Vogue*, *ID*, *Jalouse*, *Elle* e *Newsweek* para citar algumas.

Isabela vem se destacando nesse universo da moda por sua maneira única de criar e vestir meninas e mulheres com suas coleções. As inspirações vêm de museus, livros e aspectos peculiares da cada cultura. Conforme afirma em seu site “cada peça é como uma obra de arte: feita a mão, sempre bordada, tingida ou plissada, com muitas aplicações de rendas antigas, paetês tules ou passamanarias”. Segundo a estilista, seu maior objetivo é resgatar o romantismo através de suas criações e assim fazer com que as mulheres se sintam belas. Um das marcas registradas de Isabela Capeto são os bordados manuais, trabalho de centenas de bordadeiras do interior dos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais. A iniciativa de Isabela em unir sua criatividade às habilidades e conhecimento das bordadeiras, numa rede nacional em que coordena 580 mulheres entre jovens e senhoras, rendeu-lhe além de roupas exclusivas e irreverentes, a imagem de uma empresa que se dedica a responsabilidade social.

A presença da marca Isabela Capeto não se restringe apenas às coleções sazonais da estilista. Sua imagem vem se fortalecendo como referência de uma moda brasileira contemporânea através de trabalhos realizados em parceria com marcas como Melissa, Havaianas, Brastemp, Disney, C&A e, dentre outras, Phebo, onde o resultado dessa união é tema do presente trabalho: dois perfumes de fragrâncias singulares e frascos diferenciados. Isabela Capeto I e II são exemplos de como determinadas combinações podem dar certo; tradição, qualidade, moda e luxo apresenta-se como uma excelente mistura para o consumidor dos dias atuais.

O perfume Isabela Capeto - Casa Granado em parceria com a moda

Partindo das breves análises aqui expostas, isoladamente as empresas Granado e Isabela Capeto já apresentam

alguns pontos em comum e demonstram que uma parceria entre ambas seria bastante promissora. Duas marcas nacionais, que valorizam aquilo que é brasileiro e a diversidade cultural, com lojas situadas praticamente nos mesmos estados e bairros e destinadas a um público similar: juntas só tendem a reforçar ainda mais as características que as tornam singulares num mercado altamente penetrado por gigantes internacionais. Serão um produto e sua embalagem, os responsáveis por materializar essa parceria e comunicar a estratégia das marcas.

Resultado da parceria entre as duas empresas, o perfume Isabela Capeto é ao mesmo tempo a estréia da estilista no mundo da perfumaria e a estréia da perfumaria no mercado de luxo da moda. Isabela Capeto I, lançado em 2007, e Isabela Capeto II, lançado em 2009: são 30 ml de fragrância, cada uma por R\$ 145,00, um preço alto considerando a média dos perfumes nacionais, mas que tem propiciado o retorno financeiro e afetivo por parte dos consumidores. Fragrâncias exóticas e compostas por extratos cuidadosamente selecionados associados a uma embalagem moderna, irreverente e que reflete as propostas de marketing, são possíveis respostas para o sucesso dos perfumes. Somados a esses aspectos temos um forte público nacional consumidor de fragrâncias e cada vez mais adepto a busca de uma identificação com o nacional.

Uma fragrância exótica e singular

Todo perfume é composto por notas olfativas, obtidas através de flores, caules, resinas, etc., que de acordo com seu grau de volatilidade permanecem por minutos ou horas quando aplicados sobre a pele. As notas de topo são as primeiras a se desvelar, seguidas pelas notas de corpo e por fim as notas de fundo. Ao desmembrar a composição de ambos os perfumes Isabela Capeto é possível observar o quão rica foi a escolha de ingredientes para compor as fragrâncias.

O perfume “número um” é, de acordo com a perfumista Carmita Magalhães responsável pela criação da fragrância, “voltado para a mulher nômade, aberta ao mundo, curiosa por descobrir outras culturas e mostrá-las à sua maneira”. (Isabela Capeto, 2012). Suas notas de topo são compostas por louro, cardamomo, pimenta rosa, pimenta preta, alcarávia; já as notas de corpo compõem-se de casca, folhas de canela, damasco, tâmara, loquat, rosa damascena, lírio do brejo, osmathus; e finalmente vetiver, cedro, âmbar, sândalo, madeiras secas, musk branco, íris, ciste labdanum, opoponax, stirax, bálsamo de tolu, compondo as notas de fundo e resultando numa requintada fragrância floral oriental. Enquanto o perfume “número um” traduz exotismo e feminilidade, sendo uma fragrância mais densa, o perfume “número dois”, busca complementar o primeiro com uma fragrância mais fresca. De acordo com a equipe criativa a proposta era de um perfume que “eternizasse a lembrança de um lindo dia de praia e de caminhadas à beira mar” (Isabela Capeto, 2012).

Para as notas de topo utilizou-se pomelo, mandarina, lima, bergamota, *bouquet* maresia, folhas verdes de ruibarbo; para as notas de corpo, *freesia*, magnólia, muguet, jasmim egípcio, rosa turca, íris, cardamomo; por fim para as no-

tas de fundo, madeira de ébano, sândalo, vetiver, *musk*, âmbar, cisto *labdanum*. Uma fragrância que ao mesmo tempo traduz o frescor de uma típica praia brasileira e traz uma aura multicultural por seus variados componentes. Em relação à fragrância, ainda que não se tenha abordado valores de custo, bem como a raridade dos componentes, é possível observar a proposta de luxo e qualidade na riqueza e diversidade na escolha de componentes para a fragrância. Um perfume, entretanto, não está completo sem sua embalagem. É ela responsável por traduzir toda a magia da fragrância; despertar a atenção, seduzir e conquistar aquele potencial consumidor. Nesse momento entra o papel do design, materializando no frasco todas as estratégias da empresa e tornando visual a mensagem que chega através do olfato.

Uma embalagem moderna e irreverente

Enquanto a maior parte dos seus concorrentes é comercializada em embalagens translúcidas que permitem visualizar o conteúdo, o perfume Isabela Capeto vem acondicionado num molde exclusivo de vidro revestido por ABS. A escolha do material permitiu uma reprodução exata da marca registrada da estilista. Vencedora do prêmio de melhor embalagem de perfume em 2007 no concurso anual da Associação Brasileira de Embalagens (ABRE), a embalagem no formato da boneca vermelha, além de se destacar por seu material e formas diferenciadas, faz uma associação direta a estilista e, portanto, reveste o perfume dos mesmos significados que caracterizam a moda de Isabela Capeto.

O frasco lúdico e moderno obteve tamanho sucesso que foi mantido como embalagem do segundo perfume. Em Isabela Capeto II a embalagem é branca e vem com canetinhas coloridas para que cada consumidora possa customizar seu perfume. Inspirada no movimento *toy art*, onde brinquedo nas mãos de artistas e designers vira item de arte colecionável, a embalagem ganha uma aura ainda mais contemporânea. Se para ser atual é necessário explorar a novidade, a jovialidade e a individualidade, Casa Granada e Isabela Capeto alcançam tal objetivo nesta última embalagem: mais do que proteger e comunicar as características do perfume, transformam o perfume Isabela Capeto II em um objeto de decoração personalizável que se permite tornar único nas mãos de consumidores. Ao assinar a marca do perfume de Phebo, a estilista assume a tradição, luxo e qualidade dos produtos da Casa Granada. Esta por sua vez, ao simbolizar a imagem de Isabela Capeto na embalagem e torna-la customizável, tal como itens da moda, consegue transmitir que sua fragrância faz parte de um universo jovem, moderno e atual. É a embalagem, portanto, parte fundamental para a estratégia das duas marcas.

Considerações finais

No atual cenário de constantes mudanças e apelo ao novo, onde empresas surgem, se fundem e se desfazem a cada dia, talvez não se imagine a força e potencial de empresas centenárias. Todavia, o breve estudo de Casa Granada nos

apresenta que não há limite de vida para uma empresa no mercado quando esta se coloca atenta às mudanças da sociedade e de seus consumidores. Ao contrário do que se pode imaginar, ser uma empresa antiga no mercado, porém atualizada com as novas demandas, pode se apresentar como um grande diferencial num momento de intensa competitividade.

Passada a euforia do novo, do distante, do estrangeiro, característica do fenômeno da globalização, valores como a identidade nacional tem se destacado nos meios sociais. É baseado na mescla de tradição e novidade que a moda e o luxo vêm operando nos dias atuais. Diante dessa realidade, aquelas empresas que tem uma história para contar e novas idéias para implementar, ganham espaço e destaque. A centenária Casa Granada em sua parceria com a contemporânea Isabela Capeto é um excelente exemplo de como tradição e novidade podem dar conta das necessidades do atual consumidor. Conciliar um paradoxo –antigo e novo– pode ser uma tarefa um tanto complexa, entretanto o design se apresenta como uma excelente ferramenta nesse processo. Se as marcas Phebo e Granada, as responsáveis pela fragrância do perfume Isabela Capeto fazem as vezes da tradição e luxo, o design da embalagem do perfume, com a irreverência do material e do formato, traz a novidade tão desejado pelos consumidores contemporâneos.

Nesse contexto, é a embalagem uma grande aliada na estratégia de uma marca. Uma vez compreendida como uma mídia para comunicação com o consumidor, é de todas a mais econômica, visto que sua utilização é inevitável em um produto. É a mídia que comunica com o seu consumidor antes, durante e após o consumo do mesmo. E se porventura o consumidor desejar guardar consigo a embalagem, a mesma passará a desempenhar um diálogo com ele, mantendo viva a imagem e os valores da marca em sua mente. É o que ilustra o caso do perfume Isabela Capeto, onde diversas usuárias relatam que mesmo ao término do produto o usuário mantém a embalagem como objeto de decoração. Com isso, as marcas Phebo, Granada e Isabela Capeto conseguem um espaço no imaginário de seus consumidores que talvez nenhuma outra mídia seja capaz de sustentar.

O presente estudo representa, entretanto, uma pequena análise do emprego estratégico das embalagens. Trata-se de uma indústria em franca expansão, onde o segmento de perfumaria é apenas um de seus usuários. Dada a capacidade do design de inovar e tornar diversos produtos similares através de diferentes embalagens abre-se uma grande oportunidade de pesquisa e atuação desse profissional. Afinal, fatores como a globalização e a conseqüente importação e exportação de produtos, bem como a necessidade de conservação dos mesmos, e ainda a existência de supermercados cuja existência e importância são inquestionáveis nos dias atuais, são sinalizadores de que a embalagem se manterá viva e cada vez mais necessária em nosso dia a dia.

Bibliografia

- Accioly, A.; Andrade, J. M. F. De; Vieira, L.; Cardoso, Denis, R. (2003). Marcas de Valor no Mercado Brasileiro. Rio de Janeiro: Senac Rio.

- Aschar, R. (2001). *Brasileirêsência: a cultura do perfume*. São Paulo: Nova Cultural.
- Aschar, R. (2010). *Guia de Perfumes*. São Paulo: Official.
- Cavalcanti, P. e Chagas, C. (2006). *História da embalagem no Brasil*. São Paulo: Grifo Projetos Históricos e Editoriais.
- García Canclini, N. (2001). *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 4ª ed.
- Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV) para a Associação Brasileira de Embalagens (ABRE). (2011). *Dados de mercado 2010*. Acesso em: 14/03/2011. Disponível em: [Dados de Mercado 2010. http://www.abre.org.br/centro_dados.php](http://www.abre.org.br/centro_dados.php).
- Lipovetsky, G.; Roux, E. (2008). *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lipovetsky, G. (2009). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Negrão, C.; Camargo, E. (2008). *Design de embalagem – do marketing a produção*. São Paulo: Novatec.

Abstract: This article intends to analyze how packaging can become a strategic tool for communicating the values of one or more brands. In order to illustrate its importance in this process it will be briefly reviewed the history of two partner companies, Casa Granado and Isabela Capeto. With the proposal of combining tradition, luxury and modernity, they launched the perfume Isabela Capeto, which is an

example of the role of packaging that are far beyond arouse consumer interest. It's the packaging a kind of media with which the consumer has the longest experience with the brand.

Key words: Design - Packaging - History - Perfume - Fashion.

Resumo: De que forma a embalagem pode se tornar uma ferramenta estratégica para comunicar os valores de uma ou mais marcas é o que pretende analisar esse estudo. Para ilustrar sua importância nesse processo será brevemente analisada a história de duas empresas parceiras, Casa Granado e Isabela Capeto. Com a proposta de aliar tradição, luxo e contemporaneidade, juntas lançam o perfume Isabela Capeto, um exemplo de que o papel das embalagens está muito além de despertar o interesse do consumidor. A embalagem é um meio por o qual o consumidor mantém por mais tempo a experiência com a marca.

Palavras chave: Design - Embalagem - História - Perfume - Moda.

(*) **Guilherme Cunha Lima**. PhD em Design Gráfico, University of Reading, Reino Unido. Vice-Coordenador PPD, Desenho Industrial, Escola Superior de Desenho Industrial-ESDI, Rio de Janeiro, Brasil.
Camila Assis Peres Silva. Mestrado em Design, Escola Superior de Desenho Industrial, Brasil. Bolsista, Desenho Industrial, ESDI.

Design participativo como ferramenta de transformação social

Paulo Fernando de Almeida Souza y Ana Beatriz Simon
 Factum (*)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
 Vol. 18, pp. 211-217. ISSN 1850-2032
 Fecha de recepción: julio 2011
 Fecha de aceptación: julio 2012
 Versión final: diciembre 2013

Resumen: Este artículo propone una reflexión sobre el papel del diseño participativo en el atendimento de demandas de sustentabilidad y responsabilidad social. Se presenta una experiencia relativa a la creación de tecnologías sociales, que comprenden productos, técnicas y/o metodologías reaplicables, desarrolladas en la interacción con los emprendimientos económicos solidarios y con transformación social efectiva. La relación de la universidad con trabajadores que ejercen sus actividades económicas como un colectivo, en cooperación y autogestión, es mediada por el diseñador participativo. Se presentan algunos resultados del trabajo de diseñadores, considerando procesos de toma de decisiones con comunidades en la búsqueda de productos sostenibles e socialmente responsables en Salvador, Bahía, Brasil.

Palabras clave: Responsabilidad social - Sustentabilidad - Diseño participativo - Economía solidaria - Medio Ambiente.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 216-217]

Introdução

Considerando o fato do principal objetivo do design ser a resolução de problemas complexos por meio do planejamento de alternativas e formulação de “melhores modos de fazer”, espera-se que os designers possam atuar em domínios além do desenvolvimento de sistemas de objetos e processos, direcionando seu trabalho, sobretudo, no desenvolvimento de soluções para sistemas humanos e ambientes naturais, incluindo a melhoria da qualidade de

vida em sociedade. Em sintonia com o entendimento do design comentado por Souza (2007), design apresenta-se como um conjunto de estratégias voltadas para criação de interfaces humanas para processos tecnológicos. Nesta perspectiva, o resultado do design pode promover novos valores que, de forma abrangente, influenciam o modo de vida das pessoas e as formas de obtenção de satisfação. Como aponta Schmidheiny (1992), as organizações bem sucedidas em um mundo sustentável serão aquelas que

melhor se destacarem de seus competidores no sentido de agregar valores aos seus produtos e serviços em sintonia com os requisitos de proteção do meio ambiente e manutenção da vida, envolvendo uma busca voluntária e permanente de redução de uso de matéria-prima *in natura*, promovendo resultados além dos interesses de seus clientes e investidores. Nesta perspectiva, a sustentabilidade nos negócios pode ser entendida como um código de responsabilidade no qual mudanças de comportamento são formuladas e postas em prática, agindo como uma filosofia de projeto e tomadas de decisão que maximizam a qualidade ambiental, juntamente com a redução dos impactos negativos da produção industrial na qualidade de vida, envolvendo tanto aspectos econômicos quanto culturais. Além disso, o respeito ao modo de vida das pessoas representa um relevante papel na proposta de soluções sustentáveis, considerando que todo produto ou sistema desenvolvido pelos designers deve atender a demandas de bem-estar, i.e. foco em uma perspectiva humana. Em concordância com o pensamento de McLennan (2004), acreditamos que o diálogo entre cultura, ecologia e geração de bem-estar, tanto de forma coletiva quanto individual, eleva o objeto de design a um nível de importância muito maior, essencial para a busca de sustentabilidade.

O debate acerca da estética dos produtos sustentáveis e socialmente responsáveis também representa um avanço significativo no discurso do design, promovendo soluções que tragam adequação na qualidade dos sistemas produtivos, bem como na satisfação das necessidades do usuário no que diz respeito à qualidade dos sistemas de objetos. Uma relação entre práticas insustentáveis e as qualidades estéticas dos produtos manufaturados foi apresentada por Walker (2005, p. 48), evidenciando o fato de que a estética da maior parte dos produtos manufaturados, sobretudo aqueles de produção em massa, está associada a 'práticas social e ambientalmente danosas', uma vez que representa desperdícios de materiais e consumo excessivo de energia, tanto em seus processos de produção, quanto em seu uso pelo consumidor final. Além disso, o autor chama a atenção para a ausência de manutenção e assistência pós-uso, tais como consertos, recondiçamentos ou reaproveitamentos desses bens de consumo, o que encurta drasticamente sua vida útil.

Como afirma Walker (2005, p. 50), produtos construídos com invólucros, normalmente utilizando plásticos, tais como o co-polímero Acrilonitrilo Butadieno Estireno (ABS), em sistemas de moldes de injeção, são invioláveis e de difícil manipulação por parte do usuário. Desta forma, a simples opção por uma estética proveniente de processos de injeção já poderia ser um indicador de insustentabilidade para objetos de design, tomando-se por base uma análise profunda dos sistemas de produção / distribuição / uso / descarte, como estratégia fundamental na tomada de decisões de projeto.

Outro aspecto relacionado à estética dos produtos levantado por Walker (2005) é a contextualização cultural dos objetos, buscando o atendimento às particularidades locais do design, o que aumenta as chances de aceitação e uso prolongado dos objetos pelos consumidores/usuários. Neste sentido, o autor propõe o indicador estético "culturalmente neutro" na identificação de objetos que não

pertencem a nenhum grupo de usuários em particular, podendo ser originário da China, Brasil ou Inglaterra, de forma indiscriminada e, portanto, imparcial. Esta estética falha em responder às necessidades de ressonância cultural do design, que poderia estabelecer uma relação de uso mais estruturada com diversos públicos, aumentando, por exemplo, sua vida útil.

De acordo com Walker (2005):

As habilidades criativas e de visualização dos designers lhes concedem um papel único e potencialmente influente no processo de reestruturação dos objetos de modo que, nos seus materiais, manufatura e aparência, eles estejam de acordo com, e sejam uma expressão de princípios sustentáveis e de valores humanos significativos. Podemos inferir disto que objetos 'sustentáveis' serão marcadamente diferentes dos produtos existentes, e serão identificados através de uma tipologia estética bastante diferente. (Walker, 2005, p. 53)

Desta forma, a definição de uma estética no processo de design deve estar voltada para uma tomada de decisões centrada em práticas sustentáveis e socialmente responsáveis, adequando a percepção da forma proposta para os objetos ao modelo de desenvolvimento humano além do consumo indiscriminado de artefatos, buscando sempre atentar-se para uma preocupação com os impactos ambientais, culturais e sociais no desenvolvimento de objetos. Este estudo apresenta alternativas de design, implementadas com base na abordagem participativa no desenvolvimento de produto, no âmbito dos chamados negócios solidários, onde cooperados e designers dialogam visando a construção de práticas sustentáveis e socialmente responsáveis, no enfrentamento de problemas que afetam o desenvolvimento das sociedades, particularmente os aspectos de ordem econômica, ambiental, cultural e ética. O principal objetivo deste artigo é evidenciar as possibilidades estéticas e, consequentemente, comerciais de objetos de design desenvolvidos a partir de materiais descartados e reaproveitados. Para tanto, apresentam-se exemplos de produtos e estéticas desenvolvidas com estudantes de design e trabalhadores(as) organizados em empreendimentos econômicos solidários em Salvador, Bahia. (Singer, 1997)

Trata-se de ampliar os esforços ora existentes no Brasil e no mundo em criar um "modelo social" de prática de design, superar a visão que a maioria das pessoas possui quando pensam em design de produto, "visionam produtos para o mercado produzidos por um fabricante e dirigidos a um consumidor. Desde a Revolução Industrial, o paradigma de design dominante tem sido o de desenhar para o mercado; alternativas têm recebido pouca atenção" (Margolini e Margolini, 2004, p. 43)

Design e práticas sustentáveis

A perspectiva de inclusão de metodologias de design em modelos gerenciais representa uma importante forma de implementação de negócios sustentáveis e socialmente responsáveis, visto que o designer tem em seu foco de trabalho as necessidades do usuário, o que significa pen-

sar previamente em bem-estar ao invés de desenvolver soluções unicamente na ótica do lucro, mas que precisam de adaptações para atender às necessidades e expectativas humanas *a posteriori*. Os designers são convidados a gerar eficiência nos processos produtivos, priorizando a redução de materiais, escolhendo fontes de energia ecologicamente adequadas, otimizando e dando maior durabilidade em produtos desde o início do projeto. Além disso, os designers devem considerar o ciclo de vida de matéria-prima e seus impactos em sistemas humanos e naturais, levando em conta o fato de que os consumidores, cada vez mais, demandam produtos e serviços que evidenciem idéias ambientalmente sustentáveis, socialmente responsáveis e culturalmente atrativas (Manzini e Vezzoli, 2002). Nesta ótica, o designer socialmente responsável entra em cena como um mentor para ajudar as empresas a atingir níveis de competitividade e, ao mesmo tempo, atender às demandas sociais de melhoria de qualidade de vida e respeito ao ambiente.

Partindo-se do princípio de que o aprendizado das estratégias de economia solidária, ou seja, ações econômicas associativas onde o trabalho, a propriedade dos meios e bens de produção, os resultados do comércio e o conhecimento e poder de decisão são divididos por todos os participantes, com base em princípios de equidade e solidariedade nas relações laborais (Cruz, 2006), está focado no conhecimento coletivo, construído por meio da contribuição de cada participante do processo, acreditamos que o design pode funcionar como um relevante mediador para o necessário diálogo e conexão que motivam as pessoas a atingir os objetivos de um mundo sustentável. Em países considerados periféricos ou com industrialização recente, a implementação de projetos de economia solidária está focada no sentido de oferecer aos produtores com capacidade reduzida de produção, tais como em comunidades rurais ou associações de artesãos, oportunidades de trabalho e melhoria nas condições laborais, ou até mesmo a perspectiva de conseguir um emprego formal, com todos os direitos legais de seguridade social. O principal objetivo, portanto, é a promoção da melhoria de condições de vida e autoestima de populações marginalizadas, que não conseguiriam outras alternativas para se tornar econômica e socialmente ativas, ou obter condições de vida mais saudáveis, dentro de uma dignidade mínima aceitável.

Em nossa visão, um dos mais eficazes métodos de design aplicados a consolidação de uma economia solidária é a abordagem participativa em Design, que no campo da tecnologia da informação é conhecida como método de Design Participativo, que congrega um conjunto de estratégias que visam dar aos participantes a oportunidade de atuar decisivamente na tomada de decisões, com destaque para o aumento de auto-estima, participação individual e envolvimento em um projeto coletivo. Conforme os estudos iniciais de Howard (2004), a abordagem participativa em design pode ser entendida como um método construído a partir do exercício da democracia na tomada de decisões, agindo diretamente nas particularidades de confluências das pessoas, instituições, culturas e economias, por meio do intercâmbio de conhecimento de especialistas e leigos, adicionando significativa ressonância cultural às soluções de design.

A abordagem participativa em Design deve incluir as seguintes etapas:

- a. Formulação do problema;
- b. Identificação e clarificação dos valores em função do público em questões e as particularidades locais;
- c. Determinação de uma hierarquia de valores;
- d. Processo de tomada de decisões;
- e. Justificativa e explicação da filosofia de design adotada;
- f. Busca e teste de soluções coletivas;
- g. Detalhamento de projeto e implementação da proposta.

Diante disso, existe uma necessidade imediata de se migrar da abordagem tradicional do design, voltada unicamente para uma intervenção direta no problema de projeto, para uma atuação sistêmica, compreendendo o problema sob diferentes óticas, levando em consideração as visões de todos os atores envolvidos e o conhecimento não-acadêmico na prospecção de soluções de design (Findeli, 1994).

O governo brasileiro propôs uma série de princípios voltados para a identificação de estratégias justas e solidárias associadas ao trabalho de produtores em cooperativas e comunidades, de acordo com os objetivos da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), do Ministério do Trabalho e Emprego, na busca de uma base comum de conhecimento e entendimento da filosofia de Comércio Justo e Solidário em uma perspectiva nacional, como segue (Brasil, 2007):

- Auto-gestão: os trabalhadores não estão mais subordinados a um gerente ou chefe, mas, sim, responsáveis por todas as decisões e resultados da produção, de forma coletiva;
- Democracia: a economia solidária está fortemente associada a práticas democráticas, de forma a reconhecer a importância de cada um no processo de produção, tendo os mesmos direitos nas relações econômicas;
- Cooperação: ao invés de competição, tem-se a cooperação entre os atores econômicos, ajudando cada um a obter os resultados de forma coletiva, o que é bom para todos;
- Foco no ser humano: as pessoas são o mais importante e principal objetivo de todos os processos econômicos;
- Diversidade: reconhecimento da importância de se ter diferentes culturas participando do ciclo econômico, independente de sexo, religião, cor ou orientação sexual;
- Emancipação: trabalhar para a melhoria de qualidade de vida, liberdade e emancipação de todos os atores da economia;
- Valorização do conhecimento local: potencialização das comunidades locais no sentido de preservar seus conhecimentos e valores culturais, bem como melhorar aspectos como renda e auto-estima;
- Valorização da aprendizagem: investimento permanente em treinamento e capacitação de pessoal;
- Justiça social: produção, comércio, consumo e desenvolvimento técnico promovido de forma igualitária, visando a melhoria de bem-estar e qualidade de vida em uma perspectiva solidária;
- Respeito pelo ambiente e as futuras gerações: empreendedores solidários devem estar cientes dos impactos de sua produção na natureza e na sociedade, buscando

continuamente atingir níveis adequados de eficiência de forma sustentável.

Levando em consideração estes princípios básicos para implementação de estratégias de sustentabilidade e responsabilidade social, governos, ONGs, cooperativas, comunidades e público em geral podem organizar redes de economia solidária em uma articulação mais abrangente, usando uma plataforma comum de entendimento destes princípios, fortalecendo suas ações em uma perspectiva nacional.

Desenvolvimento de uma estética possível para produtos sustentáveis e socialmente responsáveis

Este estudo apresenta alguns resultados obtidos a partir da abordagem participativa em design, considerando processos de tomadas de decisão com comunidades, na busca por uma estética de produtos sustentáveis e socialmente responsáveis, em Salvador, Bahia, no âmbito da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) em parceria com cooperativas locais. Na condição de maior universidade multicampi do país, atendendo 379 municípios do estado da Bahia, de um total de 418, esta universidade tem um papel fundamental para o desenvolvimento da região, sobretudo por meio de projetos de pesquisa e extensão voltados para melhoria das comunidades locais. Neste sentido, a universidade tem investido em ações de empreendedorismo e incubação de negócios, particularmente de economia solidária, como parte significativa de sua missão institucional.

Uma das primeiras experiências de inserção de design no desenvolvimento de produtos desenvolvidos por comunidades foi o apoio da universidade a uma cooperativa de catadores de materiais recicláveis, localizada no subúrbio de Salvador, iniciado por um docente da UNEB em 2005, com apoio do CNPq. Sob a supervisão de um pesquisador, os membros da cooperativa foram convidados a participar das aulas de projeto de produto, de forma integrada aos alunos regulares da graduação, visando o desenvolvimento de produtos derivados dos materiais reciclados pela cooperativa, particularmente as garrafas de *polietileno tereftalato* (PET). O ponto de partida foi a busca de uma estética para a confecção de produtos que pudessem aumentar a rentabilidade da cooperativa, oferecendo outras destinações além da simples compactação das garrafas e vendagem por volume. A temática central da disciplina foi, então, orientada para o desenho de uma coleção de jóias e bijuterias a partir da reciclagem das garrafas selecionadas pelos catadores. A partir de 2007 este trabalho passa a integrar a Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários UNEB/UNITRABALHO - INCUBA (Universidade do Estado da Bahia, 2012) que adotou a metodologia de trabalho desenvolvida na cooperativa supracitada, reaplicando-a para os demais públicos atendidos, a qual segue o método de Paulo Freire no sentido de partir do universo do indivíduo (cooperados e estudantes), entendendo-o como sujeito da sua história e possibilitando que o mesmo faça a leitura do seu mundo, com o objetivo de transformá-lo.

A utilização da abordagem participativa foi conduzida de forma que os estudantes de design juntamente com os cooperados trabalhassem na busca de soluções, dentro das seguintes etapas:

1. Diálogo com a comunidade de catadores, buscando o entendimento das suas necessidades e particularidades;
2. Desenvolvimento técnico de design e inovação em produto, promovendo alternativas para a manipulação dos materiais;
3. Eleição coletiva das soluções de design mais viáveis e adequadas para a comunidade e tomadas de decisão;
4. Teste de produto e implementação de design;
5. Detalhamento de projeto e melhorias nas soluções de design;
6. Desenvolvimento de estudos de mercadologia;
7. Avaliação iterativa e redesign de produto.

O foco do projeto de design, bem como o processo criativo em si, foi a identidade local como referência para as peças e a manipulação espontânea dos materiais na busca de uma nova estética para as jóias de PET. Uma breve discussão sobre os resultados estéticos deste estudo pode ser encontrada nos estudos de Souza e Factum (2010).

Outro exemplo de geração de estética a partir do trabalho conjunto de estudantes de design e membros de cooperativas é a produção de jóias desenvolvidas com uso de fios de cobre reaproveitados. O projeto de design, intitulado “Descobrimo o cobre”, foi realizado pelas estudantes Geórgia Nunes e Luma Magalhães, em colaboração com os membros da cooperativa de artesãs “Mãos que ousam”, localizada no bairro de Cajazeiras, em Salvador. O material de trabalho foi coletado pela Cooperativa Juventude Ativista de Cajazeiras (JACA), que visa a geração de trabalho e renda a partir da meta-reciclagem do lixo eletrônico e também a inclusão digital de jovens moradores da comunidade.

O projeto “Descobrimo o cobre” parte da busca de novas possibilidades estéticas para peças e produtos oriundos do chamado lixo eletrônico, gerado pelo descarte de televisores, computadores, celulares e outros aparelhos que contêm substâncias poluentes e que oferecem risco à saúde humana, como o chumbo, o mercúrio, o berílio e o cádmio, atribuindo valor agregado aos materiais reaproveitados, o que traz benefícios não só para a população que irá adquirir o produto, mas também para o futuro do planeta. Diante dos diversos subprodutos derivados do lixo eletrônico, as estudantes e membros de cooperativas optaram desenvolver objetos a partir da utilização dos fios de cobre presentes nos equipamentos eletrônicos.

Seguindo a mesma temática de reaproveitamento de materiais oriundos do lixo eletrônico, outro estudante de graduação em design, Paulo Alves, optou pelo desenvolvimento de produtos a partir de peças que não teriam destinação para a indústria de informática ou não possuíam valor comercial significativo. A peça estudada foi a fonte de alimentação de computadores, que, uma vez queimada, torna-se inutilizável, devido ao alto custo de manutenção ou recondicionamento. A fonte, foi, assim, desmontada e suas peças individuais foram analisadas, buscando novas possibilidades e configurações formais que pudessem levar a um novo produto para comer-

cialização. Foi, então, desenvolvido o projeto “Ventu”, utilizando os ventiladores reaproveitados de fontes de alimentação, montados para compor um ventilador de mesa para uso individual, com duas velocidades, direcionado para o mercado de escritórios ou estações de trabalho na forma de células ou cubículos. Um importante dado levantado no projeto de produto foi o baixo consumo de energia do Ventu, que consome cerca de 15% da energia necessária para o funcionamento dos menores modelos de ventiladores disponíveis no mercado.

Considerações finais

Para um trabalho desta natureza, utilizou-se o paradigma da educação popular, com base no trabalho de Paulo Freire, no ensino em design. Sob a perspectiva da educação como prática da liberdade. Nas palavras do próprio Freire (2000, p. 44):

Educação que, desvestida da roupagem alienada e alienante, seja força de mudança e de libertação. A opção, por isso, teria de ser também, entre uma ‘educação’ para a ‘domesticação’, para alienação, e uma educação para a liberdade. ‘Educação’ para o homem-objeto ou educação para o homem-sujeito.

Assim sendo, a perspectiva do Método Paulo Freire resultou nos seguintes princípios:

1. Utilização do potencial criativo da história e cultura local. A partir das referências da cultura popular nordestina, desenvolveram-se as tecnologias de fabricação de produtos com o reuso de embalagens pós-uso, bem como com todo e qualquer material descartado. Tal como propõe Paulo Freire, Aloísio Magalhães, Lina Bo Bardi e outros, os atores envolvidos embasaram-se no conhecimento construído pela população da cidade de Salvador, que sobreviveu a trezentos anos de sistema escravocrata, detentora de uma cultura histórica do reuso, ou seja, “procurar com atenção as bases culturais de um País (sejam quais forem: pobres, míseras, populares) quando reais, não significa conservar as formas e os materiais, significa avaliar as possibilidades criativas originais” (Bardi, 1994, p. 21).

Para se praticar o ensino do design nos países periféricos é necessário se ter em conta as colocações de Maldonado (1993): “nos países de terceiro mundo, nos que, precisamente, a indústria manufatureira é inexistente (ou quase), o discurso relativo ao desenho industrial assume um significado, no melhor dos casos apenas programático”. (Maldonado, 1993, p. 83)

É uma tarefa que obrigatoriamente deve incorporar as especificidades do seu local de inserção: a cidade de Salvador, capital do Estado da Bahia, é conhecida como a ‘Roma Negra’ (Mangavita, 2005) formada, na sua grande maioria, por uma população de negros e mestiços.

2. A questão ambiental cuidando não apenas do meio ambiente, mas, também, da sustentabilidade do homem. O design para a sustentabilidade e responsabilidade social, assumindo a linha da justiça ambiental (Martínez Alier,

2007). Ou seja, o interesse material pelo meio ambiente é visto como fonte de condição para a subsistência.

O design para a sustentabilidade oferece a possibilidade de rever o tradicional papel do design orientado para o mercado que, com o auxílio da mídia, tornou-se sinônimo de luxo, sempre usando como estratégia a descartabilidade e a obsolescência dos produtos com o objetivo de manter o ciclo vicioso do consumo. Em um país como o Brasil, onde os índices de pobreza e exclusão social são altos, possuem o mesmo grau de importância a responsabilidade ambiental e a responsabilidade social, portanto, é necessário incorporar as ações projetuais à realidade social que nos cerca, ou seja, é fundamental que os designers possuam um ferramental que dê conta das questões emergenciais que afligem a sociedade brasileira. Para que este fato ocorra é preciso seguir o que afirmam Santos e Factum (2006):

Neste contexto, é importante definir um corpo de conhecimento em design apropriado, como também estratégias pedagógicas correspondentes, que irão levar os estudantes a cruzar as fronteiras da disciplina com o objetivo de alcançar o desenvolvimento e avaliação de produtos socialmente responsáveis, tanto quanto a reconceitualização da prática e da educação em design. (Santos e Factum, p. 1).

3. Design participativo com a perspectiva de construção do conhecimento em condições igualitárias entre cooperados, professores e estudantes, onde nada é imposto, tudo é proposto. Um exercício permanente de despir-se do manto da tecnocracia. Desobedecer à lógica que restringe o design a uma atividade moderna praticada exclusivamente por uma elite profissional, complementando o estudo do design profissional com o reconhecimento das atividades não profissionais, como preconiza Pacey (1992), Contribuição-chave, para que os envolvidos considerassem as soluções e processos do design vernacular de extrema significação e identificassem que nas condições objetivas em que se encontram inseridos, sustentabilidade e design vernacular estão absolutamente imbricados pelas próprias características, também estabelecidas por Pacey (1992), em relação ao design não profissional, tais como: compartilhamento de experiência, mesmo que esta tenha um alto grau de especificidade; responsabilidade e percepção individual de sua realização em função do todo; descobertas em conjunto; capacidade de experimentação difundida.

As inter-relações entre designers e outros atores não-acadêmicos, com base em princípios de cooperação e empoderamento de comunidades e seus valores culturais pode produzir novos patamares de criatividade e estética, de modo a desenvolver processos produtivos e produzir conhecimentos além do paradigma científico atual. Neste sentido, produtos desenvolvidos a partir de materiais descartados assumem um importante papel na busca por sustentabilidade e respeito aos requisitos sociais e ambientais no projeto de design. Todos os atores de um empreendimento justo e solidário contribuem para o objetivo final de qualidade de vida, ajudando decisivamente a promover soluções de design que efetivamente representam um caminho positivo para a consolidação de um mundo sustentável.

Desta forma, uma lista de verificação de projeto é proposta como base para se atingir valores justos e solidários no processo de design, como segue:

- a. Desenvolvimento de soluções levando-se em consideração o fato de que as pessoas e o respeito ao ambiente são o mais importante valor a ser prospectado no desenvolvimento de produtos e serviços, considerando os direitos humanos como um relevante caminho para a sustentabilidade;
- b. O projeto de design deve articular meios e oportunidades para produtores e comunidades melhorarem suas condições de vida, incluindo o desenvolvimento de alternativas sustentáveis de produção de acordo com as normas e legislações internacionais;
- c. O design deve também ser voltado para a melhoria organizacional e estrutura administrativa de cooperativas, promovendo ações de economia solidária e comércio justo;
- d. A tomada de decisões e a formulação de idéias deve ser conduzida de modo coletivo em processo participativo, centrado na troca de experiências e conhecimentos entre especialistas e leigos;
- e. O desenvolvimento de produtos e serviços deve promover relações de longo prazo entre produtores e consumidores finais;
- f. Devem-se priorizar soluções locais e pragmáticas no projeto de design;
- g. Design Participativo significa: nada é imposto; tudo é proposto.

Acreditamos fortemente que designers devem adotar estas orientações como base para uma agenda social e sustentável de projetos, de acordo com a filosofia de que outra economia é possível, outra estética é possível, outro mundo é possível.

A estética resultante não é a estética da fome como propunha o cineasta Glauber Rocha, nem tão pouco a sua radicalização, tal como a estética do lixo, apesar de serem referenciais importantes no conteúdo histórico de desenvolvimento dos trabalhos, o que acontece é outra estética: a estética da ética, pois não se pauta no fazer pelo fazer, quer o fazer que proteja e garanta o patrimônio ambiental para as próximas gerações que habitarão este planeta, quer o fazer que lute com a força da alegria e da solidariedade humana contra a exclusão de tantos, e que não se conforma nem se amolda a uma sociedade de poucos privilegiados, insiste em mostrar novas maneiras, mais justas e mais igualitárias de se viver.

Bibliografia

Bardi, L. B. (1994). *Tempos de Grossura: o design no impasse*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi.

Brasil - Ministério do Trabalho e Emprego (2007). *Economia solidária, outra economia acontece: Cartilha da Campanha Nacional de Mobilização Social*. Brasília: MTE/SENAES/FBES.

Cruz, A. (2006). *A diferença da igualdade: a dinâmica da economia solidária em quatro cidades do Mercosul*. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas. Campinas. (p. 398)

Factum, A. B. S.; Santos Loschiavo, M. C. (2006). Education Against Exclusion: from Coopamare to Camapet. In: *Proceedings of IV*

Global Conference on Sustainable Product Development and Life Cycle Engineering. São Carlos.

Findeli, A. (1994). Ethics, aesthetics, and design. In *Design Issues*, v. 10, n. 2. Summer, pp. 49-68.

Freire, P. (2000). *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 28ª Edição. São Paulo: Paz e Terra (Coleção Leitura).

Howard, J. (2004). Toward participatory ecological design of technological systems. *Design Issues*, v. 20, n. 3, Summer. (pp. 40-53).

Maldonado, T. (1993). *El Diseño Industrial Reconsiderado*. 3ª Ed. México: Gustavo Gilli.

Manzini, E.; Vezzoli, C. (2002). *Desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: EDUSP.

Margolin, V.; Margolin, S. (2004). Um "Modelo Social" de Design: questões de prática e pesquisa. In: *Design em Foco*, v. I, n. 1 jul/dez 2004. (pp. 43-48).

McLennan, J. (2004). *The philosophy of sustainable design*. Kansas City: Ecotone.

Pacey, P. (1992). Anyone designing anything? Non-professional designers and the history of design. In: *Journal of Design History*, vol. 5, n. 3, 1992, (pp. 217-225).

Schmidheiny, S. (1992). *Changing course: a global business perspective on development and the environment*. Boston: MIT Press.

Singer, P. (1997). Economia Solidária: geração de renda e alternativa ao liberalismo. In: *Revista Proposta*. Ano 26 nº 72. SP: FASE.

Souza, P. F. de A. e Factum, A. B. S. (2009). O papel do design na promoção de Comércio Justo e Solidário. In: *Cultura Visual*, n. 12, outubro/2009, Salvador: EDUFBA, p. 125-136. Acesso em: 01/05/2010. Disponível em: <http://www.culturavisual.ufba.br>.

Souza, P. F. de A. e Factum, A. B. S. (2010). Social Responsibility and participatory approach in design: another aesthetic is possible. In: *Proceedings of the 7th International conference of the International Committee for Design History and Design Studies*, Brussels: Katholieke Universiteit Leuven.

Souza, P. F. de A. (2007). *Sustentabilidade e responsabilidade social no design do produto: rumo à definição de indicadores*. Tese de doutorado. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo.

Walker, S. (2005). Desmascarando o objeto: reestruturando o design para sustentabilidade. In: *Design em Foco*, v. II, n. 2 jul/dez 2005. (pp. 47-62).

Abstract: The main goal of this paper is to reflect on the role of participatory design in responding to demands of sustainability and social responsibility. An experience related to social technologies is presented, i.e. products, techniques and/or reapplicable methodologies, with effective social change. The relationship between universities and cooperative workers is put in evidence in regard their collective thinking and self-management strategies as well, using the participatory approach method as mean to achieve relevant goals. Some results of the work of designers and members of cooperatives are presented, in search for sustainable and socially responsible products, in Salvador, Bahia, Brazil.

Key words: Social responsibility - Sustainability - Participatory design - Fair Trade - Environment.

Resumo: Este artigo propõe uma reflexão sobre o papel do design participativo no atendimento de demandas de sustentabilidade e responsabilidade social. Apresenta-se uma experiência relativa à

criação de tecnologias sociais, que compreendem produtos, técnicas e/ou metodologias reaplicáveis, desenvolvidas na interação com os empreendimentos econômicos solidários, com efetiva transformação social. A relação da universidade com trabalhadores que exercem suas atividades econômicas de forma coletiva, cooperada e autogestionária é mediada pelo design participativo. Apresentam-se alguns resultados do trabalho de designers, considerando processos de tomadas de decisão com comunidades, na busca por produtos sustentáveis e socialmente responsáveis, em Salvador, Bahia, Brasil.

Palavras chave: Responsabilidade social - Sustentabilidade - Design participativo - Economía Solidária - Meio Ambiente.

(* **Paulo Fernando de Almeida Souza.** Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (USP), Mestre em Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Brasília (UnB) e Bacharel em Desenho Industrial pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Especialista em Concepção de Produtos e Design orientado ao Ambiente, pela Sociedade Carl Duisberg (CDG), na Alemanha. É professor da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia. **Ana Beatriz Simon Factum.** Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal da Bahia (1983), especialista em Conteúdos e Métodos de Ensino pela Universidade Federal da Paraíba (1987), em Desenho Urbano pela Universidade Federal da Bahia (1992) e em Computação Gráfica pela Universidade Salvador (1999), doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (USP).

Análisis del diseño de carteles en Maracaibo (1970-1990)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 217-224. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2012
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Amarilis Elías y Claudio Ordóñez (*)

Resumen: Este artículo persigue, como objetivo principal analizar el diseño de carteles en Maracaibo (1970-1990). Para tal fin, se realizó una revisión teórica dirigida a explorar el contexto artístico que influyó la producción de carteles en la ciudad y la evolución del diseño de estos. Reseñan los artistas que más se destacaron en la realización de carteles en la Dirección de Cultura de LUZ. Dado que, en sus propuestas, intervienen aspectos funcionales, morfo-estéticos, comunicacionales y culturales, que resaltan la identidad del marabino. Metodológicamente se aborda haciendo un enfoque histórico, documental, a través de la consulta de revistas y libros. Se concluyó que fueron varios los artistas plásticos del país y extranjeros que trabajaron en la realización de carteles en la ciudad de Maracaibo. Los más destacados por la profusión de piezas realizadas y la riqueza de sus planteamientos estéticos y comunicacionales fueron Edgar Queipo, Francisco Bellorin, Ender Cepeda, Roberto Urdaneta, Ángel Peña y Luís Cuevas.

Palabras clave: Artista - Pintura - Cartel - Diseño - Maracaibo.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 224]

Introducción

La constante evolución y transformación que sufre el diseño gráfico, a nivel mundial, exige en el campo académico no sólo la incorporación de procesos técnicos-instrumentales, sino por el contrario, cada vez mayores y mejores espacios de reflexión. Así, la historia como materia de estudio permite dotar a la academia de referencias fundamentales relacionadas con la evolución de la disciplina. Más aún, el aporte de la historia, vista como acumulación de conocimientos, y como tradición, es un mecanismo fundamental de identificación, fidelidad y crecimiento profesional.

Los estudios de historia del diseño en el mundo son relativamente nuevos. La visión impuesta por Nikolaus Pevsner en su libro *Pioneros del diseño moderno* (1930), colocaba como origen del diseño a los procesos industriales que se generaron en Londres, Nueva York o Berlín, dejando de lado los posibles desarrollos regionales de muchas partes del mundo. Foros internacionales como

el Encuentro de Historia y Estudios del Diseño en Barcelona 1999, La Habana 2000, Estambul 2002 y Guadalajara 2004 han demostrado que hay una historia del diseño desde la periferia, con su propia narrativa, que recoge y valora el aporte regional. Es una materia pendiente que debemos asumir como un acto de responsabilidad social con nuestra región y con nuestro legado.

Afortunadamente, existe suficiente material bibliográfico internacional que permite a profesionales, docentes y estudiantes de esta especialidad, conocer sus antecedentes. En Venezuela ése no es el caso, puesto que existen muy pocos libros que recogen parte de la historia del diseño en el país. Si bien en Caracas se enseña Diseño Gráfico a nivel técnico desde 1964 (Instituto de Diseño Neumann-Ince), es Maracaibo la primera ciudad del país en comenzar a dictar la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico desde 1995, en la Universidad del Zulia. El rol pionero que ha asumido la ciudad de Maracaibo en la formación de estos profesionales amerita que se genere

un material informativo sobre la trayectoria del diseño gráfico en la región.

Los años cincuenta marcan el inicio de la modernidad en Venezuela, comenta (Sanabria, T, 2003), y hacia el final de esa década, el período de transición hacia la democracia. En lo que al área del diseño respecta, la mayoría de los diseñadores de la época eran empíricos, artistas plásticos con intereses comunicativos, técnicos de imprenta o profesionales formados en el exterior. El aporte de estas personas se expresaba en la publicidad, las tiras cómicas y la diagramación de libros, revistas, en la prensa diaria y ocasionalmente en empaques. Estos artistas años, más tarde, serían los protagonistas de la época de mayor producción de carteles de la región.

En este sentido, el presente artículo es relevante en el particular tema del cartelismo marabino, pues busca explicar cómo los artistas plásticos, entre los años 70 y 90, marcaron una pauta importantísima en la producción de carteles en la región zuliana. Específicamente en la ciudad de Maracaibo, convirtiendo los trabajos que se realizaron en aquella época tan fecunda, en punto de partida en la región de un movimiento cartelístico con un gran valor estético que enalteció la gráfica regional. Además de aportar referencias e información novedosa que muestra un aspecto importante sobre el origen y la evolución del diseño de carteles en la región zuliana.

Contexto artístico que influyó la producción de carteles en Maracaibo

Para la década de los setenta, ya América estaba influenciada por las tendencias vanguardistas de la creación del afiche artístico. Los carteles se caracterizan por mensajes gráficos publicitarios que concuerdan con las exigencias y los cambios socioculturales de la vida urbana, el consumo y la cultura contemporánea. Teniendo en cuenta las áreas publicitarias y los recursos gráficos utilizados en el afiche callejero de propaganda o publicidad, la presencia de los esquemas varían notablemente. Lo que dio lugar al desarrollo de un modelo contrario y complementario del afiche publicitario actual. Este emergente modelo publicitario, que utiliza el texto y los esquemas como lenguaje, apela a la reflexión y a la información, porque se encarga de la venta de productos técnicos y de alta tecnología, así como de bienes y servicios.

Es en este modelo de esquema que encuentra su espacio y futuro desarrollo como tercer lenguaje, la evolución morfo estética del cartel en Venezuela, modelo que seguirá apelando a la impulsividad del receptor y necesitará de una alta iconicidad de la imagen y una cooperación con el texto. Este actual modelo está destinado a la venta de productos de consumo y la promoción de acontecimientos sociales y culturales.

Por otro lado, el redescubrimiento del cartel, como paradigma de la publicidad, por un grupo de jóvenes vanguardistas alrededor de los años 60, que le dan el sentido de trascender la simple venta de productos de consumo y la promoción de acontecimientos sociales y culturales del momento. Utilizan para ello tres lenguajes con funciones complementarias y sinérgicas: la imagen, el texto y el esquema.

En ese mismo orden de ideas, el grupo Vertical 9, fundado en 1963 por varios pintores que proponían en su primer manifiesto la implantación del cartel en la estructura artística del momento en la ciudad marabina, tuvo su continuidad en un grupo denominado El Ojo Clínico en 1965. El cual sale a la palestra pública integrado por José Ramón Sánchez, Luís Bandres, José Antonio Castro, Juan Pintó, Jesús Serra y Besembely Mendoza, entre otros. En estos años, es notoria la presencia de dos artistas que lograron el reconocimiento nacional: Francisco Hung y Francisco Bellorín. El primero se convirtió en la figura principal del arte informalista en Venezuela. En 1965, obtiene el Premio Nacional de Pintura en el Salón Oficial Anual de Arte Venezolano, celebrado en el Museo de Bellas Artes de Caracas, (Ortega, 2002).

Por su parte, Francisco Bellorín trabajaba como grabador y pintor, empleando temas surrealistas y técnicas de grabado en metal, estampado en telas, serigrafía y el afiche; con sus propuestas promovió el desarrollo de las artes gráficas en la ciudad de Maracaibo y ahondó en la producción de carteles.

Finalizando la década de los años 60, específicamente en 1969, se funda el grupo de artistas Seis contra la rosca, con el ideal de dinamizar a una sociedad adormecida y tradicionalista, iniciando con ello un auge cultural importante. Según (Ortega, 2002), en las artes plásticas emergen movimientos como la Nueva Figuración y el Arte Conceptual. Iniciando estos años, en Maracaibo se comienza a gestar un importante movimiento de artistas, entre los que se encontraban Henry Bermúdez, Carmelo Niño, Ángel Peña, Ender Cepeda, entre otros artistas continuadores de los maestros Francisco Hung y Bellorín. En muchos de los casos no se encaminaron por las propuestas vanguardistas europeas, sino que realizaron una pintura independiente, llena de elementos fantásticos y cotidianos de la cultura zuliana.

A partir de los años 70, encontramos las primeras manifestaciones, aisladas, intermitentes y muy poco conocidas o difundidas del arte conceptual en Venezuela. Fue el inicio de una oleada generacional de vibrantes jóvenes artistas que organizaron exposiciones y participaron en bienales y salones de arte nacionales e internacionales. Todas estas acciones contenían la temática tropical y popular de la cultura latinoamericana como recuerdos nostálgicos de su lugar de origen. Según refiere (Ortega, 2002, p. 64). Asimismo mismo comenta que en Maracaibo se conforma el Grupo Guillo, integrado por artistas como Edgar Queipo, Ángel Peña, Ender Cepeda y Oscar González Bogen y de escritores como Laura Antillano, César Chirinos, Blas Perozo y Hugo Figueroa Brett.

Comenta (Ortega 2002, p. 64) que “en 1973 se realiza la exposición titulada 11 Tipos en la Sala Mendoza, que consistía en la muestra de la obra de un grupo de once jóvenes artistas en búsqueda de los nuevos lenguajes del arte contemporáneo”.

El primer Encuentro Nacional de Jóvenes Artistas se dio en 1975, organizado por el grupo Nueva Visión de Valencia. En el mismo participaron artistas de las nuevas generaciones, grupos como el Grupo Guillo de Maracaibo, donde se realizaron talleres, conferencias y charlas sobre la Cultura Nacional y Dependencia. Este primer encuentro se encaminó a la discusión y reflexión sobre el Arte Conceptual.

Para diciembre de ese mismo año se reúnen los artistas no convencionales, comenta (Ortega, 2002), denominados así por el uso de materiales y recursos poco ortodoxos, como desechos, fotografías, bambú, videos, ambientaciones y, en general, el cuerpo del propio artista, quienes participaron en instituciones como la Galería de Arte Nacional, el Museo de Bellas Artes y FUNDARTE, contando con la presencia de la crítica de arte Elsa Flores, con el fin de solicitar un espacio fijo para las manifestaciones de arte nuevo. Como resultado, FUNDARTE crea un programa de arte no convencional, gestionado por Bélgica Rodríguez.

El director de la Galería de Arte Nacional, Manuel Espinoza, propuso la cooperación de todos los artistas del nuevo arte para abordar y coordinar la programación, así como un espacio alterno para las nuevas propuestas, en el Ateneo de Caracas. Por su parte, el director del Museo de Bellas Artes Carlos Maldonado, aprueba la participación de estos artistas en los Salones del CONAC, como El Salón Oficial de Arte Venezolano.

La evolución del cartel zuliano de 1970 a 1990

Es importante acotar que no sólo la capital del país fue la más productiva en relación al diseño gráfico. En otras regiones de Venezuela también se gestaron importantes aportes a la gráfica venezolana. Una de las regiones más destacada fue la región zuliana, en cuya capital Maracaibo, hacia los años 70, un grupo de pintores se destacaba en la producción de carteles, generando una gran cantidad de estos que, hoy en día, son patrimonio de la colección de obras de la Dirección de Cultura de la Universidad del Zulia.

Para abordar la evolución de los carteles zulianos, es importante aclarar el término cartel que se maneja para el desarrollo de la presente investigación. El término cartel establece una relación directa con las obras pictóricas creadas por los artistas de la región: Edgar Queipo, Francisco Bellorín, Ender Cepeda, Ángel Peña, Luís Cuevas y Roberto Urdaneta, por lo que se debe entender que el término representa, al modo de ver de los investigadores. El más adecuado para los trabajos que estos artistas produjeron en ese período, debido a la similitud con lo sucedido a finales de 1800, cuando artistas de la talla de Cheret, Lautrec, Mucha, Grasset y otros, marcaban el floreciente apogeo del cartel en Europa.

Tanto en aquella época de finales del siglo XIX como en el período comprendido entre 1970 y 1990 en Maracaibo, se desarrollaron carteles artísticos que si bien reflejaban la idea de venta, se destacaron por su estética y la poética implícita en su planteamiento. Fueron diseñados con imágenes extrapoladas de obras pictóricas, logrando destacar en la historia de la gráfica zuliana, por representar la búsqueda de sus autores de un estilo propio. Predominando en su mayoría cierta preferencia por la figuración y una paleta cromática en la que se utilizaban primordialmente los colores brillantes, con cierta carga de identidad regional.

Los carteles de la Dirección de Cultura de la Universidad del Zulia

La Dirección de Cultura de la Universidad del Zulia ha desempeñado, a través de su historia un papel clave para la difusión y desarrollo de las artes y el diseño gráfico zuliano. A fines de los años 60, cuando no existía formalmente la profesión de Diseño Gráfico, un grupo de artistas plásticos zulianos desarrollaron una fructífera labor creativa que generó múltiples lecturas en el diseño y en la gráfica regional. Según el sitio web de la Dirección de Cultura de LUZ (www.cultura.luz.edu.ve), en 1968, gracias a la iniciativa de Francisco Bellorín, junto a los estudiantes Osvaldo Hung y Edwar Bohórquez de la Escuela de Arte Julio Árraga, se inicia el primer Taller Gráfico, en el cual se diseñan e imprimen los primeros afiches serigráficos de la Universidad del Zulia, destinados a promocionar los diferentes eventos culturales y científicos que se realizaban en la misma institución. En 1974, se funda el Centro Gráfico que agrupa a los talleres de grabado, diseño y serigrafía e incorpora a los artistas Ángel Peña, Énder Cepeda, Edgar Queipo, Luis Cuevas, Hernán Alvarado y al técnico serigrafista Manuel González.

El Taller de Grabado del Zulia pasó de estar ubicado en la Avenida 5 de Julio de Maracaibo a su sede actual en el Núcleo Humanístico, desde donde se establecen objetivos para contribuir al desarrollo de las diferentes manifestaciones de las artes plásticas. Son muchos los logros alcanzados en sus talleres de serigrafía, especialmente en la producción de carteles serigráficos. Con lo cual marcaron una pauta en la gráfica regional por el alto valor técnico-creativo de serigrafistas e impresores que allí trabajaron, como es el caso del polaco Mietex Deinesky y el español Vicente Alcazar. Quienes contaban con unas excelentes capacidades plásticas, técnicas e intelectuales que permitieron desarrollar propuestas de calidad y alta factura, tal como lo afirma el artista Wilmer Falcón (2003) cuando afirma que:

...son piezas de gran formato pertenecientes a una edición limitada; han sobrepasado las expectativas sobre la función convencional y estándar de los carteles ordinarios y comerciales. Las obras generadas en los talleres serigráficos de LUZ, por sus importantes contenidos estéticos y simbólicos, se convierten en piezas coleccionables, en patrimonio artístico y cultural de la región y del país. Así, la realización de un afiche es una excusa para la creación y la expresión libre del ser humano en torno a la sociedad, al mundo, al hombre mismo, más allá de los parámetros comerciales y masivos (Falcón, 2003, s/p).

Los artistas que trabajaron en la Dirección de Cultura de LUZ desarrollaron un trabajo con alto valor técnico-creativo en el manejo de la impresión serigráfica. La cual se basa en un sistema de planchas de estarcido colocadas sobre una trama de seda, en la que es empujada la tinta a través de ésta hasta ser impresa en un sustrato adecuado. En la serigrafía, las tintas se mezclan antes de imprimir. Una de las características principales de la serigrafía es el espesor de la tinta, una capa opaca que a veces es diez veces más espesa que las de tipografía (Swan, 1993).

Análisis morfo - estético de los carteles de Maracaibo

Entre los años 1970 y 1990, Maracaibo se convirtió en una ciudad gráficamente atractiva gracias a la producción de carteles realizados por los artistas que trabajaban al lado de Bellorín en la Dirección de Cultura de la Universidad del Zulia, produciendo carteles muy coloridos en los que, casi siempre, se encontraba presente la figura humana de manera muy expresiva.

Desde el punto de vista estético, esto provocaba que los carteles fueran perseguidos, robados o arrancados de las paredes por los estudiantes, empleados de LUZ o coleccionistas de afiches, debido a la gran calidad informativa y comunicativa que presentaban cada uno de ellos.

Luego de 1990, el protagonismo de la pintura va desapareciendo en la realización de carteles y es cuando el diseño gráfico comienza asumir su propio protagonismo con características propias y en búsqueda de su evolución. Posteriormente, la creación de las Escuelas de Diseño Gráfico en la Universidad del Zulia, en la Universidad Cecilio Acosta, UNICA y la Universidad Rafael Bellosillo Chacín (URBE), contribuye fuertemente a que el diseño gráfico de la ciudad tome un rumbo propio.

Mensaje morfológico y estético

En este capítulo, se presenta la selección de tan sólo 39 carteles de los más de tres mil realizados entre los diferentes años que comprende el período de estudio analizado en esta investigación (1970-1990). La selección de los mismos se hizo tomando como criterio dos directrices: el manejo de las variables estéticas y la significación histórica del evento que anunciaba el cartel.

Para realizar el análisis morfo-estético de los carteles de los artistas Francisco Bellorín, Ender Cepeda, Edgar Queipo, Ángel Peña, Luis Cuevas y Roberto Urdaneta, se parte de algunos postulados sobre el mensaje-estético y la morfología.

La morfología

La morfología es una parte de la gramática que se ocupa de la estructura de las palabras. En el Diseño Gráfico, se considera como un estudio orientado a describir la conformación y caracterización de las partes constituyentes de la forma de una imagen. Dicho de otra manera, la morfología es un análisis de la forma estructural que representan las imágenes empleadas en la realización de un diseño. Por su parte, la imagen es una reproducción de algo que está presente en la realidad. Aunque la imagen tenga semejanzas con la realidad, posee una carga de valores aportada por quien la realizó. Por lo cual no puede contener una objetividad absoluta, pues el punto de vista del emisor siempre está presente. Según Alonso y Matilla (1990:62), la imagen presenta características que pudieran ser fundamentales al momento de realizar su estudio. Estas son:

- La iconicidad o semejanza de la imagen con la realidad.
- La sugestividad de la imagen más allá de lo que directamente representa.
- La originalidad en diversos aspectos, o por el contrario, la insistencia en estereotipos.

Este grupo de características contribuyen a determinar que la imagen en su significación presenta una o muchas lecturas, dependiendo del entorno cultural en que se encuentre inmersa. La función que nos interesa resaltar en las imágenes de los carteles de Maracaibo es la comunicativa, por lo que “transmiten un caudal de datos que están ahí con una determinada finalidad” (Alonso y Matilla, 1990, p. 60). Partiendo de esta premisa, podemos identificar tres sub-funciones:

- Informativa: registro de imágenes, que capta un momento que puede ser exhibido posteriormente como testimonio de aquello de lo sucedido en el pasado. Ejemplo de esto son las imágenes históricas.
- Recreativa: imagen que expresa ideas o sentimientos. Pueden representar una distracción, como las obras de artes plásticas, el diseño y la decoración.
- Sugestiva: esta imagen es persuasiva y busca obtener algo del observador. Esta función es muy común en la imagen publicitaria y propagandística para convencer sobre la adquisición del producto, servicio o idea sobre la cual hace referencia (Alonso y Matilla, 1990, p. 60).

Morfología de la imagen

La morfología de la imagen se define como la forma que adquiere la imagen según la intención y la realidad que representa, y se puede componer según (Lomas, 1999, p. 278) por los siguientes elementos:

- Iconicidad: en este caso la imagen es fiel a lo que representa.
- Abstracción: la imagen se aleja del objeto representado.
- Monosemia: aquí predomina la descripción visual con una intención informativa y descriptiva.
- Polisemia: la imagen juega con distintos significados, pudiendo llevar a la ambigüedad en algunos casos.
- Originalidad: es original la imagen si las figuras utilizadas alteran la forma habitual de ver las cosas.
- Redundancia: la imagen repetida convertida en estereotipos social.
- Denotación: la imagen es informativa, obvia y monosemática.
- Connotación: la imagen interpretativa, compleja y polisémica.

Destaca la función icónica de la imagen para el caso que atañe a este estudio, el del cartel, debido a que su poder reside en el poder de la imagen que presenta y que su lenguaje se fundamenta en la necesidad de transmitir un mensaje con la sola presencia de su imagen. Al respecto, (Ramírez, 1988, p. 182) afirma que “puede existir un cartel sin palabras, pero nunca sin imágenes”. De tal manera que para que la imagen pueda resultar eficaz en el campo publicitario, debe ser asimilada con rapidez y leído de manera automática por el espectador.

El cartel, desde sus orígenes en Europa hacia finales de 1800, siempre ha utilizado como recurso algún tipo de imagen caracterizada por el uso preferencial de signos de carácter figurativo. Esto ha provocado que el cartel subsista desde entonces hasta nuestros días, debido a que aprovecha la capacidad innata que tiene el ser humano de percibir el mundo de forma asociativa.

Lo estético

Si tomamos en cuenta las premisas expuestas por la Bauhaus (1919), entenderemos que el diseño debe ser simple, directo, comprensible y funcional. Independientemente de si su propuesta es formal, geométrica u orgánica, sutil o contundente, plana o espacial. El diseño debe cumplir su cometido: transmitir un mensaje, debido a que su objetivo es comunicacional.

Por ello, para comprender un cartel, se debe decodificar su lenguaje. Por lo que en esta investigación recurriremos a la utilización del análisis morfo-estético para comprender su lenguaje a través de los códigos estéticos propuestos por Román Jakobson en su teoría de la comunicación de los años 50, en la cual involucra el sentido, lo social y lo cultural. Para analizar los códigos estéticos, Jakobson establece dos tipos de códigos semiológicos:

1. La experiencia lógica, la cual analiza la percepción objetiva del mundo exterior y contiene elementos que son cubiertos por la razón y un sistema de relaciones.
2. La experiencia afectiva o estética, la cual se refiere al sentimiento íntimo y subjetivo que emite el alma frente a la realidad.

El término estético está justificado en este caso porque el cartel se vincula con la forma de expresión de las artes, pero en un sentido amplio. Por lo tanto, la expresión estética no se aplica aquí simplemente a lo bello, sino también a lo concreto y a lo sensible. Para Pierre Guiraud (1996:88),

Las artes son modos de figuración de la realidad y los significados estéticos son objetos sensibles... por eso el mensaje estético no tiene la simple función transitiva de conducir hasta el sentido sino que tiene un valor en sí mismo: es un mensaje-objeto.

Este postulado es de carácter importante en lo que Jakobson describe como la función poética.

“La función poética o estética, según Jakobson, es la relación del mensaje consigo mismo. Es la función estética por excelencia: en las artes, el referente es el mensaje que deja de ser instrumento de la comunicación para convertirse en objeto” (Guiraud, 1996, p. 13).

Las artes generan mensajes-estéticos más allá de los signos que los soportan, por ello se convierten en portadores de su propia significación con una semiología específica. Por lo que en las artes una obra, según el estilo (romántico, realista, surrealista, cubista, etc.), puede ser objeto de diferentes interpretaciones. Los elementos dentro de una obra de arte o diseño gráfico pueden remitir tanto al código adoptado como al contenido del mensaje. Por ejemplo Guiraud, 1996: refiere que “el título de una obra de arte remite mucho más al código adoptado”.

En el diseño de un cartel o de cualquier otra pieza de diseño editorial, es necesario analizar cada uno de los elementos estructurales, ya que los mismos son de gran importancia para comprender el concepto gráfico y para determinar si cumple con las características que debe contener un diseño editorial. A continuación se presentan algunos de los elementos de diseño que se pueden manejar para analizar los criterios aplicados al observar

un producto editorial como el cartel, objeto de estudio de este artículo:

- La imagen se debe relacionar con el contenido del mensaje del cartel y debe estar representada de manera atractiva para que pueda generar un impacto visual.
- La tipografía debe estar estrechamente relacionada tanto con el público consumidor como con el mensaje que se desea transmitir. Pero teniendo en cuenta que sea suficientemente legible para que funcione como medio transmisor limpio y directo del mensaje.
- El color debe ser acorde al tema y a la audiencia y, sobre todo, debe crear un impacto visual a través del concepto gráfico que se aplicó en el cartel.
- La relación texto-imagen es de gran importancia en el diseño editorial. La función de los textos en, muchos casos, es identificar o describir la imagen que presenta. Por consiguiente, es determinante jerarquizar eficientemente el texto con respecto a la imagen.
- La audiencia es un elemento importante a tomar en cuenta en un cartel para observar si su concepto gráfico se adapta adecuadamente al público al cual se dirige.
- El equilibrio es importante que esté presente en la diagramación del cartel, de tal manera que exista una armonía en el recorrido visual.

En síntesis, se debe conocer cada uno de los aspectos que se presentan en el cartel al momento de realizar un estricto estudio analítico de su diseño y del concepto gráfico que se aplicó en su realización.

Análisis de los carteles zulianos

Para proceder al análisis de los afiches realizados por los artistas Francisco Bellorín, Ender Cepeda, Edgar Queipo, Ángel Peña, Luis Cuevas y Roberto Urdaneta desde 1970 hasta 1990, se seleccionó una obra por cada artista. Cada cartel elegido resalta por su morfología-estética y su concepto gráfico.

Análisis del cartel de Francisco Bellorín

Análisis técnico:

Autor: Francisco Bellorín

Año: 1981

Título: Día del empleado Universitario

Técnica: Serigrafía

Medidas: 96 x 66 cm

Análisis morfo-estético:

- Iconicidad: en este caso la imagen representa dos rostros encontrados de perfil con ciertas alteraciones, cubriendo más del 90% del formato.
- Polisemia: expresa distintos significados, en rostros que no establecen diferenciación de género.
- Originalidad: está dada por dos perfiles, que si bien se reconoce que parten de la realidad, están representados de manera alterada en sus formas, lo cual permite observar una imagen novedosa y creativa, atractiva. Esto justifica el impacto visual que causó en la fecha de su concepción.

- **Connotación:** la imagen se puede comprender claramente; aunque resulte sintética en sus formas, expresa múltiples significados.
- **Tipografía:** es escasa, contiene el texto necesario para transmitir el mensaje de manera legible, concreta, directa y clara, además de contribuir al peso visual, haciendo un balance blanco/negro.
- **Color:** juega con los colores complementarios; presenta tonos vibrantes y planos, que pudiera representar la diversidad de empleados que trabajan en la universidad. El color, conjuntamente con la imagen, son los detonantes del impacto visual que se aplicó a este cartel.
- **Relación texto-imagen:** es de gran importancia en este diseño el poder de la imagen, por lo que el texto queda subordinado completamente a la imagen.
- **Equilibrio:** aunque se observa el mayor peso de las formas hacia el lado izquierdo, la diagramación del cartel con un predominio de la horizontalidad, hace que resulte armonioso equilibrando los pesos y facilitando su recorrido visual.

Análisis del cartel de Ender Cepeda

Análisis técnico:

Autor: Ender Cepeda

Año: 1980

Título: 1er Encuentro Nacional de Lingüística

Técnica: Serigrafía

Medidas: 96 x 66 cm

Análisis morfo-estético:

- **Iconicidad:** la imagen representa la abstracción de una silueta humana, en la que observamos la dualidad en posición de frente y de perfil, con una integración de media luna y un sol, elemento simbólico de Maracaibo.
- **Monosemia:** la imagen o silueta es sencilla, lo que conlleva a la rápida comprensión de su significado. No establece diferenciación de género.
- **Originalidad:** es una representación de la figura humana atractiva y novedosa.
- **Denotación:** la imagen se puede comprender claramente; de un rostro brotan ondas de colores que representan el lenguaje, tema del encuentro que promueve.
- **Tipografía:** sólo contiene el texto necesario para transmitir el mensaje de manera legible, concreta, directa y clara.
- **Color:** se presenta monocromático en alto contraste blanco y negro, acentuado con unas ondulantes franjas de colores que constituyen el punto focal del cartel.
- **Relación texto-imagen:** la imagen es poderosa, por lo que el texto queda subordinado completamente a la imagen en un porcentaje 30% - 70%.
- **Equilibrio:** la diagramación del cartel presenta un predominio de la verticalidad, ocupando más de tres partes del formato, por lo que se logra compensar el peso visual y se aprecia la armonía de su diagramación.

Análisis del cartel de Edgar Queipo

Análisis técnico:

Autor: Edgar Queipo

Año: 1983

Título: Bolívar, un continente

Técnica: Serigrafía

Medidas: 96 x 66 cm

Análisis morfo-estético:

- **Iconicidad:** en este caso la imagen representa fielmente la silueta del Bolívar, que se ha convertido en símbolo de este personaje.
- **Polisemia:** porque expresa distintos significados, en rostros que no establecen diferenciación de género.
- **Originalidad:** se considera novedosa y creativa la manera limpia en que se dispone la imagen jugando con el principio de repetición de la forma.
- **Connotación:** la imagen se puede comprender claramente; aunque se resuelve en síntesis en sus formas, expresa múltiples significados.
- **Tipografía:** contiene el texto necesario para transmitir el mensaje de manera legible, concreta, directa y clara, ubicándose en la parte inferior de manera centrada y estableciendo jerarquización en el tema del evento.
- **Color:** es realizado en tres tintas: negro, rojo y amarillo que se mezclan, generando otros tonos vibrantes y planos que le dan el impacto al cartel.
- **Relación texto-imagen:** es de gran importancia en este diseño el poder de la imagen, por lo que el texto queda subordinado completamente a la imagen que ocupa casi un 70% del formato.
- **Equilibrio:** la diagramación del cartel presenta un predominio de tres franjas dispuestas horizontalmente: en las dos superiores se ubicó la imagen y en la franja inferior los textos.

Análisis del cartel de Ángel Peña

Análisis técnico:

Autor: Ángel Peña

Año: 1979

Título: II Encuentro Regional de Danza Contemporánea y Ballet

Técnica: Serigrafía

Medidas: 96 x 66 cm

Análisis morfo-estético:

- **Iconicidad:** en este caso la imagen representa figuras danzando de perfil, que la muestran fiel al evento que hace referencia.
- **Monosemia:** porque expresa la descripción visual e informativa del evento de manera escenográfica.
- **Originalidad:** está dada por dos perfiles danzando que parten de la realidad, sin alterar sus formas, observándose de manera novedosa y creativa.
- **Connotación:** la imagen se puede comprender claramente; aunque resulte simple en sus formas, expresa múltiples significados.
- **Tipografía:** es sólo la necesaria para transmitir el mensaje de manera legible, concreta, directa y clara ubicado en la parte inferior del cartel.
- **Color:** es policromático, por lo que sus colores conjuntamente con la imagen son los detonantes del impacto visual que se aplicó en el cartel, con tonos vibrantes y planos.

- Relación texto-imagen: es de gran importancia, en este diseño, el poder de la imagen por lo que el texto queda subordinado completamente a ella.
- Equilibrio: la diagramación del cartel presenta una franja de base de la cual nace un óvalo que contiene las figuras centrales, predominando la verticalidad.

Análisis del cartel de Luís Cuevas

Análisis técnico:

Autor: Luís Cuevas

Año: 1990

Título: Con tu Canción en la piel – Homenaje a Alí Primera

Técnica: Serigrafía

Medidas: 96 x 66 cm

Análisis morfo-estético:

- Iconicidad: en este caso la imagen es fielmente el objeto representado.
- Monosemia: predomina la descripción visual con la intensidad informativa del evento que promociona.
- Redundancia: presenta una imagen que es un estereotipo del artista Alí Primera, pero trabajada en síntesis abierta que le da un carácter expresivo y creativo.
- Connotación: la imagen se puede comprender claramente; aunque resulte sintético en sus formas, expresa múltiples significados.
- Tipografía: contiene el texto necesario para transmitir el mensaje de manera legible, concreta, directa y clara en contraste con la imagen, ubicado en la parte superior del cartel a manera de cabecero.
- Color: en este caso el color no reina, resaltando sólo algunos detalles de las figuras. Predomina el color azul en la cuatricromía que se aplicó al cartel, con tonos vibrantes y planos.
- Relación texto-imagen: es de gran importancia en este diseño el poder de la imagen, por lo que el texto queda subordinado completamente a la imagen.
- Equilibrio: la diagramación del cartel presenta una estructura con una simetría relativa. Al pasar una línea horizontal por su centro se generan dos círculos en las formas que contiene.

Análisis del cartel de Roberto Urdaneta

Análisis técnico:

Autor: Roberto Urdaneta

Año: 1983

Título: 25 aniversario de la Facultad de Arquitectura de LUZ

Técnica: Impresión Offset

Medidas: 90 x 56 cm

Análisis morfo-estético:

- Abstracción: en este caso la imagen está constituida por la superposición del identificador de la institución (Facultad de Arquitectura) sobre estructuras.
- Polisemia: porque expresa distintos significados a través de la tipografía que genera estructuras modulares.

- Originalidad: está dada por la manera armónica en que se integran los textos, texturas y retículas que permite observar una imagen novedosa y creativa, atractiva, por lo que se evidencia el impacto visual que atrapa al espectador.
- Denotación: la imagen se puede comprender claramente, porque es informativa y obvia.
- Tipografía: es un cartel tipográfico y hasta la textura visual es tipográfica, constituida por los nombres de los egresados hasta ese año, además es clara y legible
- Color: está expresado por una cuatricromía de colores planos en tonos pastel, sobre un fondo negro que genera un contraste que destaca la imagen.
- Relación texto-imagen: La imagen gráfica del cartel es contenida por las franjas de texto superior e inferior del formato. Este diseño es ejemplo del poder de la imagen, por lo que el texto queda subordinado completamente a ella.
- Equilibrio: en la diagramación del cartel predominan estructuras constructivas paralelas en diagonal.

Conclusiones

Este artículo intentó contribuir, de alguna manera, a llenar parte de un vacío que existe en el país en torno a la gráfica regional. Sobre la que existe muy poco material bibliográfico que sirva de referencia sobre lo sucedido en torno a esta disciplina en las diferentes regiones del país. Por lo que se puede considerar como un aporte para acrecentar el conocimiento sobre las raíces del diseño local, contribuyendo a que la cultura se enriquezca intelectualmente y se difunda entre los diseñadores, docentes y estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico y Arte.

Se concluye que fueron varios los artistas plásticos nacionales y extranjeros que trabajaron en la realización de carteles en la ciudad de Maracaibo entre los años 1970 y 1990. Algunos de los más destacados por la profusión de piezas realizadas y la riqueza de sus planteamientos estéticos y comunicacionales fueron Edgar Queipo, Francisco Bellorín, Ender Cepeda, Roberto Urdaneta, Ángel Peña y Luís Cuevas. Por lo que se convirtieron en objeto de estudio de la investigación, pero sin desestimar el aporte dejado por otros artistas destacados que también para la época tuvieron una profusa producción de carteles. Entre los cuales se encuentran Hernán Alvarado, Francisco Hung, Nubardo Coy, Juan Mendoza, Vicente Alcázar, Alonso Zurita, Mietex Deiniesky, Abilio Padrón, Yolanda Delgado, José Gregorio Delgado, Ernesto López, Maruja Dagnino y Wilmer Falcón.

Se pudo constatar, durante la investigación, que se ha escrito ampliamente sobre la historia del arte y cada una de sus disciplinas en Venezuela. Pero sobre el Diseño Gráfico no se encuentran documentos precisos que recojan información sobre cómo ha sido su trayectoria, sus procesos, cambios y evolución en las regiones, y mucho menos sobre un área específica del diseño como lo es el diseño editorial, del cual se derivan publicaciones como los carteles.

En el campo del Diseño Gráfico en la ciudad de Maracaibo, los mayores aportes fueron dados por los pintores, artistas plásticos con propuestas muy impactantes, cuyos trabajos pictóricos fueron utilizados para desarrollar los

carteles, coincidiendo este hecho con lo sucedido en el cartelismo europeo hacia finales de 1800.

De igual manera, se destacó que estudiar la historia del diseño de carteles en Maracaibo permite entender los factores que incidieron en sus producciones y el procedimiento empleado para resaltar su carácter informativo, formativo y educativo, lo cual les permitió transmitir un mensaje específico a través de este medio de comunicación de masas. Se determinó que las características morfo-estéticas predominantes en el diseño de carteles zulianos realizados entre 1970 a 1990, son las siguientes:

1. La imagen generalmente es de carácter figurativo.
2. La mayoría de las veces, la imagen es el punto central de los carteles y, prácticamente, se presenta ocupando más del 80% del formato de los mismos.
3. El empleo de las formas geométricas constructivistas es muy incipiente en los carteles zulianos.
4. Las formas e imágenes representadas en los carteles son normalmente muy expresivas, contundentes, fuertes e impactantes.
5. Predominó el grafismo del dibujo en los carteles, actividad que se facilitaba gracias a la amplia experiencia y habilidades que los artistas poseían en la realización de dibujos.
6. La fotografía fue utilizada en menor medida y en la mayoría de los casos era intervenida por el dibujo.
7. En cuanto a la orientación del cartel, existió un predominio de la verticalidad.
8. Los carteles presentan cierta influencia del movimiento expresionista alemán.
9. En la diagramación, los carteles presentan organizaciones variadas: verticales, horizontales y diagonales, evidenciándose un acentuado predominio por el uso de la imagen como centro de interés.
10. La tipografía fue utilizada con mucha moderación y, por lo general, estaba subordinada a la imagen.
11. Existió una marcada preferencia por el uso de colores primarios y complementarios.
12. Los colores, normalmente, se aplicaban de forma plana y se notó escasa presencia de la modulación del color.
13. El sistema de impresión más utilizado fue la reproducción serigráfica.
14. El alto valor estético que presentan los carteles contribuyó a que se convirtieran en piezas coleccionables muy codiciadas por los expertos en el área.
15. El formato más utilizado fue el pliego completo, algo poco usual hoy en día pues resulta casi imposible reproducir un cartel en serie con esas dimensiones, debido a que no existen las maquinarias necesarias para su reproducción en la región.

Bibliografía

- Alonso, M. y Matilla, L. (1990). *Imágenes en acción: Análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*.
- Falcón, W. (2003). Catálogo: *Perennidad de lo Efímero*. Dirección de Cultura Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela
- Guiraud, P. (1996). *La semiología*. México D.F: Siglo Veintiuno.
- Jakobson, R. (1970). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ed. Ariel.

Lomas, C. (1999). *Lengua y medios de comunicación de masas, en Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras: teoría y práctica de la educación lingüística*, Vol. 2. Barcelona: Editorial Paidós.

Ortega Navarro, Manuel. 2002. *Una aproximación a la historia de la vanguardia artística y literaria en Venezuela*. Revista de Literatura Hispanoamericana. No. 45, pp 69-79.

Pevsner Nicholas. 1977. *Pioneros del diseño moderno*, Ediciones Infinito, Buenos Aires.

Ramírez, J. A. (1988). El Cartel. En: *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cuadernos Arte/Cátedra.

Sanabria, T. (2003). *Conversaciones*. Fundación para la Cultura urbana. Venezuela.

Swan, A. (1993). *El color en el Diseño Gráfico*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Abstract: This article chases as principal aim to analyze the sign design in Maracaibo (1970-1990). For such an end, a theoretical review was realized directed to exploring the artistic context that influenced the production of signs in the city and the evolution of the design of these and there outline the artists who stood out in the accomplishment of signs in the Direction of LUZ'S Culture, as long as in their offers intervene functional, morpho-aesthetical, communication and cultural aspects, which highlight the identity of the marabino people. Methodologically it is faced doing a historical, documentary approach, across the consultation of magazines and books. It was concluded that there were several the plastic artists of the country and foreigners that worked in the accomplishment of signs at the city of Maracaibo, the most emphasized by the profusion of realized pieces and the wealth of his aesthetic and communicational expositions were: Edgar Queirolo, Francisco Bellorin Ender Cepeda, Roberto Urdaneta, Angel Pena and Luis Cuevas.

Key words: Artist - Painting - Poster - Design - Maracaibo.

Resumo: Este artigo tem como objetivo principal analisar o design de cartazes em Maracaibo (1970-1990). Para este fim, foi realizada uma revisão teórica que teve como objetivo explorar o contexto artístico que influenciou a produção de cartazes na cidade e a evolução do design deles. Também apresenta os artistas mais proeminentes na realização dos cartazes na Cultura de LUZ, dado que as suas propostas que envolvem a comunicação funcional, morfológica e estética e cultural, destacando a identidade de Maracaibo. A metodologia de análise é documental e histórica, através da consulta de revistas e livros. Concluiu-se que vários artistas do país e estrangeiros trabalharam em fazer cartazes na cidade de Maracaibo. Principalmente, e pela profusão de peças e a riqueza de sua estética e comunicação, estes foram: Edgar Queipo, Francisco Bellorin Ender Cepeda, Roberto Urdaneta, Angel Pena e Luis Cuevas.

Palavras chave: Artista - Pintura - Cartaz - Design - Maracaibo.

(* **Amarilis Elías** Licenciada en Artes Plásticas de la Universidad Católica Cecilio Acosta, Magíster en Educación Superior Universidad Fermín Toro. Doctora en Arquitectura en la Universidad del Zulia. Profesora investigadora Asociada a la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. **Claudio Ordóñez** Profesor Investigador Asociado de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. Participante en el Doctorado en Arquitectura de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. Coordinador del Departamento de Identidad Institucional de la Dirección General de comunicación de LUZ.

La disciplina del diseño gráfico en la formación universitaria del diseñador industrial

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 225-228. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: agosto 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Jimena González del Rio, Olga Ampuero-Canellas y
Begoña Jorda-Albiñana (*)

Resumen: El objetivo de este artículo es mostrar la evolución del papel del diseño gráfico en la formación del futuro diseñador industrial en España tal y como se imparten en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño de la Universidad Politécnica de Valencia, ETSID. La antigua titulación solamente contemplaba dos asignaturas de carácter optativo relacionadas con el diseño gráfico. En la actualidad, con el nuevo plan de estudios, se evidencia una mayor relevancia del diseño gráfico en la formación del futuro diseñador industrial.

Palabras clave: Diseño Gráfico - Plan de Estudios - Diseño Industrial - Formación - Competencias profesionales.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 228]

Introducción

En las últimas décadas las competencias profesionales del diseñador industrial en España han ido cambiando. Mientras en los años 80 los intereses se centraban en la innovación tecnológica o la innovación por diseño, en los 90 se fomentó el valor de la comunicación y de la imagen del producto industrial con diseño.

Actualmente, el mercado demanda diseñadores industriales que sean estrategias de nuevos productos y servicios de Diseño asumiendo las competencias profesionales de la gestión del proyecto desde la concepción hasta la producción y lanzamiento.

Este cambio de mentalidad se ve reflejado en el nuevo plan de estudios elaborado para la formación universitaria de los diseñadores industriales en España y, más concretamente, en el nuevo Grado en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos.

Este artículo analiza el aumento del valor añadido a la disciplina del diseño gráfico en la formación universitario del diseñador industrial en España.

En primer lugar, se describe que es el diseño gráfico con el fin de extraer que beneficios puede aportar al futuro diseñador industrial. A continuación, se analizan las asignaturas relacionadas con el diseño gráfico de la antigua titulación de Ingeniero Técnico Industrial, especialidad en Diseño Industrial (BOE, 3/12/1998), y de los estudios de Graduado en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos (BOE, 9/12/2010), tal y como se imparten en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño, ETSID de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). Finalmente, se compara la importancia dada al diseño gráfico entre las dos titulaciones para extraer una serie de conclusiones sobre la evolución futura de esta disciplina.

El diseño gráfico

El diseñador americano William Addison Dwiggins, creador del término, concebía el diseño gráfico casi exclusivamente como la organización de los materiales

que debían pasar luego al papel. Por tanto, el diseño gráfico es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. O, lo que es lo mismo, el diseño gráfico es la actividad que, mediante un método específico (el diseño), construye mensajes (comunicación) con medios visuales.

En la actualidad el diseño gráfico es un concepto muy amplio que incluye distintas disciplinas gráficas: la tipografía, la construcción y manipulación de imágenes, el diseño de logotipos y la creación de identidad corporativa, el diseño de exposiciones, el diseño de envases, la señalética, el diseño en entornos digitales, etcétera. Todas ellas son de gran importancia para el diseñador industrial ya que contribuyen a presentar el producto en el mercado y hacerlo atractivo. Así pues, parece evidente que el diseñador industrial debe tener conocimientos básicos de los principios elementales del diseño gráfico con el fin de que pueda realizar o encargar materiales gráficos de apoyo al producto: carteles, presentaciones multimedia, catálogos, folletos, envases, identidades visuales.

El diseño gráfico en la antigua titulación

El Real Decreto 1462/1990, de 26 de octubre, establece el título universitario oficial de Ingeniero Técnico en Diseño Industrial y marca unas directrices generales a seguir en la elaboración de los planes de estudios conducentes a la obtención de este título. Siguiendo esta normativa, la UPV elaboró su propio plan de estudios de Ingeniero Técnico Industrial, especialidad en Diseño Industrial (publicado en el BOE el 3 de diciembre de 1998).

El plan de estudios se organiza en cuatro áreas:

1. Sistemas de representación y comunicación.
2. Materiales, Tecnología y Procesos industriales.
3. Fundamentos básicos de la física, matemática aplicada e historia y cultura de Diseño.

4. Proyectos.

Estas cuatro áreas se reparten a lo largo de tres cursos académicos con la siguiente estructura:

- Primer curso: Básico Técnico-creativo.
- Segundo curso: Básico tecnológico.
- Tercer curso: Proyectos.
- Proyecto final de carrera.

En este plan de estudios, la disciplina del diseño gráfico se imparte en dos asignaturas del tercer curso: Grafismo y Presentación de proyectos de productos industriales

Grafismo

La asignatura de Grafismo está incluida dentro del tercer curso de la titulación de Diseño Industrial. Es optativa, consta de 4,5 créditos y se imparte a lo largo del primer semestre.

En esta asignatura los alumnos entran en contacto con la metodología y el trabajo que conlleva el desarrollo de una identidad visual corporativa. Fundamentalmente, se trata de transmitir la importancia de una identidad visual fuerte, sólida y homogénea, como punto de partida para lograr la aceptación del producto y su éxito en el mercado. Los objetivos formativos de la asignatura son los siguientes:

- Diseñar una identidad visual corporativa y los distintos elementos que la componen: logotipo, símbolo gráfico, color y tipografía corporativa.
- Aplicar los principios básicos del diseño (legibilidad, originalidad, fuerza comunicativa, coordinación, claridad, síntesis...) a la creación de identidades visuales.
- Dominar las principales etapas de un proyecto gráfico.
- Desarrollar un manual de identidad visual corporativa.
- Desarrollar diferentes aplicaciones de la identidad visual.
- Utilizar a nivel medio un programa informático de diseño gráfico.

Presentación de proyectos de productos industriales

La asignatura de Presentación de Proyectos de Productos Industriales está incluida dentro del tercer curso de la titulación de Diseño Industrial y es una asignatura de Libre Elección. Consta de 6 créditos y se imparte a lo largo del segundo semestre.

Las asignaturas de libre elección son aquellas que el estudiante puede elegir para la libre configuración de su currículum, según recoge el Real Decreto 1267/1994 (BOE, 11/06/94). Estas asignaturas permiten realizar una serie de actividades que no están necesariamente relacionadas con los estudios que se están cursando.

Como su nombre lo indica, la asignatura se centra en formar a los alumnos en la presentación adecuada de un producto industrial. Sus objetivos formativos son los siguientes:

- Establecer las principales etapas a seguir para realizar una presentación de un producto industrial.
- Desarrollar presentaciones gráficas de proyectos de productos industriales en formato digital.
- Aplicar los principios básicos del diseño gráfico a una presentación multimedia: legibilidad, originalidad, fuerza comunicativa, claridad, síntesis...
- Dominar los principios básicos que guían la elaboración de un proyecto multimedia: interactividad, hipertexto, contenidos multimedia, resolución de pantalla, modo de lectura, velocidad de procesamiento y transmisión, tamaño de la pantalla...
- Utilizar a nivel medio un programa para realizar presentaciones en formato digital.

El diseño gráfico en la nueva titulación

En el desarrollo de esta nueva titulación se partió de las directrices marcadas por el libro blanco del Título de Ingeniero en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos publicado por la ANECA, La Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. En él aparece recogida la importancia del diseño gráfico en la formación del futuro diseñador industrial junto a otras disciplinas como el diseño de producto, el interiorismo, el packaging o la estrategia empresarial.

Asimismo, este documento recoge un análisis de la situación de los estudios de diseño industrial en el extranjero. En los planes de estudio de los países estudiados (Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Latinoamérica), se encuentran materias relacionadas con el diseño gráfico o la comunicación visual.

Entre las propuestas de contenidos para la nueva titulación que propone este Libro Blanco encontramos la asignatura Diseño gráfico y comunicación en el bloque Contenidos Comunes Obligatorios (Troncales). Sus descriptores son los siguientes: conceptos de diseño gráfico, metodología del proyecto gráfico, identidad visual corporativa.

A través de esta asignatura, se observa que el Libro Blanco reconoce la importancia del diseño gráfico en la formación del diseñador industrial ya que le otorga un carácter obligatorio. Es decir, que ha de cursarse por todos los alumnos para obtener la titulación.

A partir de las recomendaciones del Libro Blanco, la UPV elaboró su propio plan de estudios.

El plan de estudios se estructura en 4 cursos y 240 ECTS. Siendo las siglas ECTS, el sistema europeo de transferencia y acumulación de créditos que el alumno debe realizar.

El ECTS se basa en la carga de trabajo que el estudiante debe realizar para la consecución de los objetivos de un programa educativo concreto.

En la página web de la UPV se muestran las asignaturas ofertadas por la ETSID. Tras el análisis de las asignaturas y sus contenidos encontramos cuatro que se corresponden con la disciplina del diseño gráfico.

Diseño gráfico y comunicación

Esta asignatura se corresponde con la propuesta en el Libro Blanco y mantiene el mismo nombre. Es de carácter obligatorio, lo que significa que han de cursarla todos los alumnos. Puesto que es la única asignatura obligatoria sobre diseño gráfico. Para muchos alumnos será la única oportunidad de conocer como el diseño gráfico puede ayudar a la presentación y comunicación de un producto industrial en cualquiera de las fases del proyecto. Por lo tanto, al plantear los contenidos y objetivos se ha de buscar ofrecer una visión panorámica de que es el diseño gráfico y como se aplica al diseño industrial.

La asignatura tiene 6 ECTS y se imparte en el primer semestre del tercer curso. Pertenece a la materia Fundamentos del Diseño, junto a otras asignaturas también obligatorias como Envase y embalaje, Estética e historia del diseño, Ergonomía, Diseño básico y creatividad.

En el resumen de contenidos aparecen los siguientes descriptores: conceptos de diseño gráfico, tipografía, color, composición, maquetación básica, metodología del proyecto gráfico, diseño gráfico por ordenador. Los objetivos formativos son los siguientes:

- Aplicar los principios básicos del diseño gráfico a la comunicación gráfica del producto industrial.
- Diseñar elementos gráficos de comunicación que apoyen al producto industrial en cualquiera de las fases de su desarrollo.
- Utilizar a nivel medio un programa informático de diseño gráfico.
- Aplicar adecuadamente el color a un producto gráfico.
- Aplicar adecuadamente la tipografía y los textos en un producto gráfico.
- Componer de forma adecuada un producto gráfico.
- Identificar y proyectar las distintas etapas de un proyecto gráfico desde la redacción del briefing y planteamiento de objetivos hasta la producción final.

Análisis gráfico y presentación del producto industrial

Se trata de una asignatura optativa y se integra dentro de una materia de carácter proyectual: Mención II: Diseño Avanzado de Productos Industriales.

Tiene 6 ECTS y se imparte en el segundo semestre del tercer curso. En el resumen de los contenidos encontramos los siguientes conceptos: técnicas de presentación gráfica del producto industrial, criterios de diseño para la presentación del proyecto, identificación de los valores diferenciales del producto para su comunicación, presentación profesional del producto. Los objetivos formativos son los siguientes:

- Resolver aplicaciones básicas para presentar un producto industrial.
- Organizar una campaña de presentación o comunicación del producto industrial.
- Utilizar, a nivel medio, una herramienta de presentación del proyecto en medios digitales o interactivos.
- Utilizar a nivel básico una herramienta de tratamiento y retoque de imágenes.

- Aplicar los principios del diseño gráfico a la creación de presentaciones digitales de productos.
- Identificar los valores diferenciales del producto para lograr una comunicación efectiva.
- Analizar gráficamente el producto para distinguir el formato gráfico más adecuado para transmitir sus valores.

Comunicación gráfica e identidad corporativa I

También es de carácter optativo. Tiene 4,5 ECTS y se imparte en el segundo semestre del tercer curso. Los alumnos ya han cursado Diseño Gráfico y Comunicación y ya disponen de unos conocimientos previos similares en lo que respecta a los principios básicos del diseño gráfico y la utilización de una herramienta informática de diseño gráfico. Sus objetivos formativos son los siguientes:

- Diseñar identidades visuales para productos y organizaciones.
- Aplicar los principios básicos del diseño gráfico a la creación de una identidad visual.
- Organizar y planificar la metodología a seguir en la creación de una identidad visual.
- Justificar la importancia de la identidad corporativa en la vida del producto industrial o la empresa.
- Aplicar una herramienta informática de diseño gráfico al desarrollo de identidades visuales.

Comunicación gráfica e identidad corporativa II

Esta asignatura es la continuación de la anterior y también es de carácter optativo. Tiene 4,5 ECTS y se imparte en el segundo semestre del cuarto curso.

Sus objetivos formativos son los siguientes:

- Elaborar y redactar un manual de identidad visual corporativa.
- Desarrollar aplicaciones gráficas de la identidad visual corporativa.
- Argumentar la importancia de la homogeneidad en la aplicación de la marca.
- Utilizar a nivel medio un programa informático de maquetación.

Conclusiones

Tras la comparación de las asignaturas relacionadas con el diseño gráfico impartidas en cada una de las titulaciones, podemos constatar las siguientes conclusiones.

La disciplina del diseño gráfico en España, se ha posicionado en los últimos años como de gran importancia de cara a la formación del diseñador industrial. Esto ha hecho que, aunque no estuviera contemplada en la titulación anterior, se haya considerado materia de carácter obligatorio en la nueva titulación.

Esto implica un cambio en los profesionales que, a partir de ahora, van a salir al mercado. Anteriormente, no todos los titulados en diseño industrial por la UPV poseían conocimientos de diseño gráfico y de su aplicación a la

presentación/comunicación del producto industrial. En cambio, como la nueva titulación contempla esta disciplina como obligatoria, a partir de ahora los titulados habrán incorporado a sus competencias la destreza de trabajar con los principios del diseño gráfico.

Este cambio es reflejo de la importancia de la comunicación gráfica y visual en la presentación y venta de un producto industrial en un mercado cada vez más saturado y con unos consumidores más informados y exigentes.

Bibliografía

- Aneca. (2011). Libro blanco del Título de Ingeniero en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos. Recuperado el 07/03/2011. Disponible en: <http://www.aneca.es/Documentos-y-publicaciones/Libros-blancos2>
- ETCS. (2011). *Sistema europeo de transferencia y acumulación de créditos*. Disponible en: <http://www.ects.es/es/ects-1>
- Müller-Brockmann, J. (1998). *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Universidad Politécnica de Valencia. (26/07/2010). Plan de estudios de Graduado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos. En *BOUPV. Boletín Oficial de la Universidad Politécnica de Valencia*, No. 8.
- Universidad Politécnica de Valencia. (2011). *Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño*. Recuperado el 07/03/2011. Disponible en: <http://www.upv.es/estudios/futuro-alumno/tetsid-89-es.html>
- Universidad Politécnica de Valencia. (2011). *Estudios de grado en Ingeniería de producto*. Recuperado el: 07/03/2011. Disponible en: <http://www.upv.es/estudios/grados/grado-en-ingenieria-en-diseno-industrial-y-desarrollo-de-productos-es.html>
- Newark Q. (2002). *¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Abstract: The objective of this paper is to show the evolution of the role of graphic design played in the education of future industrial designers in Spain, as it is taught in the School of Design Engineering of the Universidad Politécnica de Valencia. The previous graduate program only included two elective subjects related to graphic design nowadays the new graduate program reveals the increasing value given to graphic design in the education of future industrial designers.

Key words: Graphic design - Industrial design - Curriculum - Formation - Professional Skills.

Resumo: O objetivo deste artigo é mostrar a evolução do papel do design gráfico na formação do futuro designer industrial na Espanha, tal qual é ensinado na Escola Técnica Superior de Engenharia do Design (ETSID) da Universidade Politécnica de València (UPV). A antiga titulação somente contemplava duas disciplinas optativas relacionadas com o design gráfico e atualmente, com o novo currículo, evidencia-se uma maior relevância do design gráfico na formação do futuro designer industrial.

Palavras chave: Design Gráfico - Design industrial - Programa de estudos - Formação - Habilidades Profissionais.

(*) **Jimena González-del-Río**. Doctora en Bellas Artes de la Universitat Politècnica de València, España. Profesora Ayudante de Expresión Gráfica en la Ingeniería de la Universitat Politècnica de València.

Olga Ampuero-Canellas. Doctora en Ciencias de la Información de la Universitat Politècnica de València, España. Profesora Ayudante de Expresión Gráfica en la Ingeniería de la Universitat Politècnica de València.

Begoña Jorda-Albiñana. Doctora en Bellas Artes de la Universitat Politècnica de València, España. Titular de Universidad, área Expresión Gráfica en la Ingeniería, Universitat Politècnica de València.

Suporte ergonômico para berço de bebês com refluxo gastroesofágico

Isolde Kray y Regina de Oliveira Heidrich (*)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 228-233. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: septiembre 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Resumen: El presente artículo tiene como objetivo presentar un soporte para los bebés con reflujo gastroesofágico. La estimación de niños que tienen la patología en el primer año de vida es de 7% a 8% y este índice aumenta a más del 60% en recién nacidos prematuros. El producto está diseñado para beneficiar el aparato respiratorio, el desarrollo neurosensorial y psicomotor de los niños. Con el análisis postural y la realización de estudios de antropometría y ergonomía fue posible desarrollar una base de apoyo que mantiene al niño en posición lateral y en un ángulo de 30 grados. Finalmente llegamos a la conclusión de que el apoyo ergonómico evitó la aparición de reflujo mientras el niño está en la cuna, obteniendo mayor comodidad y seguridad. Además, posibilitamos una alternativa de mobiliario para este apoyo cuando el niño ya no lo use más.

Palabras clave: Diseño de producto - Ergonomía - Antropometría - Postura - Bebé.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 233]

Introdução

Designers de produtos preocupam-se, cada vez mais, em atender as necessidades dos usuários. Buscando para isto novas técnicas e especificações coerentes. Visando a melhoria de qualidade de vida e utilizando, para isso, os princípios da ergonomia aliados à antropometria para adaptar as medidas de produtos otimizando, cada vez mais, a vida dos usuários e primando por seu conforto e segurança.

Diversos tipos de problemas podem ser solucionados com técnicas inovadoras de design e este trabalho foi focado no problema das crianças que nascem com refluxo gastroesofágico. Esta dificuldade atinge um número elevado de crianças e que, na maioria dos casos, é solucionado somente com a correção da postura do paciente, que deve ficar em decúbito elevado, isto é, com o tórax em nível mais alto que as nádegas. Através da observação dessa postura e dos produtos a disposição no mercado, conclui-se que pode ser criado um berço funcional, com melhor aproveitamento e mais adequado para as crianças com esta patologia. Através deste estudo possibilitou-se a criação de um adaptador para berço de crianças com problema de refluxo. Beneficiando assim o desenvolvimento da postura e do tônus muscular dos bebês.

É fundamental considerar que a estimativa de crianças que apresentam a patologia no primeiro ano de vida é de 7% a 8%. Este índice salta para mais de 60% nos recém-nascidos prematuros (Laranjeira, 2000).

Fundamentação teórica

A capacidade de crescimento, desenvolvimento e postura da criança é uma modificação extraordinária, mas diferente em sua fisiologia, pois se inicia nas primeiras semanas de vida intra-uterina e continua durante o primeiro ano de vida. A forma externa da criança se diferencia conforme a velocidade do crescimento, que muda de acordo com a parte do organismo como seus tecidos e a partir da divisão das células. A forma interna se desenvolve a partir de vários acontecimentos, em que cada célula se desenvolve com a complexidade da sua função. O desenvolvimento é complexo e diferente no crescimento das funções e estruturas, a partir do processo de maturação dos órgãos do indivíduo. Portanto em algumas crianças o músculo interno, como a Cárdia, apresenta hipotonia, sendo necessária a interferência da medicina através de medicamentos e orientação postural. Postura é o posicionamento adequado da criança, que beneficia o desenvolvimento neuropsicomotor e o desenvolvimento neurossensorial. (Eisenstein, 1994).

A boa postura é o estado de equilíbrio muscular e esquelético que protege as estruturas de suporte do corpo contra lesões ou deformidades progressivas independente da atitude do indivíduo (ereta, deitada, agachada, encurvada) no momento em que essas estruturas estão trabalhando ou repousando. Sob tais condições os músculos funcionam mais eficientemente e posições ideais são proporcionadas para os órgãos torácicos e abdominais. Segundo Abrahão, Assunção (2002), a ergonomia se caracteriza pelo estudo de vários aspectos como movimentos corporais e postura, fatores ambientais, controles, relações entre mostradores

e controles, bem como cargas e tarefas. Através destes fatores é possível projetar produtos seguros, confortáveis e eficientes. A antropometria é a técnica de medir o corpo humano, como o tamanho, a forma, a força e a capacidade ocupacional.

Através de dados de crescimento da população infantil, obtêm-se parâmetros antropométricos para o desenvolvimento de produtos com dimensionamento correto, sem gerar problemas ergonômicos para o paciente.

Epidemiologia

O refluxo gastroesofágico é o retorno do conteúdo do estômago através do esôfago e se manifesta através do vômito (leite coalhado) e também é acompanhado por regurgitação (o leite volta sem estar coalhado). Cicco (2000), Isto ocorre devido às crianças nascerem com a válvula do esôfago imatura, sendo que a mesma tem o seu ciclo de maturação completo aos dois meses de idade. Esta válvula consiste de um músculo pequeno situado entre o estômago e o esôfago, denominado Cárdia, que, em condições normais, impossibilita que o conteúdo ácido do estômago reflua para o esôfago durante a digestão.

Esta patologia tem uma maior frequência na infância. Estima-se que 50% das crianças com até dois meses de idade regurgitam o leite duas ou mais vezes ao dia Cicco (2000). Em 67% dos casos, o refluxo regride a partir do sexto mês de vida da criança, até um ou dois anos de idade, sendo considerado refluxo fisiológico. Felizmente, este tipo de refluxo se resolve espontaneamente com o crescimento dos tecidos da válvula do estômago, introdução de alimentos mais sólidos, adoção de postura mais ereta e pela evolução do desenvolvimento neuropsicomotor. (Ignácio, 1999).

A partir dos seis meses de idade o problema se torna patológico e requer tratamento clínico como posicionamento, dieta e medicamento. Porém o refluxo fisiológico requer um tratamento com orientação aos familiares sobre a natureza fisiológica com resolução espontânea. (Durante, 1997). Os objetivos do tratamento consistem de alívio dos sintomas, cicatrização das lesões esofágicas estabelecidas e prevenção de complicações. No entanto, os medicamentos são indicados para o tratamento do refluxo patológico ou como terapia de prova em algumas situações específicas, por um curto período. Porém, a cirurgia deve ser apenas para os casos não solucionados com o tratamento clínico ou em situações de risco de vida. O posicionamento adequado do bebê beneficia o aparelho respiratório, o desenvolvimento neurossensorial e psicomotor do bebê, proporcionando um maior conforto e evitando escaras de decúbito.

Também se aconselha manter o lactante em decúbito elevado, com o tórax em nível mais elevado que as nádegas ao carregá-lo no colo, ao lhe dar banho, ao trocar as fraldas, ao fazê-lo dormir mantendo-o sempre ereto no período pós-prandial (Norton, Penna, 2000).

Tratamento postural

No tratamento tem-se adotado “medidas posturais” que favorecem o esvaziamento gástrico e dificultam o refluxo.

Pesquisas realizados por Vandemplas *et. all.* (1996), ao se fazer um estudo comparativo entre ângulos de 10 graus, 20 graus e 30 graus observou-se que o resultado terapêutico foi menor nas posições de elevação do ângulo em 10 graus ou 20 graus, e que não foram apresentadas melhoras no RGE. Sendo que no ângulo de 30 graus se obteve uma redução na ocorrência do RGE. Portanto é usualmente recomendada. No entanto, é necessário prevenir que o bebê não escorregue para os pés do berço (ocorrendo o risco de ficar sufocada).

O decúbito ventral oferece uma melhor estabilidade à caixa torácica e, conseqüentemente, maior encaixe torácico abdominal, vindo a facilitar aos músculos respiratórios a expansão do tórax altamente complacente do recém-nascido. Nesta posição, a musculatura tem maior estímulo tátil e proprioceptivo. Através da ação da gravidade o posicionamento em prona favorece o desenvolvimento neuropsicomotor, facilitando uma postura mais flexora. Porém, o recém-nascido fica mais tempo em estado de sono quieto, chora com menor frequência e se desorganiza menos. O mesmo reduz os efeitos do refluxo gastroesofágico, minimizando os riscos de aspiração. Este posicionamento da cabeça pode modificar a resistência ao fluxo aéreo através da deformação das vias aéreas superiores e do tubo endotraqueal além de limitar a excursão abdominal por tempo prolongado podendo aumentar o trabalho respiratório. O posicionamento prona (decúbito ventral) diminui o RGE, em função de o esôfago estar situado anatomicamente posterior ao estômago. No entanto, esta posição quando indicado para todas as crianças evidenciou um aumento de morte súbita, verificado através de um estudo epidemiológico. Estando a criança em posição prona, o esôfago está mais distante do conteúdo gástrico. (Oliveira; Santos, 2004).

Análise

Para a realização desta fase do trabalho, efetuou-se uma coleta de dados das seguintes etapas: estrutural, funcional, ergonômica e técnica para, a partir destas análises, realizar os levantamentos dos seguintes sistemas: paralelos, antropométricos da situação existente, postural e acional, por final, determinação dos parâmetros projetuais, geração de alternativas, descrição da solução e conclusões. Os dados aqui coletados foram buscados em websites, revistas sobre saúde, lojas e através de entrevistas com médicos nas áreas de pediatria e gastroenterologia.

Análise dos similares

- Similar 01, Travesseiro;
- Similar 02, Colchão;
- Similar 03, Rampa anti-refluxo;
- Similar 04, Baby pára-quedas;
- Similar 05, Cadeira anti-refluxo gastroesofágico
- Similar 06 , Almofada anti-refluxo

Esta análise foi realizada através da observação dos produtos, sem os mesmos estarem em uso. E também com as informações contidas nas embalagens, quanto aos materiais com que foram fabricados. O travesseiro é revestido em algodão, sendo que o mesmo não é remo-

vível por dificultar a sua higienização. Este modelo é de fácil aquisição sendo que o mesmo se encontra a venda em lojas de produtos para bebês. Porém a almofada é revestida com capa em algodão que é removível, o que facilita a lavagem, no caso de higienização desse tipo de produto. O mesmo só é encontrado em lojas especializadas em vendas de colchões e de produtos ortopédicos. O mesmo ocorre com o colchão, que também só pode ser adquirido em lojas especializadas em produtos ortopédicos, sendo, porém de difícil higienização, pois sua capa não é removível. O Baby pára-quedas e a rampa anti-refluxo são considerados produtos mais complexos. A rampa anti-refluxo é confeccionada em PU, revestida de tecido impermeável sendo de fácil higienização; já o baby pára-quedas, que mantém o bebê na posição no berço é confeccionado em algodão, e não é encontrado em nenhuma loja de produtos para recém-nascidos, e nem em lojas especializadas em produtos ortopédicos na cidade, somente em *sites* de empresas especializadas na internet. A Cadeira anti-refluxo não foi encontrada nas lojas, pois é um lançamento recente da FIOCRUZ e é encontrado para compra apenas no *site* da mesma.

Levantamento antropométrico da situação existente

Conforme Panero e Zelnik (2005), “de fato, ainda não há muitos dados disponíveis, particularmente com respeito à criança [...], além disso, é muito importante a obtenção de maior informação sobre as dimensões funcionais.” Isto ocorre devido aos estudos antropométricos estarem voltados para a área militar. Ainda para o autor, deve-se analisar o “homem em movimento,” bem como os aspectos psicológicos do usuário, do espaço e os demais fatores envolvidos. Também deve-se levar em consideração as variações humanas. Por não existirem duas pessoas idênticas no mundo antropometria. (Panero e Zelnik, apud Julios e Martin, 2005. P.45).

Aplicação das normas da ABNT: NBR 13918 - Móveis - Berço infantil

Para o desenvolvimento do produto foi utilizada a norma da ABNT: NBR 13918 - Móveis - Berço infantil, de 2001 - Requisitos de segurança e métodos de ensaio. Recomendações da ABNT: NBR 13918-1/2001, p. 01 a 04 para o projeto de berço infantil. A mesma será seguida para o desenvolvimento de um suporte ergonômico para berço de bebês com refluxo gastroesofágico. Requisitos estes de segurança relativos a berços infantis e berços dobráveis para uso doméstico. Que se aplica a berços com comprimento interno entre 900 mm e 1.400 mm e largura entre 450 mm e 750 mm. Também recomenda vários métodos de ensaio e teste para garantir a segurança e o bem estar físico das crianças, no caso do desenvolvimento, do suporte ergonômico para berço de bebês com refluxo gastroesofágico, as normas serão adaptadas ao produto, para que o mesmo proporcione a segurança necessária ao usuário.

Materiais

A seleção de materiais pode se realizar em nível de detalhamento ou em nível de concepção. No primeiro caso, a função do produto ou componente está totalmente definida, o mesmo acontece com sua forma, dimensões e, muitas vezes, com família do material (liga metálica, polímero, cerâmica ou compósito). O especialista em materiais recorre dessa forma a manuais, listagens de propriedades, ou mesmo os resultados de ensaios especialmente concebidos para auxiliá-lo. [...] (Ferrante, 1996. p. 19).

Reciclagem

A reciclagem permite refazer o ciclo dos materiais, sob a forma de matéria-prima as quais não se decompõem com facilidade no meio-ambiente, e é possível de ser reprocessados, preservando suas características básicas. Conforme Rolim (2000) o Compromisso Empresarial para Reciclagem (CEMPRE, 1997b), colocam algumas restrições em relação à reciclagem dos polímeros rígidos. Com uma grande variedade de polímeros e com a mistura de alguns tipos de resinas pode resultar em materiais com defeitos, com baixa qualidade, o que torna esta matéria-prima sem especificações técnicas necessárias para o retorno à produção. Além disso, contaminantes existentes no polímero rígido pós-consumo, como alças metálicas, grampos, etiquetas, gorduras e restos orgânicos, requerem cuidados na lavagem antes de serem processado. Devido a tais restrições, o polímero reciclado não pode compor embalagens que entra em contato direto com alimentos, remédios, tampouco com peças de segurança que requerem determinadas especificações técnicas e brinquedos.

Ecodesign

O termo Ecodesign é auto-explicativo, devido ao seu significado ter origem em dois termos que a compõem: *ecodesign* é uma representação projetual ou de projeto (*design*), dirigido por critérios ecológicos. Sendo que o termo expressa um amplo conjunto de atividades projetuais que procura solucionar as questões ambientais partindo do início, isto é, do redesenho dos próprios produtos. (Manzzini; Vezzoli, 2002). Os autores nos colocam que a conscientização do problema ambiental, vai do tratamento ambiental ao processo produtivo, estes são os que geram esta poluição. Sendo que a conscientização em relação ao problema ambiental criou novos comportamentos sociais, como; a procura por produtos e serviço, que tem tais processos (consumo limpo), sendo possível chegar a produtos limpos sem fazer uso de tecnologias sofisticadas.

Método de pesquisa e análise

O método de pesquisa utilizado para este estudo foi a Metodologia de *ecodesign* para o desenvolvimento de produtos sustentáveis de Platcheck (2003). Fez-se uso

de literaturas relacionadas com a patologia e análise dos produtos disponibilizados no mercado. Pesquisados através de websites, revistas sobre saúde, entrevistas com médicos nas áreas de pediatria, gastroenterologia e lojas. Realizou-se uma análise dos produtos disponível no mercado para manter os bebês na posição adequada para evitar o refluxo. Bem como um estudo de qual é a melhor posição para evitar o refluxo.

A partir da análise dos dados coletados no estudo dos similares, foi concluído que os produtos analisados existentes no mercado não cumprem a função para a qual foram desenvolvidos, pois o usuário não permanece na posição recomendada como ideal para evitar a ocorrência do retorno gástrico, porque a criança pode mudar de posição constantemente. Além disso, não possuem mecanismo que regule a angulação recomendada de trinta graus. Em relação aos materiais, os mesmos podem ser melhorados, facilitando a sua higienização. Observa-se, também, que os referidos produtos anti-refluxo foram lançados sem um maior estudo quanto aos materiais utilizados na sua fabricação, pois a maioria apresenta materiais de difícil higienização, sem impermeabilização e reduzida possibilidade de lavagem. Não houve um cuidado em relação as conseqüências do uso dos referidos equipamentos, em relação ao cumprimento de suas funções.

A análise ergonômica permitiu observar a praticidade e segurança dos similares e também se realizou um levantamento antropométrico, no qual se considerou a postura do bebê em decúbito lateral e dorsal. No levantamento postural e acional analisou-se o posicionamento da criança no berço. Levando-se em consideração a elevação do ângulo em relação à cabeça do bebê na utilização do produto, sua eficiência, bem como as diferenças posturais. No estudo sobre refluxo gastroesofágico, quando fisiológico recomenda-se o tratamento postural através da elevação da cabeceira do berço em ângulo de 30 graus sendo o mais benéfico para a criança. Bem como; as conseqüências e benefício do decúbito em lateral esquerdo e direito, ventral e dorsal. Com dados na pesquisa em relação ao posicionamento, o decúbito lateral se mostrou ser o mais adequado. Tendo como público-alvo criança de zero a dois anos de idade, sendo que na maioria dos casos é de refluxo fisiológico onde o tratamento postural é recomendado como medida para a diminuição da ocorrência. Através da análise dos similares buscou-se um novo conceito em produto que auxilie na correção postural das crianças com refluxo gastroesofágico. Para o dimensionamento do suporte será utilizado como critério à padronização de berços da norma ABNT: NBR 13918 - Móveis - Berços infantis. Que define como padrão o comprimento interno entre 900 mm e 1400 mm e largura entre 450 mm e 750 mm. Neste caso se usará a medida dos berços disponível em maior número no mercado, sendo a menor medida, comprimento interno 1100 mm e largura de 600 mm, e sendo que a maior não terá problema em comportar o suporte, bem como os critérios de segurança e os materiais estabelecidos na norma. Também utilizou-se o levantamento antropométrico, postural e acional e a atividade da tarefa realizada com os similares. Em relação aos materiais utilizados no desenvolvimento do suporte, os mesmos foram selecionados através das características e os requisitos do produto, optando-se

por materiais naturais como; a madeira que transmite sensação de conforto e calor, neste caso o Pinus eliotis que é proveniente de reflorestamento que contribui para a preservação da floresta nativa, para a base, e o algodão por ser antialérgico e de fibras naturais para o suspensório (canguru), (Ferrante, 1996).

Com a finalidade de facilitar a montagem (DFA), e a desmontagem (DFD), para a transformação e a reciclagem do produto se reduziu o número de parafusos através do uso da cavilha, que consiste de uma peça em madeira de pequenas dimensões, cilíndrica e com estrias que é aplicada sob pressão em rebaixos cilíndricos das peças a serem unidas. Para que o mesmo tenha custo acessível a todas as camadas sociais, será desenvolvida apenas uma peça em metal, as demais, foram utilizadas as que se encontram disponíveis no mercado. Como; cintas, presilhas, passadores, fechos, dobradiças e velcro. Pelo fato do público-alvo ter idade entre 0 e 2 anos, as almofadas de proteção das costas e proteção frontal, irão possuir tema lúdico e cores primárias.

Estudaram-se os sistemas mecânicos com acionamento manual de regulagem da angulação, mas com mecanismos diferenciados, com poucas peças e evitando ao máximo a mistura de materiais. Buscou-se o melhor sistema mecânico e de manuseio manual, em termos de suporte, no entanto para o suspensório (canguru), as alternativas geradas foram em busca de um sistema que não transmita a impressão de que a criança esteja em uma camisa de força ou amarrada ao berço. Sendo o produto composto por duas partes, esta segunda é responsável pela permanência do bebê na posição determinada nos estudos, para oferecer segurança e conforto às crianças.

Após as definições dos mecanismos utilizados, foi confeccionado um protótipo em escala. A fim de testar a funcionalidade do manuseio do sistema mecânico, do deslocamento das almofadas e da praticidade em relação ao suspensório.

Durante o projeto, pensou-se em dar uma segunda função ao produto, neste caso a base do mesmo se transforma em uma mesa que poderá ser utilizada como mesa de apoio. A base que sustentará o suporte será em madeira com 35 mm de espessura com pintura em laca brilhante, de acordo com a NBR 11786 para produtos químicos descritos na ABNT NBR 13918/2001, p. 2. O suporte deslizante em ângulos de 30 e 45 graus, compreende de 1 suporte deslizante de madeira maciça com 35 mm de espessura fixada no tampo para apoiar o colchão por 2 dobradiças em uma de suas extremidade na outra o tampo é fixado na base também com duas dobradiças que permite a realização do movimento para a regulagem dos ângulos na outra extremidade. Em duas laterais da base tem cavidades, em que ocorre o travamento do suporte deslizante quando realizada a regulagem dos ângulos.

O produto também possui um mecanismo para auxiliar a permanência do bebê sobre o suporte na posição indicada, que consiste de um canguru (suspensório), impedindo que o mesmo escorregue quando está no berço sob o suporte. Este consiste de 2 cintas de nylon e é fixado no tampo por 4 fixadores através de parafusos. Estas cintas possuem nas extremidades um fecho fácil e em uma extremidade um passador para a regulagem de comprimento para o tamanho do colchão conforme a

dimensão do mesmo. Nestas cintas horizontais existem 2 cintas transversais deslizantes, para a regulagem das almofadas de proteção das costas e do tórax. Estas almofadas trazem temas lúdicos em cores primárias e as mesmas deslizam no sentido horizontal e vertical de acordo com a necessidade do usuário. Nas almofadas existe uma faixa que envolve o bebê evitando que o mesmo fique em uma posição desconfortável. A mesma tem fechamento por velcro. O canguru (suspensório) tem fechado por velcro é também onde ocorre a regulagem de tamanho. Também na faixa horizontal superior encontra-se um travesseiro. Tanto o canguru como as capas das almofadas e a capa do travesseiro são em peças duplas para ser substituídas para serem lavadas. A fim de um maior aconchego criaram-se duas almofadas extras, que envolvem todo o bebê.

Conclusão

O estudo mostrou que é viável o desenvolvimento de um suporte ergonômico para berço que também cumpra a função de estrado. Quando o bebê não necessitar mais o suporte este poderá se transformar numa mesa.

No entanto, para alcançar este objetivo é necessária uma nova concepção do berço infantil. Fazendo uso da ergonomia e da antropometria é possível realizar esta mudança. A partir da conscientização das indústrias moveleiras, o berço poderá sair da indústria para o comércio com o suporte no lugar do antigo estrado. Pois este benefício abrangeria todas as camadas sociais.

Sendo assim foi desenvolvido um suporte para berço que mantém o bebê em ângulos de 30 e 45 graus beneficiando o desenvolvimento da criança. O produto também possui um mecanismo para auxiliar a permanência do bebê sobre o suporte na posição indicada, que consiste de um canguru (suspensório), impedindo que o mesmo escorregue quando está no berço sob o suporte, mantendo-o em decúbito lateral.

Este estudo resultou em um produto que tem envolvimento e responsabilidade nas questões necessárias para o desenvolvimento da criança, que deve garantir a segurança, conforto e bem estar. Desta forma o produto atende as necessidades de usabilidade e garante um crescimento saudável a qualquer criança com o problema de refluxo gastroesofágico. Através da postura adequada é possível a melhora de qualidade de vida de vários bebês, evitando que os mesmos passem por possíveis intervenções cirúrgicas, de tratamentos prolongados, e de desenvolverem doenças relacionadas a esta patologia.

Bibliografia

- Abraham, J. I. y Assunção, A. A. (2002). A concepção de postos de trabalho informatizados visando a prevenção de problemas posturais. In *Revista de Saúde Coletiva da UFEFS*. Feira de Santana.
- Associação Brasileira De Normas Técnicas. (janeiro de 2001). *Móveis - Berços infantis - Requisitos de segurança e métodos de ensaio*. Rio de Janeiro: NBR 13918.
- Cicco, L.H.S. (2007). *Refluxo gastroesofágico*. Acesso em: 15 de fevereiro de 2007. Disponível em: <http://www.saudevidaonline.com.br/refluxo.htm>.

- Durante, A. P. (2010). *O Valor do Estudo Baritado Comparado com a Monitorização Prolongada do pH Esofágico no Diagnóstico do RGE em Crianças*. Acesso em: 10 de março de 2007. Disponível em: <http://www.moreirajr.com.br/>
- Eisenstein, E. (2011). *Antropometria e Pediatria*. Acesso em: 26 de março de 2011. Disponível em: <http://www.jpmed.com.br>.
- ESD. (2007). *Apresenta o site da Escola Superior de Desenho Industrial*. Acesso em: 8 de abril de 2007. Disponível em: <http://www.esd.uerj.br/producao/cadeirahtm/>.
- Farina, M. (1999). *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo: Editora Edgard Blücher LYDA.
- Ferrante, M. (1996). *Seleção de Materiais*. São Carlos: EDUFscar.
- Ignácio, E.G., Spolidoro, J.V., Fiori, R. M. (1999). Refluxo Gastroesofágico em criança. In *Revista médica da PUC*. Porto Alegre.
- Laranjeira, M. S. (2010). *Refluxo gastroesofágico e suas manifestações Otorrinolaringológicas na Prática Pediátrica*. Acesso em: 10 de março de 2011. Disponível em: <http://www.moreirajr.com.br/>
- Manzini, E. e Vezzoli, C. (2005). *O desenvolvimento de produtos sustentáveis*. São Paulo: Editora Edusp da USP.
- Negrine, A. (1998). *Aprendizagem e desenvolvimento infantil – psicomotricidade. Alternativas pedagógicas*. Porto Alegre: Editora Edita.
- Norton, R., Penna, F.J. (2011). *Refluxo Gastroesofágico*. Acesso em: 26 de março de 2011. Disponível em: <http://www.jpmed.com.br>
- Oliveira, V.A.C., e Santos, M. E. C. (2004). *Assistência ao Recém-Nascido de Risco*. 2ª Edição. Acesso em: 26 de março de 2011. Disponível em: <http://www.paulomargotto.com.br>.
- Oliveira, V.B.(org); Antunha, E.L.G.; Pérez-Ramos, A.M.Q.; Bontempo, E.; Noffs, N.A. (2001). *O brincar e a criança dos 0 aos 6 anos*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Panero, J. e Zelnik, M. (2002). *Dimensionamento humano para espaços interiores: um livro de consulta e referência para projetos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Platcheck, E.R. (2003). *Metodologia de ecodesign para o desenvolvimento de produtos sustentáveis* (Dissertação de Engenharia). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Rolim, A. M. (2000). *A Reciclagem de Resíduos Plásticos pós-consumo em Oito Empresas do Rio Grande do Sul*. (Dissertação pós-graduação/Administração). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Roza, E. S. (1993). *Quando brincar é dizer - a experiência psicanalítica na infância*. Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará.
- Vandenplas, Y. ; Belli, D.; Benhamou, P-H. ; Cadranel, S. ; Cezar, Jp. ; Cucchiara, S.; Dupont, Chr. ; Faure, Chr. ; Gottrand, F.; Hassall, E. ; Hs, Hsa. ; Kneepkens, Cmf. ; Sandhu, Bk. (1996). Current concepts and issues in the management of regurgit of infants: a reappraisal. In *Acta Paediatr*; 85:531-4. stockholm. ISSN 0803-5253.
- Abstract:** This article aims to provide a support for babies with gastro esophageal reflux disease. The estimate of children who have pathology in the first year of life is 7% to 8% and this index jumps to more than 60% in premature newborns. The product is designed to benefit the respiratory, psychomotor and neurosensorial development of the child. With postural analysis and making studies in Anthropometry and Ergonomics was possible to develop the support for a cradle to hold the child in lateral position and angle of 30 degrees. At the end we concluded that the ERGO prevented the occurrence of reflux while the child is in the cradle, obtaining greater comfort and safety. In addition, we make an alternative of furniture for this support, when the child no longer uses it.
- Keywords:** Product Design - Ergonomics - Anthropometry - Posture - Baby.
- Resumo:** O presente artigo tem por objetivo apresentar um suporte para bebês com refluxo gastroesofágico. A estimativa de crianças que apresentam a patologia no primeiro ano de vida é de 7% a 8% e este índice salta para mais de 60% nos recém-nascidos prematuros. O produto visa beneficiar o aparelho respiratório, o desenvolvimento neurosensorial e psicomotor da criança. Com análise postural e fazendo de estudos de antropometria e de ergonomia foi possível o desenvolvimento de um suporte para berço que mantenha a criança na posição lateral e em angulo de 30 graus. Ao final concluímos que o suporte ergonômico evitou a ocorrência de refluxo enquanto a criança se encontra no berço, obtendo maior conforto e segurança. Além disso, possibilitamos uma alternativa de mobiliário para este suporte, quando a criança não mais utilizá-lo.
- Palavras chave:** Design de Produto - Ergonomia - Antropometria - Postura - Bebê.
- (*) **Isolde Kray**. Bacharel em Design de Produto com ênfase em Design Ergonômico Doutorado, Universidade Feevale. Professora pesquisadora, Design, Universidade Feevale. **Regina de Oliveira Heidrich**. Doctora, Professora e pesquisadora da Universidade Feevale. Responsável pelo projeto de pesquisa Design Inclusivo e membro da equipe no projeto Espaços Físicos: acessibilidade e inclusão, A reabilitação profissional e o mercado inclusivo: perspectivas do mundo do trabalho para pessoas com deficiência, Interfaces digitais para aprendizagem colaborativa na Web e Turismo e acessibilidade.

Design e produção artesanal. Uma reflexão sobre a contribuição do design promover a sustentabilidade de empreendimentos de base artesanal

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 234-239. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Sebastiana Luiza Bragança Lana, Ivan Mota Santos y Lia Krucken (*)

Resumen: Con los nuevos desafíos que enfrentan los profesionales del diseño en la actualidad, surgen nuevas demandas. Entre ellas, la ampliación de la práctica del diseño para asegurar el desarrollo de productos competitivos, sustentables y económicamente viables. Este estudio tiene como objetivo discutir la contribución del diseño en la organización de los sistemas de producción de artesanía, a partir de la visión ampliada de la filosofía del diseño aplicado a los procesos de producción artesanal, el desarrollo de herramientas y tecnologías, teniendo en cuenta la organización social de los nuevos modelos de negocio, la competitividad y la sustentabilidad.

Palabras claves: Diseño - Artesanía - Sustentabilidad - Empreendimientos - Producción.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 239-240]

Introdução

O presente artigo tem como objetivo apresentar uma reflexão sobre a contribuição do design para empreendimentos de base artesanal. Na última década, este tema vêm ganhando relevância por diversos fatores, dentre eles:

- a. A crescente importância dos pequenos empreendimentos e da produção artesanal para o desenvolvimento de economia locais e para a preservação e renovação de saberes e tradições;
- b. A busca por modelos de análise que abordem a cadeia de valor e o modelo de negócio de empreendimentos artesanais, que possibilitem entender as suas especificidades;
- c. A percepção das contribuições do design, trazendo competências “ativadoras” de processos de geração e troca de conhecimentos, necessários para fomentar o desenvolvimento de sistemas de produção e de consumo;
- d. A necessidade de envolver o consumidor, comunicando aspectos relacionados a sustentabilidade dos produtos e dos processos.

Dentre os autores que abordam o tema, destacamos os trabalhos de Barroso (2009), sobre o papel do design no fortalecimento das atividades de base artesanal; Teixeira (2010), sobre o papel do ofício artesão no desenvolvimento de novos modelos empreendedores; Manzini, Vezzoli (2002), sobre o design e a sustentabilidade de produtos; Saikaly e Krucken (2010), sobre estratégias de intermediação de produtos de base artesanal e critérios de sustentabilidade para avaliá-los, e Krucken, Trusen, Santos (2012), sobre a comunicação da sustentabilidade de produtos e processos.

Primeiramente apresentam-se algumas referências relacionadas a design, sustentabilidade e artesanato, com o propósito de construir uma base para reflexão. São apresentados alguns exemplos ilustrativos das dimensões de sustentabilidade ambiental, social e econômica

em produtos artesanais. Por fim, apontam-se algumas questões para discussão.

Design e sustentabilidade

A busca por competitividade e sobrevivência no mercado fez com que novas abordagens do design fossem desenvolvidas, e preocupando-se tanto com o produto, mas não deixando de lado os indivíduos envolvidos e o processo de produção (Freitas, 2006). Levando em conta a ampliação dos aspectos que tornaram as mudanças ocorridas na última década tão peculiares, como a preocupação com desenvolvimento social e cultural associados ao desenvolvimento econômico, este trabalhos tornaram-se essenciais para a inserção da produção artesanal no cenário competitivo do século XXI.

Nesta mesma direção, os discursos sobre sustentabilidade e sobre uma nova maneira de se desenvolver profissionais de design alcançaram novas metas (Cavalcanti; Andrade; Silva, 2009). No contexto contemporâneo, os designers precisam estar preparados para garantir o nascimento de produtos e serviços que respeitem e equalizem os aspectos ambientais, sociais e econômicos envolvidos, deixam de desenvolver apenas projetos de produtos, mas ampliam a atividade projetual para o desenvolvimento de sistemas produtivos (Krucken, 2009).

Podemos perceber que aspectos referentes à metodologia de design desenvolvida no século XX, e representada, principalmente, pela contribuição da tríade BÜRDEK, 2006; Baxter, 2003; Lobach, 2001, foram ampliados para atender a novos desafios.

Segundo Baxter, “a inovação é um ingrediente vital para o sucesso dos negócios e as empresas precisam introduzir continuamente novos produtos, para impedir que empresas mais agressivas acabem abocanhando parte de seu mercado”. Estes novos produtos devem buscar a inovação superando o maior desafio do design contemporâneo

dentro dessa nova visão sistêmica do design relacionadas a desenvolver e/ou suportar o desenvolvimento de soluções a questões de alta complexidade, que exigem uma visão alargada do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação, de forma conjunta e sustentável (Krucken, 2009).

Contudo, o desenvolvimento de sistemas capazes de alargar-se de tal forma exige um novo tipo de conhecimento técnico referente ao ciclo de vida destes produtos e à cadeia de valor envolvida (Remmen; Jensen; Frydendal, 2007). Se a abordagem sobre a sustentabilidade vista através da atividade projetual deve levar em consideração aspectos diferenciados das economias nacionais em que estão inseridas (Crul; Dielh, 2006), também as peculiaridades da produção artesanal devem ser estudadas para tal objetivo.

Segundo Bistagnino (2008), o desenvolvimento do projeto ampliado de sistemas a partir do design deve ter como foco o homem. Assim, estes sistemas devem abrir caminho para uma nova percepção humanística, que direcione práticas e consumo sustentáveis dentro de uma nova necessidade da relação entre o homem e os meios produtivos.

Design e produção artesanal

A produção artesanal pode ser vista como um instrumento viabilizador de propostas sociais, comerciais e que, muitas vezes, se configuram sustentáveis. O que estamos apontando é que, com a interferência de profissionais de design, em diversos casos, a produção artesanal une tecnologias sociais, geração de emprego e renda e produtos de baixo impacto ambiental. Além disso, ela é instrumento viabilizador natural, pois o custo envolvido no investimento inicial de um empreendimento desta natureza, desde o aparato tecnológico ao custo das matérias primas é enormemente inferior. Assim, estes processos permitem aos designers propor e acompanhar o desenvolvimento de grupos produtivos em todo seu ciclo de produção e na linha do tempo, desde o nascimento à maturidade do empreendimento.

Vemos que alguns autores apontam o encontro do design com a produção artesanal no Brasil e em outros países da América latina como um fenômeno econômico cujo papel é importantíssimo para melhoria da competitividade destes mercados frente à concorrência industrial internacional:

Frente ao acirramento das disputas comerciais elevadas ao nível de mercado global, cresce a consciência da necessidade que os produtos dos países em desenvolvimento, em particular os países da América Latina, alcancem um melhor padrão competitivo e que isto não será alcançado apenas com a racionalização e otimização da produção, com a redução dos custos, e melhoria da qualidade, estratégias inviabilizadas pelo custo estrutural destes países. Será necessário um enorme trabalho de construção de uma imagem positiva do produto Latino de forma a agregar aos mesmos um valor simbólico que aumente seu valor de mercado. (Barroso, 2009)

Se as grandes indústrias utilizam-se destes sistemas de produto-serviço e buscam a melhoria dos mesmos dentro de uma abordagem ampla e sustentável, como possibilitar que o design possa ser munido de métodos que garantam uma nova abordagem dentro da produção artesanal? Devemos perceber que os designers têm utilizado recursos da produção artesanal para concepção de objetos e produtos que não são artesanato. Neste sentido, estes produtos carregam a carga cultural e histórica da técnica utilizada, mas não são, diferentemente do artesanato, expressão cultural do território onde foram desenvolvidas ou onde estão inseridas.

Assim, se os sistemas produto-serviço devem prover valor agregado a todo ciclo de vida de produtos e produzir resultados finais levando em conta a cadeia de valor ou sistema envolvido (Manzini; Vezzoli, 2002), o desenvolvimento de métodos de design que possam contribuir para o aprimoramento do sistema produto-serviço na produção artesanal, abre espaço para questões ainda mais específicas, isto é, de como alcançar metodologias específicas para o enriquecimento do processo de desenvolvimento de produtos e processos sustentáveis dentro dos grupos artesanais de produção.

O entendimento do desenvolvimento de sistemas aplicados a produtos de base artesanal a partir dos métodos de design tem tomado espaço nas discussões acadêmicas e vem sendo utilizada por ONG's, Universidades e empresas. Estas abordagens podem ter naturezas diversas desde o desenvolvimento do projeto de produtos estritamente, bem como do planejamento do sistema de produção, do modelo de negócio, da comunicação, além do desenvolvimento e acompanhamento das chamadas tecnologias sociais.

Se considerarmos que a sustentabilidade no desenvolvimento de produtos é atingida a partir da inclusão social, do baixo impacto ambiental negativo e da viabilidade econômica (Sachs, 2004), podemos perceber que o encontro da produção artesanal com o design aponta para um fértil campo de atuação para os profissionais destas áreas. Outra evidência que aponta para esta tendência é o aumento de produtos produzidos artesanalmente que possuem toda uma estrutura de pensamento de marca, comunicação, qualidade de projeto a ponto de serem criados concursos nacionais para apreciação destas propostas.

Dimensões da sustentabilidade em produtos artesanais

A aproximação do design da produção artesanal não só permitiu o avanço estético-formal destes objetos, mas também, a inserção destes em uma lógica onde o sistema-produto é pensado de forma a garantir uma produção consciente de suas limitações econômicas, sociais e ambientais. Este olhar do design, que geralmente é visto quando ele se encontra associado a projetos de grandes empresas, permitiu a pequenos empreendimentos poder entender o cenário competitivo atual somado às novas complexidades da contemporaneidade e reagir aos anseios do consumidor mais exigente.

Se considerarmos uma abordagem ampla de sustentabilidade, observamos que todas as dimensões de valor

de produtos ou serviços estão inter-relacionadas. O consumidor, ao adquirir produtos de forma consciente, desempenha papel fundamental na valorização e na preservação destas dimensões de qualidade. Conforme reforçam Manzini et al. (2006), as relações entre as qualidades dos produtos (nas suas diversidades biológicas e culturais) e os produtores, os locais de produção e os consumidores precisam ser reconhecidos.

Neste sentido, é importante perceber como os usuários avaliam a sustentabilidade de um produto (Krucken, Trusen e Santos, 2012).

Pode-se considerar que a percepção de um produto ou serviço é o resultado conjunto de seis dimensões de valor (Krucken, 2009), apresentadas abaixo:

Síntese das dimensões de valor de produtos e serviços:

a. Valor funcional ou utilitário: mensurado por atributos objetivos, caracteriza-se pela “adequação ao uso”. Refere-se às qualidades intrínsecas do produto, sua composição, origem e propriedades, à segurança de consumo e a aspectos ergonômicos;

b. Valor emocional: com caráter subjetivo, esta dimensão incorpora motivações afetivas relacionadas às percepções sensoriais que compreendem componentes táteis, visíveis, olfativos e gustativos e o sentimento relacionado a compra e ao consumo/utilização do produto;

c. Valor ambiental: vinculado principalmente ao uso de recursos e serviços ambientais (água, carbono, forma de manejo e extração de recursos da biodiversidade, dentre outros) envolvidos no produto ou serviço e em seu sistema de produção e consumo (incluindo, por exemplo, embalagens e transporte);

d. Valor simbólico e cultural: relaciona-se à importância do produto nos sistemas de produção e de consumo, das tradições e dos rituais relacionados, dos mitos e dos significados espirituais, da origem histórica, do sentido de pertença que evoca. Está associado ao desejo de manifestar a identidade social, pertença em grupo étnico, posicionamento político, dentre outras intenções.

e. Valor social: relaciona-se aos aspectos sociais que permeiam os processos de produção, comercialização e consumo dos produtos (ex: repartição equitativa dos benefícios, inclusão, qualidade das relações, bem-estar, reconhecimento). Os valores morais dos cidadãos e a atuação e a reputação das organizações na sociedade também se incluem nesta dimensão;

f. Valor econômico: de caráter objetivo, baseia-se na relação custo/benefício em termos monetários.

Especialmente as dimensões relacionadas à sustentabilidade ambiental, social e econômica de produtos de base artesanal são aprofundadas por Saikaly e Krucken (2010). As autoras elaboraram critérios para avaliar a sustentabilidade, classificando-os em 3 grupos:

a. Sustentabilidade social: avalia-se o impacto positivo do produto na sociedade a partir da percepção de suas contribuições para fortalecer a governança local, promover a cultura e as valorização das tradições e o aumento da qualidade de vida;

b. Sustentabilidade ambiental: avalia-se o impacto positivo do produto para o ambiente a partir da identificação

de elementos relacionados a produção “eco-friendly”, a conservação e consumo energético, e ao uso e conservação de recursos ambientais;

c. Sustentabilidade econômica: avalia-se o impacto positivo do produto para a economia local a partir da identificação da forma de repartição de benefícios e o retorno em nível local, em termos de agregação de valor ao produto e a comunidade que o produziu.

Exemplos e discussão de dimensões de sustentabilidade em produtos artesanais

Com o propósito de analisar aspectos de sustentabilidade em produtos artesanais, propõe-se a análise de produtos apresentados na Craft Design (www.craftdesign.com.br) que constitui o maior evento de design aplicado a técnicas artesanais no Brasil. Este evento apresenta como diferencial dos produtos selecionados, expostos e premiados em suas edições, o caráter inovador, a responsabilidade ambiental, a contribuição social e o atendimento às solicitações do mercado. Esta visão é compartilhada por vários outros núcleos de discussão e ampliação da visibilidade destes produtos na internet, imprensa e outros eventos. Diversos produtos inseridos nesta categoria possuem características que permitem a sua inclusão na abordagem proposta por de Sachs, mencionada anteriormente. Percebemos também que não só estes aspectos estão presentes no produto, mas também notamos uma eficiente comunicação destes valores na promoção destes bens. “Deste modo descobre-se que o segredo da competitividade não está na redução dos custos, mas na agregação de valor. E isto se consegue de diversas maneiras, porém a principal delas é através da utilização do design”. (Barroso, 2009)

A dimensão ambiental

Dentre as várias ferramentas utilizadas pelos profissionais de design para garantir a redução de impacto ambiental na produção de bens e serviços desenvolvidas até então, podemos perceber a recorrência do uso de algumas específicas quando se trata de produção artesanal. Devido às condições naturais e históricas do desenvolvimento de técnicas artesanais, algumas das medidas tomadas para a sustentação ambiental do sistema produtivo são vitais para a manutenção e a viabilidade destas técnicas, diferentemente da produção industrial. Este caráter único da produção artesanal, independente da técnica, permite que estas ferramentas sejam utilizadas comodamente pelos profissionais de design.

O uso de apenas um material, a redução do volume, a utilização de matérias-primas renováveis e biodegradáveis são os principais recursos produtivos que são muitas vezes inerentes ao processo produtivo artesanal e que foram consagrados em bibliografias de design sustentável como diretrizes de redução do impacto produtivo de bens. No caso da figura 1, por exemplo, podemos ver exemplos de produtos mono-materiais, solução projetual utilizada para facilitar a reciclagem após descarte destes produtos. No caso da figura 2, a reciclagem é o recurso primário para confecção da matéria-prima majoritária da

produção da cooperativa de artesãos: o papel descartado é transformado em massa e conformado manualmente.

A dimensão social

Historicamente a produção artesanal apresenta-se como uma forma de expressão cultural, social e agregadora de comunidades e do convívio em sociedade. A utilização do trabalho manual também permite a criação de um meio comunicativo forte que pode ser utilizado como formador educacional e profissional, além de garantir a inclusão de indivíduos deslocados de direitos e capacidades de exercer cidadania.

Essa capacidade natural da produção artesanal permitiu a designers estabelecer parâmetros de valoração do sistema produtivo como meio de união das tecnologias sociais com empreendimentos baseados em produtos inovadores. No caso do Grupo Gente de Fibra, da cidade de Maria da Fé, por exemplo, podemos ver o processo de produção de uma peça que leva em conta os desafios sociais e ambientais, e que, não só materializa um belo conceito de produto, mas também, consegue poetizar um objeto interessantíssimo, dotado de referências icônicas nacionais. Este produto foi desenvolvido pelo grupo que se tornou referência nacional no seu setor e como projeto social. Nele resíduos e descartes de papel ondulado são processados em uma massa que, moldada e seca se configura em peças utilitárias e decorativas.

Devemos considerar, ainda, que o próprio artesanato é muitas vezes visto como um meio de inclusão social, por si só. Porém o fato de um cidadão aprender uma técnica construtiva não o garante a ele uma condição plena de produção referente a posicionamento de produto, vendas, gestão da produção e outros aspectos administrativos da atividade. Assim, vamos nos focar em produtos pensados dentro de uma cadeia projetada por um profissional em que a vaga de trabalho por si só não configura um recurso social, e, sim a manutenção destes empreendimentos como modelos de negócio baseados em design, sejam eles cooperativas, empresas, programas, etc. No caso do exemplo apresentado, o grupo Gente de Fibra utiliza um processo de produção aprimorado pelo arquiteto e designer Domingos Tótoro, idealizador do grupo e responsável pelos projetos dos produtos. Hoje o grupo mantém inúmeros postos de trabalho e o atelier promove o ensino da técnica e a visibilidade do grupo através de ações comerciais, da participação em feiras e concursos e distribuição das peças em lojas no país.

Diversas iniciativas advindas de Universidades e organizações não governamentais, além dos próprios designers, assumem hoje um papel importante. Estas iniciativas apresentam uma rede de recursos sociais voltados para um meio produtivo. Somando à produção o aprendizado, a profissionalização, a distribuição de renda e o ganho de auto-estima, designers não só detalham o processo de produção com foco no produto, mas colocam as necessidades dos envolvidos no processo como foco central do desenvolvimento de empreendimentos.

Assim como previu Bistagnino (2008), colocar o homem no centro do projeto de design, como foco do resultado de cada ação projetual, permite que o profissional de design possa avaliar o processo de projetar de forma a

ampliar o ganho da comunidade a partir de propostas conscientes e sustentáveis.

A dimensão econômica

A sustentação econômica, ou seja, “ser sustentado do ponto de vista econômico” SACHS (2004), é prerrogativa de qualquer empreendimento que busque o desenvolvimento sustentável. Percebemos que além do baixo custo em relação a outras formas industrializadas de produção, como vimos anteriormente, a produção artesanal envolve uma série de fatores que a tornam sustentada economicamente.

A escala de produção é um desses fatores. Os empreendimentos de produção artesanal guiados pela qualidade e pela essência da técnica produtiva artesanal não seguem as dinâmicas de uma produção de massa. Atualmente, o acesso a novos meios comunicativos, comercializar a produção e torná-la mais pessoal vêm possibilitando estratégias de intermediação interessantes para este tipo de produto.

Outro aspecto relacionado a dinamização econômica destas iniciativas não está ligado somente à sobrevivência dos mesmos, mas da importância desta categoria de empresas para o Brasil, como aborda Barroso (2009).

A crescente taxa de desemprego, chegando em alguns casos a superar a marca dos 7,5%, como é o caso do Brasil (representando 5 milhões de trabalhadores), transforma em prioridade nacional qualquer ação que possa representar aumento das oportunidades de ocupação de mão de obra e de geração de renda. Deste modo o artesanato passa a ser, para muitos políticos, uma opção estratégica para reduzir a pressão social causada pelo desemprego. (Barroso, 2009)

O autor também acrescenta que estas estratégias também visam a inclusão deste modelo de negócio marginalizado na economia nacional, o que posteriormente foi confirmado pela implementação da lei do empreendedor individual, que garante os direitos trabalhistas a esta classe de trabalhadores: a Lei Complementar 12/08, que aprimorou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (LC 123/06). Apesar disto, ainda notamos uma enorme deficiência em serviços públicos essenciais para o cidadão que afetam a manutenção de condições necessárias para o real aprimoramento do setor, principalmente ligados a direitos básicos, como o acesso a educação pública de qualidade.

De fato, um dos maiores desafios para pequenos empreendimentos é o desenvolvimento ou aprimoramento de capacidades gerenciais, incluindo a gestão econômica, que permitam garantir sua competitividade e a repartição de benefícios ao longo da cadeia de valor.

Conclusões

Neste estudo observam-se algumas das contribuições do design relacionadas à produção artesanal, especialmente nos aspectos da sustentabilidade. Além disto, vimos que recursos utilizados pelo design para validar o desenvol-

vimento sustentável podem ser aplicados neste tipo de empreendimento, gerando ótimos resultados.

Como consequência aos estudos e aprimoramentos de metodologias de design aplicados à produção artesanal, também vimos o reconhecimento de organizações especializadas em premiar e incentivar este tipo de produção, e, além disso, percebemos a importância destes estudos para o cenário econômico nacional. O design tem expandido e evoluído sua capacidade de atuação e inserção em questões críticas para a sociedade. Neste sentido, sua contribuição se torna ainda mais relevante perante aos novos desafios do séc. XXI que exigem a interação de profissionais de diversas competências. O designer, como projetista e profissional da área de ciências sociais aplicadas, incorpora métodos e ferramentas de diversas áreas (gestão, engenharia, artes, tecnologia) ao mesmo tempo em que interage com profissionais e artesãos, gerando novos conhecimentos.

Dentre os mecanismos que podem beneficiar e fomentar os empreendimentos de base artesanal, destacam-se:

- a. A interação e a troca de conhecimentos entre produtores de base artesanal e profissionais de design;
- b. A interação entre produtores e Universidades, organizações, por meio de projetos conjuntos e desenvolvimento de capacitação;
- c. O desenvolvimento de políticas públicas voltadas a este segmento produtivo;
- d. O acesso a instrumentos de financiamento e de apoio a gestão de empreendimentos.

O tema desta pesquisa é demasiadamente amplo para reflexões que o abordem de forma exaustiva. Ao focalizarmos especialmente as contribuições do design para o desenvolvimento sustentável e para o aprimoramento da produção artesanal nacional, percebemos alguns pontos principais. Nos casos estudados, a aproximação do design com os artesãos possibilitou aumentar o poder de significação dado a objetos artesanais projetados por designers. Outro aspecto importante é o resgate de técnicas produtivas artesanais com outros enfoques de mercado, sinalizando a associação do poder criativo do profissional de design com a qualidade do trabalho do artesão.

Bibliografia

Barroso, E. (2009). *Design, identidade cultural e artesanato*.
 Baxter, M. (2003). *Projeto de Produto*. 2ª edição. Ed. Edgard Blucher.
 Bistagnino, L. (2008). *Design para o novo humanismo: o homem ao centro do projeto*. Torino: Ed. Allemandi.
 Burdek, B.E. (2006). *Design - História, Teoria E Prática Do Design De Produtos*. Ed. Edgard Blucher.
 Cavalcanti, V.P; Andrade, A; Silva, A. (2009). Design, sustentabilidade e artesanato: reflexões e práticas metodológicas. In *Caderno de estudos avançados em design. Sustentabilidade 1*. Belo Horizonte. 2009.
 Crul, M. R. M; Diehl, J.C. (2006). *Design for Sustainability: a practical approach for developing economies*. Paris.
 Freitas, A. L. C. (2006). *Design e Artesanato – uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto*. In Mestrado Engenharia de Produção. Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte.

Krucken, L. (2009). *Design e território: valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Nobel. (p.126)
 Krucken, L. (2009). Competências para o design na sociedade contemporânea. Design e Transversalidade. In *Coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design*, vol.1. Belo Horizonte. Disponível on-line: www.tcdesign.uemg.br
 Krucken, L.; Trusen, C.; Santos, I.M. (2012). The transition towards a green economy: How to get the consumers involved. In: *Proceedings of the International Conference Planet Under Pressure*. London: March.
 Krucken, L.; Trusen, C. (2009). A comunicação da sustentabilidade em produtos e serviços. In: De Moraes, D., Krucken, L. *Design e sustentabilidade. Coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design*. Belo Horizonte: EdUEMG. Disponível on-line: www.tcdesign.uemg.br
 Lobach, B. (2001). *Design Industrial*. Ed. Edgard Blucher.
 Manzini, E; Vezzoli, C. (2002). *Product-service Systems and Sustainability: opportunities for sustainable solutions*. Milan.
 Remmen, A; Jensen, A. A; Frydendal, J. (2007). *Life Cycle Management: A business guide to sustainability*. Paris.
 Sachs, I. (2000). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond.
 Sachs, I. (2004). *Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond.
 Saikaly, F., Krucken, L. (Jan-Apr 2011). Designing web platforms for the intermediation between local designers and craftspeople and global consumers. In *Strategic Design Research Journal*, V.4, n.1. Disponível on-line: www.unisinos.br/sdrj/pdf/97.pdf
 Teixeira, C. (January-April 2011). The craft of prototyping. In *Strategic Design Research Journal*, volume 4, number 1.

Abstract: With the new challenges faced by design professionals in contemporary new demands arise. Among them, such as expanding design practice to ensure the development of competitive products, sustainable and economically viable. This study aims to discuss the contribution of design in the organization of craft production systems from the enlarged view of the design philosophy applied to processes of craft production, the development of tools and technologies and social organization of new business models, taking into account the competitiveness and sustainability.

Keywords: Design - Craft - Sustainability - Entrepreneurship - Production.

Resumo: Com os novos desafios enfrentados pelos profissionais do design na contemporaneidade surgem novas demandas. Dentre elas, como ampliar a prática projetual de forma a garantir o desenvolvimento de produtos competitivos, sustentáveis e economicamente viáveis. Este estudo visa debater a contribuição do design na organização de sistemas produtivos artesanais a partir da visão ampliada do projeto de design aplicado a processos de produção artesanal, ao desenvolvimento de instrumentos e tecnologias sociais e na organização de novos modelos de negócio, levando em consideração a competitividade e a sustentabilidade.

Palavras chave: Design - Artesanato - Sustentabilidade - Empreendimento - Produção.

(*) **Sebastiana Luiza Bragança Lana**. Doctor en Ingeniería de Materiales - Universidad de Sheffield (1994) y Doctor en Ciencias Químicas por la Universidad Federal de Minas Gerais (1997). Coordinador Académico de la Maestría en Diseño de la Escuela de Diseño de la

Universidade de Minas Gerais, UEMG. **Ivan Mota Santos**. Máster en Diseño de la Escuela de Diseño de la Universidad de Minas Gerais - UEMG, Licenciado en Diseño de Producto por la institución. Dedicada a la realización de proyectos de diseño se centra en los procesos de producción artesanal, como la fundición en arena, cerámica, técnicas de carpintería, CAD, CAM y creación rápida de prototipos.

Lia Krucken. Profesor de la Escuela de Diseño de la Universidad de Minas Gerais, UEMG, y profesor invitado de la Business School Fundação Dom Cabral. Doctorado en Gestión de la Innovación en la Universidad Federal de Santa Catarina (2005) y Post-doctorado en Diseño en el Politecnico di Milano (2011).

As peças gráficas da indústria farmacêutica em Pelotas e em Buenos Aires (1900-1930): discussão sobre design e identidades nacionais

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 239-243. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Paula Lima (*)

Resumen: Este artículo analiza el producto de diseño gráfico como monumentos de un tiempo terminable, a través de una perspectiva relacional del producto gráfico producido en Pelotas y Buenos Aires, en el período 1900 a 1930. El análisis hace hincapié en los contextos en cuestión y en la posibilidad de un diseño capaz de representar las identidades nacionales. De los dos lugares se analizaron los elementos gráficos de los medicamentos, investigando los aspectos de diseño gráfico dentro del mundo de la farmacia.

Palabras clave: Diseño Gráfico - Identidad nacional - Producto - Memoria Social- Patrimonio.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 243]

O presente artigo é resultado de reflexões oriundas da pesquisa de mestrado realizado no curso de Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas, na qual se trabalhou com a idéia de que o produto do design gráfico funciona como suporte de memórias de um tempo e contexto passados. Dentro desta pesquisa, teve-se a oportunidade de realizar parte do estudo na cidade de Buenos Aires, através do convênio estabelecido entre o programa de pós-graduação em Economia Política da Cultura - Estudos sobre Produções Culturais e Patrimônio (ICA/FFyL), da Universidade de Buenos Aires (UBA) / Argentina e o curso de mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas / Brasil. As atividades deste estágio foram realizadas durante dois meses, de 16 de junho a 16 de agosto de 2010. Por meio deste estágio foi possível buscar um maior referencial acerca de outro questionamento surgido durante o desenvolvimento da dissertação: a possibilidade de existência de um design com características nacionais.

A pesquisa, que versava sobre o que foi primeiramente exposto acima, tinha como objeto de análise as peças gráficas produzidas pelo laboratório farmacêutico do Parque Souza Soares, na cidade de Pelotas, entre os anos de 1900 a 1930. Com a missão de estudos feita na capital portenha, abriu-se a possibilidade para que se pudesse traçar uma perspectiva relacional entre as peças gráficas do estabelecimento pelotense e da capital argentina, no mesmo período, fomentando e auxiliando a elucidar a

questão da existência ou não de um design que refletisse um contexto específico.

Tendo em vista que, no Brasil, estavam sendo estudadas peças gráficas relativas à farmácia e medicamentos, além do recorte temporal, se manteve a temática, procurando, em Buenos Aires, peças gráficas originadas a partir deste mesmo tipo de produto, com vistas a dar maior coerência a comparação.

Concluiu-se que uma boa maneira de pesquisar peças gráficas relacionadas à farmácia e medicamentos seria em periódicos locais do período, como a revista *Caras y Caretas*. A opção por investigar em algum periódico foi feita, pois, neste tipo de veículo da época, era notória a recorrência de anúncios de medicamentos, constatação esta que já havia sido observada tanto em bases teóricas quanto empíricas. Os medicamentos e demais produtos relacionados à saúde, no período em questão, alcançou grande notoriedade, pois, segundo Denis (2000, p.60-63), no final do século XIX, com as aglomerações urbanas surgiram a miséria e a pobreza, fazendo nascer a preocupação com a organização do espaço urbano e com a higiene, já que o crescimento populacional deu origem as epidemias. Deduziu-se que tal fato ainda tinha grande efervescência no início do século XX, onde se enquadra o objeto deste estudo, em virtude dos inúmeros anúncios de remédios que podem ser observados em revistas e jornais.

A escolha da revista *Caras y Caretas*, fundada em 1898, deveu-se, primeiramente, ao fato de ter sido uma revista em circulação na cidade de Buenos Aires no período

estudado (1900 até 1930) e de ter consistido na primeira publicação ilustrada que em pouco tempo alcançou muito prestígio e grande parcela da população, face as publicações anteriores que tiveram caráter mais efêmero (Szir, 2010, p. 02 e p. 27). Além disso, esta revista reflete a importância alcançada em função de sua comercialização e circulação até os dias atuais.

Através das edições analisadas se pôde perceber que se tratava de uma revista de variedades, semelhante aos tradicionais almanaques da época. Com relação aos almanaques, interessante destacar que este era um tipo de publicação editada pelo Parque Souza Soares no Brasil. O conteúdo da revista *Caras y Caretas* é formado por contos, poesias, caricaturas e demais ilustrações, notícias, fotografias, reproduções de obras artísticas, publicidade ilustrada e, no caso da primeira edição do ano, em janeiro, calendários. A autora Szir (2010, p. 02 e p. 27) destaca que a *Caras y Caretas* foi uma revista que em seu surgimento caracterizava-se por mesclar aspectos satíricos, culturais, literários e de atualidade.

O questionamento envolvendo a discussão acerca de um design nacional foi motivado pelo posicionamento de Cardoso (2005, p. 10-12), que, além de considerar que o design, no Brasil, originou-se pelo menos cem anos antes da década de 1960 –marco que, para muitos, representa o nascimento da profissão no país em função do surgimento da primeira escola de ensino superior da área no país, a ESDI do Rio de Janeiro– pondera, ainda, que esta datação coincide com uma ruptura, com a qual se pretendeu dar início a um novo paradigma de ensino e de exercício profissional do designer. Esta ruptura está diretamente associada à institucionalização das vanguardas artísticas históricas que ocorreram mundialmente entre os anos 30 e 60 do século XX, repercutindo, no Brasil, na implantação da idéia de um design moderno no final de década de 50 e início da década de 60, para o qual concorria a importação de modelos estrangeiros. Com base nestas constatações, Cardoso acredita que o conhecimento das atividades projetuais anteriores a 1960 podem configurar uma legítima identidade brasileira no design, uma vez que as soluções obtidas não se faziam sob a influência de doutrinas estéticas reconhecidas importadas de além de nossas fronteiras geográficas. Fala-se, aqui, das influências de estilos como construtivismo, neoplasticismo, Bauhaus e Ulm. Desta forma, com base no pensamento do autor, o marco temporal enquadrado neste estudo, revelaria peças gráficas que remetem a uma legítima identidade brasileira no design. Assim, intenta-se averiguar, através de algumas imagens, se é possível perceber nelas ou a partir delas, vestígios de um possível design brasileiro e de um possível design argentino, através da análise de peças destes dois contextos diferentes.

No entanto, foi intrigante quando se observou, quando ainda a pesquisa estava focada na localidade pelotense e brasileira, que muitas das peças gráficas do corpus de estudo apresentavam grafismos que refletem tendências do Art Nouveau e Art Déco, próprios no Brasil naquela altura. Estes dois estilos, de acordo com Denis (2000, p. 88-94), são estilos que se prolongaram um sobre o outro e cujo processo de transição não apresenta uma ruptura visível facilmente. Por serem estes considerados estilos universais, a presença dos mesmos nas peças gráficas

estudadas são grandes motivadores dentro da discussão proposta acerca da existência, ou não, de uma identidade nacional representada através do design gráfico.

A idéia de universalidade que permeia a Art Nouveau e a Art Déco não é limitada a um pensamento brasileiro, ela atravessa as fronteiras. No caso da pesquisa realizada em Buenos Aires, Barros et al. (1999, p. 245-246), diz que no contexto temporal que se está aqui estudando, surgiu um novo modelo estilístico na Argentina, tanto da diagramação dos periódicos, quanto dos anúncios, através de inspiração no estilo Art Nouveau, o estilo moderno empregado na Europa. Este estilo, através do entendimento dos autores, permitiu romper com o molde gráfico rígido e hegemônico do século anterior na Argentina. Ainda segundo eles, essas transformações refletem mudanças também presenciadas no espaço urbano (Barros et al. 1999, p. 245-246). Sobre este tema, de acordo com Ojeda (2010, p. 128), por volta de 1860 já é possível perceber um interesse por ornamentos e linhas decoradas nas publicidades que circulavam em Buenos Aires, no entanto, somente ao adentrar ao século XX que se encontram as primeiras peças claramente influenciadas pela Art Nouveau.

A universalidade dos estilos citados não só não se limita ao pensamento brasileiro em termos teóricos como, também, se evidenciou tanto na apreciação visual das peças das peças gráficas relacionadas aos medicamentos do Parque Souza Soares, quanto nos anúncios veiculados em Buenos Aires. Considera-se pertinente este tipo de análise com base no estilo, porque esta, segundo Prown (1993, p. 4), auxilia na identificação de elementos de contextos específicos, como temporais e geográficos. O autor exemplifica que uma cadeira da Philadelphia de 1760, encarna elementos daquilo que aquele contexto acreditava.

Porém, a recorrência de influências destes estilos em peças gráficas de locais distantes geograficamente –Buenos Aires e Pelotas– ao mesmo tempo em que não surpreende, já que eram considerados estilos internacionais, instiga a discussão aqui proposta, levando a hipótese de que as mesmas crenças eram compartilhadas entre os referidos contextos e, quiçá, do contexto do qual os estilos foram importados. Mas seria possível dois países latino americanos se assemelharem a desenvolvida Europa?

Refletindo sobre a possibilidade da existência de um design brasileiro ter existido, de fato, anteriormente às influências estéticas vindas de outros países, buscou-se apoio nos trabalhos de Rezende (2003, p. 85-92, 2005, p. 44-57), nos quais ela faz um estudo acerca da identidade da nação brasileira oitocentista através da análise de rótulos de produtos consumidos. A autora observa em aquele contexto estavam em cena os chamados processos de modernização das nações, sendo que, no Brasil, gerou-se um projeto moderno apoiado nos conceitos de civilização e progresso, notoriamente moldados na exemplaridade importada de países estrangeiros, tidos como modelares. O espelho do Brasil, portanto, refletia o estrangeiro. O Brasil desejava constituir-se como um país moderno por meio de imagens, tanto as que eram construídas ao seu respeito como as que nele se consumia. No entanto, o conflito por trás deste discurso, segundo o que Rezende analisou, é que não seria possível para o Brasil sustentar a incoerência de mostrar-se um país civilizado,

se ainda mantinha-se sobre o trabalho escravo. De tal incoerência optou-se por valorizar a idéia do Brasil como um país exótico através da representação estereotipada e inautêntica de índios que, mesmo nus, apresentavam-se em uma postura civilizada. Foi então, através da representação alegorizada de indígenas ou de cenas de confraternização entre negros e brancos que o Brasil do século XIX, por meio dos rótulos que identificavam seus produtos, procurou camuflar a sua realidade de um país escravocrata, buscando a tão desejada modernidade se auto-retratando, para além de suas fronteiras, como um país desenvolvido.

Percebe-se através das análises da autora que mesmo em uma época em que não se impunha uma doutrinação estética estrangeira, os olhos estavam direcionados para além dos limites geográficos. Aproximando a discussão do objeto desta investigação, destaca-se que algumas das peças gráficas que integraram as análises da pesquisa apresentam ilustrações de mulheres trajadas segundo a moda européia, ou seja, há uma idealização do gênero feminino espelhada em outro contexto. A partir deste espectro, pode-se notar a complexidade que há em se falar sobre identidade nacional, seja identidade cultural de forma mais ampla, seja na questão específica de uma identidade no design.

A questão da identidade nacional brasileira no design é problematizada por Villas-Boas (2002, p. 41-42), começando o autor por justificar o seu raciocínio remontando à colonização do país. Pautado nas idéias de Boaventura de Souza Santos, Villas-Boas esclarece que Portugal era um país que considerava as suas colônias como primitivas e selvagens, ao passo que seus países vizinhos europeus viam o próprio país lusitano com estas mesmas características. Esta ambigüidade de um país europeu, porém visto como primitivo se comparado aos demais que compunham o continente, ser o colonizador do Brasil, repercutiu na sua identidade através de conceitos opostos como periférico/central, branco/mouro, dentro/fora da Europa. Por sua vez, o autor Hall (1999, p. 57-61), ao desenvolver sua concepção acerca das identidades nacionais, também questiona a possibilidade de estas serem construções realmente unificadas, considerando as inevitáveis influências e diferenças culturais presentes na sua formação hipótese para a qual, mesmo que singelamente, este estudo converge.

No caso de uma peça gráfica do medicamento Luesol, do laboratório farmacêutico pelotense, por exemplo, encontra-se a representação de uma figura feminina. No entanto, o que motiva a discussão aqui não é a questão do gênero, e sim a questão de se tratar de uma mulher vestida com roupas que lembram os trajes portugueses. O episódio de Alvares de Souza Soares, o fundador do Parque Souza Soares, ser português poderia indicar alguma relação entre a sua cultura de origem e essa imagem, no entanto, a proposição explicativa feita para essas imagens não converge para tal probabilidade. Deseja-se discutir a possibilidade de estas peças, no provável período em que se inscrevem serem representativas da nacionalidade brasileira, conforme sugerido por autor referenciado neste texto, mas não se descartaria esse trânsito de influências que a multiculturalidade presente no Brasil geraria no produto gráfico da época.

Em outra peça gráfica, também do Luesol, está presente a figura de um gaúcho. Nesta há um típico homem dos pampas, nativo do estado do Rio Grande do Sul, onde se localiza a cidade de Pelotas e que abrigou o Parque Souza Soares. A representação do gaúcho conecta-se ao conteúdo verbal do anúncio que utiliza o modo imperativo. Acredita-se que este foi um vínculo feito devido à condição desse homem campesino, considerado como de modos menos educados e tratamento mais direto. Nesse, o foco da análise resulta em considerar que, para além da identidade nacional, está exaltada uma identidade extremamente local e específica. E sob tal aspecto, faz-se possível observar o conflito que se estabelece entre o conceito de uma identidade brasileira, nacional e possível, e as identidades locais. Em que outros locais do país esse reclame poderia ser reconhecido como nacional pelo estereótipo do homem retratado? Assim, a composição dessa peça gráfica evidencia os limites da idéia de uma identidade nacional, ao fazer a representação de uma identidade extremamente local que tem muito mais aproximação com identidades dos países vizinhos—como Uruguai e Argentina, onde estas culturas também possuem gaúchos—do que com outras localidades do Brasil. No cartaz de outro medicamento do referido laboratório, Radiolina, não se pôde perceber, no tema representado (uma mulher e uma criança) nenhuma leitura que possa ser realizada com foco na discussão que se está propondo neste momento. No entanto, a presença da ilustração conecta-se ao slogan do remédio: a maravilha do lar. Uma mulher com um menino no colo, conclui-se tratar-se de uma mãe e cuidando do seu filho, era legível em todas as culturas nas quais a indústria farmacêutica desenvolvia-se e não parecia especificar um tipo físico ou um tipo de vestimenta que pudesse induzir o leitor do reclame a pensar em uma situação alheia a sua. Então, se por um lado à figura não propõe uma realidade distante, por outro lado não induz a nenhuma realidade específica.

Através deste tema representado, se abriram as portas para outra breve comparação com os anúncios triados na pesquisa realizada na missão de estudos em Buenos Aires. Além dos aspectos formais e gráficos, foi depreendido que outra semelhança entre os anúncios de medicamentos que circularam em Buenos Aires e os anúncios e demais peças gráficas do laboratório Souza Soares, era os temas ilustrados. Neste aspecto, foram encontrados dois anúncios que se assemelham as peças gráficas que fazem parte do corpus de análise relacionado ao laboratório da cidade de Pelotas. Em um destes anúncios, do medicamento “Pertussin”, há a representação de provável mãe e filho que, em muito remete ao rótulo e anúncios da “Radiolina” do Souza Soares. Tal averiguação fortalece a especulação de que se trata de uma cena legível em todas as culturas, conforme colocado acima.

Em outro reclame portenho, do medicamento “Caramelos Digestivos Tônicos del Dr. Bravo”, encontra-se a imagem de uma menina, cujo sorriso e postura, muito se assemelham à criança que aparece em uma peça gráfica do “Peitoral de Cambará” do Souza Soares. Em ambas situações o espectador/consumidor encontra a representação de uma menina sorridente, meiga e de postura delicada, parecendo tratar-se, novamente, de outro tema compreensível e desejável em territórios distintos.

A averiguação da recorrência de temas e de uma estética oriunda de outro contexto, como dos estilos Nouveau e Déco, observados tanto nas peças gráficas do Souza Soares no Brasil, quanto nos anúncios de Buenos Aires, coloca à sombra as especificidades das culturas destes dois países e/ou cidades. No entanto, de acordo com algumas primeiras conclusões que a autora, em trabalho anterior já apontou (Lima; Michelin, 2010), estas peças estavam situadas na cultura industrial, desenvolvida, literalmente, com base na serialidade, onde inclusive os padrões atravessam fronteiras.

Assim, conforme já se abordou, segundo Cardoso (2005, p. 10-12), um autor de referência para a pesquisa, antes dos anos 1960, no Brasil, teria sido um período em que o design poderia ter expressado uma identidade nacional, no entanto, a existência de semelhanças nos grafismos e temas representados em peças gráficas de países diferentes, como Brasil e Argentina, aponta para direção oposta à suposição do autor.

As semelhanças encontradas, tanto da recorrência de influências dos estilos Nouveau e Déco quanto da repetição dos temas representados nestas duas localidades distintas podem fornecer algumas pistas sobre a questão da existência de um design representativo de um design nacional. A incorporação dos estilos citados, oriundos do continente europeu, aparece nos locais analisados esvaziados de seus significados culturais e temporais e apenas com intuito de afirmar os auspícios pela modernidade e pelo novo (Denis, 2000, p. 92-93). A ânsia por espelhar-se em países considerados modernos, acabou por encobrir uma forma gráfica que fosse capaz de traduzir as especificidades culturais do Brasil e da Argentina. A utilização destas manifestações visuais desraigadas de elementos significativos para a identificação da cultura na qual foram engendradas, poderia refletir uma característica etnocêntrica, fundada no esvaziamento dos ícones da cultura originada na dominação. No entanto, há outras questões que emergem dessa amostra analisada.

Conforme já citado, há o fato de os aspectos simbólicos utilizados estarem inseridos e originários da cultura industrial, dentro da qual os modelos extrapolam limites geográficos. Assim, a figura do gaúcho ou a figura da portuguesa talvez sejam apenas elementos gráficos que não possuam a responsabilidade de traduzir, simbolicamente, a cultura de onde as peças gráficas em questão emergiram. O fato de não serem demonstrativos visuais de determinadas particularidades culturais, assemelham-se à figura da mãe cuidando do menino nas peças gráficas da Radiolina e do reclame do Pertussin e da figura das meninas retratadas nas peças gráficas dos Caramelos Digestivos Tonicos del Dr. Bravo e do Peitoral de Cambará. O aspecto de atravessar fronteiras fica evidente ao encontrarem-se semelhanças entre algumas peças gráficas do laboratório pelotense e de estabelecimentos bonaerenses. Assim, mesmo que tenha sido feita uma breve comparação entre peças gráficas de cenários distintos, acredita-se ser suficiente para que se problematize a existência de um design que expresse uma identidade nacional. Além de as peças dos dois países apresentarem influências formais de estilos ditos universais, coincidem, também, nos motivos e aspectos simbólicos representados.

Se, ao identificar características destes estilos ditos internacionais e tecer breves comparações entre peças de contextos distintos, não foi possível identificar uma identidade no design, pode-se sugerir que, talvez, estas fossem construções permeadas de influências e hibridismos que, ao menos em termos visuais, aproximassem-se muito umas das outras. O intercâmbio cultural entre nações, mesmo que muito mais lentamente do que o experimentado hoje, não começou desde as primeiras expedições? Acredita-se que sim. Contudo, para que se possa falar em identidade nacional, ter-se-ia de aprofundar a discussão ainda mais, buscando averiguar se estas influências foram apropriadas de fato, ou seja, se foram incorporadas à cultura de forma a constituí-la. Sabe-se ser este um assunto que suscita, ainda, inúmeras discussões e aspectos a serem analisados mais profundamente. No entanto, buscou-se aqui, alavancar e dar início a uma discussão que pode ter muito a revelar sobre os primórdios do design gráfico e sua relação com o contexto no qual emergiu. Desta forma, tem-se a certeza de que a discussão não se esgota nestas breves páginas. Após algumas pistas, esta é uma dúvida que segue, mas que abre caminhos para novos estudos a serem traçados.

Bibliografía

- Barros, C.; Fernández, J. L.; PETRIS, J. L. (1999). La ciudad y la prensa: los medios gráficos frente a las transformaciones de Buenos Aires. In: Gutman, M.; Reese, T. (orgs.). Buenos Aires 1910: el imaginario para una gran capital. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires Sociedad de Economía Mixta. (pp. 241-253).
- Cardoso, R. (2005). *O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870 - 1960*. São Paulo: Cosac Naify.
- Denis, R. C. (2000). *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher.
- Hall, S. (1999). *A identidade cultural na pós-modernidade*. 3.ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- Lima, P.; Michelin, F. (2010). Identidade nacional e design gráfico: discussão através da análise de reclames do Parque Souza Soares (Pelotas/RS). In *Cadernos do CEOM*, Chapecó, n.32. No prelo.
- Ojeda, A. V. (2010). *Del reclame a la publicidad: transición a la modernidad publicitaria en la prensa periódica Argentina. El caso La Nación 1862-1885*. Acesso em: 19 jul. 2010. Disponível em: http://www.google.com.br/url?sa=t&source=web&cd=5&ved=0CCcQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.catedras.fsoc.uba.ar%2Fojeda%2Fpaginas%2Fponencia_version_por_mail.doc&rct=j&q=del%20reclame%20a%20la%20publicidad&ei=yZNFTNjXNtCMuAeGwtnHAW&usq=AFQjCNGbISV1gmf_m8d6-3Eu8jgmY5FD6w.
- Prown, J. D. (1993). The truth of material culture: history or fiction? In: Lubar, S.; Kingery, D. W. (orgs.). *The history from things: essays on material culture*. Washington: Smithsonian Institution. (pp. 1-19).
- Rezende, L. L. (2003). *Do projeto gráfico e ideológico: impressão de nacionalidade em rótulos oitocentistas*. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- Szir, S. M. (2010). De la cultura impresa a la cultura de lo visible. En: *Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional*. Acesso em: 27 jun. 2010. Disponível em: http://www.bn.gov.ar/descargas.d.ossier2_3.pdf.
- Villas-Boas, A. (2002). *Identidade e cultura*. Rio de Janeiro: 2AB.

Abstract: This article discusses the product of graphic design as supporters of a memorial time ended, through a relational perspective of the graphic product produced in Pelotas and Buenos Aires, during the period 1900 to 1930. The discussion emphasizes the contexts under discussion and the possibility of a design capable of representing national identities. In the two localities were analyzed graphic pieces of drugs, investigating aspects of graphic design inside the world of pharmacy.

Key words: Graphic Design - National identity - Product - Social memory - Heritage.

Resumo: Este artigo aborda o produto do design gráfico como suportes memoriais de um tempo findo, através de uma perspectiva relacional entre o produto gráfico produzido nas cidades de Pelotas e Buenos

Aires, no período de 1900 a 1930. A discussão enfatiza os contextos em questão e a possibilidade de existência de um design capaz de representar identidades nacionais. Nas duas localidades foram analisadas peças gráficas de medicamentos, pesquisando aspectos de design gráfico de forma inserida ao universo da farmácia.

Palavras chave: Design Gráfico - Identidade nacional - Produto - Memória Social- Herança.

(* **Paula Lima.** Professora do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Graduada em Design Gráfico pela UFPel e em Licenciatura Plena em Design pelo IF Sul-rio-grandense. Mestre em Memória Social e Patrimônio Cultural pela UFPel e especialista em Mídias na Educação pelo IF Sul-rio-grandense.

Fast Fashion y su impacto ambiental

María Cecilia López Barrios (*)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 243-247. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2012
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Resumen: La tendencia Fast Fashion es lo nuevo entre las grandes marcas del mundo de la moda. Consiste en cambiar la oferta de sus tiendas de ropa cada quince días, surtiéndolas de nuevas colecciones en lapsos de tiempo muy breves a los que no están tradicionalmente acostumbrados. Anteriormente, se conocían las temporadas, primavera verano o la temporada de otoño invierno, esta idea se ha replanteado por una moda cambiante, al colocar nuevos productos con mayor rapidez, a un precio más asequible al bolsillo del consumidor, lo que permite llegar a un público más amplio. Las consecuencias devastadoras para nuestro planeta de esta tendencia de moda, que le hace cada vez más daño, se incrementa en la realización de los procesos de acabados textiles porque están contaminando el agua del planeta. Este artículo, lo que pretende lograr, es una reflexión para analizar la problemática que se presenta y que poco a poco comienza a destruir nuestros recursos naturales.

Palabras clave: Fast Fashion - Contaminación - Industria textil - Residuos - Medio Ambiente.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 247]

¿Qué se entiende por pronta moda o Fast Fashion?

Fast Fashion es también conocido como pronta moda, que es una forma de producción de ropa que permite acortar los tiempos en la creación y realización del producto, efectuando su proceso de venta en forma más rápida. Las grandes marcas en el mundo de la moda observan las colecciones de los diseñadores más reconocidos, interpretan las tendencias con un estilo propio, le realizan modificaciones adaptándola al mercado y la producen en un tiempo más corto, logrando ubicar productos con mayor rapidez, a un precio más asequible al bolsillo del consumidor y llegando a un público más amplio.

El concepto de las empresas, dedicadas a la pronta moda, modificó la idea de colecciones anuales y lanzaron su propia versión llamada colecciones vivas. Las prendas que confecciona son diseñadas, fabricadas, distribuidas y vendidas casi con la misma rapidez que el cliente cambia los gustos. Es más, la misma empresa es la que promueve estos cambios acelerados, surtiendo sus tien-

das con nuevos diseños por semana, creando un clima de oportunidad que consiste en hacerle entender al cliente que si algún modelo le gusta, es mejor que lo compre en ese momento porque lo más seguro es que la próxima semana no esté en la vitrina. Así que el cliente compra la prenda para no perder la oportunidad. Este es el clima de escasez y oportunidad inmediata que han creado las empresas con su concepto de colecciones vivas.

¿Cómo pueden realizarse estas colecciones a tan corto plazo?

A partir de 1990, se refina el concepto de mercadeo orientado al cliente, y se comienza a crear productos y servicios orientados a personas en particular, con la utilización de complejos sistemas informáticos capaces de identificar clientes específicos y sus necesidades concretas. Los segmentos se van reduciendo hasta llegar a grupos meta

altamente determinados, casi personas concretas, con nombre y apellido.

Para poder entender la realización de estas colecciones realizadas tan rápidamente, se tomará como ejemplo el grupo INDITEX, el cual tiene tiendas tan conocidas como Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe. Su singular modelo de gestión, basado en la innovación y la flexibilidad y su forma de entender la moda –creatividad y diseño de calidad, junto con una rápida respuesta a las demandas del mercado lo han convertido en un grupo muy reconocido a nivel mundial. La creatividad y la creación van unidas, la parte de producción o fabricación se realizan con proveedores externos, lo que permite ofrecer en poco tiempo las nuevas colecciones.

El proceso de producción se realiza por maquilas y por subcontratación debido a la necesidad de realizar prendas en corto tiempo y a un precio más económico. La empresa Red en el caso de Inditex, fragmenta y dispersa el proceso productivo industrial por todo el mundo, desde Portugal a Marruecos, desde el Este de Europa, a los países Asiáticos. Luego, cuando están listas las prendas son enviadas a sus plantas que se encuentran en Zaragoza y Arteixo (España) para darles el último acabado (planchado, etiquetado y embolsado). Una vez terminados estos procesos se reenvían a las tiendas. La parte de zapatos la realiza la empresa de calzado del Grupo, quienes desde su Centro Internacional en Elche (Alicante), que diseña y distribuye el calzado que acompaña la moda de todas las marcas.

- **Zara:** Es la marca principal de la cadena. Abarca estilos muy diferentes, desde la ropa de diario, más informal, hasta la más seria o formal, pasando por vestidos y trajes de fiesta para eventos. Trabaja la moda para mujer, hombre y niño. Algunas de las tiendas de la compañía usan la marca Lefties (sin hacer referencia en ningún lugar de la tienda a Zara), dedicadas a vender ropa de saldo, restos de campañas anteriores o prendas a precios muy bajos y, en general, también de calidad baja.
- **Bershka:** El estilo de las tiendas Bershka es juvenil e informal, pero dentro de ella se pueden elegir distintos estilos y gustos de la moda.
- **Pull and Bear:** Se centra en la moda juvenil y desenfadada, con un estilo muy urbano. Dirigido principalmente a los adolescentes y preadolescentes, tanto para chicas como para chicos.
- **Stradivarius:** Dirigida al público femenino joven. Un estilo medio entre Pull & Bear y Bershka, aunque más similar a éste último.
- **Massimo Dutti:** Destaca por sus diseños más elegantes, clásicos y estudiados, tanto de diario como formal, y trajes, vestidos de noche, de cóctel. Se caracteriza por tener precios más altos que el resto de tiendas del grupo. Trabaja la moda para mujer, hombre y, recientemente, para niños.
- **Oysho:** Lencería y ropa interior femenina (aunque abarca también pijamas, complementos, trajes de baño en la temporada estival) También cuenta entre sus colecciones con ropa para niña y bebé.
- **Zara Home:** Interiorismo, menaje para el hogar, decoración, accesorios, utensilios de cocina, Zara Home Kids (dirigido a los niños).

- **Uterqüe:** Es la última firma del grupo Inditex en incorporarse. Se centra en un sofisticado diseño para complementos y accesorios: Zapatos, bolsos, bisutería, gafas, prendas de piel y punto entre otros. Con una imagen sobria, en madera, inspirada en los clubs ingleses, aunque al mismo tiempo logra un ambiente diáfano y moderno

El modelo de la empresa Inditex se basa en cinco principios de valor como son:

- **Variedad** porque proporcionan a los clientes una gama amplia de productos, que el cliente siente que lleva un producto personalizado debido a la diversidad de opciones.
- **Velocidad** que significa gratificación instantánea y capacidad de respuesta a las necesidades del cliente. Con un sistema de producción flexible, que permite dar respuesta a las demandas del mercado. El sistema JAT (justo a tiempo) hace posible recibir las cantidades y variedades deseables, logrando, de esta forma, la competitividad ya que solo producirá lo que es aceptado por el consumidor, logrando un ahorro en el almacenaje (stock cero), evitando de esta manera la compra innecesaria de textiles, todo debido a que “los costos de los procesos se determinan antes del lanzamiento y comercialización del producto que se fabrique. Siendo de este modo el precio el que determina el producto y no a la inversa” (Inditex, 2008). Para hacer más flexible el proceso de producción e implantar el sistema completo de JAT, en los años 90 el grupo llegó a un acuerdo con la empresa Toyota por el que se instalaron máquinas y repuestos multifuncionales que hacen posible el cambiar rápidamente la producción, para realizarla de una forma más flexible dando la posibilidad de responder de manera veloz a los cambios y tendencias de la moda.
- **Ceder sin perder su control estratégico**, para poder agilizar sus volúmenes de trabajo y dar velocidad en las respuestas a la demanda de sus clientes. Utilizan las maquilas pero sin que esto signifique perder el control estratégico.
- **Manejo de información**, esto se hace en el tiempo real. Todos los involucrados en la cadena productiva deben tener acceso a la información de toda la cadena en el momento que se necesite.
- **Súper servicio y pedidos perfectos** en las áreas que los clientes consideran críticas, como son la entrega rápida y confiable de los productos, ya que se entrega en el lugar solicitado, dentro del tiempo estimado, en condiciones perfectas y listo para su exhibición.

Para la producción de la empresa Inditex existen prendas básicas, que se consumen en todo el tiempo del año y las que se combinan con prendas que aparecen y desaparecen con rapidez, las cuales tienen plazos cortos de vida, que abarcan entre dos semanas desde su creación hasta su ubicación en las tiendas. Es ropa que es de fácil rotación, que se ajusta a la producción de acuerdo a las demandas de los clientes. Esta moda flash, como se puede llamar, se realiza lanzando pequeñas producciones a modo de prueba de la aceptación de los consumidores. Si esta moda tiene buena acogida, se lanza el producto a mayor escala, lo cual permite a la empresa elaborar solo las prendas de acuerdo a las preferencias de sus clientes, lo que sustenta una producción y una distribución flexible.

Anteriormente se manejaban los conceptos de temporadas, Fast Fashion ha ido modificando la logística de la realización de diseños y producción, que permite recibir las prendas en plazos que van entre las 24 y las 48 horas, acompañado de la informática, la cual ha facilitado la información entre los almacenes que son los que captan las preferencias de los consumidores y la producción, evitando la acumulación de stocks que incurrirían en pérdidas monetarias a los almacenes con la devolución de las prendas que no tuvieron aceptación en el mercado. Toda esta flexibilidad y los cambios continuos de prendas de vestir, hacen que puedan llegar a tener de 6 a 8 temporadas en el año, a diferencia de lo que anteriormente se tenía que eran dos o máximo cuatro temporadas anuales. El sistema JAT de la que Zara (Pertenece al grupo Inditex) es pionera la hace muy competitiva en el mercado, realizando producciones en períodos cortos de tiempo. Según el grupo Inditex, el cliente es el centro de su actividad, punto de referencia del modelo de negocio y de su cadena de producción. Todos los procesos están dirigidos a prestar el mejor servicio a la tienda y al cliente, debido a su modelo integrado en que el consumidor es el eje principal en la toma de decisiones en todas las áreas de la empresa.

Los diseñadores, adicionalmente de la información suministrada por los puntos de venta, con la reacción de los consumidores a las propuestas de moda, también realizan un street vision en las discotecas, en las calles y universidades, para observar las tendencias venideras. Adicionalmente, toman información de las últimas tendencias que muestran las casas de moda a nivel internacional. De esta forma garantizan la oferta de un producto deseado por los consumidores. Los puntos de venta son el medio que la empresa utiliza para escuchar la opinión de los clientes. Por lo tanto los vendedores son informantes que dan a conocer los deseos y necesidades de los clientes. Como doble objetivo permite la adaptación constante a la demanda y evita que el mercado se sature de un modelo determinado. Se cita a uno de los ejecutivos de mercadeo de Zara decir: “El éxito del modelo es estar preparado para adaptar lo que se ofrece –en el menor tiempo posible– a lo que los clientes quieren”.

Los puntos de ventas también son seleccionados con mucho cuidado, ya que la ubicación de las tiendas resulta ser un punto clave del negocio, teniendo en cuenta la movilidad urbana y los posibles compradores, además seguir con los criterios de fácil acceso y de visibilidad de los productos, para hacerle posible a los consumidores despertar el deseo de entrar a la tienda a darse una vueltecita y ver “si hay algo nuevo”.

El grupo Inditex trata de evidenciar que la relación que éste mantiene con los consumidores se da en las propias tiendas, aunque “no invierte dinero en publicidad, solo en excepcionales ocasiones cuando anuncia sus rebajas al principio y a mitad de año”. (Pereira, s/f)

Las consecuencias del Fast fashion

Toda la tendencia Fast Fashion ha inundado el mercado. Cada vez es más rápida la moda, de igual forma la manera en que las personas están comprando o adquiriendo

nuevos atuendo, la moda es tan cambiante que aunque la prenda pueda durar toda la vida, va a ser usada cuando mucho diez veces y luego será guardada en el armario por el resto de la vida porque pasó de moda. Otras veces debido al cambio de estaciones, en algunos países, no es posible usar estas ropas y quedan sin colocarse hasta con etiquetas puestas, así que asalta una pregunta, ¿Qué hay con toda esta ropa en nuestro closet? ¿A dónde va a parar esta ropa..... ¿Cuál es la responsabilidad social de estas empresas con respecto a todas las prendas que ya los consumidores no desean utilizar y necesitan sacar de su ropero?

La responsabilidad social de las empresas productoras de moda se basa únicamente en principios como la ética, responsabilidad y el trato justo. La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de las normas básicas no significa el cumplimiento con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad. “Promover el estudio y el desarrollo de la responsabilidad social corporativa entendida como el compromiso de las empresas de aplicar criterios de buen gobierno corporativo, de desarrollo social sostenible y de protección al medio ambiente”. (Inditex, 2008)

Cuando se habla de responsabilidad social empresarial (RSE), no se quiere que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables, lo que se quiere lograr es que ellas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus actividades. Esta cultura es una forma de hacer negocios, que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico. (Polo Martín, s/f)

La RSE lo que quiere lograr es que las empresas apunten al desarrollo sostenible, que trabajen a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social, el aprovechamiento y conservación del medio ambiente. Las empresas tienen el compromiso de lograr este equilibrio, deben pasar a formar parte activa a la solución de los retos que tiene la sociedad, con el propósito de lograr un entorno más estable y próspero.

La industria textil se ha caracterizado por ser una de las actividades más contaminantes, debido a los residuos que genera y los altos consumos de agua, energía y reactivos químicos. Las plantas de procesamiento textil emplean una amplia variedad de tintes y otros compuestos químicos, incluidos los ácidos, bases, sales, agentes humedecedores, colorantes y otros acabados auxiliares. Muchos de estos no permanecen en el producto textil final sino que son desechados después de cumplir con un uso específico. Por tanto, los efluentes combinados de las plantas de textiles pueden contener todos o cualquiera de estos componentes. “Dado que muchos procesos textiles se manejan en forma discontinua, las concentraciones de los

materiales residuales pueden variar significativamente. Algunos procesos requieren de condiciones altamente ácidas mientras que las de otros son altamente alcalinas. En consecuencia, el pH del agua residual también puede variar bastante a lo largo de un período de tiempo”.

La prenda del jean es una de las más contaminantes del medio ambiente, contamina en el proceso de tintura, pero la mayor parte se origina en los procesos posteriores a ésta, cuando se realizan los acabados en la lavandería o que incluyen el blanqueado de estas prendas; también de las etapas de secado y terminado. Dada la variedad de fibras, colorantes y productos utilizados, estos procesos generan efluentes de gran diversidad y complejidad química, los cuales no se tratan adecuadamente en una planta de tratamiento de aguas residuales convencional. La composición química de los efluentes textiles cambia rápidamente como resultado de las diferentes preferencias de los consumidores y de la moda, lo cual hace más difícil el trabajo de remoción de contaminantes. Hay empresas que cuentan con su propia planta de procesamiento de aguas residuales, pero desafortunadamente son muy pocas.

El agua es un recurso natural no renovable indispensable para el bienestar social puesto que se trata de un líquido vital para el ser humano, plantas y animales debido a sus propiedades únicas. Todos los procesos de acabado que se le realizan, lo están contaminando a tal grado que en muy poco tiempo no podrá ser utilizado por los humanos.

¿Qué podemos hacer para solucionar este problema de los desechos textiles?

Esa es la pregunta que como habitantes de este planeta, que tiene cada vez más consumidores ávidos de nuevas tendencias de la moda se necesita formular, ¿qué se puede hacer para no seguir produciendo tanto desecho textil y qué hacer con los desechos que ya se tienen?

Hay varias técnicas para la reutilización de estas prendas que se vienen implementando en muchas partes del mundo. Una de ellas es las tiendas vintage, que en concreto se refiere al uso de prendas usadas o antiguas pero no cualquier tipo de prenda, sino aquellas exclusivas de alto nivel que combinadas con otras nuevas o renovándolas al añadirles algún accesorio o elemento más actual, es una especie de reciclaje del vestuario.

“En Londres andan en búsqueda de ropa de primera, así sea de segunda mano. La tendencia de usar ropa de segunda, ropa vintage como se le llama”. (Pastrana, 2011) Para que el estilo vintage funcione hay que mezclarlo con la ropa actual, se pueden combinar prendas, algo viejo con algo nuevo. Esto se ha convertido en una tendencia de temporada, que es lucir una prenda vintage y alegrarla con un toque de modernidad. De esta forma, se revitaliza un atuendo de colores sepia con la bondad de la ropa añeja y la actualidad. “Quienes viven en Londres no compran ropa, la coleccionan. Tener mucha se ve raro, comprar a montones es burdo, de mal gusto”.

Existen muchas tiendas Vintage en todo el mundo, casas de indumentaria internacionales y una gran parte de los diseñadores independientes han adoptado la práctica de reciclar prendas para transformarlas en productos ape-

tecibles para un público con ansias de novedad. Firmas internacionales, como Prada o Chanel, han reeditado diseños históricos asegurando que no se trata de copias, sino de modelos originales, por lo tanto el hecho de que sean ropa usada no quiere decir que los precios sean económicos, existen de todo nivel. Lo bueno es que cada vez hay más gente que sabe valorar este tipo de prendas: nunca va a ser lo mismo ir a una fiesta, por ejemplo, con un vestido de Zara a ir con uno vintage, el cliente paga exclusividad y calidad, nunca habrá la posibilidad de encontrar a una persona vestida con el mismo vestido que llevas puesto.

Muchas compañías también realizan diseños con materiales reciclables, con el fin de ayudar al medio ambiente, los residuos son un recurso muy valioso, pero a menudo poco comprendido. Recicladores de textiles han desarrollado una serie de prácticas socio-tecnológicas que permiten transformaciones de materiales, pero a menudo permanecen invisibles para las economías modernas.

El uso de fibras naturales es una buena opción para conservar el medio ambiente, se refuerza por la búsqueda de que las mismas sean orgánicas, lo cual significa que su producción esté libre de químicos, como fertilizantes o insecticidas, así como el tinturado de las fibras y telas mediante productos de origen natural y colorantes libres de elementos tóxicos o contaminantes. En particular, se ha consolidado una oferta internacional de algodón orgánico, que hoy es producido en diversos países, que incluyen a India, Siria, Turquía, China, Tanzania, Estados Unidos, Burkina Faso, Uganda y Egipto. Por su parte, varios países latinoamericanos, incluyendo a Perú Brasil, Paraguay, Colombia y Nicaragua, vienen trabajando el algodón orgánico, estimulados por beneficios asociados a este material, como el estímulo a prácticas naturales de agricultura que reducen la contaminación de la tierra, y el mejoramiento de condiciones de salud, tanto para cultivadores y productores, como para usuarios de prendas hechas con fibras orgánicas. Empresas internacionales como Holf & harrison, utilizan el algodón orgánico ya que es una fibra fuerte, versátil, puede crecer en la mayoría de los climas, no requiere pesticidas.

Las fibras de origen natural, tales como el algodón, lino, el bambú o lana, como materia prima para la fabricación de telas y prendas, en lugar de fibras sintéticas como el poliéster, dado que este último es un derivado del petróleo, y no se degrada rápidamente, ofrecen mejores condiciones para el cuidado del medio ambiente, ya que estas fibras naturales se descomponen fácilmente.

Queda un interrogante, ¿es necesario comprar toda esa cantidad de ropa? Si se sigue consumiendo al ritmo como se está haciendo en la actualidad, ¿el planeta podría colapsar!

Referencias bibliográficas

- Agulló Fernández, I. y Castillo Alonso, J. J. (2010). *La precariedad en los mercados de trabajo y consumo de los jóvenes: el caso Zara*. Editorial: Universidad Complutense de Madrid.
- Bombín Moreno, V. (2004). Caso: *El grupo Inditex*. Editorial: Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.
- Garcés Giraldo, L. F.; Hernández Ángel, M. L. y Peñuela Mesa, G. A. (2009). *Degradación de aguas residuales de la industria textil*

- por medio de fotocatalisis. Editorial: Red Revista Lasallista de Investigación.
- Fernández García, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Editorial: ECU (España).
- Garcés Giraldo, L. F., Hernández Ángel, M. L. y Peñuela Mesa, G. A. (2009). *Degradación de aguas residuales de la industria textil por medio de fotocatalisis*. Red Revista Lasallista de Investigación.
- Lefcovich, M. (2009). *Sistema de producción justo a tiempo - JIT. No es solo un sistema de producción, es una filosofía de trabajo*. Editorial: El Cid Editor.
- Pastrana, C. (octubre de 2011). Londres una ciudad Vintage. En *Revista Avianca*, 79.
- Pereira, J. E. (s/f). *Celeridad e Innovación = Éxito*. Disponible en: www.mercadeo.com/70_zara.htm
- Polo Martín, J. F.; Arceo Vacas, A. (s/f). *La responsabilidad social corporativa de las grandes empresas españolas con presencia en América Latina: modelos de actuación*.

Abstract: The tendency Fast fashion is the new thing between the big marks of the world of the fashion. This one consists of changing the offer of their cloth's shops every fifteen days, with a stock of new collections in very brief spaces of time of which we were traditionally used. Previously the fashion periods were known spring - summer or autumn - winter collections, these ideas have rethought for a changeable fashion, on having placed new products with major rapidity, at a more obtainable price to the pocket of the consumer, which allows to a wider public to come.

The devastating consequences for our planet of this tendency of fashion that hurts it, increases in the achievement of the processes

of finished textiles because they are staining the water of the planet. This article what it wants to achieve is to realize a reflection to analyze the problems that is appearing and that little by little is destroying our natural resources.

Key words: Fast Fashion - Pollution - Textile industry - Wastes - Environment.

Resumo: A tendência Fast fashion é o novo entre as grandes marcas do mundo da moda, que consiste em mudar a oferta das suas grandes lojas de roupa a cada quinze dias, renovando para novas coleções num tempo muito menor dos que estão tradicionalmente acostumados. Anteriormente se conhecia as temporadas primavera-verão ou outono-inverno, esta idéia foi modificada por uma moda mutável, ao colocar novos produtos com maior rapidez, a um preço mais acessível ao bolso do consumidor, permitindo chegar a um público mais amplo. A consequência devastadora para nosso planeta desta tendência de moda, se incrementa na realização dos processos de acabamentos têxteis estão contaminando a água do planeta. Este artigo o que quer lograr é realizar uma reflexão para analisar a problemática que se apresenta e que pouco a pouco esta destruindo nossos recursos naturais.

Palavras chave: Fast Fashion - Poluição - Indústria têxtil - Resíduos - Ambiente.

(*) **María Cecilia López Barrios**. Candidata a Magíster en Mercadeo. Profesional en Diseño de Modas y textiles, Tecnólogo en Diseño textil, Profesora a Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Caribe, Programa de Diseño de Moda y Alta Costura.

Diseño & Marketing: la enseñanza

Marcela López (*)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 247-250. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: abril 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Resumen: En diseño, como en marketing, encontramos las similitudes en etimologías, definiciones, procesos, en “la visión de lo que será”, en lo intangible: la idea, y en el proceso de enseñanza- aprendizaje. En donde el docente es el artesano que, a través de su propia experiencia, crea situaciones de aprender- haciendo en la modalidad taller. Este clima situacional en el aula-taller permite la fluidez en la comunicación centrado en el proceso de aprendizaje del alumno. Lo que sería la estrategia de la enseñanza basada en su correlato lógico entre la fundamentación teórica y su práctica. Enseñamos a pensar.

Palabras clave: Marketing - Diseño - Proceso de enseñanza - Aprendizaje - Aula taller.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 250]

En el área de diseño, como en la de marketing, encontramos similitudes. Estas, no son solo desde el uso de la terminología de ambas sino desde el proceso mismo de la enseñanza, en donde subyace, toda una fundamentación teórica refrendada en la experiencia del hacer. Los alumnos reciben estos conocimientos y operan en la realidad a través de la información (teoría). Este *feedback* o retroalimentación es un proceso en la enseñanza de

ambas áreas en la modalidad de taller, que posibilita aprender haciendo. Partir desde lo teórico a la práctica, cuando en realidad, el docente parte de su experiencia práctica que esta fundamentada con la teoría para luego transmitir los conocimientos al alumno y éste desde allí aplicarla en ejercicios prácticos.

A modo de recordar definiciones: ¿Qué es diseño? Término utilizado habitualmente en el contexto de las artes

aplicadas: ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas. Diseño se define como el proceso previo de configuración mental “pre-figuración” en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Etimológicamente derivado del término italiano *disegno* dibujo, designio, signare, signado, lo por venir. El porvenir la visión representada gráficamente del futuro, lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto, el acto de diseñar como prefiguración es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación. (Wikipedia, 2011)

Veamos como podemos simplificar esto que al parecer es complicado. Para comenzar, consideramos que es un proceso, por que implica ir pasando etapas. El proceso de diseñar, suele implicar las siguientes fases:

1. Observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano, que es en definitiva el fin último de la gran mayoría de nuestros diseños. Se investiga y reúne toda la información que nos dará las pautas.
2. Planear y proyectar proponiendo un modo de solucionar esta necesidad, por medio de planos y maquetas, tratando de descubrir la posibilidad y viabilidad de la(s) solución(es).
3. Construir y ejecutar llevando a la vida real la idea inicial, por medio de materiales y procesos productivos.
4. Evaluar. Cada etapa o fase se trabaja con la evaluación.

Cuando hablamos de configuración mental entramos en la búsqueda de la Información de todo lo atinente a lo que estoy por diseñar.

Tomemos el ejemplo simple del diseño de una silla: no sólo tengo que tener la información técnica de la altura, de las medidas del asiento, el respaldo con su inclinación respectiva, estudios brindados por la antropometría y la ergonomía. También debo saber para quienes estará destinada la silla y el uso que se pretende darle: si fue encargada para un *fast food*, tenemos que saber que será ubicada en un patio de comidas común a todos, que es de rotación rápida, por lo que traducido sería una silla no tan cómoda, para que la gente consuma y se retire rápidamente, liviana, fácil de limpiar y que se adapte a todos los locales. Distinto sería si se encarga el diseño de una silla para un restaurante cinco tenedores, en donde la idea es que sus clientes se queden el mayor tiempo posible con comodidad y bienestar coherente con el servicio que se brinda.

Además, hay que considerar el clima, lo que dará la pauta de los materiales de trabajo. No es lo mismo un restaurante en Brasil con clima cálido y ofrecer una silla con imitación piel de oso en vez de utilizar un género más fresco. Esto es buscar la información que el diseñador va procesando en su mente. Poner a funcionar todas las necesidades a cumplir para diseñar algo. Y aún no se comenzó dibujar. Todo está en la mente. Es una pre-figuración de lo que voy a diseñar, en esta etapa también trabajamos con auto evaluación.

Etapas: bocetos, anteproyecto y proyecto en las cuales también interviene la evaluación. Siguiendo con el ejemplo de la silla: en este proceso surge la idea que en vez de 4 patas tenga una, o en vez de 4 patas iguales las dos delanteras diferentes de la dos traseras. Sigo cumpliendo los requerimientos técnicos ergonómicos antropométricos y pautas generales de uso, pero estoy diseñando y evaluando.

Aquí es donde se transfiere la prefiguración mental a los soportes que necesito para avanzar con el diseño y poder comunicar lo diseñado: planos, croquis, maquetas, que es el medio para expresar lo diseñado.

Aquí además de la información y la técnica, se requiere de creatividad.

El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, y en caso de una modificación de lo existente. Utilizamos: inspiración, abstracción, síntesis, ordenación y transformación.

Podemos decir que: diseñar requiere principalmente consideraciones funcionales, técnicas, estéticas y creativas. Esto necesita de numerosas fases de investigación, análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas a la producción definitiva del objeto. Además, comprende multitud de disciplinas y oficios dependiendo del objeto a diseñar y de la participación en el proceso de una o varias personas. Diseñar es una tarea compleja, dinámica e intrincada. Es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, y efectos psicológicos. Se tiene en cuenta los materiales con los que se va a trabajar, la forma, el color, el volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado con el medio ambiente y el ser humano.

Veamos las similitudes entre diseño y marketing.

“Marketing es un proceso de planificar y ejecutar la concepción de ideas, bienes o servicios, en función de las necesidades gustos o preferencias del mercado al que quiere alcanzar, creando intercambios que satisfagan intereses tanto individuales como de la organización”. (López, 2010)

Observamos que se considera el marketing y al diseño como un proceso en donde implica pasar por los pasos antes mencionados: 1) en la etapa de investigación, recabamos la información, analizamos el mercado al que nos dirigimos, analizamos la situación interna y externa, el contexto competitivo en el que se encuentra. 2) Diseñamos un concepto, una idea, un producto o servicio en relación a quienes serán los usuarios de lo que estoy creando, existe una creación para luego 3) Planificar y ejecutar. Proyectamos acciones en corto, mediano y largo plazo. Y simultáneamente 4) Evaluamos en todos los pasos las distintas alternativas propuestas.

También diseñamos lo por venir, para lo cual usamos la visión, que describe en términos gráficos donde se desea estar en los próximos años. Y la misión representada en el proyecto mediante programas y acciones que nos llevara a la visión propuesta.

Otra gran similitud entre diseño y marketing es que ambos son intangibles. Son ideas vendemos ideas, de como será la silla, de como resultara el proyecto de marketing. En un mundo enloquecido y sobre estimulado lo que valen son las ideas: las buenas ideas. Cuenta la historia

que allá por los años 1920 una costurera instaló su local de sombreros, tal fue su visión de la moda que llegó a cambiar los paradigmas del momento. Una señora de la alta sociedad entró a su negocio, lo recorrió y se quedó pasmada con un sombrero en especial. Al intentar ponérselo no lograba ubicarlo bien, para ello la modista quien estuvo observando se acerca y de un toque colocó el sombrero con tal gracia que la mujer quedó fascinada. Al preguntarle cuanto costaba, la modista le dijo 5000 dólares, ¿como 5000 dólares por un sombrero? “No dijo, por la idea, el sombrero va de regalo”, esa modista era Coco Chanel.

Ella esta cobrando lo intangible, es lo que tendríamos que apuntar los que vendemos ideas. (López, 2010)

¿Qué es lo intangible? Todo producto o servicio tiene su lado intangible. Por ejemplo si se compra un shampoo el producto es algo tangible lo puedo tocar y palpar, pero no solo compro el bote, sino la marca que ofrece una promesa de lo que se conseguirá con el producto. En realidad, se compra más por lo intangible que por lo tangible del producto. Recordemos la definición de diseño:

...Etimológicamente derivado del término italiano *disegno* dibujo, designio, signare, signado lo por venir. El porvenir, visión representada gráficamente del futuro... Nosotros estaríamos vendiendo una idea de como sería en el futuro algo que creamos, o sea un Intangible. Damos valor a nuestra idea, las concretamos en algo tangible: El proyecto compuesto de croquis, planos, maquetas, etc. Materializamos lo intangible en algo tangible, le damos importancia, jerarquía y calidad al estudiar todos los aspectos en cuanto a presentación del producto que se está ofreciendo y hacer valer nuestras ideas. O sea, volver tangible lo intangible.

En cuanto a la enseñanza de ambas disciplinas: diseño y marketing, entendemos que es un proceso y por ello empleamos distintas técnicas y modelos partiendo de la base de la comunicación en la que interviene el docente y los/as alumnos/as en un permanente juego de intercambio en donde emisor y receptor son parte de ambos roles. A partir de allí, se va recreando una retroalimentación o *feed back*, entre lo que se brinda y lo que se recibe, lo cual genera un proceso comunicacional didáctico que sostiene el aprendizaje.

En ambas disciplinas, las estrategias de enseñanza son diversas y van desde las más tradicionales, en donde el enseñar es un arte y el profesor un artesano que requiere de la experiencia y la práctica concreta. A modo artesanal va transfiriendo, en forma progresiva su saber sobre quienes como discípulos en forma más individual, van encontrando y alcanzando sus propios logros en los tiempos de cada uno.

Esto es el enriquecimiento del profesor en relación a su experiencia desde la práctica, sin que esto implique no sostener la misma con aspectos de la teoría, indispensable andamiaje de la práctica. Cuando hablamos de la modalidad tradicional es importante hacer la diferencia entre el enfoque enciclopédico y el enfoque comprensivo: “El primero, el enfoque enciclopédico, donde el profesor es un especialista que domina la materia a la perfección. La enseñanza es la transmisión del saber del maestro que se traduce en conocimientos para el alumno. Se puede correr el peligro de que el maestro que tiene los conocimientos no sepa enseñarlos”. El segundo enfoque

es el comprensivo, donde el profesor/a es un intelectual que parte de la experiencia y comprende lógicamente la estructura de la materia y la transmite de modo que los alumnos la lleguen a comprender como el mismo. (Wikipedia, 2011)

Por ello el enfoque comprensivo se imparte tanto en diseño como en marketing la enseñanza desde la experiencia de haberlo materialmente hecho y vivido. Considerando vital para la transmisión de los conocimientos. Y para acompañar al alumno en su proceso de aprendizaje.

Hablar de estrategias de enseñanza de este tipo, muy utilizadas en el campo de las artes, pone al descubierto situaciones que no son fáciles de resolver a la hora de evaluar la enseñanza.

Desde otra perspectiva, el modelo constructivista considera que aprender es poder errar y se toma al error como una actividad crítica de la que se aprende.

El docente acompaña este proceso y el alumno adquiere la capacidad de autocrítica lo que lo lleva a perfeccionar sus trabajos. Sin dejar de motivar al alumno con la transferencia de su posterior aplicación; se brinda el tiempo para que cada alumno realice su propio proceso de recepción, asimilación y aplicación de los conocimientos recibidos vertidos en trabajos prácticos creados específicamente para la materialización de lo teórico, construyendo su propio conocimiento.

En cuanto a la modalidad taller, tanto en diseño como en marketing se aplica esta modalidad que parte de la idea del aprender haciendo sin dejar de lado un sustento teórico básico para la práctica misma.

De esta manera, la enseñanza, tanto teórica como práctica, constituyen una unidad que se aplica en todos los campos de la formación profesional.

En este sentido, cuando aplicamos la teoría en trabajos prácticos, motivamos al alumno a trabajar con los contenidos, a seguir con una estructura, a pasar por los procesos, a aplicar su creatividad y a asimilar lo teórico. Dentro del mismo contexto áulico el trabajo en equipo es utilizado combinado tres factores:

- Una tarea a realizar conjuntamente de acuerdo con los objetivos propuestos en cuanto al equipo.
- Las relaciones técnicas o funcionales que derivan de esos objetivos que, a su vez, establecen responsabilidades de unos y otros en lo que hace a la realización de actividades y tareas. Se trata de todo lo que concierne a la forma de realizar el trabajo propiamente dicho.
- Los factores humanos que se dan a través de los procesos socio-afectivos que hacen referencia al tipo de relaciones que se establecen entre las personas que forman parte de un grupo (en este caso con el propósito de constituir en equipo). (Ander-Egg y Aguilar, 2001).

En resumen: podemos afirmar que tanto en el diseño como en el marketing, encontramos similitudes en: sus etimologías, los contenidos de las definiciones, en los procesos, en el uso de “la visión de lo que será”, en lo intangible, o sea la idea, y en el proceso de enseñanza-aprendizaje de todo lo antedicho. En donde el docente es el artesano que a través de su propia experiencia crea situaciones de aprender-haciendo en la modalidad taller. Este clima situacional en el aula-taller permite la fluidez

en la comunicación centrado en el proceso de aprendizaje del alumno. Lo que sería la estrategia de la enseñanza basada en la práctica-teoría y su correlato lógico entre la fundamentación teórica y su práctica concreta de lo intangible Enseñamos a pensar.

Bibliografía

- Wikipedia. (2011). Diseño. Disponible en: [wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o-](http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o)
- López, M. (2010). *Retail Marketing. Mercado Minorista*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.
- Wikipedia. (2011). Modelos de enseñanza. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Modelos_de_ense%C3%B1anza.
- Ander-Egg, E. y Aguilar, M. J. (2001). *El trabajo en equipo*. México DF: Editorial Progreso.

Abstract: In design as in marketing, we find the similarities in: etymologies, definitions, processes, in “the vision of what it will be”, in the intangible: the idea and the teaching- learning process, where the teacher is a craftsman who through his own experience creates learning situations- doing it in the workshop modality. This type of

atmosphere allows the fluently in the learning process of the student. It is the strategy based on the logic relationship between the theoretical substance and its practice. We teach how to think.

Key words: Marketing - Design - Process - Mode teaching and learning - Workshop.

Resumo: Em design e marketing, encontramos similaridades em etimologias, definições, processos, “a visão do que será”, no intangível: a idéia, e no processo de ensino-aprendizagem, onde o professor é o artesão que por experiência própria cria situações de aprendizagem pela prática, no modo de oficina. Este clima de situação em sala de aula-oficina permite a fluidez da comunicação centrada no processo de aprendizagem do aluno, o qual seria a estratégia de ensino com base na sua correlação lógica entre a teoria e a prática. Ensinamos a pensar.

Palavras chave: Marketing - Design - Processo de ensino - Aprendizagem - Aula - oficina.

(*) **Marcela López.** Decoradora de Interiores de la Universidad Nacional de Tucumán, Argentina. Docente del área de Diseño en la Universidad Nacional de Tucumán. Posgrado en Formación Pedagógica para Docentes Universitarios, Universidad Nacional de Tucumán.

Índice alfabético por título

- Análise da tecnologia do carbono pirolítico no design de jóias**
Cynthia Casagrande Matos y Jairo Jose Drummond Câmara.....pp. 197-200
- Análisis del diseño de carteles en Maracaibo (1970-1990)**
Amarilis Elías y Claudio Ordóñez.....pp. 217-224
- As peças gráficas da indústria farmacêutica em Pelotas e em Buenos Aires (1900-1930): discussão sobre design e identidades nacionais**
Paula Lima.....pp. 239-243
- Design e produção artesanal. Uma reflexão sobre a contribuição do design promover a sustentabilidade de empreendimentos de base artesanal**
Sebastiana Luiza Bragança Lana, Ivan Mota Santos, Lia Krucken.....pp. 234-239
- Design participativo como ferramenta de transformação social**
Paulo Fernando de Almeida Souza y Ana Beatriz Simon Factum.....pp. 211-217
- Diseño & Marketing: la enseñanza**
Marcela López.....pp. 247-250
- Diseño y artesanía, un matrimonio con condiciones**
Herman E. Amaya Tellez.....pp. 186-189
- Estrategia metodológica con enfoque interdisciplinario entre las áreas de diseño gráfico y diseño de productos del taller de diseño**
Diego Chicaiza Ayala.....pp. 201-206
- Fast Fashion y su impacto ambiental**
María Cecilia López Barrios.....pp. 243-247
- La disciplina del diseño gráfico en la formación universitaria del diseñador industrial**
Jimena González del Rio, Olga Ampuero-Canellas y Begoña Jorda-Albiñana.....pp. 225-228
- Percepção dos usuários sobre os materiais**
Regina Álvares Dias y Leila Amaral Gontijo.....pp. 181-186
- Perfume Isabela Capeto: a embalagem como parte estratégica de uma marca**
Guilherme Cunha Lima y Camila Assis Peres Silva.....pp. 206-211
- Planeación de diseño centrado en el usuario. De la experiencia a la percepción**
Luis Carlos Aceves Gutiérrez y Andrea Cecilia Cantú Rodríguez.....pp. 190-196
- Suporte ergonômico para berço de bebês com refluxo gastroesofágico**
Isolde Kray y Regina de Oliveira Heidrich.....pp. 228-233
- Uso de compósito biodegradable no design de carroceria conceitual**
Acir Fortunato Paiva y Jairo José Drummond Câmara.....pp. 177-180

Índice alfabético por autor

| | |
|---|--|
| Aceves Gutiérrez, Luis Carlosp. 190 | Drummond Câmara, Jairo Joséps. 177, 197 |
| Álvares Dias, Reginap. 181 | Eliás, Amarilisp. 217 |
| Amaral Gontijo, Leilap. 181 | Fortunato Paiva, Acirp. 177 |
| Amaya Tellez, Herman E.p. 186 | González del Rio, Jimenap. 225 |
| Ampuero-Canellas, Olgap. 225 | Jorda-Albiñana, Begoñap. 225 |
| Assis Peres Silva, Camilap. 206 | Kray, Isoldep. 228 |
| Bragança Lana, Sebastiana Luizap. 234 | Krucken, Liap. 234 |
| Cantú Rodríguez, Andrea Ceciliap. 190 | Lima, Paulap. 239 |
| Casagrande Matos, Cynthiap. 197 | López, Marcelap. 247 |
| Chicaiza Ayala, Diegop. 201 | López Barrios, María Ceciliap. 243 |
| Cunha Lima, Guilhermep. 206 | Mota Santos, Ivanp. 234 |
| de Almeida Souza, Paulo Fernandop. 211 | Ordóñez, Claudiop. 217 |
| de Oliveira Heidrich, Reginap. 228 | Simon Factum, Ana Beatrizp. 211 |

Síntesis de las instrucciones para autores

Síntesis de las instrucciones para autores interesados en publicar en Actas de Diseño. Consultar las Bases Completas ingresando en www.palermo.edu/encuentro > publicaciones > actas de diseño

Los autores interesados en publicar en las Actas de Diseño, deberán enviar adicionalmente al ensayo, un abstract o resumen cuya extensión máxima no supere las 100 palabras en español, inglés y portugués que incluirá de 5 a 10 palabras clave. La extensión del ensayo completo no deberá superar las 10.000 palabras, deberá incluir títulos y subtítulos en negrita. Normas de citación APA. Bibliografía y notas en la sección final del ensayo. Deberá incluir también al final del documento un breve resumen del curriculum vitae de los autores (que contenga la formación profesional, títulos, posgrados y ocupación actual vinculada a lo académico e investigación con prioridad, cómo máximo 150 palabras). Los ensayos deben ser enviados de forma digital a través del sitio Web del Encuentro: www.palermo.edu/encuentro

Los ensayos o artículos que se reciben deben ser Originales, y los mismos son divididos en dos categorías: Resumen y Comunicación (ver para más detalle abajo en especificaciones)

Especificaciones generales de formato:

Formato del Archivo: Documento Word, en mayúscula y minúscula. Sin sangrías, ni efectos de texto o formatos especiales

Autores: Pueden tener uno o más autores (todos deben adjuntar su currículum resumido en 100 palabras). El autor o autores interesados en publicar en Actas de Diseño deben ser profesionales y/o académicos de cualquier lugar del continente, que actúen en el campo del Diseño y la Comunicación Además sus artículos deben ser Originales.

Idioma: Idioma original de autoría (español o portugués)
Extensión mínima de la Comunicación 2.500 palabras y máxima 10.000 palabras. Deberá adicionalmente, incluir un resumen en español, inglés y portugués (100 palabras máximo) y de 5 a 10 palabras clave.

Imágenes: NO debe contener imágenes. Por el formato de la publicación se prefiere artículos de sólo texto. NO incluya imágenes, cuadros, gráficos o fotografías innecesarias.

Títulos y Subtítulos: En negrita, en mayúscula y minúscula

Fuente: Times New Roman

Estilo de la Fuente: Normal

Tamaño: 12 puntos

Interlineado: Sencillo

Tamaño de la página: A4

Normas de citación APA: Bibliografía y notas: en la sección final del artículo. Se debe seguir las normas básicas del Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association APA (aplicable al tipo de artículo: Comunicación)

Para que un artículo sea publicado en Actas de Diseño (ISSN 1850-2032) debe ingresar en un proceso de evaluación y aprobación. Este proceso es organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, como coordinadora del Foro de Escuelas de Diseño (instituciones educativas de toda Latinoamérica), creado en el 2006 en el marco del Encuentro Latinoamericano de Diseño.

La Facultad cuenta con una Política Editorial, que canaliza y difunde en forma organizada y sistemática su producción. Lo cual le permite a la Facultad realizar una revisión previa de todas sus publicaciones. La Facultad está respaldada por un Comité Editorial y un Comité de Arbitraje. La formalización del Comité Editorial y de Arbitraje; además del diseño de la publicación están sujetos a normas de edición de las publicaciones científico tecnológicas.

Para garantizar la calidad de la publicación de Actas de Diseño, se convocó a los Miembros del Foro de Escuelas de Diseño para sumarse al Comité de Arbitraje y al Comité Editorial de la Facultad.

Para la aceptación de originales se utiliza un sistema de evaluación anónima realizada por el Comité Editorial quien deriva, a su vez, la selección al Comité de Arbitraje. El proceso de evaluación se realiza teniendo en cuenta los siguientes parámetros: Novedad de la temática, Aporte a las disciplinas y Ajuste a normas de trabajos científicos.

Consultas: Para mayor información escribir a: actasdc@palermo.edu // www.palermo.edu/encuentro

Actas de Diseño

Foro de Escuelas de Diseño

Facultad de Diseño y Comunicación

Universidad de Palermo

Buenos Aires, Argentina



Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo
Mario Bravo 1050. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. C1175ABT. Argentina
www.palermo.edu