

¿Qué es diseño hoy?

.....
1er Encuentro Nacional
de Investigación en Diseño

Documento de presentación del evento

¿Qué es diseño hoy?

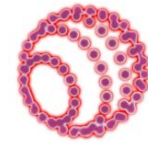
Primer encuentro nacional de investigación en diseño.

Departamento de diseño.

Universidad Icesi.

8 y 9 de octubre 2004

Cali. Colombia.



¿Qué es diseño hoy?

Primer encuentro nacional de investigación en diseño.

Departamento de diseño de la Universidad Icesi.
Cali. Colombia.

8-9 de Octubre de 2004.

Descripción.

¿Qué es diseño hoy? es el primer encuentro nacional de investigación en diseño concebido como un espacio de intercambio de experiencias entre la exploración y la práctica del diseño en sus diversas expresiones en Colombia.

Nace como una iniciativa en *Diseño como lo queremos*, reunión nacional de diseñadores celebrada en Bogotá en 2004 en la que se debatió el futuro del diseño y de su comunidad en el país.

El encuentro se extenderá por dos días en la ciudad de Cali, en los que se buscará descubrir puntos en común y definir intersecciones de los avances en metodologías y resultados de investigación en diseño para fortalecer la actividad disciplinar.

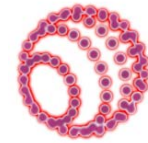
Esta es una oportunidad única para la comunidad de diseñadores, académicos y practicantes, para exponer sus desarrollos y conocer los intereses de investigación de sus pares.

Objetivo.

Los principales objetivos del encuentro son:

Promover el intercambio de experiencias de investigación entre pares nacionales y compartir iniciativas de investigación en torno al diseño.

Abrir puertas de colaboración entre instituciones nacionales interesadas en el avance del diseño en el país.



Consideramos que esta iniciativa de *Diseño como lo Queremos* debe alcanzar su consolidación como una cita periódica y también ser un semillero de grupos de discusión y validación.

Metodología

El encuentro consistirá en la presentación general de *papers* y en mesas de discusión entorno a los diferentes temas genéricos de investigación definidos para el evento.

Para la presentación de ponencias el encuentro convoca a toda la comunidad de diseñadores a enviar un resumen de las mismas. Las presentaciones tendrán una duración máxima de 45 minutos y podrán ser presentadas utilizando recursos informáticos convencionales.

Para las mesas de discusión se invita a todos los inscritos en el evento a llevar temas o inquietudes de investigación que promuevan el intercambio de ideas o propuestas de proyectos que requieran de recursos de distinta índole. Deseamos que las mesas sean moderadas por profesores de las distintas universidades del país.

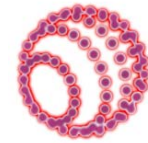
También se procurarán espacios informales de encuentro en sitios de interés de la ciudad.

Selección de las ponencias.

Para presentar una ponencia se requiere que se envíe un resumen de la misma (aproximadamente 500 palabras) y debe contener como mínimo:

1. Tema en el cual cree debe estar inscrita (ver [tema general del evento](#)).
2. Objetivos de la Investigación.
3. Descripción del método utilizado.
4. Resultados principales.

El resumen será revisado por el comité del encuentro y se dará una respuesta al autor invitándolo a hacer su presentación. El autor invitado deberá enviar al comité el texto completo de su presentación para publicarlo en las memorias del evento.



Fechas principales para expositores.

Fecha límite para enviar resúmenes	Agosto 4, 2004.
Notificación de ponencias aceptadas	Agosto 11, 2004.
Fecha límite para enviar texto completo	Septiembre 20, 2004.

Cómo enviar el resumen de la ponencia?

Para participar con la presentación de un proyecto el resumen debe ser enviado por correo electrónico a disenoh@icesi.edu.co

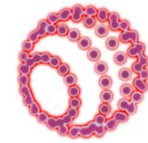
Audiencia.

El encuentro esta dirigido a la comunidad de diseñadores de todas las áreas, que desde la práctica y/o desde la academia estén desarrollando avances en la construcción de conocimiento de diseño, metodologías de investigación específicas, o que hagan aplicaciones visionarias de la disciplina.

La invitación esta extendida a:

- A todas las universidades del país con departamentos de diseño y a través de ellas a su comunidad académica.
- A grupos de investigación en diseño o que desarrollen investigaciones afines.
- A organizaciones nacionales e internacionales que fomenten el diseño.
- Medios especializados locales e internacionales.
- Profesionales de diseño.
- Estudiantes de diseño en desarrollo de proyectos de grado.

Cómo inscribirse como participante en el evento?



Para la inscripción al evento debe visitar el sitio www.icesi.edu.co/disenohoy y diligenciar el formulario. Las personas que estén registradas en el website antes del 8 de septiembre recibirán un descuento especial en la inscripción del 10 %.

Las tarifas son:

Incluye: entrada a todas las sesiones, café, almuerzos y copias de las conferencias	Pago hasta el 24 sept.	Pago hasta el 1 oct.
Estudiante*	\$ 80.000	\$ 96.000
Profesional	\$ 150.000	\$ 170.000

El pago debe hacerse a la cuenta No 0175-0001062-8 de Davivienda a nombre de Universidad Icesi y debe enviarse el recibo de consignación indicando nombre de el (los) asistentes con número de cédula y nombre del evento al fax 5551745 de Cali.

* Se debe probar la condición de estudiante con carné vigente o con carta de la universidad. Esta tarifa no incluye almuerzos.

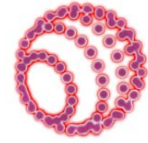
Contacto e información

En Internet

¿Qué es diseño hoy?
Primer encuentro nacional de investigación en diseño
www.icesi.edu.co/disenohoy

En Cali

Departamento de Diseño Icesi.
Calle 18 No 122-135
Cali-Colombia
www.disenho.icesi.edu.co

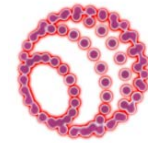


¿Qué es diseño hoy?

1er Encuentro Nacional
de Investigación en Diseño

Tel (2) 5552334 ext 388
Fax (2) 5551745

Organizador:
Prof. Juan Salamanca.
disenoh@icesi.edu.co



Documento de presentación de temas

¿Qué es diseño hoy?

Primer encuentro nacional de investigación en diseño.

Departamento de diseño de la Universidad Icesi.

Cali. Colombia.

8-9 de Octubre de 2004.

Tema general del evento.

El argumento que permitirá lograr el objetivo del encuentro será la búsqueda de una respuesta a la pregunta ¿Qué es Diseño Hoy?

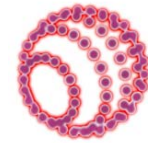
Esperamos que mediante el entendimiento de los motivos de investigación y de los procedimientos realizados por sus autores nos acerquemos a definir nuestra profesión de acuerdo a las condiciones de la actualidad.

El buen diseño se juzga aún hoy en términos de forma, función y costos, pero a esto se le suman unas consideraciones de contexto globales, que hurgan las circunstancias de su creación, producción y mercadeo y también examinan aspectos de responsabilidad social, ambientales y tecnológicos. Solo considerando nuevas dimensiones es posible responder la pregunta acerca de ¿Qué es Diseño Hoy?

Para propósitos del evento se plantean cinco dimensiones temáticas dentro de las cuales esperamos enmarcar las ponencias. Los autores deberán decidir en cual consideran se puede agrupar su proyecto.

Dimensión 1: el proceso de diseño.

El proceso de diseño hoy revisa el planteamiento modernista tradicional en el cual todo el trabajo de desarrollo estaba dirigido a la manufactura en serie y que por lo tanto implica un trabajo en equipo interdisciplinario. Actualmente se ven empresas de muy pocos empleados diseñando productos que no involucran un gran equipo sino mas bien pocas personas muy



especializadas y con un conocimiento profundo de herramientas tecnológicas como el CAD a tal punto que la división entre la artesanía/pequeña escala y el producto industrial/gran escala necesita ser reconsiderada.

Esto significa que los escenarios de producción han adoptado, gracias a la tecnología de diseño y fabricación, variantes en escalas y capacidades bien establecidas como son micro, pequeña, mediana y gran empresa. En esta tónica se encuentran diseñadores empleados de corporaciones nacionales o multinacionales, diseñadores individuales prestando servicios, creadores de empresas manufactureras (como muchas en el diseño de modas e industrial) o estudios nacionales/internacionales de diseño.

De otro lado el proceso de diseño tradicional ha debido consolidar la etapa de desarrollo del concepto como una de las áreas que requiere mayor investigación. El entorno de competencia es cada vez más agresivo y la diferenciación por innovación hoy se hace a nivel del concepto debido a que las facilidades de manufactura son homogéneas para todos los productores gracias a la globalización.

Este factor de globalización igualmente ofrece retos en el proceso porque implica que se diseña en un lugar del mundo, se fabrica en otro y se comercializa en otro. Cómo hace el diseñador para conjugar información de usuarios, procesos y mercados tan heterogéneos?

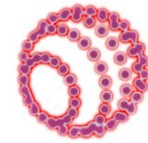
Dentro de ese esfuerzo de diferenciación el producto masivo se ha lanzado a experimentar la personalización de los productos (en ingles *customization*). Esto desde el punto de vista del proceso de diseño implica pensar en un usuario o audiencia muy global, pero en la que cada persona puede configurar su producto de acuerdo a un cierto rango de posibilidades ofrecida por el productor.

Dimensión 2: el estilo, la comunicación y la cultura.

“Style is the aesthetic wrapping in which all of our products come, but they don’t all come wrapped in the same style” Georges H Marcus

El estilo es la expresión individual de un diseñador/empresa sumada a la expresión cultural del momento en un contexto histórico en el cual toda la producción de una era hace parte de un mismo patrón de ese tiempo.

Nuestro tiempo es ecléctico. Vemos estilo retro como es el caso del Volkswagen Beetle, *minimal* como el colectivo holandés Droog Design, étnico como todo el proyecto de Artesanías



de Colombia, cargado de una fuerte poesía individual como los proyectos de iluminación de Ingo Maurer, esencial como la moda estándar de Americanino o altamente ecléctico como el estilo collage de John Galeano, con un lenguaje plástico, digital y orgánico como Karim Rashid en el diseño de productos o Zaha Hadid en la arquitectura o para terminar cargado de mucha lúdica como los diseño de Johnatan Ive para Apple.

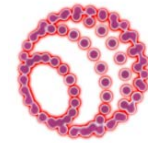
Esto deja ver que todos los diseño hablan, están cargados de mensajes con un fin comercial evidente, y también cargan una necesidad de expresión de sus diseñadores, de una marca o de un estilo de vida a tal punto que el diseño gráfico ha tenido una explosión en el diseño tipográfico como lo dejó ver David Carson, en el *branding*, y ha dado lugar a una dinámica de diseño de mensajes para distintos medios de comunicación que buscan involucrar al cliente en una experiencia afectiva con las marcas y las empresas.

Dimensión 3: Relaciones entre el diseño y la tecnología

Nuestras vidas están o estarán intervenidas por computadores y redes de comunicación. Los microprocesadores invisibles comienzan a estar embebidos en los productos típicos de nuestra cotidianidad: autos, cámaras, electrodomésticos, bancos, centros comerciales, medicina...supuestamente para facilitar la vida.

La tecnología digital nos reta a revisar el modo lineal y unidimensional por uno multidimensional, y asincrónico. Los nuevos medios son los medios artificiales con mayor posibilidad de interacción desarrollados y tiene hasta hoy interfaces que obligan un tipo de interactividad por su configuración tecnológica. El tiempo traerá opciones mucho mas humanas si el diseño interviene en el planteamiento del uso de la tecnología en la cotidianidad: hoy en día hay diseñadores trabajando entre otros campos como Interacción hombre-computador, robótica y aplicaciones de la tecnología de la información y comunicación.

La tecnología no es solo lo digital. El desarrollo de nuevos materiales, avances en nanotecnología, materiales inteligentes no computadorizados pero con avances tecnológicos muy importantes. Ezio Manzini en su libro *La Materia de la Invención* ya lo previsualizaba desde principios de la década de los 90, hoy en día se ven productos altamente innovadores con materiales tecnológicos que fueron de vanguardia en el siglo pasado como el *kevlar* utilizado en la propuesta de Marcel Wanders para Droog Design en su silla *knoted chair*, o la utilización de poliuretanos móbidos en la última colección de Zanotta y de Sawaya e Moroni.



Las redes de comunicación y la tecnología informática también han modificado los modos de producir. Muchos procesos mecánicos de reproducción están siendo reemplazados por la clonación y transmisión de bits. Quizás el área de diseño que mas beneficio ha tenido hasta hoy de esos desarrollos es el diseño relativo a la comunicación visual.

También se está mirando la biónica como una metodología que además de aportar analogías de inspiración formales también sirve de referencia para sistemas de uso eficiente de energía y materiales para la innovación en los productos.

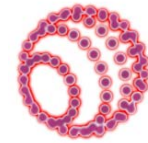
Dimensión 4: responsabilidad social

La educación y los servicios públicos son contextos masivos que el diseño debe mirar delicadamente. Los efectos de los buenos o malos productos sobre la formación de generaciones de ciudadanos o el diseño de la información en servicios públicos (formatos, formularios, información gubernamental en la red), no se ha tomado muy en serio en nuestro país, pero es una preocupación constante en países que tienen una gran tradición en la igualdad de su plataforma social como el Reino Unido.

Otro tema de responsabilidad que ha venido surgiendo es el tema de la seguridad de uso en los productos industriales. Lo hace notar Donald A. Norman en su libro *Design of every day things* mostrando ejemplos de productos cotidianos difíciles de usar como picaportes, grifos o interruptores. También se ve esta tendencia en la implementación de dispositivos de seguridad en vestuario especializado para profesionales o deportistas especializados, o en máquinas de alto riesgo.

En dimensiones macroeconomicas, la mano de obra con la cual se fabrican los productos son tema de responsabilidad social. La globalización de mercados e industrias permite producir para mercados ricos en países pobres algunas veces utilizando mano de obra infantil o por salarios que no proveen condiciones de mejoramiento de la calidad de vida.

Una línea cada vez más gruesa de responsabilidad social es la sostenibilidad. Aquí se conjugan temas económicos, sociales y ambientales en donde el diseño de producto tiene mucho que decir. Se ha visto una evolución a este respecto partiendo de lo que se llamó diseño para manufactura, pasando por el *green design*, el diseño para el desensamblaje, el diseño para el medio ambiente o eco diseño terminando en el diseño sostenible.



Dimensión 5: universalidad

La política de accesos libre de barreras en todos los edificios y sitios públicos es un logro de distintas organizaciones nacionales e internacionales. La idea implica que los discapacitados no sean considerados como una categoría de personas “especiales” a quienes se debe atender con recursos diferentes a los demás ciudadanos, los mismos recursos deben servir para cualquier ciudadano independiente de su discapacidad, sea por limitaciones visuales, amputaciones o problemas articulares.

Esto se ha extendido no solamente a aspectos de productos arquitectónicos sino a productos de uso cotidiano. La filosofía de igualdad de derechos para todos los seres humanos esta muy vigente en este tema.

Los niños también reciben especial atención desde el punto de vista de la universalidad en el diseño. No se trata de hacer juguetes sino de pensar en productos no necesariamente lúdicos que son utilizados por los niños, como el servicio de transporte público o privado, para mencionar un ejemplo.

La importancia de la ergonomía y de los factores humanos en esta dimensión es mayor.